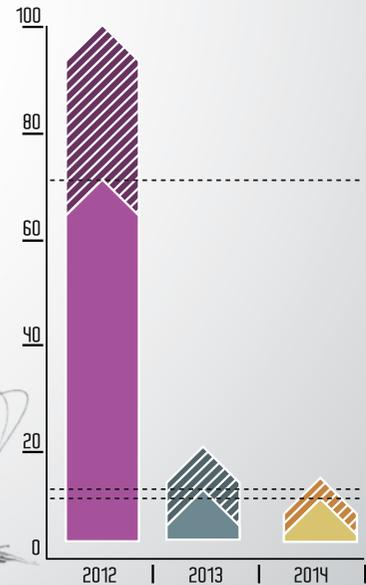
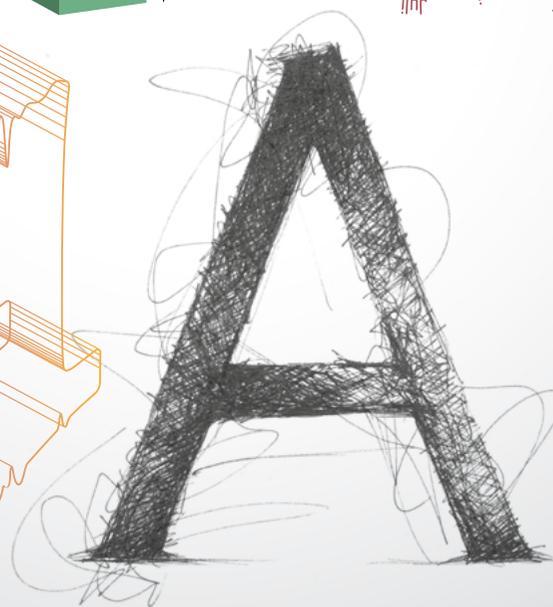
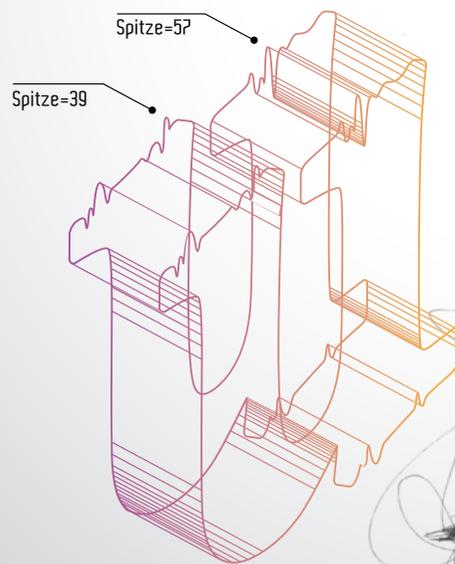
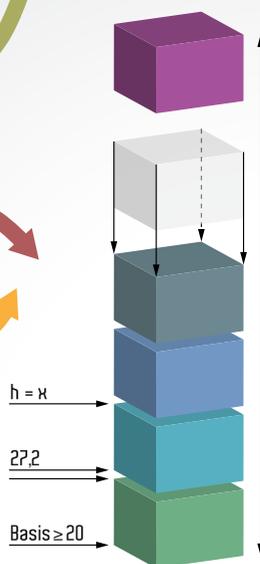
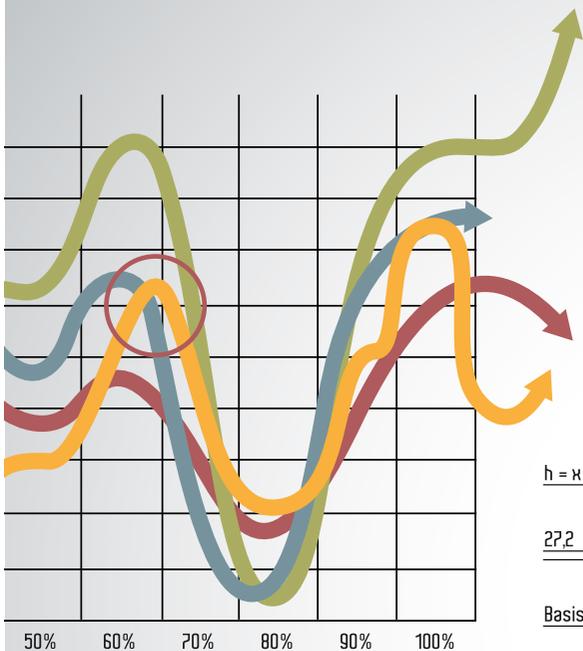


MESSAGE

Internationale Zeitschrift für Journalismus

AUSGABE 3/2014 — 14 EURO



COMIC, GRAFIK, ANIMATION: DIE NEUE BILDLICHKEIT

KOOPERATIONEN: TEAMWORK UND SEINE TÜCKEN S. 44

SOFTWARE-JOURNALISMUS: DIE ROBOTER KOMMEN S. 61

WORLD PRESS PHOTO: WIE EIN GEWINNERFOTO ENTSTEHT S. 72

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,



schöne neue Medienwelt: Man klickt sich durch die App des *Spiegel* und bekommt zur Story über die nimmersatten Lufthansa-Piloten und deren opulente Gehälter ein animiertes Erklärstück im Comic-Stil – der Kapitän: eine Witzfigur mit Schnauzbart. Im Papierheft gibt es das so nicht, kann es nicht geben. Ist das ein begrüßenswertes multimediales Surplus oder nur eine bemühte Verständnishilfe für Begriffsstützige?

Mal so, mal so. Der Trend aber ist generell: Die Bilderflut des Fernsehens, die Multimedialität des Web – beides zusammen setzt alle Journalismusformen, auch die textbasierten, unter Druck, sich etwas einfallen zu lassen. Attraktive Optik ist gefragt, Bewegtbild und Animation, und die möglichst interaktiv, damit der zum User mutierte Leser seine eigene Infoauswahl treffen und so ein kleines bisschen zum Mitregisseur der medialen Darbietung wird.

Klar ist: Journalismus wird zunehmend interaktiv, er zeigt sich spielerisch, manchmal auch gefährlich verspielt, er will immer unterhaltsamer sein – was nicht das Schlechteste ist, will man im Publikum zu nachhaltiger Information und Meinungsbildung beitragen.

Unser Titelschwerpunkt zum Visual Journalism zeigt neben den Chancen aber auch die Gefahren auf: ein Journalismus, der ins allzu Dichterische abschweift, der Augenzeugenschaft virtuell simuliert, der Schreckensberichte stilistisch aufhübscht, der Weltgeschehen ästhetisiert und im Extremfall Krieg und Krise zum Genussobjekt stilisiert – zu konsumieren aus sicherer Entfernung.

Wie entstehen gute journalistische Inhalte? Journalismus hing immer von Teamwork ab, selbst der feuilletonistische Solist brauchte den Drucker. Nun zeigen sich neue Facetten der Kooperation, der ein weiterer Schwerpunkt dieser Ausgabe gewidmet ist: Autoren suchen den Schulterschluss mit Programmierern, und große Enthüllungsleistungen der jüngsten Zeit wie der »Geheime Krieg« (*Message* 2/2014) entstanden aus produktiver Grenzüberschreitung zwischen privatwirtschaftlicher Presse und öffentlich-rechtlichem Rundfunk. Die Medienpolitiker aus beiden Lagern mögen noch in ihren Schützengräben hocken – die journalistischen Profis scheren sich nicht drum, sondern machen kollegial ihre Arbeit. Zum Nutzen der Öffentlichkeit.

Wir in der Redaktion haben uns sehr über die positiven Reaktionen auf unseren Relaunch gefreut. Sie, unsere Leserinnen und Leser, goutieren offenbar, dass auch wir uns um eine moderne Optik bemühen und jünger werden wollen. Dazu passt, dass wir Ihnen in dieser Ausgabe ein mit dem World Press Photo Award ausgezeichnetes Foto von Andrea Bruce zeigen. Amelie Nerger interviewte die Amerikanerin in Amsterdam.

Mein Herausgeberkollege Lutz Mücke, der übrigens neuer Direktor des Leipziger Instituts für praktische Journalismusforschung ist – herzlichen Glückwunsch! –, und ich wünschen Ihnen eine bereichernde Lektüre.

Herzlich
Ihr

TITELTHEMA: VISUAL JOURNALISM

8 **AUFTAKT**
Hat grafische Informationsvermittlung Vorteile gegenüber dem Wort? *Message* fragt nach.

10 **DAS SPIEL UM DIE NACHRICHT**
Newsgames und interaktive Grafiken sind innovative Formate für das digitale Medienzeitalter
von *Reinhard Schulz-Schaeffer*

15 **TEXT RAUS – BILD REIN**
Seit fünf Jahren hat die *Zeit* eine Infografik-Seite
von *Christoph Drösser*

16 **ANIMIERTE ERINNERUNG**
Interview mit Cordt Schnibben und Elsa Hundertmark über Multi-Stories beim *Spiegel*
von *Kathrin Breer und Volker Lilienthal*

20 **WELT(V)ERKLÄRER**
Deutschland ist keine Comic-Nation. Doch langsam beginnt sich Comic-Journalismus zu etablieren.
von *Filiz Erkal*

24 **SUBJEKTIVITÄT ALS PRINZIP**
Die Stärke von Reportage-Comics ist gleichzeitig ihre Achillesferse
von *Andreas Platthaus*

26 **DIE WEGBEREITER**
Wie der Fotograf Didier Lefèvre den Weg für das Genre Reportage-Comic ebnete
von *Jonas Engelmann*

INVESTIGATIVER JOURNALISMUS

28 **AUF EXPANSIONSKURS**
Das Global Investigative Journalism Network etabliert sich. Intern führt das zu Streit
von *Lutz Mücke*

AUSBILDUNG

30 **PLÖTZLICHES ENDE**
Bertelsmann wickelt die eigene Journalistenakademie ab und verhindert eine Fortführung. Warum?
von *Thomas Schuler*

34 **MISSION AUSBILDUNG**
Mit der Förderung ausländischer Journalisten haben die privaten Medienunternehmen nichts am Hut
von *Beatrice Dernbach*

BUCHJOURNALISMUS

36 **KEINE ANDERE MÖGLICHKEIT**
Wer komplexe Geschichten erzählen will, braucht reichlich Platz – den bieten Bücher
von *Jürgen Roth*

39 **HINTER TAUSEND ORDNERN**
Wie wird aus Bergen von Akten und stundenlangen Gesprächen ein guter Text?
von *Joachim Käppner*

KOOPERATIONEN

44 **UNTER VERBÜNDETEN**
Der Zusammenschluss unterschiedlicher Redaktionen zu Rechercheverbänden hat fast nur Vorteile
von *René Martens*

49 **DER SPRÖDE CHARME DES CODES**
Journalisten und Programmierer reden oft aneinander vorbei. Das muss sich ändern
von *Christian Sauer*

52 **IM DIGITALEN SANDKASTEN**
Wie sich Texter und Hacker beim »Newsgames Hackathon« spielend näherkommen
von *Jan Lukas Strozyk*

54 **AN EINEM STRANG**
Der *Stern* macht vor, wie sich die Zusammenarbeit über Ressortgrenzen hinweg vereinfachen lässt
von *Johannes Gunst*

56 **IN FREIHEIT VEREINT**
Wenn freie Journalisten miteinander kooperieren, profitieren sie, ohne ihre Unabhängigkeit aufzugeben
von *Bertram Weiß*

58 **WIR AUFTRAGSKILLER**
Warum sich zwanzig freie und festangestellte Journalisten zu einem Netzwerk zusammenschließen
von *Kathrin Breer*

RECHERCHE

72 **TRAUER UND HASS AUF ENGSTEM RAUM**
Interview mit der US-Fotografin Andrea Bruce über die Entstehung ihres World-Press-Siegerfotos
von *Amelie Nerger*

76 **DER MÜLL DER MAFIA**
Wie die italienische Zeitschrift *L'Espresso* einen Müllskandal in Neapel aufdeckte
von *Gianluca di Feo*

DATENJOURNALISMUS

- 80 **AUF DATENERNTE IN BRÜSSEL**
Ein Tagungsbericht von der europäischen Dataharvest-Konferenz
von *Günter Bartsch*

FORSCHUNG

- 82 **CHANCE AUF COMEBACK**
Es gibt Gründe, an die Renaissance der Zeitung zu glauben. Unser Autor verrät, welche das sind
von *Michael Haller*

PRESSEGESCHICHTE

- 90 **JOURNALISMUS VOR 1914**
Der Erste Weltkrieg bedeutete eine gesellschaftliche Zäsur. Gilt das auch für den Journalismus?
von *Thomas Birkner*

NORMEN

- 100 **DEUTSCHER PRESSERAT**
Die Trennung von Inhalt und Werbung wird im Internet zunehmend unscharf
von *Ilka Desgranges*
- 103 **SCHWEIZER PRESSERAT**
Die Eidgenossen sind bei der identifizierenden Berichterstattung wenig zimperlich
von *Max Trossmann*

RUBRIKEN

- 6 **NACHLESE**
- 42 **WOLF SIEHT FERN**
Google-Kugel und Lappen-Lapsus in den News
von *Fritz Wolf*
- 71 **VORBILDER**
Silke Burmester schreibt über *Oriana Fallaci*
- 94 **DIE TOP TEN DES BUCHJOURNALISMUS**
- 96 **BUCHBESPRECHUNGEN**
- 106 **AUS DEM NETZWERK RECHERCHE**
Staatliche Überwachung von Journalisten
von *Günter Bartsch und Albrecht Ude*
- 108 **HIGHLIGHT**
Gerda Taro: Die erste Kriegsphotografin
von *Michael Sontheimer*
- 110 **HOLGER'S CARTOON CORNER**
- IMPRESSUM**

MESSAGE – PODIUM

- 61 **SOFTWARE-JOURNALISMUS – DIE ROBOTER KOMMEN**

Ist »Roboter-Journalismus« die Zukunft? Was ist das überhaupt? Die Konferenz »Groundbreaking Journalism« von iRights.Lab versuchte, Einblicke in »Journalismus von morgen« zu liefern.

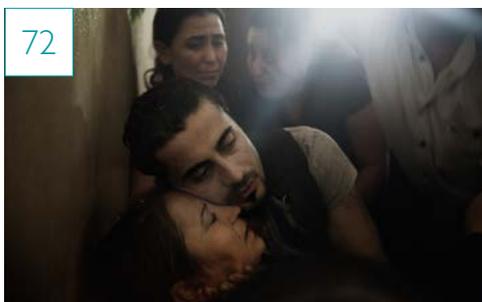


44

Kräfte bündeln:

Für Rechercheprojekte arbeiten Redaktionen medienübergreifend zusammen. So gelingen große Enthüllungen, auch der Streit zwischen Verlagen und öffentlich-rechtlichen Sendern scheint vergessen zu sein. Diese und andere Kooperationen beleuchtet der *Message*-Schwerpunkt.

72



Ausgezeichnet:

Die US-Fotografin *Andrea Bruce* dokumentierte in Syrien das Grauen des Krieges. Für ihr Foto von der Beerdigung eines Soldaten erhielt sie einen *World Press Photo Award*. Im Interview erklärt *Bruce*, unter welchen schwierigen Bedingungen ihre Bilder entstanden.



02/14

Titelthema: Die Weißwäscher
– Wie PR den Journalismus in die Mangel nimmt

Wie PR den redaktionellen Alltag beeinflusst

FINANZIELLE ABHÄNGIGKEITEN

Vielen Dank für das Dossier zum Verhältnis zwischen Public Relations und Journalismus – ein Thema, dessen Breite und Vielschichtigkeit anhand der drei Geschichten gut deutlich wird. Allerdings hat mich die anklagende Haltung des Beitrags über den Leipziger Tobias Höhn gestört. Ideal ist es nicht, wenn ein Journalist in Personalunion für Medien und PR arbeitet. Aber Höhn ist keine böse oder gar unmoralische Ausnahme. Tausende freier (Fach-)Journalisten müssen ihr Geld auf beiden Seiten verdienen. Wer sich spezialisiert hat und mit journalistischen Aufträgen nur geringe Einnahmen generieren kann, freut sich über jeden passenden PR-Auftrag. Er lernt dabei etwas, was nicht nur die Arbeit in der jeweils anderen Sphäre erleichtert, sondern auch für Versuchsungen und Interessenkollisionen sensibilisiert. Dass Höhn beide Felder trennt, indem er für einen bestimmten Auftraggeber entweder PR oder Journalismus betreibt, ist üblich und durchaus akzeptabel, solange die jeweilige Rolle fürs Publikum transparent ist. Aber genau daran haben Medienmacher in der Regel kein Interesse; sie wollen nicht, dass ihre Leser sehen, wie viel Content aus PR-Quellen stammt.

Problematischer sind ohnehin Klüngelei zwischen PR-Verantwortlichen und Journalisten sowie ökonomische Abhängigkeiten von Medienunternehmen, wie der kleine Gefallen für Anzeigenkunden. Einige Qualitätsmedien haben sogar Corporate-Publishing-Abteilungen gegründet, die offiziell journalistische PR-Dienstleistungen anbieten. Selbstverständlich können dort auch die Journalisten des eigenen Hauses etwas dazuverdienen.

Es macht die Sache auch nicht besser, wenn der Deutsche Fachjournalistenverband in seinen Mitgliedschaftsbedingungen etwa Presse- und Öffentlichkeitsarbeit als »journalistische Tätigkeit« bezeichnet, um noch mehr zahlende Mitglie-

der zu akquirieren. All das sind Vermischungen von PR und Journalismus auf Systemebene, die mir bedenklicher erscheinen als beidseitig begabte Schreiber.

Wolfgang Schweiger ist Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Hohenheim.

Podium: Digitale Lokalmedien – Wachsender Wettbewerb im Web

PROFESSIONALITÄT MIT LESERPARTIZIPATION

Im Podium des letzten Hefts hieß es »Professionalität statt Leserpartizipation«. Besser ist Professionalität mit Leserpartizipation, wie gerade die *New York Times* in ihrem geleakten Innovationsreport feststellte.

Lokale Medien können ebenso verborgene Potenziale nutzen. Eine Möglichkeit sind Leserberichte. Die Missouri School of Journalism experimentiert mit ihrer Tageszeitung *Columbia Missourian* seit einigen Jahren damit. Mit Erfolg: Der meistgeklickte Beitrag war 2013 die Geschichte eines Vaters über den Suizid seines Sohnes. Vergleichbare Berichte machen den Großteil der Artikel aus. Bürgerjournalismus gibt es allerdings auch. Die Zeitung dient hier dann – vor allem online – als Leserforum. Geschichten können veröffentlicht werden, die sonst nicht an die Öffentlichkeit kämen. Entweder weil sie von Journalisten nicht entdeckt oder von der Redaktion nicht für relevant genug befunden worden wären.

Dem Leser mehr Kontrolle zu geben, kann die Beziehung zum Medium stärken. Denn die Leser befassen sich mit der Marke und reden gerne darüber, was sie tun. Das können Medien nutzen. PR kann mit Regeln und redaktioneller Betreuung verhindert werden. Doch es braucht Mut, sich selbst als Medium keine einzigartige Informationshoheit zuzuschreiben. Es lohnt sich.

Alexander Dröbler studiert Journalistik und Kommunikationswissenschaft in Hamburg. Bis Mai 2014 arbeitete er für die Columbia Missourian.

Agenturen: »Im toten Winkel«

WIE »ECHT« DARF EIN FOTO SEIN?

Die Nachrichtenagentur AP hat aufgrund einer digitalen Bildmanipulation erneut einen Fotografen entlassen. War diese Maßnahme angemessen? Der Vergleich mit der beschnittenen, aber berühmt gewordenen Aufnahme von Nick Ut (1972)

ist erhellend, zeigt er doch, welche ethischen Maßstäbe bei Bilderveränderungen angelegt werden. Lässt sich jedoch behaupten, die beiden ethisch so unterschiedlich bewerteten Praktiken, wie der Autor vermutet, seien »im Kern nicht so weit voneinander entfernt«? Bildmanipulationen sind immer wieder Anlass, um über die ethischen Richtlinien und Normen der Profession nachzudenken und sie neu auszuhandeln.

Es macht durchaus einen Unterschied, ob ein Bild beschnitten oder aus dem Bild ein Gegenstand entfernt wird. Denn ein Framing, also die Rahmensetzung, durch die Bedeutung erzeugt wird, ist ein notwendiger Moment jeder Aufnahme. Das Entfernen von Elementen dagegen stellt einen nachträglichen Eingriff in diese bedeutete »Realität« dar. Die beiden Aufnahmen trennen über 40 Jahre Fotojournalismus. Normen unterliegen der Veränderung. Angesichts dessen, wie einfach digital manipuliert werden kann, haben sich die ethischen Maßstäbe eher noch erhöht. Praktiken, die früher akzeptabel waren, werden heute nicht mehr toleriert.

Gleichzeitig muss sich die Nachrichtenfotografie gegenüber einer neuen Kultur der Produzent (Amateurfotografen) behaupten, deren Ästhetik gerade deshalb als authentisch gilt, weil sie so unbedarft daherkommt. Was der Fotojournalismus dem entgegensetzen kann, ist eine verlässliche Qualität. Die ist jedoch nicht allein durch professionelle Normen in der Bildbearbeitung garantiert. Das betrifft auch die zunehmende Problematik der vor-fotografischen Inszenierung und Instrumentalisierung durch die Fotografierten selbst. Aber auch angesichts globaler Entwicklungen, wie die der Flüchtlings- und Migrationsbewegungen, stellen sich drängende Fragen, wie eine angemessene visuelle Repräsentation jenseits von Stereotypen aussehen kann. Diese Diskussion hat erst begonnen.

Elke Grittmann ist Professorin für Kommunikationswissenschaft an der Leuphana Universität in Lüneburg.

Wolf sieht fern: »Nah und fern sehen«

FERNAB VON GARTEN, KOCHEN UND TIER

Kein Zweifel, die Kolumne ist das Genre, welches dem Autor ein Höchstmaß an Freiheit gewährt, auch wenn damit das Risiko einhergeht, die Grenzen zur Narrenfreiheit zu überschreiten. Umso erstaunlicher, wenn die Narretei aus der Feder eines hochangesehenen Autors, wie Fritz Wolf zweifellos einer ist, geflossen ist.

Die der Kolumne zugrunde liegende Recherche besteht aus einem »nicht repräsentativen Regionalzapping durch die Dritten Programme der ARD« an einem Nachmittag sowie der Lektüre einer Studie im Auftrag der Otto-Brenner-Stif-

tung mit dem Titel »Zwischen Boulevard und Ratgeber-TV. Eine vergleichende Programmanalyse von SWR und NDR«. Beides wird verrührt zu einer Melange aus Klischees und Vorurteilen über die Regionalprogramme, um dann in der rhetorischen Frage zu gipfeln, ob diese etwa die »Provinzialisierung der Köpfe voran« treibe. Zugegeben, Sorge um die Köpfe der Zuschauer ist angebracht. Allerdings Sorge ich mich mehr um die Köpfe der verantwortlichen Redakteure sowie deren Autoren. Aus Sicht des SWR-Fernseh-Chefredakteurs Rheinland-Pfalz will ich dies wie folgt darlegen:

In unserem Fernsehprogramm findet der Zuschauer an zwei Werktagen um 20.15 Uhr 45-minütige Features. Aktuelle Produktionen: »Windkraft – Was will der Südwesten?«, »Warum immer mehr Dörfer sterben: Kein Land in Sicht?« sowie »Nürtingen – Wie eine Kleinstadt mit der Flüchtlingswelle lebt«. Klingt das nach Boulevard? Oder: Was haben die Vorwürfe des Steuerzahlerbundes in Richtung 1. FC Kaiserslautern und die noch nicht rechtskräftige Verurteilung des ehemaligen rheinland-pfälzischen Finanzministers gemeinsam? Unter anderem diese beiden Themen waren für uns Anlass, Sondersendungen auf der Landesinformationsstrecke unmittelbar vor der *Tagesschau* anzubieten. So, lieber Kollege Wolf, kommt ein Informationsanteil im Fernsehen zustande, der entgegen des gern gepflegten Vorurteils nichts mit »Garten, Kochen und Tieren« zu tun hat.

Ein weiteres Beispiel: Die Hauptnachrichtensendung beginnt zurzeit noch um 19.45 Uhr. Und was haben die, die ja angeblich ihren Informationsauftrag nicht erfüllen, beschlossen? Nichts weniger als eine Verdopplung der Sendezeit auf nunmehr 30 Minuten; verbunden mit der Erwartung, »Tagesthemen für das jeweilige Bundesland« senden zu wollen. Klarer lässt sich das Bekenntnis einer Landesrundfunkanstalt zum Informationsauftrag nicht formulieren.

Fritz Frey moderiert das Politmagazin Report Mainz und ist Chefredakteur des SWR Fernsehens.

An dieser Stelle äußern sich Publizisten zu den Themen des vergangenen Heftes. So erreichen Sie uns:

*Redaktion Message
Universität Hamburg
Sedanstraße 19
20146 Hamburg*

*E-Mail: redaktion@message-online.com
Twitter: [@message_magazin](https://twitter.com/message_magazin)
www.message-online.com*

SEHENSWERT

*Das geschriebene Wort ist für den Journalismus elementar.
Doch was spricht dagegen, Informationen in großem Stil grafisch aufzubereiten?
Message fragt bei Fachleuten in den USA, Spanien und Deutschland nach.*

Der Spanier Alberto Cairo ist Autor von »The Functional Art« und lehrt an der University of Miami (USA) Infografik und Visualisierung.



Seit Jahren diskutiert die Medienbranche, warum sie Infografiken und Datenjournalismus ernst nehmen soll. Viele – auch hochrangige – Journalisten haben es bis heute nicht begriffen. Sie verstehen Design im Allgemeinen sowie Karten, Tabellen, Diagramme, ja sogar Fotos und Videos im Speziellen als Zusatzelemente, zuweilen gar als Deko-Material zum Aufhübschen ihrer Beiträge. Doch damit liegen sie grundfalsch. Denn grafische Elemente werden in dieser Branche immer wichtiger.

Natürlich wird das Wort – ob geschrieben oder gesprochen – immer der zentrale Bestandteil des Journalismus bleiben, weshalb in der Ausbildung das Hauptaugenmerk auf Sprachfertigkeiten gelegt werden sollte. Nur reicht das heutzutage nicht mehr. Die Visualisierung von Daten kann ein journalistisches Angebot fundamental aufwerten. Eine gute Grafik kann einen komplizierten Sachverhalt mitunter sogar besser erklären als Worte.

Deshalb sind grafische Elemente wie Tabellen oder Karten mehr als nur schmückendes Beiwerk. Sie können ein vollkommen eigenständiger Beitrag sein.

Man muss sich nur einmal die interaktiven Infografiken fortschrittlicher Medien wie der *New York Times*, *ProPublica* oder der *Washington Post* vor Augen führen. Dort hat bereits ein Umdenken stattgefunden. Anstatt dass Infografiken dort nur als hübsch anzusehende Zusatzelemente für Textbeiträge verstanden werden, kommt es zuweilen schon vor, dass Grafiken die Hauptrolle und Texte nur noch eine Nebenrolle spielen. ■



Der US-Militärexperte David Axe ist Graphic-Novel-Autor und verantwortlich für die Rubrik »War is Boring« auf medium.com.

Die meisten Geschichten lassen sich unabhängig vom Medium erzählen. Anstatt also zu fragen »Warum sollte ich eine Geschichte als Comic erzählen?«, frage ich: »Warum nicht?!«

Meiner Meinung nach eignen sich Comics besonders für actionreiche Geschichten. Also solche Themen, bei denen sich Konflikte und Charaktere besser in Bildern als in Worten darstellen lassen. Denn ein Comic transportiert den Inhalt über Bilder, weniger über den Text.

Ich selbst habe in meinen Graphic Novels wie »War is Boring« oder »War Fix« Erfahrungen aus dem Kriegsgeschehen und aus meiner Arbeit als Krisenkorrespondent verarbeitet. Dafür bieten sich Comics einfach am



besten an, denn – ohne das jetzt glorifizieren zu wollen – da ist man immer in Bewegung, geht in Deckung, wirft sich hin und rennt um sein Leben. Außerdem ergeben sich in Konflikten oft außergewöhnlich komplexe, undurchsichtige Situationen mit vielen Beteiligten. Im Comic-Stil ist das leicht zu vermitteln.

Dabei darf man nicht vergessen, dass für Comics mit journalistischem Anspruch natürlich auch die Qualitätsstandards des traditionellen Journalismus gelten. Die Fakten müssen stimmen! Auch muss man fair, ehrlich und sorgfältig sein. Denn auch wenn man mit Bildern arbeitet, muss man sich der Wahrheit verpflichtet fühlen. ■



Lars von Törne ist Redakteur beim Tagesspiegel und verantwortet dort die Comic-Seite.



Der Comic neigt nicht zum Fiktiven, im Gegenteil: Der Comic-Journalist ist oft ehrlicher als der Fotograf. Zwar ist die Grenze zur Inszenierung und zum Fiktionalen beim Comic nicht immer sofort klar erkennbar. Aber das ist auch bei anderen Formen von Journalismus so. Wir alle haben die große Verantwortung, transparent zu machen, was wir genau so gesehen oder gehört haben – und wo wir subjektive, konstruierte oder fiktive Elemente benutzen. Joe Sacco macht dem Leser von Anfang an klar, dass er einen subjektiven, kommentierenden Blick hat. Wie die meisten anderen Comic-Journalisten auch. Die Werke eines Fotografen oder eines schreibenden

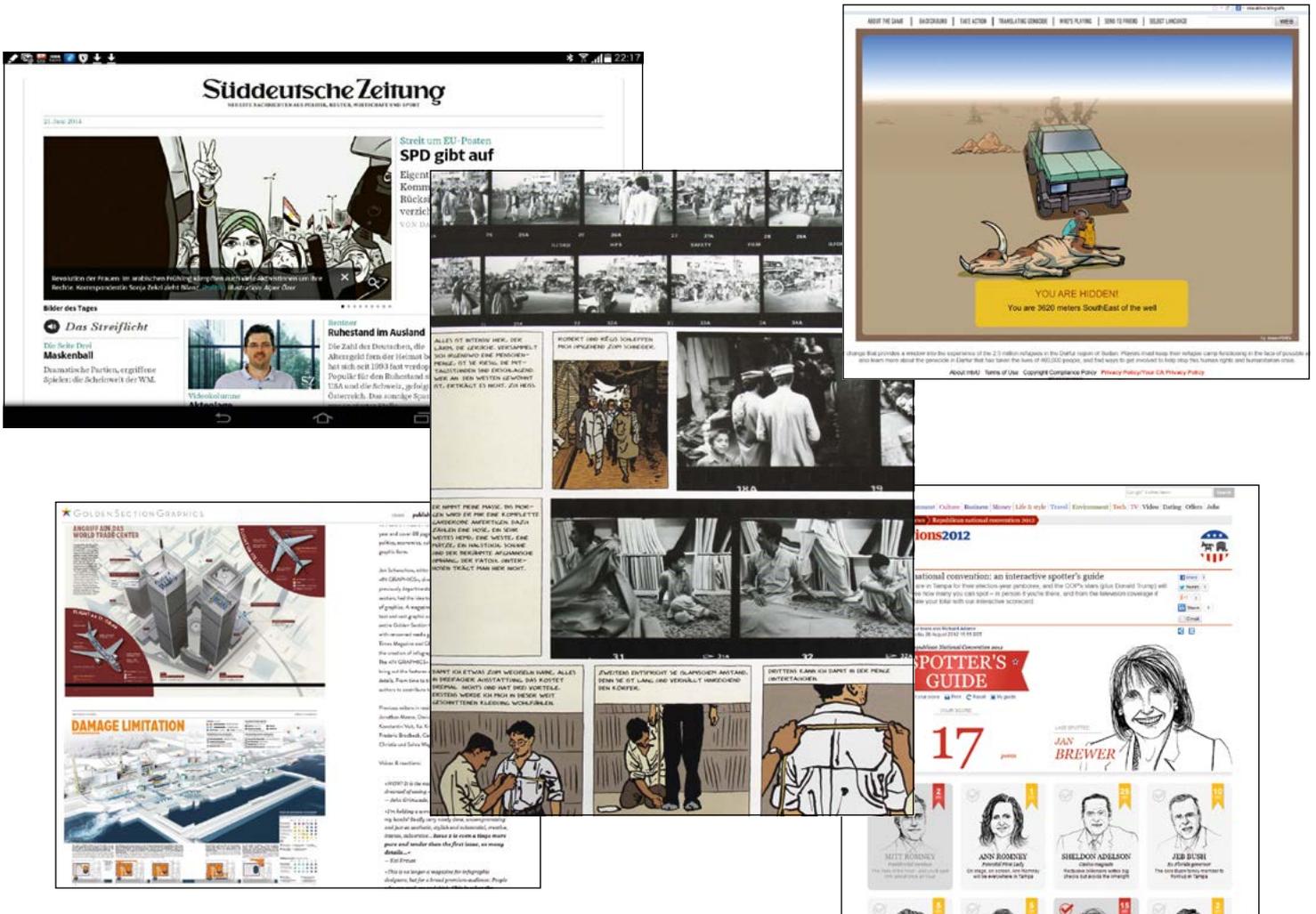
Journalisten hingegen werden von vielen Leuten für die Realität gehalten. In Wirklichkeit sind alles subjektive Blicke. Der Fotograf wählt den Standpunkt, den Bildausschnitt und bearbeitet das Bild nach. Manche Textautoren montieren Dinge zu einer Szene, die so nie stattgefunden hat, machen das jedoch nicht deutlich. Texte und Fotos sollten von Lesern viel mehr hinterfragt werden – in diesem Sinne kann Comic-Journalismus auch bei der Dekonstruktion der vermeintlich journalistischen Objektivität helfen. ■



DAS SPIEL UM DIE NACHRICHT

von Reinhard Schulz-Schaeffer

Newsgames oder interaktive Infografiken – professionell umgesetzt, erweisen sie sich als innovative Medienformate, wecken Interesse und erleichtern den Informationszugang. Ein Plädoyer für ein grundsätzliches Umdenken.



Können Sie sich vorstellen, sich die Inhalte einer Nachricht zu erspielen? Oder widerspricht das unterhaltsame Spiel der ernsthaften Nachricht? Anstelle des seriösen Nachrichtensprechers oder des sorgfältig gestalteten Artikels übernehmen Sie die Rolle eines Politikers, einer Partei in einem Konflikt oder eines Aktivisten. Sie können vielleicht sogar die Seiten wechseln und einen Konflikt aus unterschiedlichen Perspektiven betrachten. Sie handeln selber unter den gegebenen Rahmenbedingungen und erleben, wie sich dadurch die Situation verändert. Sie erfahren die Sachzwänge, Notwendigkeiten und Nöte als »Spielfigur« unmittelbar. Würden Sie auf diese Weise vielleicht sogar besser verstehen, worum es bei diesem Konflikt wirklich geht oder was Politik sinnvollerweise tun oder lassen sollte?

Informationen und Nachrichten möchten wir möglichst schnell und jederzeit verfügbar haben. Die klassische Zeitung oder das etablierte Magazin schafft dafür keine Lösung. Diesem Text, den Sie gerade lesen, ist sein Inhalt nicht anzusehen. Jeder Text verbirgt seine Inhalte hinter abstrakten Zeichen, die erst decodiert und mit Erfahrungen verknüpft werden müssen. Dieser Prozess ist zeitintensiv und erschwert das erneute Auffinden von Informationen, die bereits gelesen wurden. Das Internet hilft uns mit seinen Suchfunktionen erheblich weiter. Obwohl das Netz nach wie vor fast nur Texte nach Inhalten durchsucht und die unendliche Vielzahl der Informationen weitestgehend ignoriert, die in Bildern gespeichert sind.

DAS BILD ALS VERMITTLER

Der Zugriff auf die Bildinhalte ist immerhin über Schlagworte möglich, so dass wir uns zu einem Suchbegriff die Bilder anzeigen lassen können. Über die Bilder haben wir dann den schnellsten Zugriff auf die zugeordneten textlichen Inhalte.

Während der Text ein System von Hinweisen auf persönliche Erfahrungen ist und über die Verknüpfung dieser Erfahrungen neue Erkenntnisse schaffen kann, ist das Bild Vermittler von unmittelbaren Erfahrungen. Eine Wortbedeutung wird nicht durch das Wort vermittelt, sondern beispielsweise durch das Erlebnis einer Begegnung mit dem bezeichne-

◀◀ Ob Illustration, Infografik, dokumentarische Comics oder Newsgame: In redaktionellen Alltag werden diese Darstellungsformen bisher selten verwendet.

ten Gegenstand, eventuell medial vermittelt durch seine Abbildung oder Filmbilder.

Erfahrungen, für die wir Worte gefunden haben, ermöglichen uns erst ein wirkliches Verständnis von Texten. Die Erweiterung unserer Erfahrungen ist ein ständiges Ziel unseres Handelns – und die treibende Kraft für unser Interesse an Neuigkeiten und Nachrichten. So ist die Grafik, die Verhältnisse oder Abhängigkeiten sichtbar macht, ein Mittel, diese Verhältnisse oder Abhängigkeiten unmittelbar zu erfahren. Unsere Empathie ist eine wichtige Fähigkeit, um diese medial aufbereiteten Ereignisse nahezu wie eigene Erlebnisse zu empfinden.

DATENJOURNALISMUS VISUALISIERT

Wir sind grundsätzlich neugierig und möchten wissen, was um uns herum passiert. Die Glaubwürdigkeit einer Nachricht ist dabei von größter Bedeutung, und sie stellt das eigentliche Kapital der klassischen Nachrichtenmedien dar. Diese Glaubwürdigkeit ist schwer zu erlangen. Zeitungen, Magazine und Nachrichtensender mit Renommee haben meist über Jahrzehnte um das Vertrauen ihrer Leser geworben, indem sie sich täglich um zuverlässigen und unabhängigen Journalismus bemüht haben. Die Print-Auflagen sind dennoch rückläufig. Das Internet hat die Vorherrschaft auf dem Markt der Informationen übernommen. Aber auch hier ist Glaubwürdigkeit eine wichtige Währung.

Als Reaktion auf die Konkurrenz im Internet sind neben den klassischen Printmedien digitale Ableger entstanden.

VISUELLER JOURNALISMUS

»Visual Storytelling« oder »News Storytelling« – diese Begriffe kursieren zur Zeit fast inflationär in der Medienbranche. *Message* geht der Frage nach, welche neuen oder wiederentdeckten Darstellungsformen für den Journalismus von Bedeutung sind.

- ▶ »Text raus – Bild rein«: Wissenschaftsredakteur Christoph Drösser über die Infografik-Seite der *Zeit* S. 15
- ▶ »Animierte Erinnerung«: Interview mit Cordt Schnibben und Elsa Hundertmark über multimediales Erzählen beim *Spiegel* S. 16
- ▶ »Welt(v)erklärer«: *Message*-Redakteurin Filiz Erkal über die spannendsten Entwicklungen im grafischen Journalismus S. 20
- ▶ »Subjektivität als Prinzip«: *FAZ*-Feuilletonist Andreas Platthaus über Unterschiede von Reporter- und Reportage-Comics. S. 24

Die neuen Formate der etablierten Nachrichtenmedien im Internet, angezeigt auf Tablets oder Mobiltelefonen, suchen seitdem nach neuen Wegen der Vermittlung von Nachrichten, die auch die interaktiven Möglichkeiten der digitalen Ausgabegeräte nutzen können. Datenjournalismus ist solch ein neues Anwendungsfeld. Große Datenmengen werden aus ständig aktualisierten Datenbanken ausgelesen. Eine kluge Visualisierung dieser Massendaten ermöglicht es dem Leser, übergeordnete Informationen zu erkennen, die Daten zu interpretieren und damit eine bis dahin verborgene Nachricht aus den Daten zu lesen.

LERNPROZESS »VISUELLES DENKEN«

Der Zugmonitor der *Süddeutschen Zeitung*, erstellt von Agentur OpenDataCity, ist hierfür ein gutes Beispiel. Er ging im März 2012 online. Leider hat die Deutsche Bahn die Struktur der ausgelesenen Datenbank geändert und damit den Zugmonitor abgeschaltet. Es zeigt sich, dass die Verfügbarkeit der Daten nicht sicher ist. Die Bahn hat im August 2013 ihre eigene App unter dem Namen Zugradar herausgegeben. Der Vergleich der beiden interaktiven Anwendungen zeigt den Unterschied zwischen einer guten und einer weniger guten Visualisierung. Der Zugmonitor hat ausgewählte Informationen hervorgehoben und Nebensächliches wie Straßen oder geografische Angaben weggelassen. So waren die Verspätungen unmittelbar sichtbar und damit erfahrbar. Von gelb bis rot reichte die Kennzeichnung der Verspätungen.

Die Infografik basiert traditionell auf Daten und bildet Interpretationen von diesen ab. Der qualitative Unterschied zwischen der klassischen Infografik und Datenjournalismus besteht darin, dass der Datenjournalismus nicht mehr nur auf statische Datensätze angewiesen ist. Im Datenjournalismus kann mit Hilfe von Programmierungen auf stets aktuelle Datensätze aus dem Internet zurückgegriffen werden. Kleine Open-Source-Programme beinhalten das Expertenwissen, welches für die Auswertung der Daten nötig ist, und stellen es jedem in Form einer Programmierung zur Verfügung. Diese Instrumente erleichtern die Verwertung großer Datenmengen erheblich.

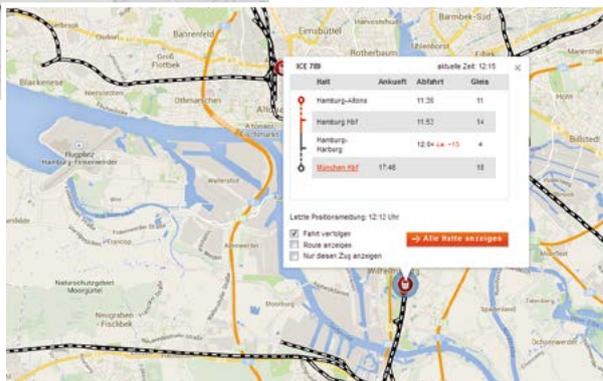
Dennoch bleibt die Interpretation der Daten, die Auswahl und Gestaltung nach wie vor Aufgabe der Autoren. Hier liegt der große Irrtum derjenigen, die den Datenjournalismus gern



»Prism. The Game« wurde 2013 als die Innovation des Jahres vorgestellt. Schon damals mutete das Spiel einfach gestrickt an.

als ein neues Tätigkeitsfeld der schreibenden Journalisten sehen möchten: Das Entscheidende bei einer guten Grafik ist das visuelle Denken, welches zu einer interpretierenden Gestaltung führt – und das muss man gelernt, am besten studiert haben. Wer keine professionellen Kenntnisse von Grafik oder Illustration hat, wird auch mit den neuen Werkzeugen aus dem Internet keine guten Grafiken erstellen. An dieser Stelle hilft weder eine Datenbankbindung noch eine kluge Auswahl der Daten.

Die Kür verlangt ein höheres Niveau, denn um eine unmittelbare Aussage aus dem nicht selbst erklärenden Sumpf der abstrakten Zeichen zu erhalten, müssen Inhalte visualisiert



Mit dem Zugradar brachte die Deutsche Bahn ihre eigene App auf den Markt (unten) und zog damit den bewährten Zugmonitor von OpenDataCity aus dem Verkehr (oben).



The BBC Newsnight strahlte Ende 2013 die Animation »Migrant family's near death experience brought to life« aus. Der Einspieler von knapp fünf Minuten Länge ergänzte eine Sendung über Bootsflüchtlinge.

werden. Mit Piktogrammen, Zeichnungen und selbsterklärenden Kontexten gelingt ein unmittelbarer Zugang zu den Informationen. Diese visuelle Interpretation der Nachrichten löst das eingangs genannte Problem der Datensuche auf eine sehr nutzerfreundliche und gegebenenfalls sogar künstlerische Art. Denn die Grafiken, die ihre Themen visualisieren, lassen sich nicht nur sofort wiederfinden – sie veranschaulichen ihr Thema, bevor dazugehörige Texte gelesen werden.

POTENZIALE VON INTERAKTIVEN GRAFIKEN

Wie oben skizziert: Bilderzählungen ermöglichen zusätzliche Erfahrungen durch visuelles Denken und Lernen. Filme und animierte Bilderzählungen steigern das empathische Erleben. Das Videospiel integriert das eigenständige Handeln in die Interaktion und perfektioniert damit im Idealfall die Erlebnis- und Erfahrungsqualität. Deshalb sind Filme und Spiele für uns so faszinierend. Spiele ermöglichen es uns, eigene Erfahrungen durch die Beteiligung mit eigenständigen Handlungen zu machen, ohne dabei auf die Risiken der realen Welt und auf Missstände eingehen zu müssen.

Das dem Videospiel innewohnende Potenzial, Nachrichten spielerisch erfahrbar zu machen und Handlungsoptionen am eigenen Leib zu spüren, indem die Szenarien nachgespielt und die Auswirkungen des Handelns erlebt werden, kann auch im Zusammenhang mit der Vermittlung von Nachrichten ausgeschöpft werden. Zwar werden Bedenken gegen diese Form der Nachrichtenvermittlung geäußert, weil die Glaubwürdigkeit und Ernsthaftigkeit des Mediums Videospiel an sich in Frage gestellt werden. Doch basieren diese Bedenken auf Vorurteilen.

Das Medium ist so neutral wie alle in der Vergangenheit neu eingeführten Medien. Entscheidend ist, wie es eingesetzt und mit welchen Absichten und ethischen Grundsätzen bei der Herstellung gehandelt wird. Wahrhaftigkeit, gute Recherche, eine gelungene Konzeption und ein guter Stil könnten

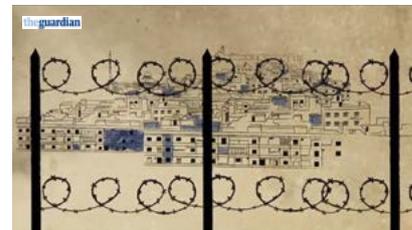
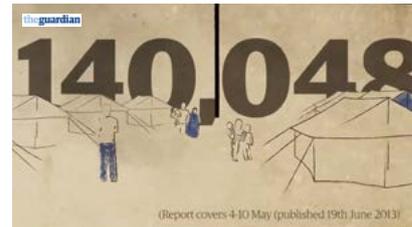
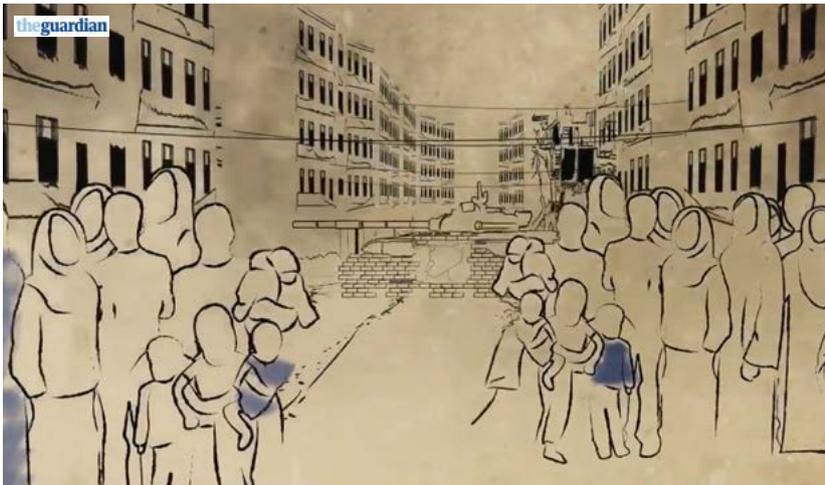
Wer keine professionellen Kenntnisse von Illustration hat, wird auch mit neuen Tools keine guten Grafiken erstellen.

ein Spiel ebenso wie einen Artikel zu einem ausgezeichneten Kommunikationsinstrument für Nachrichten machen.

Allerdings haben Spiele und interaktive Illustrationen den Nachteil, dass sie ihre Inhalte erst im Laufe der Zeit zeigen. Es ist notwendig, sich auf das Spielen einzulassen, bevor beurteilt werden kann, ob das Spiel die Erwartungen erfüllt. Der Leser muss zudem die Spiel- oder Navigationsregeln verstehen, bevor er in den meist zeitaufwendigen Prozess des Spielens einsteigen kann.

NEUE FORMATE ERFORDERN UMDENKEN

Die ganze Bandbreite von der statischen Grafik bis zum Spiel bietet vielfältige Möglichkeiten, zu den unterschiedlichsten Themen überzeugende visuelle Angebote zu generieren. Warum also sind Newsgames, Datenjournalismus und große Infografiken oder informative Illustrationen auch heute noch eher eine Randerscheinung im Journalismus und nicht inte-



Die syrische Flüchtlingskrise in Zahlen: Der Guardian setzt den UNHCR-Bericht zur syrischen Flüchtlingslage in einer illustrierten Animation um. So werden eher nüchterne Zahlen und Daten erfassbarer gemacht.

graler Bestandteil der täglichen Arbeit? Dass die schreibenden Journalisten nach wie vor alle wichtigen Entscheidungsebenen besetzen, wird sicherlich Auswirkungen auf Umfang und Menge der journalistischen Visualisierungen haben. Der zunehmende Druck auf die Printmedien und ihre digitalen Ableger führt dazu, dass diese Machtpositionen und Ressourcen für Text vehement verteidigt werden. Gespart wird lieber an Fotos, Grafiken und selbstverständlich auch an visuellen Innovationen.

Eine Gleichstellung der visuell und visuell-konzeptionell arbeitenden Grafiker und Illustratoren mit den schreibenden Kolleginnen und Kollegen existiert bislang in keiner mir bekannten Redaktion. Diejenigen, die sich mit visuellem Journalismus beschäftigen, befinden sich durchweg eine Hierarchieebene unter ihren schreibenden Kollegen mit vergleichbaren Aufgaben. Ihre Anzahl in der Redaktion ist zudem verschwindend gering. Die neuen Medienformate erfordern allerdings neue Arbeitsabläufe und stellen alte Hierarchien in Frage. Strukturen, die vor der Digitalisierung erfolgreich waren, sind es morgen wahrscheinlich nicht mehr.

FACHKRÄFTEMANGEL UND DRITTANBIETER

Die Produktionsprozesse für Newsgames oder aufwendige interaktive Illustrationen ähneln eher denen der Filmproduktion. Das visuelle Denken und der gezeichnete Entwurf sind hier ebenso wichtig wie die Fähigkeit, Ideen in Worte zu fassen. Die Art der Gestaltung bestimmt von Beginn an die Inhalte entscheidend mit. Um komplexe interaktive Werke in angemessener Zeit zu erstellen, müssen genügend qualifizierte Mitarbeiter vieler unterschiedlicher Spezialisierungen

eng zusammenarbeiten. Dafür fehlen den Redaktionen fast immer die Fachkräfte. Häufig werden visuelle Produkte deshalb bei Drittanbietern eingekauft. Die meisten Redaktionen können bis heute nur einen Bruchteil der Informationen selber gestalterisch aufbereiten.

In dem skizzierten Umfeld ist es schwer, Neuland im visuellen Journalismus zu betreten. Dennoch bleibt die Prognose: Newsgames, Datamining und interaktive Illustrationen wird es im Journalismus definitiv immer häufiger geben. Die digitalen Endgeräte sind dafür konzipiert und die heranwachsenden Rezipienten werden solche Angebote verstärkt suchen. Die Redaktionen müssen sich jedoch grundlegend wandeln, neue Strukturen entwickeln und anders denken, um regelmäßig entsprechende hochwertige Angebote im eigenen Haus entwickeln zu können. ■

Weiterführende Links:

- ▶ <http://www.bayreporta.com/newsgame-directory/>
- ▶ <http://bit.ly/1isEosF>
- ▶ <http://bit.ly/1jbnU2X>
- ▶ <https://gamethenews.net/index.php/endgame-syria/>
- ▶ <http://prism.thegoodevil.com/#>



Professor Reinhard Schulz-Schaeffer lehrt an der HAW Hamburg Informativ Illustration und Visuelle Publizistik – Visual Journalism. 2012 wirkte er als Artdirektor am Projekt »50 Jahre Spiegel-Affäre multimedial« mit.

TEXT RAUS, BILD REIN – INFOGRAFIK BEI DER ZEIT

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte – der Satz ist ein bisschen abgegriffen. Im Ressort Wissen der *Zeit* stellte sich vor fünf Jahren ganz konkret die Frage, ob eine große Grafik mehr als 1.000, ja sogar mehr als die über 1.500 Wörter sagt, die normalerweise auf eine der großformatigen Seiten passen. Wir haben damals eine wöchentliche Infografik-Seite eingeführt und dafür einen großen Text aus dem Blatt geworfen. Im Rückblick kann man sagen: Das Experiment ist gelungen. Es gibt keine Abo-Kündigungen wegen der Infografikseite, offenbar haben auch die konservativen *Zeit*-Leser (und -Redakteure) akzeptiert, dass große Infografiken bei der Erklärung komplexer Zusammenhänge eine wichtige Funktion haben können.

Was kann Infografik leisten? Es beginnt mit der einfachen Darstellung von Größenordnungen. Der Zeitungsleser wird heute auf jeder Seite bombardiert mit Zahlen, oft mühsam recherchiert, die für ihn aber kaum konkret begreifbar sind. Als die *Zeit*-Leser abstimmen sollten, welche der ersten 100 Grafikseiten ihnen am besten gefallen haben, gewann eine genial einfache – und inzwischen hundertfach kopierte – Grafik von David McCandless (siehe Abb.), der unterschiedliche Geldbeträge, von den Kosten des Irakkriegs über das Vermögen der Albrecht-Brüder bis zum Bildungsbudget des Bundes, als simple Rechtecke visualisierte.

Diese Grafik straft auch die Vorstellung Lügen, dass eine simple Darstellung von Fakten die Welt objektiv abbilde. Sicher, die Fakten müssen stimmen, aber durch die Auswahl der Fakten und ihre geschickte Gegenüberstellung kann der Autor einen Kommentar zur Situation der Welt abgeben.

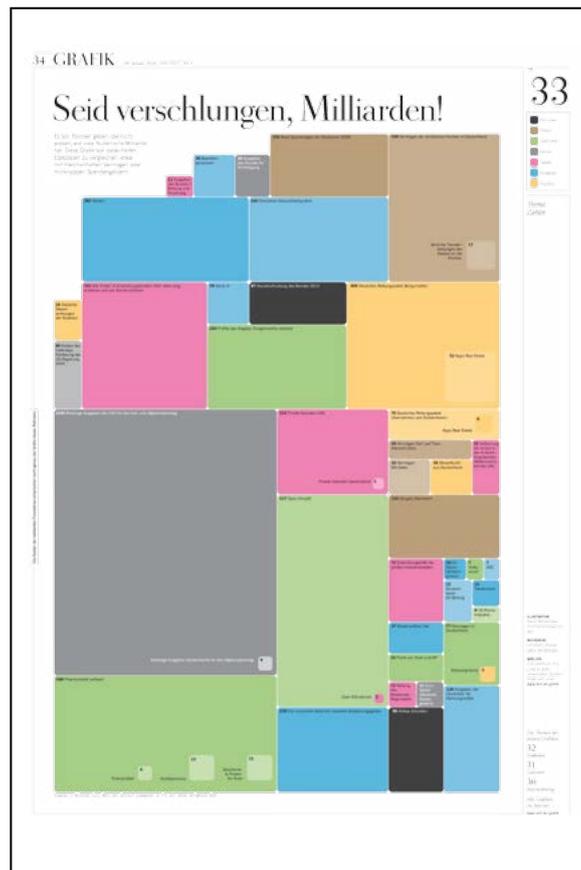
Eine große Stärke der Grafik ist es, dass sie nicht linear ist, sondern mindestens zwei, oft dreidimensional, und wenn sie für Web und Tablet animiert wird, gewinnt sie noch die vierte Dimension

Zeit dazu. Ein einfaches Flussdiagramm mit ein paar Verzweigungen, das – um ein Beispiel aus der *Zeit* zu nennen – beschreibt, welche Produkte man aus Milch herstellen kann, wäre als linearer Text unlesbar. Die Grafik dagegen schreibt dem Leser nicht vor, in welcher Reihenfolge er die angebotenen Informationswege abzuschreiten hat. Er kann sich dazu entscheiden, sich die Abteilung Joghurt ganz zu sparen und sich auf die Käsesorten zu konzentrieren. Beim Text dagegen muss der Leser dem Autor vom Anfang bis zum Ende folgen. Im Idealfall tut er das mit Gewinn, in der Realität werden viele Artikel aber nur halb gelesen.

Neben der Zeitdimension ist die Interaktivität die zweite Erweiterung, die das Netz der Infografik bietet. Der Leser kann auf eigene Faust sehr tief in die Materie einsteigen. Auch hier wieder ein Beispiel: Als der Grünen-Bundestagsabgeordnete Malte Spitz 2011 seine per Vorratsdatenspeicherung gesammelten Telekommunikationsdaten öffentlich machte, konnte die gedruckte *Zeit* einen Tag im Leben des Politikers grafisch präsentieren; *Zeit Online* dagegen stellte den gesamten Datensatz ins Netz, der Nutzer konnte in die Rolle des Datenschnüfflers schlüpfen und den Abgeordneten ein halbes Jahr

lang verfolgen – so wurde der potenzielle Missbrauch der Daten viel handgreiflicher. Längst wird David McCandless' Art, Milliardenbeträge zu visualisieren, dazu genutzt, komplette nationale Haushalte ins Netz zu stellen; der Nutzer kann nun in das Budget jedes einzelnen Ressorts einsteigen und die Daten auf eigene Faust erforschen. Und wenn man den Leser dann noch einbindet, wie es etwa der *Guardian* bei den Spesenabrechnungen der britischen Unterhausabgeordneten tat, dann wird Grafik zum Recherche- und zum Kontrollinstrument in der modernen Demokratie.

Christoph Drösser

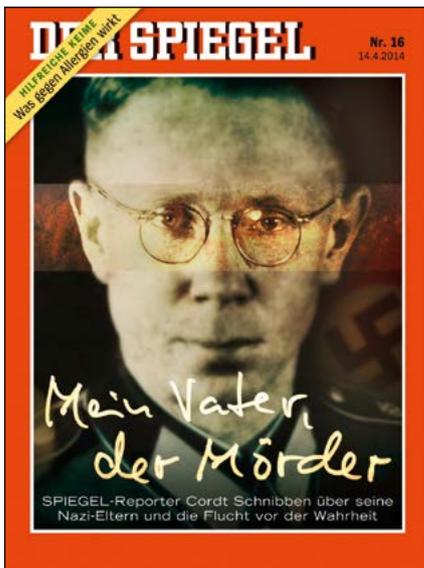


ANIMIerte ERINNERUNG

In der Multi-Story »Mein Vater, ein Werwolf« verarbeitet Spiegel-Reporter Cordt Schnibben die Geschichte seines Nazi-Vaters. Im Interview erklären Schnibben und die Gestalterin Elsa Hundertmark, wie aus Akten ein Storyboard entsteht und warum ihr digitales Storytelling den User in eine aktive Rolle bringt.

Unter der Schlagzeile »Mein Vater, der Mörder« zeigt der *Spiegel* im April auf seinem Cover das Gesicht von Oberleutnant Georg Schnibben. In seiner Titelgeschichte schreibt der *Spiegel*-Reporter Cordt Schnibben darüber, wie sein Vater 1945 an der Ermordung eines niedersächsischen Bauern beteiligt war, der sich in der Öffentlichkeit skeptisch über Hitler und das »Dritte Reich« geäußert hatte. Kurz vor Ende des Krieges gehörte Georg Schnibben zu den sogenannten »Werwölfen«. Die freiwillige Kampfgruppe fanatischer Nazis machte Jagd auf kriegsmüde Deutsche. Auch seine Frau Elfriede gehörte zu der Gruppe. Sie starb, als ihr Sohn zwölf Jahre alt war.

Parallel zum gedruckten *Spiegel* erzählt Cordt Schnibben die Geschichte seiner Eltern in Form einer Multi-Story auf *Spiegel Online*: Szenen aus der Kriegszeit und der Gefangenschaft des Vaters werden dort im Stil eines Motion Comics inszeniert, durch die der User per Mouserad scrollen kann. Kapitel für Kapitel bewegen sich die gezeichneten Figuren durch die damaligen Orte des Geschehens. Der User sieht Georg Schnibben dabei zu, wie er den Mord mit anderen Nazis plant, wie er im Gefängnis sitzt und vor Gericht aussagt. Die Szenen rekonstruierte der Journalist Schnibben auf der Basis von Informationen, die er in Vernehmungsprotokollen, Gerichtsakten und Briefen fand. Radioausschnitte aus den 1940er Jahren, Fotos, Videos und Musik komplettieren das digitale Storytelling.



Screenshots: (li. und re.): spiegel.de
Cover: Spiegel

Message: Die Titelgeschichte »Mein Vater, der Mörder« im Spiegel war sehr persönlich angelegt. Sie breiten Ihre Familiengeschichte bis in alle unangenehmen Details aus und legen selbst Ihre eigenen antisemitischen Affekte, die Sie zu kontrollieren gelernt haben, offen. In Videos sieht man Cordt Schnibben, der auf der Fahrt in seinem Mercedes Roadster über seinen Vater spricht. Warum diese Selbstinszenierung?

Schnibben: Mir war klar, dass ich nicht nur als Ankläger auftreten kann. Diese Haltung wäre einfach zu billig. Mir ging es auch darum, dass ich in meinem Verhalten meinem Vater gegenüber ein Teil dieses Schweigens war. Das ist für viele meiner Freunde und Altersgenossen eine typische Haltung – wir waren damals sehr engagiert in der theoretischen Auseinandersetzung mit dem Faschismus, und wir haben uns für den aktuellen Faschismus interessiert, den wir zum Beispiel in Chile sahen. Wir sind aber der Frage ausgewichen, was in unseren eigenen Familien gewesen ist. Das muss ich im Zuge dieser Geschichte mit aufarbeiten, sonst wäre ich als Autor unglaubwürdig. Deshalb musste es ein sehr persönlicher Text werden.

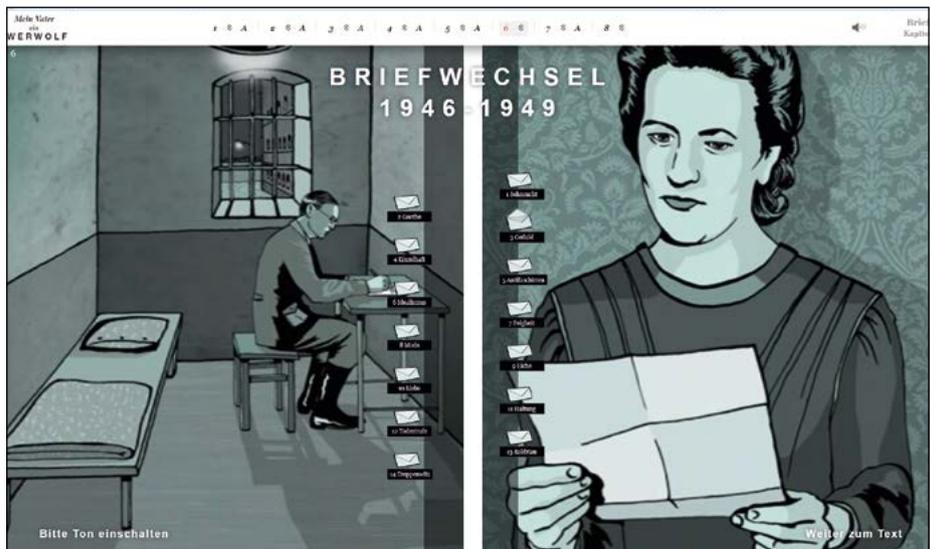
Frau Hundertmark, neben Dokumenten basiert die Geschichte auf persönlichen, emotionalen Erinnerungen von Cordt Schnibben. Wie setzt man die als Gestalterin in Szene?

Hundertmark: Aus gestalterischer Sicht war das der absolute Knackpunkt des ganzen Projekts. Wir hatten keine aufregenden Bilder, nur alte Akten. Zunächst haben wir uns zusammengesetzt, und Cordt hat seine persönliche Geschichte erzählt. Dann haben wir die Massen von Akten gelesen und sortiert, um uns eine bildliche Vorstellung zu machen und daraus eine Bildwelt schaffen. Das Storyboard der Geschichte ist aus diesen Akten heraus geschrieben. Weil einer wahren Geschichte Respekt gezollt werden muss und das Thema sehr persönlich ist, wollten wir die Darstellung sehr dezent halten. Da sollte kein Comic entstehen.

Schnibben: An sich ist das Thema ja nicht optisch. Daher haben wir uns entschieden, es auch in Form von Zeichnungen optisch konsumierbar zu machen.

Herr Schnibben, wie nah kommt die Figur, die durch diese Gestaltung entstanden ist, dem Bild, das Sie von Ihrem Vater hatten?

Schnibben: Genau das ist die große Erschütterung. Ich habe da jemanden kennengelernt, den ich eigentlich gar nicht kannte. Ob ich ihm gerecht geworden bin, darüber muss ich mir noch klar werden. Bei dieser Frage muss ich unterscheiden zwischen Sohn und Journalist. Ich glaube, dass ich als Journalist dem gerecht geworden bin, was mir zugänglich war. Ich bin fair mit ihm umgegangen, habe auch Aspekte gesucht, die ihn entlasten. Bei dem Bild, das ich dadurch als Sohn von meinem Vater gewonnen habe, kann ich selbst nicht beurteilen, ob ich ihm in seiner Vaterfunktion gerecht geworden bin. Mein Vater ist ja leider tot. Er würde die Dinge sicher anders sehen.



Aus dem Gefängnis schickte Georg Schnibben Briefe an seine Frau Elfriede (genannt Kuhle). Im sechsten Kapitel der Multi-Story kann sich der User einige Briefe der Eheleute aus den Jahren 1946 bis 1949 von professionellen Sprechern vorlesen lassen. Schnibben drohte damals lebenslange Haft. Vor der Gerichtsverhandlung schrieb er seiner Frau: »Meine stürmisch geliebte Kuhle, meine tapfere kleine Frau! Verheißungsvoll bahnt sich der heutige Höhepunkt meines Gefangenendaseins an. Heller Sonnenschein, blauer Himmel – wie geschaffen für uns.« Elfriede antwortet: »Mein lieber Schorsch, eigentlich bist du zu bedauern, dass du mit mir verheiratet bist. Ich möchte mich nicht zur Frau haben, so wenig ehebegeistert, wie ich bin.«

Ihre journalistische Fairness gegenüber den Eltern zeigt sich an den Briefzitate, die sehr künstlerisch gelesen werden. Als User kann man davon fast unangenehm berührt sein. Wir erleben zwei Menschen, die sich offenkundig lieben,

◀ Am 14. April 1945 töteten die Werwölfe um Georg Schnibben einen Bauern. Auf den Tag genau 69 Jahre später erscheint die Titelgeschichte im Spiegel, parallel geht die Multi-Story online.



Elsa Hundertmark studierte Gestaltung an der Hamburger Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Sie ist als freie Mitarbeiterin beim *Spiegel* beschäftigt und gestaltet dort unter anderem Multi-Stories wie »Mein Vater ein Werwolf« und »Der grüne Virus« über Werder Bremen.

Cordt Schnibben leitete bis 2013 das Gesellschaftsressort beim *Spiegel*. Mittlerweile ist er dort als Reporter tätig, gleichzeitig entwickelt er neue Storytelling-Formate und kümmert sich um die digitale Weiterentwicklung des *Spiegel*.



sich wertschätzen und sich engagieren wollen – aber leider für das Falsche.

Schnibben: Ja, da wurde es auch für mich richtig spannend. Ich habe zum Beispiel bei feministischen Äußerungen in den Briefen meiner Mutter gedacht: Wow, das BDM-Mädchen, das eigentlich durch die Nazis indoktriniert ist, ist mir in diesem Punkt ziemlich nahe. Da habe ich eine Frau gesehen, die ich heute als Mutter sehr schätzen würde. Das wollten wir mittransportieren: Sie sind eben nicht nur Nazis. So wird bei meinem Vater eine Persönlichkeit sichtbar, die nicht nur daraus besteht, dass er einen Bauern umgebracht hat. Er verkörpert auch Dinge, die ich an ihm mag. Solche Figuren, die »differenzierten Nazis«, findet man nie in der Aufarbeitung in Romanen und Spielfilmen über die Nazizeit. Dort sehen wir immer Karikaturen. Der Nazi, der da vorkommt, ist immer erkennbar als Monster oder als Fanatiker. Er hat immer etwas Unmenschliches.

Die Dialoge der Soldaten stellen Sie als wörtliche Zitate in Sprechblasen dar. Woher wissen Sie so genau, was damals gesagt wurde? Oder gehört das zur dichterischen Freiheit?

Schnibben: Da ist nichts dichterisch, das sind alles Originalzitate aus den Vernehmungsprotokollen. Um einen Comic-Charakter zu vermeiden, war mir wichtig, dass wir keine Dialoge erfinden.

Sie zwingen den User in eine aktive Rolle: Er muss Videos anklicken, den Ton anstellen, sich durch die Geschichte scrollen. Haben Sie keine Angst, den Leser, der passive Rezeption gewohnt ist, zu überfordern?

Hundertmark: Wir wollten auf keinen Fall, dass man nur einen Play-Button drücken muss, und dann wird die Geschichte heruntererzählt. Cordt Schnibben musste sich auch durch die Akten wühlen und Informationen über seine El-

tern anlesen. Wir wollten, dass sich der User die Geschichte genauso erarbeiten muss. Außerdem war uns wichtig, dass jeder in seinem eigenen Tempo durchscrollen und auswählen kann, ob er in die Originalakten sehen oder lieber Liebesbriefe vorgelesen bekommen will.

Schnibben: Im Internet haben wir es mit einem sehr sprunghaften Leser zu tun, weil das nächste Katzenvideo immer nur einen Klick entfernt ist. Darum glaube ich, dass man gerade bei langen Geschichten eine Erzählform wählen muss, die dieses Bedürfnis nach Betätigung aufnimmt. Wir setzen voraus, dass der Leser bereit ist, sich zu beteiligen. Man muss eine Dramaturgie entwickeln, die die Balance hält zwischen einer autoritären und einer antiautoritären Erzählweise. Es gibt den Leser, der sagt: Ich möchte mal die Sprache dieser Richter sehen, ich möchte wissen, wie sich die Angeklagten verteidigt haben. Und dann gibt es den Leser, der nicht genau weiß, wer Goebbels ist, und das nachschlagen möchte.

Solche Multi-Stories müssen in Teamarbeit entstehen. Wie läuft die Zusammenarbeit von Grafikern, Autoren, Illustratoren und Gestaltern?

Schnibben: Ich finde die Arbeit an so einem Webformat mittlerweile viel spannender, als einen Artikel zu schreiben. Aber ich ertappe mich immer noch dabei, dass ich zu getrennt denke: Hier ist mein Text, und dann kommen da noch ein paar Grafiken und Videos dazu. Dann kommt jemand wie Elsa Hundertmark und sagt: Wir müssen das gleich zusammenbringen und eine Form entwickeln, die nicht alles nebeneinander stehen lässt, sondern die verschiedenen Elemente so integriert, dass sie zu einem Ganzen werden.

Hundertmark: Dafür sitzen wir mit vielen unterschiedlichen Leuten am Tisch. Da ist der Journalist, der darauf pocht, dass der Inhalt klar im Vordergrund steht. Gleichzeitig liefern die Gestalter erst nur visuelle Gedanken. Dazu kommen die Programmierer, die auch noch den technischen Cut setzen. Das alles muss zusammenfließen. Jeder hat natürlich seine eigene Sicht auf die Dinge.

Schnibben: Ich glaube, in Zukunft muss der Autor den Gestalter und den Programmierer schon früh in den Entstehungsprozess einer Geschichte mit einbeziehen. Auch bei *Spiegel Online* ist da im Moment das Nadelöhr, weil die Mannschaftsstärke noch nicht genügend auf Programmierung solcher Sonderformate eingestellt ist. Eigentlich müsste man da aufstocken, damit man all das, was an Ideen entsteht, auch in entsprechender Geschwindigkeit umsetzen kann.

Visual Journalism, digitales Storytelling – woher kommt das starke Interesse daran?

Schnibben: Dass dieses Format des digitalen Storytelling so boomt, liegt natürlich auch daran, dass alle Websites einen Weg suchen, wie sie den digitalen Journalismus finanzieren können. Werbeerlöse reichen nicht, das wissen inzwischen alle. Und daher müssen wir den Leser dazu bewegen, zu sagen: Okay, dafür bezahle ich. Uns allen ist klar: Wir werden zusätzliche Erlöse nur im digitalen Journalismus finden. Und darum suchen wir da nach einer Darstellungsform, für die der Leser bezahlt. Neben allem journalistischen Ehrgeiz steckt also ein ganz klares Kalkül dahinter, nämlich irgendwann dafür Geld zu bekommen.

Ihre Multi-Story schenkt dem User über eine halbe Stunde Qualitätsjournalismus, ohne ihn mit Werbung zu belästigen. Ist so etwas gar nicht zu vermarkten?

Schnibben: Ich glaube, dass es zunehmend dazu kommen wird, dass solche Geschichten von Firmen gesponsert werden. In den USA sehen wir solche Entwicklungen, die wir uns in Deutschland noch gar nicht vorstellen können. Die amerikanischen Kollegen sind da ziemlich skrupellos. Auf der Social Media Week in New York hat die Social-Media-Chefin der *New York Times* gesagt, sie könne sich vorstellen, dass in fünf Jahren jeder fünfte Artikel auf der Website der *NYT* gesponsert wird. Das wird in Deutschland so nicht kommen. Hier wird klassische Werbung dominieren.

Vom Markt zurück zur Machart: Mit dem »Grünen Virus« haben Sie eine weitere Multi-Story produziert, in der Sie den Zerfall von Werder Bremen in Text, Bild und Video darstellen. Dort zeichnen sich Kurven von Geisterhand in Diagramme, und während man noch den Text liest, drängen zitternde Playbuttons darauf, Videos zu starten. Rezeption

in der Zerstreuung, frei nach Walter Benjamin – können konkurrierende Elemente die Aufmerksamkeit mancher Rezipienten überfordern? Oder ist das so gewollt?

Hundertmark: Während wir sonst Raum hatten, den Leser ruhig einzubetten, ist »Der Grüne Virus« in dem schmalen Produktionsrahmen von *Spiegel Online* entstanden. Wir hatten eine viel kleinere Spielfläche und wollten trotzdem viele Informationen unterbringen. Dann muss man damit zurechtkommen, dass dem User Sachen entgegenblenden und er vieles auf einmal bekommt. Er wird nicht durch mehrere Ebenen durchgeführt, sondern es gibt eben nur diese eine Plattform, die Bühne, auf der sich alles abspielt.

Schnibben: In den Grafiken und in der Art, wie sie sich aufbauen, ist schon eine Hierarchie der Form enthalten. Beim modernen Erzählen ist die Hierarchie der Elemente sehr wichtig. Und es ist wichtig, dass diese Elemente miteinander sprechen und sich nicht doppeln. Es muss klar sein, was dominiert – ob Fotos, Text oder Video.

In Ihrem Labor entwickeln Sie neue multimodulare Darstellungsweisen. Gibt es schon ein Stylebook, um die Elemente zu beschreiben? Damit Ihre Kollegen im Haus das kopieren und wieder weiterentwickeln können?

Schnibben: Vor einem Jahr habe ich mich als *Spiegel*-Ressortleiter verabschiedet, weil ich dachte: Wir müssen Brücken in die digitale Zukunft bauen, jetzt brauchen wir etwas Neues. Wir haben entschieden, dass wir zunächst kleine Projekte ausprobieren. Der neue Chefredakteur Wolfgang Büchner hat ein Storylab initiiert, in dem Leute von *Spiegel*, *Spiegel Online* und *Spiegel TV* neue Erzählformen entwickeln. Bei Werder ging es um Tempo: Wir wollten innerhalb einer Woche aus einer Idee eine Erzählung machen. Zur Fußball-Weltmeisterschaft produzierten wir eine optisch reduzierte Geschichte über die brasilianische Nationalmannschaft. Das ist noch einmal ein kleiner Versuch: Was passiert eigentlich, wenn wir uns nur auf den Text konzentrieren, einen sehr, sehr langen Text – wie kommt das an? Wie wirkt das? Eine Flüchtlingsgeschichte aus Syrien haben wir neulich nur als Foto-Slideshow gemacht. Im nächsten Projekt werden wir sehr stark auf Bewegtbild setzen. So sammelt man immer mehr gestalterische Erfahrung. Mit jedem Projekt haben wir uns eine andere Aufgabe gestellt. Jetzt sind wir in einer Phase, in der wir das alles zusammenstellen. Ich habe zehn Erzählweisen des digitalen Storytelling systematisiert. Im nächsten halben Jahr werden wir Tools anlegen. Und daraus soll tatsächlich ein Instrumentenkasten erwachsen. ■

Das Interview führten Message-Redakteurin Kathrin Breer und Message-Herausgeber Volker Lilienthal.

WELT(V)ERKLÄRER

von Filiz Erkal

Dokumentarische Comics und grafische Reportage liefern mehr als triviale Fiktion. In anderen Ländern haben sich diese Genres etabliert. Im deutschsprachigen Raum steht diese Entwicklung noch am Anfang.

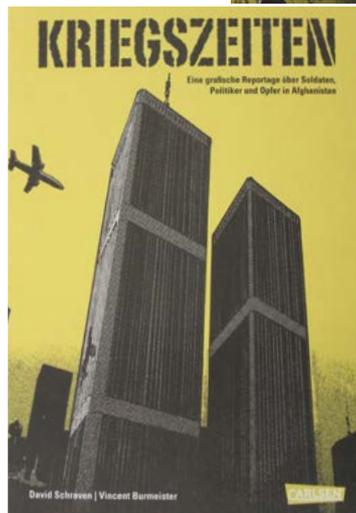
Hierzulande setzen sich der dokumentarische Comic und die grafische Reportage im Vergleich zu anderen Ländern nur langsam durch. Auf populärkulturelle Unterhaltung lassen sich diese journalistischen Genres nicht mehr so einfach reduzieren oder gar disqualifizieren. Sie sind weit mehr als Kinderkram, fernab von Entenhausen und den Superhelden der Marvel-Comics.

Warum aber begegnen viele große Medienunternehmen und Zeitungsverlage den gar nicht mehr so neuen Entwicklungen rund um den grafischen Journalismus dann immer noch skeptisch? Der stellvertretende Feuilletonchef der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* Andreas Platthaus kommentiert in einem Essay: »Deutschland ist eine verspätete Comic-Nation.« Die eigentliche Musik spielt anderswo. Dennoch: Auch in Deutschland tut sich etwas. Gerade wenn es für Journalisten schwierig wird, über schwer zugängliche Orte, Konflikte oder über abstrakte gesellschaftsproblematische Themen zu recherchieren, kann grafischer Journalismus bisher kaum genutzte Möglichkeiten bieten.

»AFGHANISTAN-LEAKS«

Ein Beispiel: Im deutschsprachigen Raum gehört der ehemalige Leiter des Investigativ-Ressorts der *Westdeutschen Allgemeinen Zeitung*, David Schraven, zu denjenigen, die die Illustration als ein probates journalistisches Stilmittel ansehen und es nutzen, um Inhalte zu transportieren. Sein letztes

journalistisches Comic-Album fußt auf der Veröffentlichung der »Afghanistan-Papiere« über den umstrittenen Bundeswehreininsatz am Hindukusch. Schraven erkannte in den Dokumenten die Gelegenheit, gemeinsam mit dem Hamburger Zeichner Vincent Burmeister einen Sach-Comic herauszubringen. »Kriegszeiten – eine grafische Reportage



über Soldaten, Politiker und Opfer in Afghanistan« nennt sich das Buch. Die 128 Seiten Text- und Bildergeschichten sind in schwarz-rot-goldenen Farbtönen gehalten. Als Initialzündung dienten die Ereignisse von »9/11«. Ausgangsfrage der Recherche war: Was bedeutet Krieg für Deutschland?

Ein brisantes Thema, von dem es kaum reale Bilder gibt, obwohl der Afghanistankrieg an sich der fotografisch am besten dokumentierte sei, meint Schraven. Der Gedanke: Wo Bilderarmut oder eine falsche Verengung durch inhaltlich monotone Bilderflut herrscht, kann die Zeichenkunst, das Comic-Handwerk, die Lücke füllen. »Der Afghanistankrieg ist auch ein Krieg der Bilder und der Sprache«, schreibt Schraven im Nachwort. Seine nächste visuell-journalistische Kollaboration steht bereits an. Die Rudolf-Augstein-Stiftung finanziert ihm und dem Zeichner Jan Feindt das grafische Investigativ-Projekt »Terror vom rechten Rand«. Dieses Mal geht es um Strukturen des gewaltbereiten Nazi-Milieus in Europa. Mit Dokumenten und Insider-Interviews sollen rechtsradikale Machenschaften rekonstruiert werden. Um Rekonstruktion weit zurückliegender Ereignisse geht es auch in dem multimedialen Storytelling-Projekt »Werwolf« von Cordt Schnibben (dazu mehr im Interview ab Seite 16).

IM ALLEINGANG ODER KOLLABORATIV

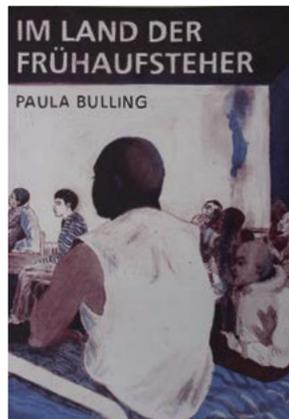
Neben anerkannten Comic-Autorinnen wie Ulli Lust, Isabel Kreitz und Barbara Yelin zählt auch Paula Bulling zu den erfolgreichen Zeichnerinnen hierzulande. Mit ihrem Erstlingswerk »Im Land der Frühaufsteher« machte sie sich über Deutschlands Grenzen hinweg einen Namen. In ihrer 125 Seiten langen grafischen Reportage zeichnet Bulling das reale Leben von Asylsuchenden in Sachsen-Anhalt nach – auf Grundlage eigener Beobachtungen, Interviews und Recherchen zum Thema Asylpolitik. Dabei porträtiert sie feinsinnig den nicht aufgeklärten Tod des irakischen Asylsuchenden Azad Hadji im Jahr 2009 und die Lebensbedingungen in einem mittlerweile geschlossenen Asylbewerberheim in Möhlau.

Vor ihrem dokumentarischen Comic-Debüt lieferte Bulling für das Magazin der *Süddeutschen Zeitung* die Illustrationen

▲ In ihrer Reportage »Im Land der Frühaufsteher« zeigt Paula Bulling das Leben Asylsuchender in Sachsen-Anhalt.

◀ In »Kriegszeiten« (2012) dokumentieren Autor Schraven und Illustrator Burmester die Geschichte des Bundeswehreinsetzes in Afghanistan.

zur Reportage »Der letzte Fall« von Malte Herwig. Der Comic-Strip handelt von Erich Priebeke, einem NS-Kriegsverbrecher, der seinen Lebensabend unter gelockertem Hausarrest in Rom verbrachte und Ende 2013 verstarb. 100 Jahre wurde der ehemalige SS-Offizier alt und hat bis



zuletzt keine Verantwortung übernehmen wollen für die NS-Menschheitsverbrechen, nie eingestanden, selbst ein Teil der Tötungsmaschinerie gewesen zu sein.

IN KOOPERATION MIT BILDUNGSTRÄGERN

Bereits 1996 nahm sich die preisgekrönte Zeichnerin Isabel Kreitz des Themas Nationalsozialismus und Vergangenheitsbewältigung an. In Kooperation mit der Landeszentrale für politische Bildung erschien ihr Infocomic »Unter uns«.

Unzweifelhaft zählt auch Barbara Yelin zu den deutschen Comic-Autorinnen, die es zu internationalem Ruhm gebracht haben. So zeichnete sie für das Beilagenmagazin *Quintessence* des Verlags Condé Nast eine Illustration zum Thema Meinungsfreiheit. Die vierseitige Bilder-Kolumne spielt im Ägypten des Jahres 2011 und trägt den Titel »Superhelden«. Zuvor ging Yelin eine Kooperation mit dem Goethe-Institut Kairo ein, um mit ägyptischen Comic-Zeichnern einen Workshop zum Thema »Revolution Comics« zu veranstalten.

In einer gezeichneten Dokumentation fasst sie ihre eigenen »oftmals kleinen Beobachtungen«, wie Yelin selbst sagt, über den Alltag zusammen. Das »Comic-Reisejournal Kairo« ist das Ergebnis ihres fünfwöchigen Aufenthaltes in der ägyptischen Hauptstadt 2011, kurz vor den Wahlen und den erneuten Protestwellen rund um den Tahrir-Platz.

CROWDFUNDING- UND NGO-FINANZIERT

Zu den interessanten Entwicklungen in den USA zählt *Symbolia*, gegründet von der Journalistin Erin Polgreen Anfang 2012. Das Reportage-Magazin ist das erste seiner Art,

das seine monothematischen Strecken comic-journalistisch aufbereitet und als Web-only vertreibt. Das Tablet-Magazin kommt alle zwei Monate heraus, proklamiertes Ziel ist es, bald monatlich zu erscheinen. Polgreen will Grafik-Journalisten nicht nur eine Plattform bieten; neben Anzeigen soll auch



Crowdfunding faire Honorierungen ermöglichen. Mit einer Ausgabe rund um das Thema Weltall feierten die Magazinmacherinnen, Chefredakteurin Polgreen und Art-Direktorin Joyce Rice, in diesem Jahr das einjährige Bestehen ihres Magazins für Reportage-Comics.

In der Erstausgabe ging es um die Frage »How we survive?«. Alle fünf Reportage- und Info-Comics handeln vom Überleben, dem Leben an sich und vom Weiterleben. Fünf Journalisten arbeiteten in Teams an den jeweiligen Themenstrecken. Die international prominenteste von ihnen ist Comic-Autorin Sarah Glidden. 2012 galt sie in den USA als die Entdeckung des Jahres. Ihr Comic-Debüt »Israel verstehen – in 60 Tagen oder weniger«, das dem Stil Hergés, dem Schöpfer von »Tim und Struppi«, nachempfunden ist, fand Beachtung und Anerkennung. Für das *Symbolia*-Magazin lieferte Glidden die Comic-Reportage »The Rollerbladers of Sulayma-

▲ Der Reporter Malte Herwig setzt die »Die 100-jährige Kriegsreporterin Clare Hollingworth« als Cartoonage in Szene.

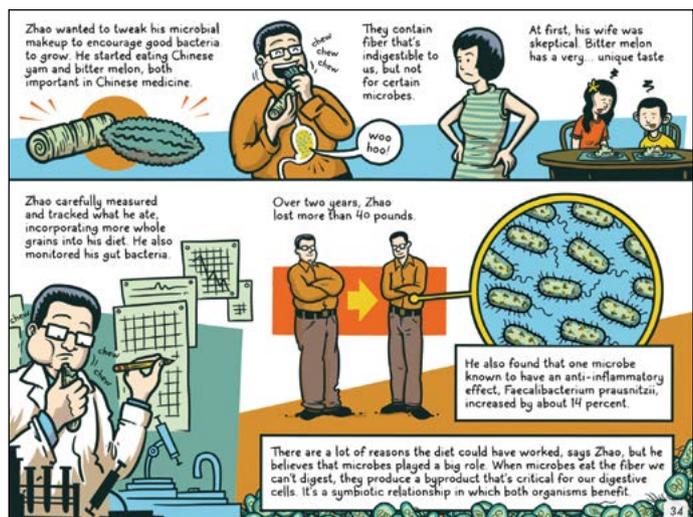
►► Der Artikel »Live long, die quick« aus dem *Symbolia Magazine* vermittelt wissenschaftsjournalistischen Inhalt.

niyah«. In ihrer Reisereportage zeichnet sie ihre Erfahrungen, Interviews und Recherchen im kurdisch besiedelten Nordirak nach.

Ein weiterer Name darf an dieser Stelle nicht unerwähnt bleiben: der des britischen Journalisten Dan Archer. Von 2010 bis 2011 war er als Knight Fellow Stipendiat an der Stanford University und trägt spätestens seitdem dazu bei, grafischen Journalismus als einen gangbaren, legitimen und innovativen Weg zu etablieren, um von wahren Geschichten zu berichten. Sein Hauptaugenmerk liegt auf Menschenrechtsverletzungen. Um Menschenhandel in Nepal ging es beispielsweise auch in seinem letzten investigativen Projekt, das er in Kooperation mit der Menschenrechtsorganisation Save The Children realisierte. 2012 veröffentlichte Archer seine Rechercheergebnisse in Form eines gedruckten Reportage-Comics sowie als Webcomic, finanziert durch Crowdfunding. Abnehmer für seine comic-journalistischen Beiträge sind beispielsweise der *Guardian* oder das Poynter Institute.

ERPROBT FÜR DIE LANGE FORM

Zu den international erfolgreichsten sowie angesagtesten Comic-Autoren gehören auch die Zeichner Guy Delisle und Igor Tuveri alias »Igor«. Der Italiener Tuveri arbeitete bereits in den 1990ern für einen japanischen Verlag und gilt als der zeitgenössische Grandseigneur der nicht-fiktionalen grafischen Reportage. International vielfach Anerkennung fand seine zweibändige Comic-Reportage »Berichte aus Russland. Der vergessene Krieg im Kaukasus«. Auslöser für sein aktuelles Werk war die Ermordung der russischen Journalistin Anna Politkowskaja. Tuveri begibt sich in seinem zweiten Band, welcher dem ersten Teil »Berichte aus der Ukraine« folgte, auf die Spuren der Menschenrechtsaktivistin, die für ihre Arbeit mit dem Leben zahlen musste.



Quellen: Malte Herwig (oben), symboliamag.com (unten)



Comic-Autor Tuveri begibt sich auf die Spuren von Anna Politkowskaja und zeichnet die Geiselnahme im Moskauer Dubrowka-Theater, bei der die Journalistin vermitteln sollte.

Igort porträtiert Anna Politkowskaja und zeichnet gleichzeitig ein Besorgnis erregendes Bild des heutigen Russlands. Dabei stützt er sich auf Interviews mit Soldaten, die in Tschetschenien stationiert waren, Gerichtsakten von Folteropfern sowie Gespräche mit Freunden Politkowskajas.



ZWISCHEN EUPHORIE UND SKEPSIS

Das Genre des Comics entledigt sich zunehmend des vermeintlich trivialen Images. Dabei verhandelt grafischer Journalismus dieselben Sujets, die sich auch für Enthüllungs-, Meinungs- oder dokumentarischen Journalismus eignen. Das Genre Comic als Darstellungsmittel für journalistische Inhalte ist lediglich hierzulande noch nicht hinreichend etabliert, um institutionalisiert zu werden. Aber auch an dieser Stelle tut sich was: Die Akademie für Publizistik und die Hamburger Hochschule für Angewandte Wissenschaften gründeten einen interdisziplinären Studiengang – die Visuelle Publizistik, die sich an gestaltende, schreibende sowie produzierende Medienmacher richtet. Selbsteranntes Ziel ist, »den Umgang mit großen Datenmengen und die visuelle Konzeption« zu lehren.

In Großbritannien wissen Programm- und Blattmacher um den Nutzen visueller Berichterstattung: *The Guardian* und die BBC beispielsweise setzen regelmäßig auf grafischen Journalismus in Form einer gezeichneten Kolumne, einer Reportage, eines animierten Comics oder einer ausgeklügelten interaktiven Infografik. In den deutschsprachigen

Medien sind es *Die Zeit* (dazu mehr von Christoph Drösser auf Seite 15) oder *Le Monde Diplomatique*, die ganzseitige, nutzwertige Infografiken, illustrierte Reportagen und Kommentare veröffentlichen.

ZEICHENSETZER ODER WORTVERDREHER

Verwunderung und Skepsis sind nach wie vor präsent. Der Vorwurf: Comic sei fiktiv und nicht objektiv. Besonders prekär ist es, wenn diese Kritik auf politische Reportage- oder dokumentarische Comics zielt. Denn grafische Reportagen oder dokumentarische Comics müssen ebenso wenig wie klassische Reisereportagen oder Kommentare einem Objektivitätsdogma folgen. Eine ähnliche Diskussion um ein artverwandtes Genre, die »Motion Comics« beziehungsweise Animationen im Dokumentarischen betrifft, ist voll im Gange – so auch auf einer Podiumsdiskussion bei der Netzwerk-Recherche-Fachkonferenz 2013 in Köln. Dort wurden die Fragen diskutiert, wo die Grenzen der Inszenierung im Dokumentarfilm verlaufen und wie weit Filmemacher diese Grenze überschreiten können, ohne sich den Vorwurf gefallen lassen zu müssen, Inszeniertes als dokumentarisch auszugeben. Der angesehene Dokumentarfilmer Stephan Lamby sprach sich für Transparenz aus – fiktive Fragmente müssten zu erkennen sein.

Gerade in der medialen Umbruchphase, in der wir uns momentan befinden, tun progressive Redaktionen gut daran, auch diese Entwicklungen im Auge zu behalten. Dazu zählt beispielsweise der »Kraut-Cartoon« – eine Comic-Kolumne, die Richard Gutjahr für die Plattform Krautreporter plant. Die Idee: Einmal wöchentlich will »der preisgekrönte Multimedia-Revolutionär« (Eigenwerbung) das »Thema der Woche« zu einem Cartoon verarbeiten. Leserkommentare und Tweets sollen Ideen liefern. Wir dürfen gespannt sein. Ebenso auf das zukünftige Wissenschaftsmagazin *Substanz*, das seine Geschichten digital und multimedial inszenieren will. Es soll in der zweiten Hälfte dieses Jahres erscheinen. ■



Filiz Erkal ist Redakteurin bei Message.

🐦 @Filiz_Erkal

SUBJEKTIVITÄT ALS PRINZIP

von Andreas Platthaus

*Das Genre der Reportage-Comics boomt.
Comics haben einen Vorteil: Sie machen keinen
Hehl daraus, dass sie subjektiv sind.*

Wer von Reportage-Comics spricht, tut gut daran, sie von Reporter-Comics abzugrenzen. Letzteres Genre ist viel bekannter und viel älter, es entstand spätestens 1929, als der damals 22-jährige Belgier Georges Remi unter seinem Künstlernamen Hergé eine neue Figur für einen Comic schuf, den er für die Zeitung *Le XXe Siècle* (*Das 20. Jahrhundert*) zeichnete: »Tintin«, auf Deutsch besser bekannt als »Tim und Struppi«.

Und dieser erste bedeutende europäische Comic begann nicht mit einem Bild, sondern einem Textkasten, in dem man lesen konnte: »Um wie immer dem Leser zu dienen und ihn über aktuelle Dinge stets auf dem Laufenden zu halten, hat das 20. Jahrhundert einen seiner besten Reporter nach Sowjetrußland geschickt: Herrn Tim! Wir werden jede Woche über seine Erlebnisse und Erfahrungen berichten. PS: Die Redaktion des 20. Jahrhundert versichert, dass alle Fotos absolut authentisch sind. Tim macht sie selbst.«

FIKTION MIMT AUTHENTIZITÄT

Diese Erzählfiktion ist aus mehreren Gründen interessant. Zunächst einmal zeigt sie die damalige Popularität des Reporterberufs: Man setzte auf die Neugier der Leser, und dass Hergé damit richtig lag, zeigte sich bald, als Nachahmer-Comics wie etwa Jijés »Jojo« ihre Helden dieselbe Profession wie Tim ausüben ließen. Dann spricht der Text nicht von Zeichnungen, sondern von »Fotos«. Comics waren 1929 in Europa noch keineswegs etabliert, und die Behauptung, dass »Tintin« Lichtbilder verwende, war zwar ein leicht erkennbarer Schwindel, suggerierte aber doch einen engen Realitätsbezug. Tatsächlich war das erste Abenteuer der Serie, »Tim im Lande der Sowjets«, eine bloße Phantasmagorie, aber auch

Teil einer politischen Agenda der konservativen katholischen Zeitung *Le XXe Siècle*. Tims Aufgabe, die die Handlung vorantrieb, war die Entlarvung des kommunistischen Systems in Russland als unmenschlich und ruinös.

Schließlich ist faszinierend, dass der Einleitungstext betont, dass Tim selbst die Fotos gemacht habe. Man könnte das für den Gipfel der Dreistigkeit halten, denn ebenjener Tim ist doch auf allen Bildern des Comics zu sehen, und eine Kamera hat er niemals dabei. Doch gerade diese paradoxe Behauptung verbindet das Debüt des Reporter-Comics mit dem Debüt des Reportage-Comics – wobei gesagt sein muss, dass »Debüt« hier so gemeint ist, dass mit den jeweiligen Comics das neue Genre ins Bewusstsein einer breiteren Öffentlichkeit tritt.

GRÜNDERVÄTER SPIEGELMAN UND SACCO

Joe Sacco – damit ist der Name des Mannes gefallen, der in den 1990er Jahren ganz allein den Reportage-Comic populär machte. Wie gesagt, es gab Vorläufer, auch durchaus berühmte, nehmen wir nur Art Spiegelman, der 1992 im *New Yorker* unter dem Titel »A Jew in Rostock« über seine Reise



nach Deutschland berichtete. Spiegelmans Graphic Novel »Maus«, eine grafische Biografie über seinen Vater, gewann im selben Jahr den Pulitzer-Preis.

Zur gleichen Zeit bereiste Joe Sacco Israel und die besetzten palästinensischen Gebiete. Der auf Malta geborene Amerikaner hatte noch keinen großen Namen als Comic-Zeichner, aber das änderte sich, als 1993 ein erstes Heft unter dem Titel »Palestine – A Nation Occupied« (auf Deutsch »Palästina«) erschien, in dem er über seine Erlebnisse auf der Reise im Nahen Osten berichtete.

Vier Fortsetzungen folgten, und alle fünf Hefte wurden schon 1994 in einem preisgünstigen Sammelband nachgedruckt. Dieses Buch machte Furore, und das nicht nur in den USA und nicht nur unter Comicslesern. Grund dafür war selbstverständlich das Thema von Saccos Reportage-Comic. Israel und dessen Regiment in den besetzten Gebieten finden internationales Interesse, und eine gut recherchierte und erzählte Reportage erreicht nicht nur Spezialisten.

»Palestine« ist sehr gut recherchiert und erzählt, das wurde sofort anerkannt, auch wenn Sacco radikal subjektiv berichtete und erkennbar die Seite der Palästinenser vertrat. Doch gerade das ist nur selten gegen ihn ins Feld geführt worden – verblüffend bei dem sonst oft vergifteten Ton der Debatte über Israels Palästinenserpolitik. Der Grund dafür liegt darin, dass Sacco gar nicht erst behauptet, objektiv zu sein. Und für diese entwaffnende Strategie ist die Wahl der Form des Comics entscheidend. Denn was könnte als Darstellung individueller (und somit subjektiver) sein als Zeichnungen, die schon durch ihr Erscheinungsbild ständig die persönliche Handschrift des Reporters ausweisen? Sacco wählte zudem einen Kunstgriff, den er von Hergés Einleitungsbild zu »Tintin« abgelesen haben könnte: Er, der Reporter, tritt selbst als Hauptperson in seinem Comic auf. Immer wieder taucht Sacco also mit in den Bildern auf,

▲ In der noch jungen Geschichte des politischen Reportage-Comics gilt Joe Saccos »Palästina« als ein Meilenstein.

◀ In »Israel verstehen – in 60 Tagen oder weniger« zeichnet Comic-Autorin Sarah Glidden buchstäblich ihre Erfahrungen während ihres Israel-Aufenthalts auf.

leicht erkennbar an seiner Brille, hinter deren Gläsern man seine Augen nicht sieht, sodass er sich selbst zu einem un beobachteten Beobachter stilisiert – ein Paradox genau wie bei »Tintin«.

Auch Sacco sieht man übrigens kaum fotografieren, obwohl er das auf seinen Reportagereisen häufig tut, um später,



wenn er daheim die Geschichten zeichnet, Bildquellen zu haben. Immerhin aber trägt Joe Sacco als Comicfigur meist eine kleine Umhängetasche, in der man die Kamera vermuten darf. Beim Zeichnen sieht man ihn gleichfalls nur selten.

»Palestine« und alle weiteren Reportage-Comics von Sacco sind im Regelfall schwarz-weiß. Farbe würde das Gefühl der spontanen Aufnahme zerstören, und man darf auch die Nähe dieser Anmutung zur klassischen Reportagefotografie nicht unterschätzen. In seinen Folgebänden zum Bosnien-Krieg und zum Gazastreifen perfektionierte er sein Erzählmuster. Mittlerweile arbeitet Sacco für wichtige Zeitungen und Zeitschriften (unter anderem *The Guardian*), und seinen 2012 erschienenen Sammelband mit kürzeren Reportagen für solche Auftraggeber nannte er programmatisch einfach »Journalism«. Denn er versteht sich zwar als Comic-Zeichner, vor allem aber als Berichterstatter, und dieses Selbstbewusstsein

LEFÈVRES »DER FOTOGRAF« ALS WEGBEREITER

Dem Fotografen Didier Lefèvre, der 1986 ein Team von Ärzten ohne Grenzen durch Afghanistan begleitete, ging es vor allem um Rekonstruktion und Reflexion. Auf seiner Reise dokumentierte er den Krieg zwischen den sowjetischen Besatzern und den afghanischen Mudschaheddin, die Arbeit eines Ärzteteams und das Elend der Bevölkerung.

Als die Fotos in einem französischen Verlag als Bildband erschienen, erreichten sie lediglich ein kunstinteressiertes Publikum. Unmittelbar nach Erscheinen begann Lefèvre daher ein Konzept zu entwickeln, um eine größere Leserschaft anzusprechen, und so entstand etwa 20 Jahre nach seinem Aufenthalt in Afghanistan in Zusammenarbeit mit den Comic-Zeichnern Emmanuel Guibert und Frédéric Lemerrier aus dem Material eine dreibändige Comicversion: »Der Fotograf« (s. Abb.). Die eindrucksvollen Fotografien und Zeichnungen, Text und Bild verschmolzen miteinander. Die Zusammenarbeit des Fotografen Lefèvre mit den Comic-Zeichnern Guibert und Lemerrier eröffnete dem Re-

portage-Comic neue Wege und gilt als Paradebeispiel für eine genreübergreifende Dokumentation. Das Ergebnis: ein hybrides Genre, zu verorten zwischen Foto- und Comicreportage, das herkömmliche journalistische Darstellungsformen nicht ersetzen, aber ergänzen kann.

Jonas Engelmann



hat ihn neben seinem formalen Geschick zum Vorbild aller gegenwärtigen Reportage-Comic-Zeichner gemacht. Derer gibt es viele, und es werden immer mehr, weil das Potenzial des Comics für den subjektiven Blick auf reale Ereignisse evident ist.

FORMAL EHRLICHER JOURNALISMUS

In Frankreich nahm sich die avantgardistische Gruppe der Zeichner des Verlags L'Association des Themas an und erstellte unter anderem einen Band über eine kollektive Ägypten-Reise. Seit 2013 gibt es in Frankreich sogar ein eigenes Magazin für Comicreportagen, *La Revue Dessinée*.

In Deutschland wiederum sei die Berliner Zeichnergruppe Monogatari hervorgehoben, deren Mitglieder an dem 2005 entstandenen deutsch-israelischen Gemeinschaftsprojekt »Cargo« beteiligt waren, für das sechs Zeichner aus dem jeweils anderen Land berichteten.

Aus den jüngsten einheimischen Publikationen seien nur Olivier Kuglers »Mit dem Elefantendoktor in Laos« und Sebastian Lörchers »Making Friends in Bangalore« genannt – nicht des jeweils fernöstlichen Sujets wegen, sondern weil beide Reporter neue zeichnerische Ausdrucksmittel für die Darstellung ihrer selbst als Beobachter gefunden haben. Sie

sind selbst nicht mehr als Figuren im Bild und doch dadurch immer präsent, dass radikal ihre persönlichen Blickwinkel (wörtlich verstanden!) eingenommen werden.

Zeichner, Journalisten oder beide in Personalunion aus aller Welt haben in den vergangenen zwanzig Jahren den Reportage-Comic für sich entdeckt. Damit erobert die Bilder-geschichte ein weiteres Feld für sich. Und sie zeigt, was sie der Fotografie voraushat: Comics machen keinen Hehl daraus, dass sie subjektiv sind. Eine Objektivitätsfiktion, wie sie die Fotografie schafft, gibt es bei Zeichnungen nicht. Das ist zumindest schon einmal formal ehrlicher Journalismus. ■



Andreas Platthaus ist stellvertretender Feuilletonchef der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Fotos: Message / Verlag Edition Moderne (oben); Wonge Bergmann (unten)



Im **Original** informiert

Mitteilungen, Bilder und Videos. Direkt von Unternehmen und Organisationen. Auch als App für iPhone und Android.

Jens Petersen, Leiter Unternehmenskommunikation



www.presseportal.de

na•presseportal

Die Recherche-Plattform von news aktuell



AUF EXPANSIONSKURS

von Lutz Mücke

Aus einem losen Haufen Muckraker hat sich eine weltumspannende Organisation für investigativen Journalismus entwickelt. Doch im Inneren des GIJN gibt es Streit über den eingeschlagenen Weg.

Für Global Player ist Washington ein perfekter Platz. Macht, Geld, Politik und Lobbyismus jeder Art konzentrieren sich hier. Einflussreiche Medien aus aller Welt entsenden Korrespondenten in die US-Hauptstadt, etwa 1.500 sind es. Wichtige Nachrichten verbreiten sich wie ein Lauffeuer. Auch viele Nichtregierungsorganisationen (NGO) und große Stiftungen wie Freedom House, Open Society Foundation oder National Endowment for Democracy haben hier ihren Sitz. Washington gilt als »Philanthropy Front«. Und ganz aktuell hat auch das Global Investigative Journalism Network (GIJN) in Washington eine Ein-Mann-Zentrale eröffnet. Einige europäische Investigative sind über diesen Standort nicht glücklich. Überhaupt macht es ihnen Bauchschmerzen, wie sich das GIJN entwickelt.

Ein Blick zurück: Ein paar engagierte Enthusiasten bauten Anfang der 2000er Jahre ein informelles, international gut verzweigtes Netzwerk investigativer Journalisten auf. Ein führender Kopf der Graswurzel-Initiative war der Däne

Nils Mulvad, der 2001 maßgeblich die erste Global Investigative Conference in Kopenhagen organisierte. Auf der Folgekonferenz 2003, ebenfalls in Kopenhagen, wurde dann das GIJN gegründet. Brant Houston, damals Vorsitzender der weltgrößten investigativen Journalisten-Vereinigung Investigative Reporters and Editors (IRE), war auch dabei. Die Idee eines dezentralen, basisdemokratisch und ehrenamtlich arbeitenden Journalisten-Netzwerks war erfolgreich. Weitere Konferenzen in Amsterdam (2005), Toronto (2007), Lillehammer (2008), Genf (2010), Kiew (2011) und Rio de Janeiro (2013; *Message 1/2014*) zogen Kollegen aus aller Welt an. Organisiert wurden die Treffen bis 2011 federführend von den lokalen Investigativen am jeweiligen Veranstaltungsort, unterstützt vom internationalen Netzwerk. Um Gelder zu akquirieren und die organisatorische Arbeit aufzuteilen, ließ man seine Kontakte spielen. Der »Spirit« stimmte. Die Konferenzen dienten vor allem dazu, Kollegen kennenzulernen, die Gleiches oder Ähnliches wollten: recherchieren sowie

Quelle: Google Maps/Screenshot <http://gijn.org/about/about-us/>

◀◀ In den letzten Jahren ist das GIJN massiv gewachsen – nur nicht in Asien und Afrika. Das soll sich ändern.

unabhängig und kritisch, gegebenenfalls über Grenzen hinweg Missstände aufdecken. Diese Ideen- und Kontaktbörsen gingen mit einem gehörigen Schuss »Socializing« einher. Dem investigativen Journalismus verliehen diese Konferenzen und das Netzwerk Flügel. Überall auf der Welt entstanden im zurückliegenden Jahrzehnt Zentren für investigativen Journalismus. Allein in Europa etablierten sich etwa zwanzig Investigativ-Zentren – so in Island, Armenien, Italien, Russland, Kroatien und Finnland.

KRITIK AN DER »AMERIKANISIERUNG«

2011 in Kiew begann dann, was die einen »Professionalisierung« und »notwendige Entwicklung« eines wachsenden Dachverbandes nennen und die anderen »Bürokratisierung«, »Verlust an Spirit und Autonomie« und »Amerikanisierung«. Die Vorbereitungen der Konferenzen und das Fundraising sollten von nun an von einem provisorischen Sekretariat koordiniert und organisiert werden, das im Februar 2012 seine Arbeit aufnahm. Treibender Akteur und ehrenamtlicher Leiter des Sekretariats war David Kaplan, ehemaliger redaktioneller Leiter im Center for Public Integrity. Ein »Volunteer Committee« mit Vertretern von mehr als zwei Dutzend Journalistenorganisationen trat ins Leben. Der Etablierungsprozess wurde weiter vorangebracht: Die Registrierung des GIJN in den USA wurde beschlossen, Kaplan als bezahlter

Überall auf der Welt entstanden im zurückliegenden Jahrzehnt Zentren für investigativen Journalismus.

Manager eingesetzt und Mitte Juni 2014 konnten die 98 Mitgliedsorganisationen aus 44 Ländern 14 Journalisten in ein »Board of Directors« wählen. Etwa zwei Drittel taten dies.

Kritik an diesen Entwicklungen kommt von einer Minderheit aus Europa. Intern, im »alten« Netzwerk, fallen sehr pointierte Worte. Öffentlich und mit Namen will sich jedoch kaum jemand äußern. Einer, der es offen tut, ist Stefan Candea, Mitgründer des Rumänischen Zentrums für Investigativen Journalismus (RCIJ). Candea lehnt eine »FIFA oder ein IOC« für investigative Journalisten ab und zog deshalb seine Kandidatur für den Vorstand zurück. Der Rumäne

hält die offizielle Registrierung des Global Networks als amerikanische NGO in Washington für einen Fehler. Zumal in Zeiten des NSA-Skandals. Die Stärke des Netzwerks habe in seiner dezentralen Struktur gelegen. Jeder konnte sich einbringen, die Kosten seien relativ niedrig gehalten worden. Für seine Vorschläge, das GIJN-Sekretariat solle rotieren und alle drei Jahre von einer anderen Mitgliedsorganisation geführt werden, fand er nur wenige Unterstützer. Candea wollte damit das dezentrale Moment stärken und kleinere Mitgliedsorganisationen stärker vom weltweiten Netz profitieren lassen. Auch die zweijährliche Global Conference solle weiter komplett dezentral organisiert werden. Den teuren »Wanderzirkus« berühmter amerikanischer Investigativ-Journalisten, deren Konferenz-Auftritte viel Geld kosten, habe man nicht nötig, wirft ein anderer Europäer ein. Eine »globalisierte IRE« würde das Netzwerk nicht vorwärts bringen. Sicher, als eine in den USA registrierte Organisation könne man größere Summen einwerben als bislang. Aber: »Washington ist der Platz fürs große Geld und für die große Politik. Nicht mehr.«

AUF NACH ASIEN!

GIJN-Direktor Kaplan kennt all diese Vorwürfe. Ihm sei bewusst, dass »da draußen viel Anti-Amerikanismus« rumschwirre. Aber der Vorstand der Organisation sei multinational, und nur er sei in Washington. Gabriela Manuli, festangestellte Vize-Direktorin des GIJN aus Argentinien, arbeite in Budapest. Zudem verweist er auf das Erreichte: »Seit das GIJN vor zwei Jahren das Büro eröffnete, liefen mehr als 900 Anfragen um Unterstützung aus 96 Ländern bei uns ein.« Die Mitgliederzahl sei um zwei Drittel gewachsen, die Social-Media-Präsenz stark gestiegen. Asien sei das nächste Expansionsgebiet. Dort sei das GIJN noch zu schwach vertreten.

Kaplan sieht einen der größten Umbrüche im Netzwerk darin, dass es weg von seinen Wurzeln expandiere. Zur Konferenz 2013 in Rio, die zum Teil er und zum Teil brasilianische Kollegen organisiert hatten, kamen 1.350 Journalisten aus 93 Ländern. Einige Europäer vermissten den »Spirit« an der Copacabana. Wie weit Wachstum und Expansion das Global Network tragen werden, wird die Zukunft zeigen. Und auch, wer und was dabei auf der Strecke bleibt. ■



Dr. Lutz Mücke ist Message-Herausgeber.



PLÖTZLICHES ENDE

von Thomas Schuler

Zu Recht stellt sich die mit viel Glamour gestartete Journalistenakademie Intajour als Erfolg dar. Aber warum wickelt Bertelsmann sie jetzt ab? Und warum verhindert das Medienunternehmen den Fortbestand als unabhängige Akademie?

Schwer zu sagen, ob es um Leben und Tod ging. Sicher ist, dass es ernst war. Von all den Drohungen, Behinderungen und Angriffen ist Zenzele Ndebele ein Vorfall besonders in Erinnerung. Damals, 2008, überlebte er den Versuch einer Entführung auf offener Straße. Die Täter wurden nie gefasst oder bestraft. Damals hatte Ndebele einen Dokumentarfilm über einen Massenmord an dem Stamm der gleichnamigen Ndebele in Simbabwe gefertigt und in Südafrika und in Simbabwe heimlich vorgeführt. Der Film warf der Regierung in Simbabwe vor, dass sie zugesehen hatte, wie 20.000 Menschen getötet wurden. Der Mord sei unter Kontrolle des seit Jahrzehnten regierenden Staatschefs Robert Mugabe abgelaufen. Ein schwerer Vorwurf.

Die Stipendiaten des Jahrgangs 2011/12 beim Besuch in der Bertelsmann-Zentrale. Die Fellows trafen sich dreimal im Jahr für insgesamt sechs Wochen in Hamburg, Köln und Berlin.

Ein Journalist wollte Ndebele dazu befragen. Er traf ihn an einem öffentlichen Ort, doch statt Fragen hatte der Journalist drei Männer zum Interview mitgebracht. Gemeinsam bedrängten sie Ndebele, und als dieser gehen wollte, griffen sie ihn an und versuchten, ihn in ein Auto zu ziehen. Ndebele wehrte sich und entkam. Die Polizei hat den Vorfall nie aufgeklärt. Ndebele vermutet, dass die Täter vom Geheimdienst kamen und dass der Angriff mit Wissen der Behörden ablief.

»Ich habe oft Schwierigkeiten mit unserer Regierung«, sagt der Journalist. Pressefreiheit sei in Simbabwe nicht gewährleistet. Drohungen seien Alltag für ihn. Im vergangenen Jahr wurde er von der Polizei festgenommen und Monate später zu einer Geldstrafe verurteilt, weil er Kurzwellen-Radiogeräte an Arme verschenkte. Vor einem Monat wurden sein Büro und seine Wohnung durchsucht, weil er angeblich im Besitz geheimer Regierungsakten sei.

DAS PROGRAMM HAT SICH BEWÄHRT

Wenn es einen idealen Kandidaten für Intajour gäbe, dann den 35-jährigen Ndebele. Schließlich machte es sich die International Academy of Journalism (Intajour) seit ihrer Gründung 2010 zur Aufgabe, Journalisten aus jenen Ländern zu helfen, in denen Pressefreiheit bedroht und unter Druck ist. Ndebele arbeitet bei dem unabhängigen Radiosender Radio Dialogue in Simbabwe. Seit der Gründung 2001 wartet der Sender vergeblich auf eine Lizenz, die die Behörden verweigern.

Zenzele Ndebele schreibt über Politik und Landwirtschaft, über den Alltag der Menschen und konzentriert sich dabei auf Korruption und Verletzung von Menschenrechten. Dinge, die die Behörden nicht gerne hören. Das Problem des Senders ist die Frage, wie er die Menschen erreicht. Gerade hier habe ihm Intajour sehr geholfen, sagt Zenzele Ndebele. »Ich habe bei Intajour viel über digitalen Journalismus gelernt.« Vor allem, wie man auf sozialen Netzwerken und Plattformen Geschichten verbreitet. Für einen Undergrundsender, der auf Kurzwelle via Satellit über London und Südafrika sendete und seine Inhalte früher auf CDs veröffentlichen musste, ist das ein großer Fortschritt. Seine Fortbildung habe Radio Dialogue stark verändert, sagt Ndebele. Davor nutzte der Sender keine Social Media; Ndebele selbst hatte weniger als 300 Follower auf Twitter. Heute hat der Sender mehr als 18.000 Freunde auf

Facebook und nutzt Twitter. Intajour zeigte Ndebele, wie man online berichtet: Statt 10.000 Besucher im Monat hat die Website nun mehr als 100.000. Ndebele nutzt seine mehr als 2.000 Twitter-Kontakte, um Themen zu setzen. Radio Dialogue sei nun kein lokaler Sender mehr, sondern habe sich auf internationales Publikum ausgerichtet. Die zehn Monate bei Intajour waren für diesen Wandel entscheidend.

DAS BABY VOM VORSTANDSCHEF

Ähnlich positiv wie Ndebele beurteilen andere das Stipendiatenprogramm. Hoda Baraka aus Ägypten, die über Umweltthemen berichtet, sagt, sie habe gelernt, wie man für das Web schreibt und dafür Videos produziert. Maria Carvajal Alcívar aus Ecuador unterteilt ihre journalistische Karriere in die Zeit vor und nach Intajour, so sehr habe sie von der Ausbildung profitiert. 13 Jahre lang schrieb sie für eine gedruckte Zeitung;

Bertelsmann wolle »etwas Bleibendes

schaffen«, verkündete der damalige

Vorstandschef Hartmut Ostrowski 2010.

jetzt entwickelt sie die Zeitung multimedial weiter. Krishna Prasad Acharya aus Nepal, ein Stipendiat aus dem 1. Jahrgang, leitete eine Onlineredaktion und setzt sich heute bei der International Federation of Journalists für Pressefreiheit in Südasiens ein. Ob man sich bei Teilnehmern oder Referenten umhört: Das Programm ist ein Erfolg. Und das wirft die Frage auf, warum es jetzt eingestellt wird.

Bertelsmann startete Intajour 2010 bei der Unternehmensfeier zum 175-jährigen Bestehen mit kaum zu überbietendem PR-Aufwand: Bertelsmann wolle »etwas Bleibendes schaffen«, verkündete der damalige Vorstandschef Hartmut Ostrowski.

ERFOLGREICHE ARBEIT DER AKADEMIE

Damals war viel von Tradition und Verantwortung die Rede und davon, dass man sich weltweit für Pressefreiheit und Demokratie einsetzen wolle, indem man gerade dort Journalisten helfe, wo Pressefreiheit unter Druck sei. In Ländern wie China, Ghana, Simbabwe, Pakistan, der Ukraine. Uneigennützig und selbstlos wolle man im Zeitalter des digitalen Journalismus Kenntnisse, Wissen und Kontakte weitergeben. In den ersten Jahren hörte man viel Positives von der Eignung der Fellows, vom großen Einsatz und »wachsenden Netzwerk« der Absolventen und »erfolgreicher Arbeit«. Unter den Fellows 2014 beispielsweise befindet sich Mustafa Nayyem, ein Journalist aus der Ukraine, der dort die Proteste auf dem Maidan mit angestoßen hat.

Im Bertelsmann-Geschäftsbericht 2011 gab es eine 28-seitige Sonderbeilage, so als sei die Akademiegründung die wichtigste unternehmerische Tat des Jahres. Sie sei seine persönliche Idee gewesen, sagte Ostrowski. Der Präsident der EU-Kommission, José Manuel Barroso, fungierte bei der Feier im Konzerthaus am Gendarmenmarkt in Berlin als »Schirmherr des Gründungsaktes«. Er sagte in seiner Rede: »Qualitätsjournalismus ist ein Eckpfeiler unserer Demokratie!«

Im Publikum klatschten Bundeskanzlerin Angela Merkel, die die Festrede hielt, Bertelsmann-Eigentümerin Liz Mohn und 1.200 geladene Gäste. Den Beirat, der über die Inhalte wachen sollte, führte RTL-Chefredakteur Peter Kloeppel zusammen mit anderen namhaften Journalisten des Hauses. Der Konzern präsentierte das Projekt damals als Beleg, dass man sich der eigenen Verantwortung als Medienunternehmen bewusst sei. Hans Mahr, RTL-Chefredakteur von 1994 bis 2004 und Mitglied des Kuratoriums von Intajour, versicherte: »Im Zweifelsfall geht bei Bertelsmann die journalistische Geschichte immer vor.«

36 FELLOWS AUS 27 LÄNDERN

Wirklich? Heute fragt man sich, ob die Akademie mit der Inszenierung ihrer Gründung ihren eigentlichen Zweck bereits erfüllt hatte. Die Vorgeschichte hilft, die Gründung zu verstehen. Im Jubiläumsjahr brauchte das Medienunternehmen dringend gute Presse. Ausgerechnet 2010 musste Hartmut Ostrowski jedoch erstmals einen Verlust in der Bilanz vermelden. Mit einem PR-Trick versuchte Bertelsmann das zu verschleiern und machte aus dem Verlust einen Gewinn, indem es sich auch Einnahmen zurechnete, die man an Minderheitsaktionäre abführen musste.



Dann kam Kritik an der Konstruktion von Bertelsmann auf, weil das Unternehmen verdeckt von der Stiftung geführt werde. Es sei ein Skandal, wie Bertelsmann das eigene Interesse als Gemeininteresse umdeute, betonte Peter Rawert, ein angesehener, auf Stiftungsrecht spezialisierter Jurist. Um Kritik zu dämpfen, schien die Akademie eine gute Idee.

Nach drei Jahren kam dann also das Ende. Was sagt Peter Kloeppel dazu? Er will sich nicht äußern und verweist auf die Bertelsmann-Pressestelle. Dort heißt es in einem Statement, in den drei Jahren haben 36 Fellows aus 27 Ländern teilgenommen. Der Konzern habe sich das einen siebenstelligen Betrag kosten lassen und wertet das Engagement als Erfolg. Von langfristigem Engagement ist keine Rede mehr.

Inhaltliche Kritik habe es nicht gegeben, sagen Beiräte und Dozenten. Der Leiter der Akademie, Werner Eggert, habe allerdings den Eindruck vermittelt und auch mehrfach davon gesprochen, dass die Akademie mindestens zehn Jahre oder länger bestehen sollte. Das habe Bertelsmann ihm bei der Gründung versprochen. Eggert selbst will sich dazu nicht äußern und verweist seinerseits auf die Pressestelle des Unternehmens, die das Projekt Intajour leitete. Dem Vernehmen nach wollte Eggert nach dem Ausstieg von Bertelsmann die Akademie in Eigenregie weiterführen – doch das Medienunternehmen verweigerte ihm das. Offenbar fürchtet der Konzern einen negativen PR-Effekt, denn eine erfolgreiche Fortsetzung würde stets an das gebrochene Versprechen von Bertelsmann erinnern. Das Unternehmen selbst äußert sich nicht dazu, warum man Eggert eine Fortführung verweigerte.

ES BLEIBT GROSSE VERWUNDERUNG

Bis Juli lief der dritte Jahrgang. Vertraulich betonen Beiräte, das schnelle Ende komme für sie überraschend. Zwar hätten sie teilweise von Beginn an gefragt, ob das Projekt gelingen könne. Kommen die Teilnehmer wieder wohlbehalten in ihre Länder zurück? Aber Intajour habe die Zweifel zerstreut, indem die Akademie gute Arbeit leistete. Umso mehr sei das Ende zu bedauern. Aber offenbar wollte sich keiner von ihnen für Intajour einsetzen. Vielleicht

»Während des Programms wird viel Zeit für praktische Aufgaben verwendet«, schreibt die Pressestelle Bertelsmanns. Fellows bestätigen dies.

Der Politikredakteur und ehemalige Intajour-Fellow Zenzele Ndebele arbeitet bei Radio Dialogue in Simbabwe. Pressefreiheit war und ist sein Thema.



war ihnen gar nicht klar, dass die Entscheidung in Gütersloh längst gefallen war. Denn während ein Sprecher des Unternehmens betont, Bertelsmann habe den Beiräten das Ende »klipp und klar« kommuniziert, sagen die Betroffenen etwas anderes und zeigen sich überrascht.

In einer E-Mail Ende November 2013 schrieb Pressechefin Karin Schlautmann den Journalisten lediglich, einen vierten Jahrgang werde Intajour nicht mehr ausschreiben, und »dass Bertelsmann Intajour mittelfristig nicht in ihrer bisherigen Form weiterführen wird«. Das klingt, als ob Intajour in anderer Form weitergeführt werde. Doch das war offenbar nie geplant.

Vermutlich war das Ende von Intajour schon besiegelt, als die Akademie 2011 ihre Arbeit aufnahm. Denn im gleichen Jahr trat überraschend der Vorstandsvorsitzende Hartmut Ostrowski wegen Überarbeitung ab. Die Akademie war seine Idee gewesen. Deshalb fühlte er sich ihr verpflichtet und traf sich mit den Fellows des ersten Jahrgangs und diskutierte mit ihnen. Ostrowski und seine Mitarbeiter schienen stolz zu sein auf die Journalistenschule, sagt Krishna Prasad Acharya. »Ich hatte den Eindruck, als würden sie diese Akademie auf viele Jahre hinaus betreiben und ausbauen wollen.« Das plötzliche Ende habe ihn sehr überrascht. Jetzt ist in Gütersloh davon die Rede, dass mit der Schließung von Intajour alte Rechnungen unter Managern beglichen werden.

KEINE KOSTENFRAGE

Tatsächlich war das Interesse an Intajour bereits nach Ostrowskis Abgang geschwunden, sagen Beteiligte. Nur konnte das Medienunternehmen das nicht offen zeigen und die Journalistenschule bereits ein Jahr nach der Gründung einstellen. Wie hätte das ausgesehen? Deshalb wurden noch zwei weitere Jahrgänge gefördert, ausgebildet und auf die Bertelsmann-Party eingeladen, um dort vor Fotografen Ostrowskis Nachfolger Thomas Rabe und Eigentümerin Liz Mohn die Hand zu schütteln.

Einen Grund für die Einstellung nennt Bertelsmann auch auf mehrfache Nachfrage nicht. Vertraulich weist man in Gütersloh auf die Probleme der Druckerei in Itzehoe hin und darauf, dass Mitarbeiter in der Krise ihre Arbeit verlören.

Es müsse doch erlaubt sein, dass Bertelsmann neue Schwerpunkte setze. Allerdings war die Akademie nie Teil der Geschäftsstrategie, wie ein Sprecher betont. Warum also das Ende mit Problemen im Geschäft begründen?

An den Kosten kann es eigentlich kaum gelegen haben. Das Büro kam bei der Henri-Nannen-Schule in Hamburg unter, die zwölf Fellows trafen sich nur dreimal im Jahr für insgesamt sechs Wochen in Hamburg, Köln und Berlin; Reise- und Hotelkosten übernahm Bertelsmann. Die restliche Zeit arbeiteten die Teilnehmer von ihren Redaktionen aus an gemeinsamen Projekten. Der Unterricht fand übers Internet statt, etwa im »Webinar« mit dem US-Medienprofessor Jeff Jarvis.

Naheliegender ist: Die Akademie war offenbar nur eine PR-Nummer, die zur Jubiläumsfeier für positive Berichterstattung sorgen sollte und ihren Zweck damit erfüllt hat. Nicht ohne Grund lag die Akademie in der Zuständigkeit der Pressestelle. In beiden Gremien, die Intajour zur Seite gestellt wurden, saß PR- und Pressechefin Karin Schlautmann – sie hatte als einzige eine Doppelfunktion.

In seinem Sender hat Ndebele am Empfang Broschüren von Intajour ausgelegt, damit Kollegen sich bewerben. Als er vom Ende erfuhr, ließ er sie verschwinden. »Intajour war gut. Ich hatte gehofft, dass mehr Journalisten davon profitieren würden.«



Thomas Schuler ist freier Medienjournalist und lebt in München.

MISSION AUSBILDUNG

von Beatrice Dernbach

Die deutsche Entwicklungshilfe, Hochschulen und Stiftungen engagieren sich für die Ausbildung ausländischer Journalisten. Private Medienunternehmen haben daran offenbar kein Interesse. Eine Zustandsbeschreibung.

Sollten deutsche Medienunternehmen ausländische Journalisten ausbilden? Wer engagiert sich überhaupt auf diesem Feld? Die UNESCO veröffentlichte 2013 Modell-Lehrpläne für die Journalistenausbildung. Diese Initiative, gestartet im Jahr 2005 mit einer Konferenz internationaler Experten, fokussiert vor allem auf die Förderung der Pressefreiheit in Entwicklungsländern. Dass es damit nicht zum Besten steht, zeigen die jährlichen Rankings von Reporter ohne Grenzen und der Freedom House Report. Demnach können sich nur 40 Prozent der 7,1 Milliarden Menschen weltweit uneingeschränkt über freie Medien informieren. Deutschland findet seinen Platz regelmäßig in den

Wozu kritische, politisch denkende Journalisten ausbilden, wenn das Geschäft ohnehin besser mit Unterhaltungsangeboten läuft?

oberen Rängen, im europäischen Mittelfeld. Könnte das nicht dazu anregen, die Weiterbildung ausländischer Journalisten zu unterstützen, die auch die Standards von Qualitätsjournalismus, Medien- und Meinungsfreiheit weltweit transportieren und im Idealfall dann auch mit deutschen Medienhäusern kooperieren?

STAAT, STIFTUNGEN UND HOCHSCHULEN

Staatliche und öffentliche Einrichtungen nehmen sich dieser Aufgabe an: Das Auswärtige Amt und das Ministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung finanzieren über das Goethe-Institut und vor allem die Deutsche Welle-Akademie seit Jahren Journalisten-Programme. An der DW-Akademie läuft seit 2009 speziell für ausländische Journalisten der Master-Studiengang International Media Studies,



Das journalistische Handwerk ist nicht nur in Afrika gefragt — von nachhaltigen Ausbildungsprogrammen profitieren Journalisten weltweit.

in dem in erster Linie Studierende aus Entwicklungs- und Schwellenländern fit gemacht werden, um später Leitungspositionen in den Medien ihrer Heimatländer zu übernehmen.

Auch Stiftungen wie die Konrad-Adenauer- oder die Robert-Bosch-Stiftung bieten zum Teil sehr fokussierte Trainingsprogramme für ausländische Journalisten an.

Und die dritte Gruppe der Institutionen, die Aus- und Weiterbildung ausländischer Journalisten unterstützen, sind die Hochschulen oder dort angebundene Institute. Dazu gehören unter anderem das Erich-Brost-Institut an der Universität Dortmund und das Internationale Journalisten-Kolleg an der Freien Universität Berlin.

KEIN ENGAGEMENT VON UNTERNEHMEN

Die Suche nach ähnlichen Projekten in der privaten Medienlandschaft bleibt allerdings erfolglos. Bertelsmann hatte sich mit Intajour (s. Seite 30) zwar ein Alleinstellungsmerkmal geschaffen, das Programm aber auch schnell wieder eingehen lassen. Andere derartige Initiativen sind nicht in Sicht. Erfordert jedoch der Bedarf der Medienindustrie an Qualitätsnachrichten aus aller Welt nicht geradezu ihr Engagement auch in der Aus- und Weiterbildung von ausländischen Journalisten und Mitarbeitern?

Markus Behmer, Professor für empirische Kommunikationsforschung an der Universität Bamberg und seit langem in der Journalistenausbildung tätig, sieht darin keine Zwangsläufigkeit: »Das ist nicht die Kernaufgabe der privaten Verlage.« Für sie stünden kommerzielle Interessen im Vordergrund; dem-

entsprechend hätten sie großen Bedarf an »marktfähigen Journalisten für marktgängige Formate«. Andere Experten werden noch deutlicher: Wozu kritische, politisch denkende Journalisten aus dem Ausland ausbilden, wenn zuhause das Geschäft ohnehin besser mit Unterhaltungsangeboten läuft?

FAMILIENSENDUNG IN AFGHANISTAN

In Gesprächen mit deutschen Journalisten, die als Trainer im Ausland arbeiten, kristallisieren sich zwar die Gründe heraus, weshalb die Aus- und Weiterbildung ausländischer Kollegen eine langfristige gesellschaftspolitische Aufgabe sein sollte und auch private Medienhäuser davon profitieren könnten. Aber kommerzielle Medienunternehmen haben offensichtlich trotzdem kein Interesse daran. Denn kurzfristige Erfolge lassen sich in diesem Feld kaum erzielen. Can Mansuroğlu, der als »Checker Can« im öffentlich-rechtlichen Kinderkanal unterwegs ist und für die Deutsche Welle-Akademie aktuell in Afghanistan das Format Familiensendung mit afghanischen Kollegen trainiert, beschreibt die Herausforderungen: »Wir haben ja als Bundesrepublik Deutschland den Auftrag angenommen, Bildung nach Afghanistan zu bringen. Das versuche ich in meinem Kurs mit etwa 20 Kollegen umzusetzen. Die sind sehr wissbegierig, neugierig und begeisterungsfähig – aber auch eher unkritisch.« Habe er seine Kollegen schließlich von einem Thema überzeugt, blieben die in den Strukturen hängen. Leitungspositionen beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Afghanistan seien noch immer mit Funktionären sowjetischer Prägung besetzt, und die zeigten sich eher unwillig, etwas zu verändern.

Für Christoph Schmidt, den wissenschaftlichen Leiter der DW-Akademie, ist die zentrale Frage allerdings nicht, ob staatliche oder private Investoren Geld in die Journalistenweiterbildung stecken, sondern wie dies geschehe. Am Beispiel Myanmar erklärt und bedauert er: »In dieses Land wird seit Jahren viel Geld reingepumpt, auch in die Journalistenausbildung. Aber in ein paar Jahren zieht die Karawane weiter und niemand kümmert sich um die Projekte. Das ist nicht kohärent und nachhaltig.« ■



Professor Dr. Beatrice Dernbach lehrt seit März 2014 Technikjournalismus an der Technischen Hochschule in Nürnberg.



KEINE ANDERE MÖGLICHKEIT

von Jürgen Roth

*Wer komplexe Themen mit dem nötigen Tiefgang präsentieren will,
hat in den traditionellen Medien wenig Chancen. Buchveröffentlichungen
sind eine verlockende Alternative – mit Risiken für den Autor.*

Für jene Journalisten, die sich noch als wichtiges Kontrollorgan in einer demokratischen Gesellschaft verstehen, ist das Medium Buch eine der wenigen Möglichkeiten, um ohne jegliche Einschränkungen ausführlich politische, gesellschaftliche oder kulturelle Zusammenhänge aufzuzeigen. Eine Freiheit, die trotzdem nicht grenzenlos ist. Bücherschreibende Journalisten versuchen, das, was in den anderen Medien – aus welchen Gründen auch immer – nicht gedruckt wird, einer möglichst breiten Öffentlichkeit mitzuteilen. Und sie wollen damit natürlich auch Geld verdienen.

Ich habe mich seit langem dafür entschieden, für meine teilweise aufwendigen Recherchen das Buch zu wählen, weil es für meine Themen – internationale Wirtschaftskriminalität, organisierte Kriminalität und Korruption – überhaupt keine andere Möglichkeit mehr gibt. Außerdem bin ich fest davon überzeugt, dass es zur journalistischen Aufklärung gehört, bestimmte Sachverhalte auch in ihrer Komplexität darzustellen. Dafür ist heute in den herkömmlichen Medien immer weniger Platz. Gegenbeispiele gibt es natürlich, wie den *Spiegel* oder *Le Monde diplomatique*. Aber sie bleiben Ausnahmen, auch deshalb, weil die Personalisierung von strukturellen Problemen eine journalistische Modeerscheinung geworden ist. Dieses Korsett habe ich als Buchautor nicht.

FREI VON (FAST) ALLEN VORGABEN

Der Journalist Jens Weinreich konzentriert sich auf die kriminellen Machenschaften im Sport. Seine kritischen Berichte findet man auf seinem Blog und hin und wieder auch in einigen Medien. Aber um die ganze Dimension der Machenschaften im mafïösem Sportbusiness aufzuzeigen, ist nur das Sachbuch geeignet. Denn neben einigen wenigen Dokumentarfilmen haben nur Buchautoren die Möglichkeit, zusammenzufassen, was sie über Monate und Jahre hinweg an Erfahrungen und Erkenntnissen gesammelt, beobachtet und analysiert haben.

In meinem neuen Buch »Der stille Putsch« beschreibe ich komplexe, informelle ökonomische Machtstrukturen in Europa, die den demokratischen Sozialstaat zerstören. In den sozialen Medien wird über das Buch ausführlich berichtet, in den traditionellen Medien findet sich kein Wort. Trotzdem ist es im Juni der Wirtschaftsbestseller Nr. 1 gewesen. Hier manifestiert sich ein Problem. Ich habe in dem Buch unter anderem die Kumpanei von ökonomischer Elite und Medien dokumentiert. Lange Zeit ging ich davon aus, dass ein Buch Material und Anregungen für weitere Recherchen sein sollte. Diesen Glauben habe ich inzwischen begraben.

Ich recherchiere zum Beispiel seit mehr als zwei Jahren zu einem mutmaßlichen Attentat auf die politische Führung eines europäischen Staates. Dabei gibt es so viele unbeantwortete Fragen und Widersprüche, dass es sich sehr wahrscheinlich – wie von der politischen Opposition behauptet –

um ein Attentat handelte. Über dieses brisante Thema einen Artikel oder Fernsehbeitrag zu veröffentlichen, wäre unmöglich. Nicht nur weil kaum eine Zeitung, Zeitschrift oder TV-Anstalt bei einer so steilen These – eine fremde Macht versuchte, die politische Führung eines Landes auszuschalten – einen Cent für Recherchen zur Verfügung stellen würde. Hinzu kommt das Totschlagargument, das sei ja alles nur Verschwörungstheorie. Nichts sei beweisbar. Und hier liegt die Chance für die Veröffentlichung eines Buches. Weil ich nicht gezwungen bin, einen bestimmten Jahrestag für die Publika-

Ich sage mir, dass Personen, die seit Jahren im Schatten agieren, die polizeibekannt sind, namentlich genannt werden müssen.

tion zu beachten, weil ich über Monate und in diesem Fall über Jahre hinweg etwas verfolgen kann, um ausführlich die vielen Widersprüche aufzuzeigen, ohne dass ich zu einem endgültigen Urteil kommen muss. Das einzige Problem besteht darin, dass durch eine einzige, plötzlich in den Medien auftauchende Schlagzeile der Verlag sagen könnte: Was soll jetzt noch ein Buch über diesen Vorgang? Aber das ist das Risiko jeder geplanten Buchveröffentlichung.

Kurzum: Die Publikation eines Buches ist aus meiner Sicht die beste Möglichkeit, alle Varianten eines Themas zu beleuchten, die Möglichkeit, sich der unterschiedlichsten Quellen zu bedienen und sie ausführlich zu zitieren, nicht eingepresst in die üblichen Anderthalb-Minuten- oder 80-Zeilen-Vorgaben. Der Zeitfaktor ist generell ein wichtiges Argument für ein Buch. Natürlich will der Verlag das Buch zu einem bestimmten Zeitpunkt veröffentlichen. Doch bis es so weit ist, habe ich Monate und manchmal Jahre Zeit, die Informationen zu gewichten, nachzuhaken, mir zu überlegen, ob das, was ich vor vier Monaten geschrieben habe, noch wichtig ist oder überflüssig.

SACHBÜCHER SIND KEIN FEUILLETON

Aus dem Wust von unterschiedlichen Informationen ein lesbares Buch zu machen, ist wohl der schwierigste Teil für jeden Autor. Auf der einen Seite wird häufig kritisiert, dass in einem Enthüllungsbuch zu viele Namen stehen, durch die der Leser irritiert wird und nicht mehr durchblickt. Nun sind aber Sachbücher, schon gar nicht jene, die etwas aufdecken wollen, kein Feuilleton mit eleganten Wortkonstruktionen. Was sicher nicht von Nachteil wäre. Aber es geht ja darum, Fakten und Zusammenhänge, die häufig abstrakt sind, einigermaßen klar darzustellen. Die ideale Form zu finden, hängt

prinzipiell vom darzustellenden Sachverhalt ab. Ideal ist es, wenn es einzelne Protagonisten gibt, die man ausführlich beschreiben kann, ihr gesamtes Umfeld, ihre persönliche Betroffenheit, ihre Verzweigung, wenn es zum Beispiel um den Kampf gegen eine unbarmherzige Justiz geht – wie im Fall der Kinderprostituierten im Sachsen-Sumpf. Also um ein sehr persönliches Porträt, aus dem dann die allgemeine Struktur abgeleitet werden kann. Wichtig sind Impressionen und konkrete Beobachtungen, die wiederum in Einklang mit Studien und Analysen zu bringen sind. Ein Buch ist so gesehen eine Komposition dieser Faktoren.

KLAGEWELLE DROHT

Andererseits ist es bei Enthüllungsgeschichten, zum Beispiel über organisierte Kriminalität, für mich notwendig, nicht nur Namenskürzel zu verwenden oder gar die totale Anonymisierung. Ich sage mir, dass Personen, die seit Jahren im Schatten agieren, die polizeibekannt sind, namentlich genannt werden müssen, damit sie überhaupt ein Gesicht bekommen. Ich erinnere mich an den Hamburger Unternehmer Burim Osmani. Es war über Jahre hinweg bekannt, in welche eher trüben Machenschaften er verstrickt war. Aber es gab bislang kein Gerichtsverfahren gegen ihn, und er hat alle Kollegen, die sich mit ihm beschäftigten, erfolgreich mit Klagen überzogen. Ich hatte ihn zuvor in meinem Buch »Ermitteln verboten« als norddeutschen Mafioso bezeichnet, ohne jeglichen Hinweis auf ihn persönlich. Hätte ich ihn identifizierbar gemacht, hätte ich einen Prozess am Hals gehabt. Erst als es ein Ermittlungsverfahren gegen ihn gab – Anstoß gab in diesem Fall ich, was ein Glücksfall war – wurde plötzlich in vielen Medien namentlich über ihn berichtet. Oder wie im Fall eines italienischen Mafioso, der sowohl von der Journalistin Petra Reski wie auch von mir namentlich genannt wurde, und zwar aufgrund von Dokumenten des Bundeskriminalamtes. Hier wurden wir gerichtlich gezwungen, Schwärzungen in unseren Büchern vorzunehmen. Namen sind also immer ein Risiko. Und das Risiko wächst, weil in dem Moment, in dem ein Buch von Markt genommen oder passagenweise geschwärzt werden muss, die Auflage rapide sinkt. Es entsteht also ein großer wirtschaftlicher Schaden.

Hinzu kommt, dass dann gerne die These von Kollegen vertreten wird, das sei schlecht recherchiert, denn ansonsten könnte das Gericht ja keine Schwärzungen verlangen. Richtig, Ängstlichkeit wird belohnt. Aber das widerspricht auf der anderen Seite dem Muss an Aufklärung. An sich kann es doch nicht sein, dass zum Beispiel beim LKA Baden-Württemberg ein bekannter Mafioso, der einst enge Beziehungen zu einem hohen Ex-Politiker aus Stuttgart pflegte, heute als ein Mann bezeichnet wird, der zur Champions-League der 'Ndrangheta, der kalabrischen Mafia, gehört. Würde man jedoch seinen

Namen schreiben, könnte er erfolgreich klagen. Das sind einige der Probleme, die prinzipiell auftauchen, wenn man sich mit den Schattengestalten unserer Gesellschaft auseinandersetzt. Da kocht beim Autor auf der einen Seite die Wut hoch, andererseits will ich auch nicht zu Tode geklagt werden.

JOURNALISTEN LESEN KAUM NOCH BÜCHER

Und wie immer stellt sich für den Autor die Frage, wie das, was man eigentlich recherchieren will, gerade wenn es sich über viele Monate oder Jahre hinzieht, zu finanzieren ist. Im Prinzip ist es das überhaupt nicht. Für einen unabhängigen Autor, der keinerlei Finanzierungsmöglichkeit zum Beispiel durch eine andere Tätigkeit hat, ist es notwendig, dass er vom Verlag einen hohen Vorschuss erhält und ihm seine Reisekosten erstattet werden. Das gelingt jedoch nur wenigen Autoren, und zwar jenen, die schon über ein entsprechendes Image verfügen. Und die Autoren sind dann wiederum auf Journalisten angewiesen, die bereit sind, diese Arbeit durch entsprechende Besprechungen zu würdigen. Für den Autor lohnen sich die langwierigen Recherchen für ein Buch daher wirtschaftlich gesehen nur dann, wenn sich seine Bücher gut verkaufen.

Fazit: Einige Journalisten schreiben Bücher, doch weit aus mehr Journalisten lesen bedauerlicherweise kaum noch Bücher, geschweige denn, dass sie die Bücher ihrer Kollegen besprechen. Diese Erfahrung machen nicht nur wir Buchautoren, sondern natürlich macht sie auch der Verlag. Der Grund? Es ist müßig, darüber zu spekulieren, ob es Neid ist oder einfach nur Faulheit. Irgendwo dazwischen bewegt es sich wohl. Und Autoren, die häufig Bücher schreiben, in jedem Jahr ein neues Buch, die sind sowieso höchst suspekt. Ständig Artikel zu schreiben oder TV-Sendungen zu produzieren – das gilt allerdings als völlig normal.

Trotz all dieser Probleme und Widersprüche und obwohl politische Sachbücher nicht mehr in dem Umfang gekauft werden wie noch vor einigen Jahren, gibt es für einen Autor nichts, was journalistisch und gesellschaftspolitisch befriedigender ist als eine Buchveröffentlichung. Nur hier ist der Journalist von den meisten Zwängen befreit, über die viele Kollegen der anderen Medien klagen. Aber wie heißt es so schön: No risk, no fun. ■



Jürgen Roth ist Investigativjournalist und Autor. Im März 2014 erschien sein Buch »Der stille Putsch. Wie eine geheime Elite aus Wirtschaft und Politik sich Europa und unser Land unter den Nagel reißt«.

HINTER TAUSEND ORDNERN EINE WELT

von Joachim Käppner

Biografien lesen sich oft leicht und sind doch am schwersten zu schreiben. Wie mühsam es ist, aus Bergen von Akten und stundenlangen Gesprächen einen guten Text zu machen, beschreibt der Autor der vielgepriesenen Biografie von Berthold Beitz.

Als ich den Keller betrat und das Licht einschaltete, wäre ich beinahe wieder geflohen – vielleicht durch das schmale Fenster auf den Parkplatz und dann fort aus dem Gelände. Entlang der Gänge waren unzählige Aktenordner aufgereiht, aus Jahren und Jahrzehnten, privaten und dienstlichen Inhalts, Korrespondenzen und Memos, große Beschlüsse und kleine Vorgänge. Ich werde, dachte ich, bis ans Ende meiner Tage hier bei künstlichem Licht mein Dasein fristen müssen und werde doch niemals fertig, dem Helden einer griechischen Tragödie gleich. Nur dass ich mich nicht heldenhaft fühlte, ganz und gar nicht.

Ich wollte eine Biographie schreiben, über Berthold Beitz, einen der großen alten Männer der Nachkriegsgeschichte: Retter von Juden während des Holocaust, Mastermind bei der Neuerfindung des früheren Kanonenkonzerns Krupps während des Wirtschaftswunders, Pionier der Aussöhnung mit Osteuropa und der Entschädigung früherer NS-Zwangsarbeiter, ein Mann, der 60 Jahre lang den Konzern Krupp führte und langsam vom harten Industriellen zur moralischen Instanz des an solchen Instanzen nicht reichen deutschen Wirtschaftslebens wurde. Und im Keller des alten Herrn vom Essener Hügel, im Untergeschoss der von ihm quasimonarchisch regierten, mächtigen Krupp-Stiftung, stand ich nun, nicht nur leicht verzagt. Mir war, frei nach Rilke, als ob es tausend Ordner gäbe, und hinter tausend Ordnern: keine Welt. Als mir diese blöde Assoziation einfiel, dachte ich: Reiß dich zusammen.

Wer als Journalist ein Buch beginnt, muss sich umstellen. Gut, es gibt Werke, in denen ein Kollege eine Auswahl seiner, sagen wir, 180 allerbesten Reportagen anbietet; aber das ist etwas anderes. Manche verdienen es ohne jeden Zweifel, für die Nachwelt festgehalten zu werden, wie jüngst die beiden Bände meines Kollegen Christian Schmidt-Häuer, der für die *Zeit* Doyen der Osteuropaberichterstattung war. Hier kann der Leser froh sein, diese klugen und weltläufigen Analysen und Berichte noch einmal nachlesen zu können. Bei anderen Werken stellt sich, je nach Geschmack, gelegentlich die Frage, wer um alles in der Welt das wissen will.

DOPPELBELASTUNG WIRD UNTERSCHÄTZT

Nein, die Rede ist von einem Buch, das eigens recherchiert sein will oder doch vielleicht vertiefen soll, womit sich ein Journalist über Jahre beschäftigt hat. Er ist dann das Sammeln von Material ebenso gewohnt wie das Interviewen von Personen und Zeugen – aber nicht in diesem Ausmaß. Eine gute Reportage, ein sorgfältig belegtes Dossier kann Wochen der Vorarbeiten in Anspruch nehmen und muss es oft sogar. Ich selbst habe 2012, um über den Einsatz der Bundeswehr in ihrem afghanischen Außenposten Baghlan zu berichten, eine mehr als zwei Wochen lange Reise angetreten. Drei Tage lang war ich mit der Infanterie und afghanischen Militärpolizisten draußen, der Rest war: Warten, Hintergrundgespräche, Interviews und wieder Warten. Auch das war

keine Heldentat, sondern ist journalistischer Alltag bei komplexen Recherchen.

Und dennoch: Ein Buch ist noch einmal eine ganz andere Herausforderung, vor allem quantitativ und zeitlich. Ich hatte 2009 das unverhoffte Glück, dass Berthold Beitz überraschend meinem Ansinnen zugestimmt hatte, eine Biografie über ihn und sein bewegtes Leben zu schreiben. Wir kannten – und schätzten – uns von einem Interview her, das ich mit ihm über die Besatzungszeit in Polen geführt hatte, als er viele Juden vor der SS gerettet hatte.

Er war, als wir mit der Arbeit begannen, schon 94 Jahre alt. Wir führten viele Gespräche über sein Leben. Es gab zudem, neben dem umfänglichen Privatarchiv im Keller, noch das offizielle Krupp-Archiv, staatliche und private Archive und, wieder im Keller, einen ganzen Raum voller wenig sortierter Fotos; dazu Wegbegleiter und Zeitzeugen, auch Gegner und Kontrahenten, die zu interviewen waren.

Schon bei einer geringeren Workload wäre mir klar gewesen: Das war nebenher nicht zu schaffen. Viele Journalisten stehen als Buchautoren vor dieser Frage: Bekommen sie

**Viele Autoren breiten ihren Stoff aus,
als gäbe es kein Morgen oder
jedenfalls keine Waldrodung für das Papier.**

es neben dem Alltagsgeschäft hin? Das hat, natürlich, den großen Vorteil, dass die Einnahmen aus dem Buch, also der Verlagsvorschuss und im Erfolgsfall auch die Beteiligung am Verkauf, zusätzlich zum sonstigen Einkommen sind. Das Modell ist also wirtschaftlich reizvoll, sollte aber dennoch genau überdacht werden. Je größer das Projekt, desto fordernder wird der Verlust an Freizeit, Erholung, Zeit mit Familie und Freunden; Wochenenden, Abende, ganze Urlaube fallen dem Vorhaben zum Opfer, mit allen sehr unerfreulichen Folgen, die derlei haben kann. Auch die Doppelbelastung wird vorher leicht unterschätzt.

VORSICHT VOR ZU VIELEN TAGEN AM SEE

Ich entschied mich, ein Jahr Auszeit von der *Süddeutschen Zeitung* zu nehmen, also ein Sabbatical zu beantragen, das mir meine Chefredaktion mit bemerkenswerter Großherzigkeit zugestand. Bei dieser Variante hat man als Buchautor sehr viel mehr Zeit und schont die Nerven erheblich; dem Projekt kann beides nur nutzen. Finanziell allerdings will das gut berechnet sein. Hier ist es wichtig, mit dem Verlag – wenn möglich – einen an der Realität des Arbeitslebens orientierten Vorschuss auszuhandeln, also das Grundhono-

rar für das Buch. Manche Arbeitgeber bieten Festangestellten oder Pauschalisten auch an, das Gehalt für einen längeren Zeitraum als die genommene Auszeit zu reduzieren, es aber dafür während der Auszeit fortzubezahlen, also zum Beispiel drei Jahre lang zwei Drittel der Bezüge zu bekommen, dafür aber auch während des einen freien Jahres. Nach solchen Modellen sollte man sich erkundigen, weil sie es erlauben, laufende Kosten und Sozialabgaben zu begleichen.

Für freie Journalisten – so sie nicht zur sehr kleinen Zahl der wirklich, wie man früher sagte, »finanziell Unabhängigen« oder der heftig umworbenen Bestsellerautoren gehören – ist das oft noch schwieriger. Sie müssen besonders sorgsam rechnen und mit ihren Auftraggebern verhandeln, damit sie während der Arbeit an dem Buch nicht gute Kontakte und Aufträge verlieren. Hier ist, so platt es klingen mag, tatsächlich ein sehr durchdachtes Zeitmanagement vonnöten.

Wer es gewohnt ist, von einem Tag auf den anderen zu schreiben oder binnen weniger Stunden Sendungen zu produzieren, empfindet den Freiraum für das Schreiben eines Buches zuerst als Luxus. Das ging mir nicht anders. Wer es mit den Tagen am See in dieser allerersten Zeit übertreibt, wird dafür am Ende einen hohen Preis zahlen. Leider kann ich aus grundsätzlichen Erwägungen nicht darlegen, wie autobiografisch diese Beobachtung ist. Für viele Autoren ist es jedenfalls besser, sich einen klar strukturierten Arbeitsplan zu machen und zu versuchen, die entsprechende Disziplin aufzubringen.

Wie bei einem Artikel oder einer Fernsehreportage muss auch der Buchautor komplexe Zusammenhänge auf den Punkt bringen. Er hat nur sehr viel mehr Raum, seine Erzählung auszubreiten. Hier bewährt sich gerade darum eine systematische Gliederung und die im Alltag antrainierte Fähigkeit, das Wasser zu halten. Ein Elend vieler deutscher Sachbücher – ich bin Historiker und habe allerlei Werke dieser Art studieren müssen – ist es nämlich, dass sie eben das nicht können. Viele Autoren breiten ihren Stoff aus, als gäbe es kein Morgen oder jedenfalls keine Waldrodung für das Papier, ohne Sinn für den Leser oder die Dramaturgie. Hier ist der Journalist im Vorteil, wenn er ihn zu nutzen versteht.

JENSEITS DER 600 SEITEN

Gute Journalisten, und das sind viele, können erzählen. Genau das macht auch ein gutes Buch aus. Die These, der rote Faden, die Geschichte – wie immer man es nennt: Darauf kommt es an. Ein Buch ist eben auch eine Verführung, alles aufzuschreiben, was man weiß. Wie bei einem Artikel, bei dem nach schon stolzen 200 Zeilen das rote Zeichen für Übersatz flimmert, kommt es bei dem Buch aber darauf an, anschaulich, verständlich und nie länger als nötig zu schreiben.

Berthold Beitz hat als junger Ölmanager der Kriegsindustrie im besetzten Polen Dutzenden, vielleicht Hunderten Verfolgten das Leben gerettet. Er reklamierte sie als unentbehrlich für die Rüstungsproduktion, auch wenn es viele gar nicht waren, versteckte sie, holte sie aus Deportationszügen. Über die deutsche Besatzungsherrschaft in Polen, die Treibstoffindustrie, die Ausbeutung des Landes, den Holocaust: Darüber gibt es viel Material. All dies en detail zu erzählen, hätte selbst den Charakter eines 600-Seiten-Buches gesprengt, zu dem sich meines schließlich auswuchs (siehe oben: nie länger als nötig). Ich entschied mich dafür, die Geschichte der Beitz'schen Rettungsmission aus meinen Gesprächen mit ihm und anhand von fünf Überlebenden zu beschreiben. Sie waren damals halbe Kinder gewesen, und ich fand sie auf erheblichen Umwegen, aber das ist eine andere Geschichte. Mit den fünf Zeitzegen ließ sich das Grauen jener Zeit und die Größe der Rettungsaktion von Beitz dem Leser sehr nahebringen, und darum ging es, nicht um eine komplette Darstellung nach wissenschaftlichen Maßstäben. Aber natürlich sollte der Buchautor das vorhandene Material, Literatur und Quellen, zu seinem Thema gut kennen und gelesen haben.

Bei vielen Themen ist es wichtig, persönliche Gespräche und Aktenstudien im Gleichgewicht zu halten. Ich kenne Historiker, die über – lange verstorbene – Funktionsträger des NS-Regimes geschrieben haben, dies aber allein aus den Quellen und ohne Kontakt mit Zeitzegen oder Nachfahren. Teils, um Gefühle nicht zu verletzen, teils, um unbeeinflusst zu bleiben, teils, um unerquickliche und fruchtlose Debatten zu vermeiden. Man kann das so handhaben, sicher, und nur mit schriftlichem Material arbeiten. Aber die Möglichkeit, persönliche Eindrücke zu sammeln, sollte sich der Buchautor vielleicht doch nicht schenken. Es ist ja seine Sache, was er später daraus macht.

AUCH MIT GEGNERN SPRECHEN

Wer über Ereignisse schreibt, die sehr lange in der Vergangenheit liegen, hat es oft leichter als der Zeithistoriker, den Archivsperrern, der Datenschutz und die benötigte Zustimmung der Betroffenen daran hindern, Quellenbestände einzusehen. Er muss dann erst recht abwägen, wie stark sein verbliebenes Material ist.

Gerade bei Biografien, aber beileibe nicht nur bei ihnen, entsteht oft das Problem von Nähe und Distanz, und je weniger Quellen verfügbar sind, desto schlimmer kann es werden, weil der Autor dann auf eine einzige oder wenige angewiesen ist. Ich empfinde es heute noch als Geschenk, dass Beitz' – übrigens sehr bescheidene – Interviewaussagen über seine Rettungsmission in Polen 1942 bis 1944 durch Quellen bestätigt werden, die der Historiker Thomas Sandküh-

ler neben vielen anderen in seinem Standardwerk über die deutsche Zivilverwaltung im besetzten Galizien ausgewertet hatte. Andererseits hatte ich mehrere Menschen getroffen, die Beitz damals persönlich gesehen und erlebt hatten, in dramatischen Konflikten am Bahnsteig bei einer Deportation zum Beispiel. Ich wusste, dass die Geschichte stimmte.

Das Problem, dem Mann emotional zu nahezu kommen, dessen Leben ich beschrieb, blieb dennoch. Vielleicht ist es sogar einfacher, die Biografie von Scheusalen wie Attila dem Hunnenkönig oder eines SS-Führers zu schreiben. Beitz aber

*Vielleicht ist es sogar einfacher,
die Biografie von Scheusalen wie Attila
dem Hunnenkönig zu schreiben.*

war eine bewundernswerte Persönlichkeit: Retter von Juden, Pionier der Brandt'schen Ostpolitik und der Versöhnung mit Polen, Wohltäter als Chef der Krupp-Stiftung, Patriarch der guten alten sozialen Marktwirtschaft und Feind des Haifischkapitalismus. Es ist mir, sehr wahrscheinlich, nicht immer gelungen, die nötige Distanz zu wahren. Aber einen sehr ernsthaften Versuch dazu möchte ich schon reklamieren. Ich habe erbitterte Gegner besucht, in verwahrlosten Arbeiterkneipen von Duisburg-Rheinhausen zum Beispiel, dessen Stahlwerk mit Beitz' Zustimmung geschlossen wurde. Und ich habe sein Verhältnis zu Potentaten kritisch hinterfragt oder seine Leistungen als Unternehmenslenker. Ob das genügt, müssen die Leser entscheiden. Aber dieses Problem ist Journalisten nur zu bekannt.

Es kann ein großartiges Gefühl sein, am Ende dieses Prozesses das eigene Buch in den Händen zu halten. Man hat den eigenen Blick geweitet, lange an einem Stoff gearbeitet, statt Tag für Tag zweieinhalb Artikel Minimum abliefern zu müssen. Man durfte tun, wovon man immer geträumt oder zu träumen behauptet hat: ein Thema wirklich tief zu durchdringen. Das ist sehr viel wert. Aber letztlich geht es auch dem journalistischen Buchautor so wie bei seinen allerersten Artikeln: Die Welt dreht sich trotzdem einfach weiter. ■



Joachim Käppner ist Redakteur der Süddeutschen Zeitung und schreibt vor allem über historische und Sicherheitsthemen. Er ist Herausgeber und Autor mehrerer Bücher zur deutschen Geschichte.



Die privaten TV-Sender müssen laut Rundfunkstaatsvertrag Raum für Nachrichten bieten. Ihre Politikberichterstattung setzt jedoch auf diskreten Minimalismus, die journalistische Eigenleistung ist dünn. Ein Streifzug durch die News-Formate von RTL II, Vox und Co.

Eine Kolumne von Fritz Wolf

Nachrichten der Privatsender

GOOGLE-KUGEL UND LAPPEN-LAPSUS

Normalerweise gehören die Nachrichten der kommerziellen TV-Sender nicht zum Pflichtprogramm für Fernsehkritiker. Politische News sind bei RTL II nicht wirklich zu Hause, es herrscht ein anderes Verständnis von Nachrichtenrelevanz, und den Celebrity- und Lifestyle-Mist kann man sich nun wirklich sparen. Oder sind das alles Vorurteile? Hier folgt ein Feldversuch, quer durch einige Tage Ende Mai, natürlich unvollständig und tagesgebunden zufällig.

Zunächst aber ein Blick in die Wissenschaft. Das GÖFak-Forschungsinstitut in Potsdam beobachtet für die Landesmedienanstalten regelmäßig die Informationsleistungen der Sender, codiert Themen, begutachtet Kurven, packt Daten in Statistiken. Das führte in einer Studie des Instituts von 2011 zu einem strengen Urteil, nämlich zum Zweifel, ob dieses Nachrichtenangebot den Grundsätzen der Meinungsvielfalt entspricht, zu der auch die kommerziellen Sender verpflichtet sind: »Meinungsvielfalt in Fernsehvollprogrammen erfordert die Bereitstellung und Nutzung von Raum für Informationen und Meinungen –

und dieser Raum wird in den privaten Fernsehvollprogrammen (unabhängig von Unterschieden im Detail) nach den Befunden der ALM-Studie für den Bereich der Politik weder hinreichend bereitgestellt noch hinreichend genutzt. Das bezeichnen wir als Defizit.«

Soll heißen: Auch die kommerziellen Sender sind zu einem gewissen Ausmaß an Information verpflichtet, halten sich aber nicht dran. Vox-Nachrichten zum Beispiel werden regelmäßig nach Mitternacht versendet, vormittags gibt es nur ein fünfminütiges Newshäppchen, am Wochenende gar nichts. Das ist gewiss »nicht hinreichend«.

So weit die Forschung. Jetzt die Anschauung. Zum Beispiel die Google-Kugel. Google bringt ein Auto heraus, das sieht aus wie ein Spielzeug-Ei, hat kein Lenkrad, keine Bremsen und fährt von ganz alleine. Die Nachrichtensendungen der privaten Kanäle stürzen sich drauf. Das will die Kundschaft mit den getunten Corsas doch sehen! Der Beitrag stammt aus der PR-Abteilung von Google, was man nicht sofort merkt, weil sie natürlich dort auch wissen, wie

man einen Clip herstellt, der aussieht, als sei er Journalismus; nur (und ausgerechnet!) die RTL II News machen die Zuschauer darauf aufmerksam. Die journalistische Eigenleistung besteht dann darin, einen deutschen Auto-Experten zu finden. Das ist, Überraschung Überraschung, der Autoprofessor Ferdinand Dudenhöffer, der medial äußerst vielseitig einsetzbar ist. Im einen Sender sagt er, in zehn Jahren werde die Autoindustrie sich noch schwer wundern, im anderen meint er, Autos ohne Lenkrad ließen sich in Deutschland nicht durchsetzen. Irgendwas wird schon stimmen.

Die Göfak-Medienforscher nennen diesen Typ Information »Unterhaltungspublizistik«. Damit gemeint sind die Inhalte, die die kommerziellen News prägen. Der Themenkosmos in diesem Feldversuch: Keime in der Wurst, Überschwemmungen und Schlammlawinen, das System Hundemafia mit putzigen Welpen, protestierende Brasilianer, die mit Pfeilen schießen. Oder immer nur Currywurst in den Kantinen. »Wir Deutschen lieben es fettig«, tremoliert Marc Bator bei Sat.1 in die Kamera. Für die auf jugendlich gestylten News bei RTL II rücken entsprechend jugendaffine Themen nach vorn: junge Mädchen, die sich Grübchen ins unbeschriebene Gesicht operieren lassen; Jugendliche in Teheran, die wegen einer Tanzeinlage auf Video ins Gefängnis müssen; die Freundin von Wladimir Klitschko, die aber schon sowas von schwanger ist. Geschenkt. Dazwischen heißt die Devise: Füll den Bildschirm. Tornado in North Dakota, Crash auf einer Eisenbahnkreuzung in den USA – vollkommen irrelevant, aber es knallt.

Zurück zur politischen Information und ihrem Defizit. Konservative Politiker hatten sich vom Privatfernsehen in dessen Gründerzeit mehr Medi-

enpräsenz versprochen – ein Irrtum. Heute sieht es so aus, als betrieben die kommerziellen Sender einen diskreten Minimalismus an politischer Information, der manchmal geradezu an Nachrichtenvermeidung grenzt. Von RTL weiß man ja explizit, dass seit Helmut Thoma Politikerpolitik unerwünscht ist – weshalb man auch kaum vorfahrende schwarze Limousinen oder sich schließende Konferenztüren sieht. Das immerhin ist ein Fortschritt.

Doch wenn Politik unmittelbar auf die Lebenswirklichkeit der Zuschauer durchschlägt, finden die entsprechenden Themen durchaus Beachtung. Das Rentenpaket zum Beispiel. Oder eine



Studie, die ausweist, dass ein Fünftel der Menschen in Deutschland keine finanziellen Reserven für unvorhergesehene Anschaffungen hat. Das sind für die kommerziellen Sender ja auch interessante Kennziffern, siehe Werbung. In den Berichten zur Neuregelung der Pflege darf sogar Gesundheitsminister Gröhe kurz vor die Kamera, und man lässt ihm auch das Wort »Pflegerstützgesetz« durchgehen. Sonst taucht aber nur der Hofreiter Anton von den Grünen häufiger bei den Kommerziellen auf, irgendwie unerklärlich. Vielleicht wegen seiner langen Haare?

Die journalistische Eigenleistung sieht insgesamt dünn aus. Glücklicher-

weise werden in dieser Republik ständig Studien mit Zahlen und Grafiken publiziert. Das lässt sich einfach vermehren, bebildern und mit Betroffenen bevölkern. Diese Bebilderungsbürger sehen dann nicht selten aus, als habe man sie nebenan bei den Reality-Shows gecastet.

Manche Nachrichten dagegen machen sich wie von selbst. Der Verkehrsunfall beim Trainingslager der Nationalmannschaft traf sich mit dem Führerscheinverlust des Bundestrainers und den Austritten eines betrunkenen Fußballprofis. Zwar war Joachim Löws Führerschein offenbar schon seit drei Monaten weg – egal. Auf gut volkstümlich sprach ein Reporter vom »Lappen« und vom »Lappen-Lapsus«, obwohl Führerscheine schon seit gefühlt dreißig Jahren als Plastikkarte daherkommen. Es handelte sich um die klassi-



Das selbstfahrende Auto macht gute Laune. Auch die PR-Abteilung von Google freut sich, wenn TV-Nachrichten Szenen aus ihren Image-Filmen prominent platzieren.

sche Boulevard-Mischung für die ange-reisten Wadenkrampfforscher: Skandal (Kevin Großkreutz), Promi-Pech (Löw) und Unglück (Unfall mit Sportwagen). Das reichte für drei Tage Berichterstattung. Den größten Aufwand freilich, das alles auf dem großen Boulevard zu verrühren, betrieb dann in der ARD Günther Jauch mit seiner Talkshow – aber der kommt ja auch von RTL. ■

UNTER VERBÜNDETEN

von René Martens

Die Grenzen zwischen Medienhäusern werden durchlässig: Fernsehmacher gründen Rechercheverbände mit Zeitungen, Radioredakteure arbeiten mit Onlinern zusammen. Indirekt profitieren so auch Verlage von den Gebührengeldern der öffentlich-rechtlichen Sender.



Die Äußerung fiel in einem hohen Haus, und sie kam von einer hochrangigen Expertin. »Es muss ausgeschlossen sein, dass die private Presse mit Beitragsgeldern gefördert wird«, sagte die WDR-Justiziarin Eva-Maria Michel im Mai bei einer Anhörung des nordrhein-westfälischen Landtags. Es ging um die umstrittene »Stiftung für Vielfalt und Partizipation«, die die dortige Landesregierung gründen will, um die Ausbildung von Lokaljournalisten zu fördern und Recherchestipendien zu vergeben. Die Stiftung soll als Tochtergesellschaft der nordrhein-westfälischen Landesmedienanstalt gegründet werden, finanziert durch den Rundfunkbeitrag.

Fasst man den Begriff »fördern« weit, profitiert die »private Presse« heute aber oft von Beitragsgeldern. Möglich machen es die vielgestaltigen Kooperationen zwischen öffentlich-rechtlichen Sendern und privatwirtschaftlichen Verlagen, bei denen Letztere zumindest indirekt von Leistungen profitieren, die mit Beitragsgeldern finanziert werden. Das gilt zum Beispiel für die regelmäßigen Kooperationen zwischen NDR, WDR und *Süddeutscher Zeitung (SZ)*. Um die Arbeit dieses Verbundes zu verbessern, hat der NDR in diesem Frühjahr ein trimediales Ressort Investigation formiert, das unter anderem aus den bisherigen Recharteams des Fernsehens und des Hörfunks besteht. Im Zuge der Umstrukturierung sind die Investigativ-Spezialisten des NDR umgezogen: in das Gebäude von ARD-aktuell, wo die Nachrichtensendungen der ARD produziert werden.

ARBEITSTEILUNG UNTER PARTNERN

Von der Nähe zur permanenten Informationsproduktion profitieren gewiss auch die beiden Partner des NDR. Die Zusammenarbeit – die, zumindest was NDR und *SZ* betrifft, bereits im Herbst 2011 begann – beschränkt sich anders als zu Beginn längst nicht mehr auf internationale Themen, in denen Geheimdienste eine Rolle spielen. Sie kann sich auch im *SZ*-Ressort Panorama niederschlagen, wo Mitte Mai unter der Überschrift »Diagnose: Lebensgefahr« ein Text von Ralf Wiegand erschien. Es ging um einen Radiologen aus Essen, der Brustkrebs-Vorsorgeuntersuchungen durchführte, »obwohl er die Qualifikation dafür jahrelang nicht

◀◀Die Recherche-Ergebnisse über die Mafia in Deutschland wurden nicht nur auf einer eigens erstellten Website, sondern auch von WAZ, ARD, *Spiegel Online* und der italienischen *Wired* veröffentlicht.

nachgewiesen hatte« – und damit mehr als 100.000 Frauen in Unsicherheit versetzte.

Die Recherchearbeit zu diesem Fall begann Anfang April, als Georg Mascolo einen Hinweis bekam. Er leitet die investigative NDR-Truppe gemeinsam mit Stephan Wels und Julia Stein, außerdem ist er für die Koordination mit WDR und *SZ* zuständig (wofür er von jedem Kooperationspartner je ein Honorar als freier Mitarbeiter erhält). Der NDR-Redakteur Christoph Heinzle gehört zum Rechercheverbund. Er berichtet: »Ich habe das Thema anrecherchiert, verteilt auf 14 Tage immer mal wieder Gespräche geführt.« Heinzle kam zum Einsatz, weil das Thema auch einen norddeutschen Bezug hatte – was nichts mit dem Fall zu tun hatte, sondern mit einer Quelle. Als die Vorrecherchen zeigten, dass der Skandal für sämtliche Kooperationspartner interessant ist, übernahm Heinzle die Umsetzung im Hörfunk. Um die TV-Berichterstattung kümmerte sich die Redaktion Landespolitik des WDR-Studios Düsseldorf.

JEDES MEDIUM BERICHTET AUF SEINE WEISE

»Wir waren dann zu dritt zwei Tage im Ruhrgebiet unterwegs: Torsten Reschke vom WDR Fernsehen, Ralf Wiegand von der *SZ* und ich. Wir haben Hintergrundgespräche mit Patienten und anderen Personen geführt, die Kenntnis des Falls hatten. Mit einigen haben wir dann Interviewtermine vereinbart«, sagt Heinzle. Die Recherchereise war die Basis dafür, dass alle drei beteiligten Kooperationspartner »umfas-

KOOPERATION

Zusammenarbeit statt Konkurrenz: Verlage koordinieren ihre Recherchen mit Fernseh- und Radiomachern der öffentlich-rechtlichen Sender, freie Autoren schließen sich zu Netzwerken zusammen, und dank Medienwandel sitzen sogar Programmierer und Journalisten öfter gemeinsam vor dem Monitor. *Message* zeigt Vorteile und Herausforderungen, die die neue Lust an Kooperation in der Branche mit sich bringt.

- ▶ »Der spröde Charme des Codes«: Redaktionscoach Christian Sauer über Sprachprobleme zwischen Programmierern und Journalisten S. 49
- ▶ »Im digitalen Sandkasten«: Ein Erfahrungsbericht vom »Newsgames Hackathon« von Jan Lukas Strozzyk S. 50
- ▶ »An einem Strang«: Johannes Gunst über eine Datenbank, mit der der *Stern* Großrecherchen koordiniert S. 54
- ▶ »In Freiheit vereint«: Bertram Weiß zeigt, wie selbstständige Journalisten kooperieren, ohne ihre Freiheit aufzugeben S. 56
- ▶ »Wir Auftragskiller«: Kathrin Breer über die Zusammenarbeit in einer Journalistengemeinschaft S. 57

sende Grundkenntnisse« der Causa hatten, so Heinzle. Das Gros der Interviews lieferte schließlich das WDR Fernsehen, eines führte Heinzle mit einer Expertin aus Hamburg.

Heinzle produzierte zwei Beiträge, die sowohl bei seinem Stammsender NDR Info liefen als auch bei verschiedenen Wellen des WDR-Hörfunks. Theoretisch hätten sie auch in anderen Radioprogrammen der ARD laufen können: Die Stücke, die der Hörfunk des Senderverbands produziert, stehen im Rahmen eines Sammelangebots sämtlichen 60 Wellen kostenfrei zur Übernahme zur Verfügung. Die Berichterstattung über die Reaktionen, die Heinzles Beiträge auslösten – etwa bei Beteiligten, die sich zunächst nicht hatten äußern wollen –, deckte dann das WDR-Studio Essen ab.

Im WDR Fernsehen war der Skandal um den dubiosen Mediziner ab dem 15. April an drei aufeinander folgenden

Tagen in der *Aktuellen Stunde* ein Thema. Christoph Heinzle betont: »Wir haben zusammen recherchiert, und alle Beteiligten hatten auf die gemeinsamen Rechercheergebnisse Zugriff – ich habe zum Beispiel die O-Töne aus den TV-Interviews für meinen Radiobeitrag verwenden können.« Aber: »Umgesetzt haben die Partner die Recherchen dann unabhängig voneinander. Jeder hat die Geschichte auf seine Weise erzählt.«

Ruth Hieronymi, die christdemokratische Vorsitzende des WDR-Rundfunkrats, sagt zwar, es handle sich bei der Kooperation zwischen *SZ*, NDR und WDR um »einen losen Rechercheverbund bei investigativen Themen«. Medienjournalisten nehmen die Zusammenarbeit aber eher als institutionalisiertes Teamwork wahr – jedenfalls im Vergleich mit vielen anderen Kooperationen, die zwischen einzelnen öffentlich-rechtlichen Redaktionen und Partnern aus der privaten Verlagswirtschaft existieren.

Der *Weltspiegel* der ARD etwa produzierte Anfang Juni gemeinsam mit *sueddeutsche.de* ein multimediales Online-Special anlässlich des 25. Jahrestages des chinesischen Tiananmen-Massakers. Es war »ein erster Versuch«, sagt NDR-Chefredakteur Andreas Cichowicz, der die Sendung regelmäßig moderiert. Alle vier *Weltspiegel*-Redaktionen – die beim BR, NDR, SWR und WDR sitzen – hätten der Kooperation zugestimmt. Man sei nun »offen für weitere Partner«. Ebenfalls Anfang Juni kündigte Funkes *Hamburger Abendblatt* an, bei zwei größeren Rechercheprojekten mit der NDR-Radiowelle 90,3 zusammenzuarbeiten.

Bisher erst bei einem Projekt, dafür aber über eine lange Zeit haben WDR, *WAZ* und *Spiegel Online* kooperiert. David Schraven, der bis Ende Mai das Recherche-Ressort der *WAZ* leitete, und Jörg Diehl, der Chefreporter von *Spiegel Online*, hatten bereits 2012 Dokumente über die Bau-Mafia in Nordrhein-Westfalen und ihre Scheinfirmen

Süddeutsche.de und *Weltspiegel* produzierten gemeinsam »eine multimediale Suche nach Erinnerungen« an das Massaker auf dem chinesischen Tiananmenplatz.



gesammelt – unabhängig voneinander. Nachdem sie sich »bei den Recherchen über die Füße gelaufen waren« (Schraven), machten sie zusammen weiter. »Irgendwann haben wir uns gesagt: Eigentlich ist das ein so großes Thema, dass man es im Fernsehen machen sollte«, erzählt Schraven. So kam An-

»Jeder hat seine eigenen Kosten getragen, konnte aber die Recherche-Ergebnisse der anderen Partner gleichberechtigt verwerten.«

fang 2013 ein »Erstkontakt« zu Georg Restle, dem Chef des Investigativ-Ressorts beim WDR Fernsehen, zustande. Nach rund einem Vierteljahr Wartezeit, die der WDR brauchte, um mit Marko Rössler einen geeigneten Autor für eine TV-Dokumentation zu finden, kam das Großprojekt ins Rollen. Für die Zusammenarbeit »hatten wir eine eigene Dropbox eingerichtet, in der alle Dokumente abgelegt wurden«, sagt Schraven. »Jeder hat seine eigenen Kosten getragen, aber jeder Partner konnte die Recherche-Ergebnisse der anderen gleichberechtigt verwerten.«

DER RICHTIGE WEG FÜR GROSSE THEMEN

Der zweite große Strang der Berichterstattung ist ein Interview mit einem Mafiakiller. Vier Journalisten führten es gemeinsam: Schraven, Diehl, TV-Autor Rössler sowie Anna Neifer, die sowohl für die *WAZ* als auch den WDR arbeitete. Der Film »Vorsicht Mafia« lief am 7. April im Ersten Programm der ARD und eine Woche später im WDR Fernsehen. Von Jörg Diehl erschien im gedruckten *Spiegel* am Tag der Erstausstrahlung des WDR-Films ein Text mit dem Titel »Unter Strohmännern«. *Spiegel Online* verarbeitete das Interview mit dem Killer für ein Porträt mit eingebetteten Videos. Und die *WAZ* produzierte die umfangreiche Website mafia-in-deutschland.de, auf der zum Teil auch Hintergründe der Recherche dokumentiert sind.

Auch Kollegen aus Italien leisteten einen wichtigen Beitrag zu »Mafia in Deutschland«: Cecilia Anesi und Giulio Rubino vom *Investigative Reporting Project Italy* (IRPI) sowie Franco Castaldo von der Lokalzeitung *Grandangolo* aus der sizilianischen Provinz Agrigento, der Heimat vieler Mafialeute, die in Nordrhein-Westfalen ihr Geld verdienen. Anesi und Rubino haben die deutschen Partner zum Beispiel bei der Beschaffung älterer Gerichtsakten aus Italien unterstützt. Die Kooperation fand auch in italienischen Medien Niederschlag: Schraven und Neifer schrieben einen Text für *Grandangolo* und wirkten auch an einem Artikel mit, der in der italienischen Ausgabe des Magazins *Wired* erschien.

Insgesamt lobt Schraven die »gute Zusammenarbeit«, zumal seien »die Kooperationen zwischen verschiedenen Mediengattungen absolut der richtige Weg, wenn man große Geschichten machen will«. Aber: »Grundabsprachen sollte man schriftlich fixieren. Es hat sich als problematisch erwiesen, dass wir das nicht getan haben.«

Internationale Partner spielten auch bei den Recherchen zum Schwerpunkt Datenschutz und Geheimdienstüberwachung, den ZDF und das Investigativ-Ressort von *Zeit* und *Zeit Online* im Mai präsentierten, eine Rolle. Für die zweiteilige ZDF-Dokumentation »Verschwörung gegen die Freiheit« lieferte der US-Sender PBS Interviews, etwa mit dem ehemaligen Staatssekretär des US-Heimatschutzministeriums und Ex-NSA-Justiziar Stewart Baker.

ZDF-CREW TRIFFT ZEIT-VERTRETER

Erst rund acht Wochen vor dem Start des Schwerpunkts taten sich die deutschen Partner zusammen. »Wir haben nicht beide bei null angefangen, das ZDF hatte aufgrund seiner Zusammenarbeit mit PBS bereits einen Vorsprung«, sagt Yassin Musharbash aus dem Investigativ-Ressort der *Zeit*. »Wir haben aber bei spezifischen Fragen versucht, gemeinsam voranzukommen. Beide Teams haben mit offenen Karten gespielt. Wir wussten, was das ZDF macht; die wussten, was wir machen.«

Als dieses »Pilotprojekt« (Musharbash) in Hamburg besiegelt wurde, saßen auch die Chefredakteure Peter Frey und Giovanni di Lorenzo mit am Tisch. In der Folgezeit fanden mehrere Treffen statt, an denen eine Fünfer-Crew vom ZDF und drei Vertreter der *Zeit* teilnahmen. Musharbash führte zudem gemeinsam mit ZDF-Mann Elmar Theveßen ein Gespräch mit dem Bielefelder Rechtswissenschaftler Christoph Gusy; Gusy hatte in einer Studie dargelegt, dass bei Anträgen auf Telekommunikationsüberwachung die zuständigen Richter die Anträge der Staatsanwaltschaft in der Regel nach nur mangelhafter Prüfung durchwinkten.

Inhaltlich überschneiden sich Doku und Dossier darüber hinaus nur an einem weiteren Punkt: in ihrer Kritik am NSA-artigen Wirken des BND. Musharbash: »Man hat sich gegenseitig befruchtet, aber nicht unbedingt konkret.« Manchmal, so Musharbash, wurde so eher der inhaltliche Fokus abgesteckt: »Die konzentrieren sich darauf, dann konzentrieren wir uns doch darauf.« Wenn man einen Schwerpunkt gemeinsam präsentiere, sei es auch wichtig, dass die gemeinsamen Aspekte in den jeweiligen Beiträgen miteinander »harmonieren«, meint Musharbash. Das heißt, man müsse sie so abstimmen, dass sie sich nicht widersprechen.

Zum Teil war es Zufall, dass sich die Zusammenarbeit nicht noch stärker in den Ergebnissen widerspiegelte. Als Einstiegsfigur des *Zeit*-Dossiers diente Caspar Bowden, einst

hochrangiger Datenschutzberater bei Microsoft. Er war auch für den ZDF-Film als Interviewpartner vorgesehen, das sei »aber aus Termingründen gescheitert«, sagt Musharbash.

Wenn man sich bei Redakteuren umhört, die an Kooperationen beteiligt sind, ist eine kontrolliert offensive Haltung zu spüren. Man ist zwar stolz auf die Recherchen und darauf, dass man es geschafft hat, die eigenen Marken auf fremdes Terrain auszudehnen. Das wird angesichts des sich

**Kooperationen widersprechen den Kampf-
reden von Verlagsmanagern, die Online-
Angebote der Sender als übergriffig empfinden.**

zusehends zersplitternden Überangebots an Informationen in Zukunft noch wichtiger werden. Aber jeder Kooperationserfahrene ist auch bemüht, die Unterschiedlichkeit der Ergebnisse herauszustellen. Auf eine konkrete Zusammenarbeit angesprochen, sagte ein leitender Redakteur, er wolle diese »nicht grell beleuchten, das könnte einen falschen Spin bekommen«.

GESETZESLAGE NOCH UNGEKLÄRT

Niemand will den Eindruck erwecken, dass der rechtliche Rahmen touchiert wird, wie ihn etwa Eva-Maria Michel und Ruth Hieronymi skizzieren. Zudem gibt es ein Urteil des Bundesverfassungsgerichts von 1991, darin heißt es: »In einer dualen Rundfunkordnung ist der Gesetzgeber verfassungsrechtlich nicht gehalten, öffentlich-rechtliche und private Rundfunkveranstalter strikt voneinander zu trennen. Soweit der Gesetzgeber die Möglichkeit einer Veranstalterkooperation oder einer sonstigen gemeinschaftlichen Programmträgerschaft eröffnet«, müssten aber »die Programmsegmente abgrenzbar und ihrem Träger zurechenbar« sein. Damals hatten die Bundestagsfraktionen von Union und FDP ein Normenkontrollverfahren gegen das WDR-Gesetz angestrengt. Ob das Urteil auf die aktuelle Situation anwendbar ist, ist jedoch unklar, denn im Kern ging es damals um eine 30-prozentige Beteiligung des WDR am privaten Radio NRW.

Journalisten, die die Kooperationen mit Leben füllen, müssen auch stets im Hinterkopf haben, dass ihr Wirken in einem gewissen Widerspruch zu den gängigen Kampf- und Sonntagsreden von Verlagsmanagern steht, die Online-Angebote der öffentlich-rechtlichen Sender als übergriffig empfinden, als einen mit Rundfunkbeiträgen finanzierten Angriff auf das eigene Terrain. Es ist nicht ohne Ironie, dass die Kooperation zwischen NDR und *SZ* startete, nachdem im Juni

nur wenige Wochen zuvor acht Zeitungsverlage – darunter auch der Süddeutsche Verlag – gegen die Smartphone-App der *Tagesschau* eine Klage eingereicht hatten. Dieses kostenlose Angebot sei »presseähnlich«. Der Rechtsstreit ist mittlerweile beim Bundesgerichtshof anhängig.

KEINE BERÜHRUNGSÄNGSTE

Als gegenüber dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk grundsätzlich nicht gerade freundlich eingestelltes Haus gilt gemeinhin der Axel-Springer-Konzern. Aber selbst der kennt keine Berührungsängste. *Welt* und *Welt am Sonntag* etwa arbeiteten 2013 mit NDR Info zusammen. Das Thema: gesundheitliche Gefahren durch Ozon in der Kabinenluft von Flugzeugen. »Ich glaube zu allererst an Kooperationen unter Reportern, dann an Kooperationen zwischen Ressorts und erst als Drittes an Kooperationen unter Häusern«, sagt Jörg Eigendorf, der Leiter des Investigativ-Ressorts bei der *Welt*. »Von oben verordnete Kooperationen« seien oft nicht erfolgreich. Man kann das als kleinen Seitenhieb auf die Zusammenarbeit zwischen NDR, WDR und *SZ* werten. Wichtig sei zudem: Wenn man mit externen Partnern kooperiere, dürfe man »nicht darauf schielen, wer mehr einbringt«, sagt Eigendorf.

Das beherzigten die Springer-Leute kürzlich, als sie bei Recherchen zu fragwürdigen Geschäften des Windkraftunternehmens Prokon in Rumänien mit dem ZDF-Magazin *Frontal 21* zusammenarbeiteten. Über das Thema hatte das Investigativ-Team der *Welt* bereits im Januar berichtet. Dennoch entschied man sich dazu, im Mai Beiträge zu dem Thema mit dem ZDF zeitlich zu koordinieren.

Problematisch für den Nutzer ist die noch relativ neue Kooperation zwischen Partnern aus eigentlich getrennten Sphären nur dann, wenn sie nicht kenntlich gemacht wird. Am 12. Mai schrieb der freie Journalist und Filmemacher Güven Purtul für das Wissensressort der *SZ* einen Artikel über die Gefahren, die die illegale Plastikmüll-Entsorgung im Meer mit sich bringt. Unter dem Text war ein Ankündigungsschwänzchen platziert: »Der NDR zeigt an diesem Montag um 22 Uhr in der Reihe *45 Min* den Film »Die Plastik-Bedrohung.« Der Hinweis, dass Purtul einer der beiden Autoren des Films ist, fehlte. Dies offenzulegen, hätte keinem der Beteiligten geschadet. ■



René Martens ist freier Journalist in Hamburg. Gemeinsam mit dem Team des Medienblogs »Altpapier« wurde er 2013 mit dem Bert-Donnepp-Preis ausgezeichnet. [@renemartens](#)

DER SPRÖDE CHARME DES CODES

von Christian Sauer

Wenn Journalisten mit Programmierern zusammenarbeiten, fehlt es schon an einer gemeinsamen Sprache. Umso dringlicher brauchen digitale Redaktionsprojekte eine professionelle Koordination.

Eine App-Entwicklung mit der Redaktion einer Technikzeitschrift – das versprach spannend zu werden. Michael Dreyer, Geschäftsführer der Hamburger Software-Firma Empony, freute sich auf die erste Projektsitzung. Mit der Chefredaktion war alles besprochen, jetzt sollten die Journalisten Ideen für die Inhalte der App liefern. Doch die Redakteure saßen mit verschränkten Armen da. »Jetzt erzählen Sie mal, was da laufen soll, Sie hatten ja Hausaufgaben!«, blaffte einer den Software-Entwickler an.

Toller Auftakt für ein komplexes Projekt. »Auf uns als externe Dienstleister wirken Redaktionen wie eine in sich geschlossene Maschinerie, deren Funktion und Regeln wir nicht kennen«, beobachtet Dreyer. Software-Experten wie er brauchen Erfahrung, Geduld und ein dickes Fell, um mit Journalisten zu arbeiten. Sie treffen auf Projektpartner, die ihnen schlecht organisiert erscheinen und für die der nächste Beitrag und das eigene Standing offenbar immer wichtiger sind als die neue App. Zuweilen müssen sie sogar Hierarchiekonflikte klären und eine gemeinsame Sprache finden, bevor die eigentliche Arbeit beginnen kann. »In solchen Fällen müssen wir quasi nebenbei ein gutes Projektmanagement aufziehen, damit überhaupt etwas passiert«, stöhnt Dreyer. Tatsächlich sind Programmierer für viele Journalisten noch immer Wesen vom anderen Stern – und werden deshalb eher als Gegner denn als Partner wahrgenommen. Das ist erstaunlich,

denn die Zusammenarbeit mit den Experten von der technischen Seite spielt eine entscheidende Rolle für neue journalistische Angebote und damit für die Medienzukunft. Wer seine Marke weiterentwickeln will, braucht Fachleute, die sagen, was geht und wie es geht. Jemand muss den Weg vom Scribble oder Screen-Dummy zur fertigen App oder Website austüfteln und in Algorithmen umsetzen; – das Ganze meist auch noch unter Zeitdruck und bei knappem Budget. Die Inhalte-Produzenten kommen ohne gute Programmierer nicht voran – und umgekehrt.

DAS MAGISCHE VIERECK DER KOOPERATION

Da läge es nahe, für gute Kooperation und reibungslose Abläufe zu sorgen: Jedes Abstimmungsproblem zwischen Jour-



Viele Journalisten nehmen Programmierer mehr als Gegner denn als Partner wahr. Hackathons bringen sie an einen Tisch.

IM DIGITALEN SANDKASTEN

Beim »Newsgames Hackathon« entwickeln Journalisten und Programmierer gemeinsam Spiele mit journalistischen Inhalten. Die Zusammenarbeit soll Techniker und Texter einander näherbringen – Zeit für Missverständnisse ist nicht eingeplant. Ein Erfahrungsbericht.

Es war Anfang Februar, als ich über einen Tweet auf eine Website stieß, die in großen, simplen Buchstaben eine Veranstaltung bewarb: »Europe's 1st Newsgames Hackathon«, der Journalisten und Programmierer zusammenbringen sollte. Wie bei einem Marathon wird dabei unter Zeitdruck gearbeitet, statt gerannt wird programmiert, geschrieben und entwickelt. Da wollte ich hin. Die Idee, journalistische Storys über spielerische Mechanismen zu erzählen (nichts anderes ist ein Newsgame), fand ich faszinierend. Hackathons hatte ich bislang nur als Zuschauer beobachtet, aber mir gefiel die Idee, in kurzer Zeit ein gemeinsames Projekt mit Menschen umzusetzen, die nicht direkt aus dem Journalismus kommen.

Eine formlose Bewerbung und ein paar Monate später saß ich im Zug nach Köln, auf dem Weg zu Europas erstem Hackathon. Das »European« im Veranstaltungsnamen war keine Übertreibung, die Teams vor Ort sprachen mal Französisch oder Spanisch, meist Englisch mit verschiedenen Akzenten. Die Qualifikationen der Teilnehmer waren ebenso unterschiedlich: Programmierer treffen auf Journalisten, Fotografen auf Grafikdesigner, Onliner auf Printler. Kann das gutgehen? Aus meiner Erfahrung in Redaktionen sind solche Projektgruppen oft erst nach einer intensiven Phase des Aneinander-vorbei-Redens und sich Missverstehens arbeitsfähig – Zeit, die wir auf dem Hackathon nicht haben. Noch auf der Hinfahrt war ich davon überzeugt, dass wir am Ende gar nichts vorweisen könnten. Zu knapp die Zeit, zu unterschiedlich die Ideen und die Ansprüche, zu verschieden die Denkmuster.

In meinem Team waren wir zu siebt: Drei haben programmiert, der Rest recherchiert und formuliert. Wir entwickelten eine relativ simple App, bei der die Nutzer die Anteile von Lohnkosten, Wareneinsatz, Werbung und Logistik am Ladenpreis eines iPhones schätzen müssen – im Idealfall liegen sie deutlich daneben und lernen im redaktionellen Teil, warum das so ist (die Projektseite mit einer Beta-Version: bit.ly/ipayproject). Schon beim Entwickeln der Grundidee – ganz altmodisch auf Papier – war klar: Wir schaffen das nur, wenn wir Hand in Hand arbeiten. Die Programmierer müssen ein-

schätzen, was sie umsetzen können, und die Journalisten müssen klarmachen, was sie umgesetzt haben wollen. Und – das ist besonders schwer – sie müssen einsehen, was nicht machbar ist. In kurzer Zeit ist es logisch, dass Ideen an der Machbarkeit scheitern. Trotzdem dauerte es nicht lange, bis sich bei mir ein Sandkasten-Gefühl eingestellt hat: Alles war neu, alles war spannend, ich wollte alles ausprobieren. Was passiert, wenn man im Code rumtippt? Wie bekomme ich meinen schönen Satz ungekürzt in das Design? Oder hat der Programmierer recht, wenn er sagt, den braucht's gar nicht?

Im Grunde waren auch die Punkte, bei denen wir nicht weiterkamen, gut für das Projekt. Denn mit jedem »Geht nicht!« ging eine neue Brainstorming-Phase einher. Programmierer und Journalisten überlegten gemeinsam, wie sie ein Problem lösen oder eine Idee umsetzen konnten – so etwas habe ich in etablierten Redaktionen nie erlebt. Innerhalb von nur zwei Tagen sind wir zu einem funktionierenden Team geworden. Und zumindest für mich kann ich sagen, dass mich das Ergebnis stolz gemacht hat. Natürlich war es kein komplettes Spiel. Aber es war mehr, als ich erwartet hatte.

Beflügelt fuhr ich zurück nach Hamburg – und holte mir einen Dämpfer ab. Viele Kollegen teilten meine Begeisterung für die neuentdeckte Erzählform nicht. Oder wollten sie nicht teilen, weil sie Spiel und Spielerei gleichsetzen. Eine vergebene Chance! Die erfolgreichste Online-Geschichte der *New York Times* war im vergangenen Jahr ein interaktives Quiz, ein Newsgame. Trotzdem gibt es Kollegen, die sich dieser Erzählform kategorisch verschließen.

Schlimmer noch: Ich bin unter anderem deshalb Journalist geworden, weil ich mich grundsätzlich erst einmal für alles interessiere. Nun begegne ich Kollegen, die es für schick halten, mit technischem Unverständnis zu kokettieren. Ich habe schon preisgekrönte Meinungsführer unserer Branche erlebt, die auf einer Abendveranstaltung ausführlich erzählen, wie kompliziert es für sie sei, ein Smartphone zu bedienen, während die Umstehenden lächelnd beipflichten.

Ich halte das für eine törichte Einstellung, und es ärgert mich, dass viele damit durchkommen. Technik formt schließlich unseren Alltag und unsere Gesellschaft. Würde es also auch weggelacht werden, wenn man als Journalist freimütig kundtut, man habe keine Ahnung von Politik? Man verstehe bis heute nicht genau, wie ein Kabinett zustande kommt? Es gibt meiner Meinung nach keinen Weg daran vorbei: Wer als



In zwei Tagen produzieren Programmierer, Grafiker und Journalisten gemeinsam Newsgames.

Berichterstatter ernst genommen werden will, muss irgendwann auch zu einem Programmierer oder Entwickler gehen und sagen: »Erklär mir, was du machst!«

Journalisten können Hackathons genau dafür nutzen. Hier ist es erlaubt, den Programmierern und Grafikern über die Schulter zu gucken. Wenn man einen Begriff nicht versteht oder eine Technik nicht begreift, darf man nicht nur fragen – es ist sogar zwingend notwendig, wenn man ein gutes Ergebnis erzielen möchte. Es ist anstrengend, zwei Tage durchgehend an einem Projekt zu arbeiten. Aber es ist auch unglaublich toll, ein journalistisches Produkt wachsen zu sehen, das man alleine nicht hinbekommen hätte. Und vielleicht lernt man sogar nette Menschen kennen, die in Zukunft bei Smartphone-Problemen helfen können.



Jan Lukas Strozyk ist freier Mitarbeiter im Team Recherche beim NDR und gehört zur Journalistengemeinschaft Kill Your Darlings.
 @jlstro

Fotos: Guy Degen (oben),
 Martin Jäschke (unten)

nalisten und Entwicklern kostet Zeit und Geld. Egal ob es eine neue Website werden soll, ein E-Magazine, eine App für Smartphone und Tablet, eine interaktive Datengrafik oder ein multimediales Dossier – immer braucht es ein Team, in dem Programmierer zumindest mitwirken. Zusammen mit den Journalisten, den Mediengestaltern und den Kaufleuten im Medienbetrieb bilden sie ein magisches Viereck der Kooperation. Im Idealfall verstehen Vertreter aller vier Seiten ihre Aufgaben in dem Projekt sehr genau. Dann haben sie auch ein Grundverständnis für die Denkweise und die Abläufe der anderen. Im Normalfall jedoch holpert und hakt es mächtig, weil die eine Seite nicht weiß, was die andere tut; weil Ziele und Rollen unklar sind.

Die größte Kluft tut sich dann meist zwischen Journalisten und Programmierern auf, denn ihre Zusammenarbeit ist neu. Printredakteure haben schon im Volontariat gelernt, mit Grafikern umzugehen. Fernsehprofis kennen die Eigenarten von Kameraleuten. Die allermeisten Journalisten jedoch müssen sich in die Logik des Codeschreibens von null an hineindenken. Wobei heute niemand mehr fordert, jeder Journalist müsse selbst programmieren können.

Wichtig sei aber, dass Journalisten »erkennen, was ein technisches Werkzeug leisten kann«, sagt Jeff Jarvis. Künftig müsse zudem jeder Journalist in der Lage sein, »mit Programmierern zu kommunizieren«, mahnt der Journalismus-Professor an der City University of New York. Dafür allerdings ist es hilfreich, sich in einer Programmiersprache wie Javascript oder HTML5 wenigstens einmal versucht zu haben, merkt der britische Onlinejournalismus-Blogger Paul Bradshaw an. Mancher entdeckt dann vielleicht den spröden Charme des Codes.

NIEMAND TRAUT SICH ZU FRAGEN

In den meisten Projektteams sind Journalisten wie Programmierer durchaus willig, sich zu verständigen. Es fehlt aber schon an einer gemeinsamen Sprache. Das lässt sich gut bei einem Hackathon beobachten, wenn Programmierer und Journalisten unter Zeitdruck neue Ideen umsetzen wollen. Die meist jungen Beteiligten werfen mit Fachbegriffen um sich: APIs, Customizing, Elite-Funktionen. Bittet man die Beteiligten hinterher um Definitionen, stellt sich heraus, dass keineswegs alle das Gleiche darunter verstehen. Nachfragen hätten allerdings unprofessionell erscheinen können.

FÜNF TIPPS FÜR EINE GUTE PROJEKTLEITUNG

1. Nicht aufblähen! Das Kernteam eines Redaktionsprojekts sollte nicht mehr als acht bis zehn Personen umfassen. Sind mehrere Teilteams beteiligt, muss es eine Steuerungsgruppe geben.
2. Fragen! Ermutigen Sie alle dazu, Verständnisfragen zu stellen. Begriffe müssen klar definiert werden. Oft hilft eine »Wand der Begriffe« im Projektraum oder ein Glossar im Intranet, in der Dropbox oder auf trello.com.
3. Weißwurst-Prinzip: Projektarbeit braucht Phasen der Ideensuche, in denen alles erlaubt ist. Und ebenso Phasen des Aussortierens, Entscheidens und Abarbeitens. Diese Phasenfolge muss die Projektleitung gestalten. Grafisch dargestellt sähe der Verlauf aus wie die Produktion einer Weißwurst: ausweiten, bündeln, ausweiten, bündeln ...
4. Quälgeister vom Tisch! Da die Mitarbeiter in einem digitaljournalistischen Projekt natürlich alle super vernetzt sind, liegen bei Besprechungen jede Menge Smartphones und Tablets auf dem Tisch. Aber Projektzeit ist kostbar. Die Technik gehört in den Hintergrund. Technische Geräte sollten nur erlaubt sein, wo sie unmittelbar zum Erfolg beitragen.
5. Problem Erlöszwang: Verlage sehen Digitalprojekte oftmals nicht als Experiment mit offenem Ergebnis, sondern als Weg zur raschen Monetarisierung medialer Inhalte. Aber gerade engagierte Journalisten und Social-Media-erfahrene Entwickler blockieren, wenn sie unter übergroßen Erlöszwang gesetzt werden. Die Projektleitung sollte Freiräume schaffen und diese verteidigen.

Christian Sauer

Für einen anderen Weg entschied sich der erfahrene Printredakteur Gisbert Strottdrees, als er in eine Projektgruppe für einen Website-Relaunch berufen wurde. Hover-Effekt, CSS focus state, canonical tag – das waren Begriffe, die in der Redaktion des *Landwirtschaftlichen Wochenblatts* aus Münster nicht geläufig waren. »Ich habe dauernd gefragt, was diese Fachbegriffe bedeuten – und vor allem: welche Rolle sie für unser Projekt spielen«, erinnert sich Strottdrees. Weil er neugierig war und mit seiner Unkenntnis nicht hinterm Berg hielt, wurde er zu einer Art Übersetzer zwischen Redaktion und Programmierern. Das wiederum entlastete

seinen Projektleiter, den stellvertretenden Chefredakteur Matthias Schulze Steinmann.

Trotz seines Engagements für eine gute Verständigung resümiert Strottdrees: »Ein Relaunch ist kein Stuhlkreis. Eines der vier beteiligten Teams musste die letzte Entscheidungsbefugnis haben. In unserem Fall war klar: Die lag bei der Redaktion, genauer: der Chefredaktion.« Das Beispiel zeigt: Zur guten Kooperation gehören klare Strukturen. Es braucht mindestens eine Projektkoordination, bei größeren Projekten sogar eine Projektleitung – mit Weisungsbefugnis. Das

**Ein guter Programmierer ist kein »Mr. Njet«,
der dauernd abwinkt, wenn die
Redakteure wieder mal auf Höhenflug gehen.**

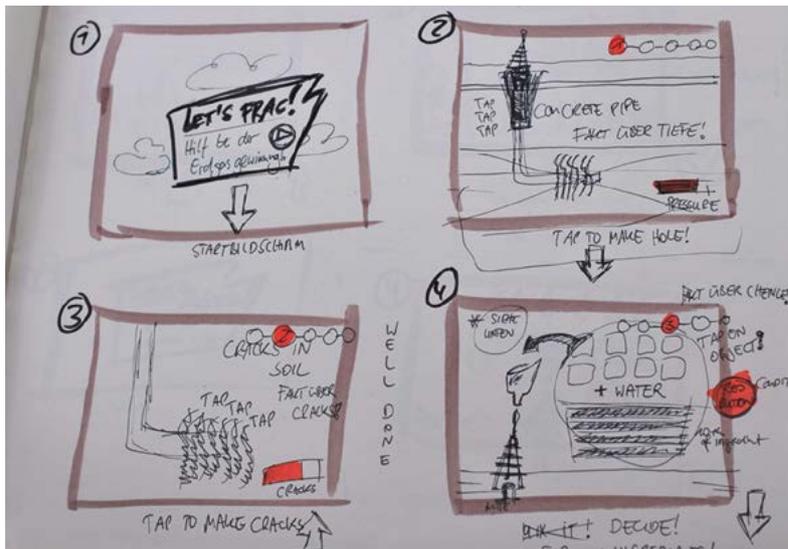
ist neu für viele Medienhäuser, in denen die sogenannte Linienorganisation dominiert, die Einteilung der Redaktion in Ressorts oder Abteilungen. Eine Projektkultur mit flachen Hierarchien und häufig wechselnden Zuständigkeiten, wie sie in Softwarefirmen üblich ist, muss sich in vielen Redaktionen erst noch herausbilden.

TEAMSTRUKTUREN SCHAFFEN

Sicher ist: Ohne erkennbare Leitung zerfasern Projekte, verzögern sich Entscheidungen, werden Flaschenhälse, vor denen sich Aufgaben stauen, zu spät erkannt. Das bestätigen Experten wie Jens Radü, Leiter des Multimedia-Ressorts beim *Spiegel*: Er bezeichnet ein professionelles Projektmanagement als »Kernkompetenz für multimediales Erzählen«. Der freie Reporter Jonathan Sachse (Mit-Autor des viel gelobten »Tour de France«-Specials auf *Zeit Online*) rät: »Teamstruktur strafen!« Der Ansatz »Setzen wir uns doch mal zusammen und entwickeln was Schönes« werde der Vielzahl der Beteiligten und deren Interessen nicht gerecht. »Koordination und Zeitmanagement werden immer wichtiger für gute Ergebnisse«, sagt Sachse.

Wer redaktionelle Projekte koordiniert, muss dafür sorgen, dass alle mit ihren Fähigkeiten zum Zuge kommen. Nun haben aber Programmierer in manchen Verlagen das Image un kreativer Verhinderer – ein Fehler, findet Jonathan Sachse. Ein guter Programmierer ist eben kein »Mr. Njet«, der dauernd abwinkt, wenn die Redakteure mal wieder auf Höhenflug gehen. Er oder sie ist auch mehr als ein bloßer Umsetzer journalistischer Ideen. Sachse: »Man sollte diese Experten schon früh in den kreativen Prozess mit hineinnehmen – gemeinsam entwickelte Ideen sind oft die besten.«

Ganz altmodisch auf Papier entstehen beim Hackathon erste Skizzen, die die Programmierer später in Code umsetzen müssen.



Das Distanzproblem fängt oft schon bei den Räumen an: Wenn die Redakteure mehrere Stockwerke von den Programmierern entfernt sitzen, erschwert das die Zusammenarbeit. »Journalisten und Programmierer gehören – wenigstens in den heißen Projektphasen – in einen Raum«, sagt Sebastian Horn, Projektextperte bei der Sourcefabric GmbH in Berlin, die Open-Source-Software für Redaktionen entwickelt. Man muss auf Zuruf miteinander arbeiten können: »Aus mancher schönen Idee wird nichts, weil sie am Rande dahingesagt wird und niemand sie aufnimmt«, beobachtet Horn. »Das passiert in einem Projektraum, wo alle vorübergehend vom Arbeitsalltag abgeschirmt sind, viel seltener.«

ZUSAMMENSPIEL NACH NEUEN REGELN

Eine zweite informelle Hierarchielinie durchzieht redaktionelle Projekte: Sie trennt Feste und Freie. Wer drin ist im Unternehmen, beansprucht weitergehende Rechte. Wer

Wer freie Software-Experten wie billige Zuarbeiter behandelt, riskiert, dass sie ihre Erfahrung anderswo einsetzen.

von außen kommt, muss um seine Position kämpfen. Das sorgt für Reibereien. Auch dagegen hilft jedoch eine professionelle Projektleitung, die Externe integriert sowie Zuständigkeiten und Rollen klärt. Wer Freie wie billige Zuarbeiter behandelt, riskiert, dass kreative Selbstständige (egal ob Journalisten oder Software-Experten) sich abwenden und ihre Erfahrung anderswo einsetzen. Für deutsche Verlags-häuser, denen Innovation bekanntlich äußerst schwerfällt, ist das eine veritable Bedrohung.

Digitaljournalistische Projekte können Verlage lehren, das Gegenteil zu tun, nämlich genau hinzusehen, wie Abläufe und Strukturen der Medienproduktion sich zurzeit verändern – von starr zu flexibel und von dauerhaft zu zeitweise. Ohne hoch qualifizierte und selbstbewusste Partner von außen wird man scheitern. Es kommt also darauf an,

erfahrene Programmierer und technisch qualifizierte Journalisten anzuziehen und zu binden.

Hat man sie erst einmal im Unternehmen, gilt, was Michael Maness, Leiter des Innovationsprogramms der Knight Foundation, den Medienmanagern zuruft: »Technisch Hochqualifizierte müsst ihr schneller befördern und besser bezahlen!« Gleichwohl wird es nicht gelingen, alle technische Kompetenz im Haus verfügbar zu halten. Gebraucht wird ein Netzwerk aus festen und freien Kräften, die punktuell gemeinsam Höchstleistung bringen. Und die entscheidenden Impulse dafür müssen aus der Redaktion kommen; sie muss das Netzwerk als starker Kooperationspartner zusammenhalten.

So weit ist man vielerorts noch nicht. Software-Entwickler Michael Dreyer von Empony hat sich vorerst daran gewöhnt, dass Redaktionen schwierige Partner sind. Die üblichen Wirren am Projektstart nimmt er gelassen. Geduldig klärt er Ziele und Abläufe mit allen Beteiligten. Aber ganz gibt er die Hoffnung noch nicht auf, dass die Redaktionen ihr Projektmanagement professionalisieren: »Es wächst ja eine Generation nach, die schon im Studium mit Programmierern zusammenarbeitet – die werden hoffentlich einmal als Brückenbauer fungieren.«



Dr. Christian Sauer ist Journalist und Redaktionscoach in Hamburg. Er arbeitet als Dozent zu Redaktionsleitung und redaktionellem Projektmanagement. Info: www.christian-sauer.net

Fotos: Guy Degen (oben), Jochen Blume (unten)

AN EINEM STRANG

von Johannes Gunst

*Wie organisiert man die Zusammenarbeit über Ressortgrenzen hinweg?
Mit »Theo« nutzt der Stern ein Datenbank-System, das Redakteure vernetzt,
Recherche-Ergebnisse strukturiert und sie langfristig abrufbar macht.*

Wenn Formel-1-Chef Bernie Ecclestone den Vorstand einer bayerischen Bank geschmiert haben soll, dann bedeutet das beim *Stern* nicht nur Arbeit für den Motorsport-Experten in der Redaktion: Die Investigativ-Rechercheure beschaffen Dokumente, der München-Korrespondent führt Interviews, über Ressortgrenzen hinweg muss kooperiert werden. Denn um große investigative Projekte zum Erfolg zu führen, braucht es Experten unterschiedlicher Couleur: Der Redakteur, der sich seit Jahren mit einem Themenfeld auseinandersetzt, ist genauso wichtig wie der klassische »Aktenbeschaffer«. Und der Online-Rechercheur, der soziale Netzwerke durchforstet, trägt nicht weniger zu einer Geschichte bei als der Kollege, der am Ende alles packend zusammenschreibt.

Eine zentrale Herausforderung ist es, die Arbeitsabläufe in solch interdisziplinären Recherche-Teams so effizient wie möglich zu gestalten. Dutzende E-Mails »an alle« mit wichtigen oder weniger wichtigen Recherche-Updates, aufwendige Meetings oder Telefonkonferenzen, ein Chaos aus Ausdrucken und Notizen, wenn nach wochenlanger Recherche die Abgabefrist näherrückt – all dies gilt es zu vermeiden.

Als beim *Stern* Anfang 2010 die Planungen für ein Investigativ-Ressort unter der Leitung von Oliver Schröm konkrete Formannahmen, waren wir deshalb auf der Suche nach einem technischen System, das

- jedes Mitglied eines Recherche-Teams auf Knopfdruck über den aktuellen, gemeinsamen Erkenntnisstand informiert,
- Wissen aus öffentlichen und exklusiven Quellen intelligent miteinander verbindet,
- die Informationsbasis einer Geschichte inklusive Quellenangaben für zukünftige Recherchen zu ähnlichen Themen konserviert.

Da es ein solches System am Markt nicht gab, mussten wir uns selbst eines nach unseren Bedürfnissen maßschneidern: »Theo«. Dieses Tool ist seit rund vier Jahren beim *Stern* im Einsatz, mittlerweile in Version 2.0.

Der Entwicklung des Tools lag die Erkenntnis zugrunde, dass bei komplizierten Recherchen meist die Chronologie das übersichtlichste Ordnungskriterium darstellt. Mitarbeiter aus allen Ressorts können via Web-Interface relevante Informationen zu einer Recherche beisteuern – vorausgesetzt, sie sind in einem mehrstufigen Rechtssystem für das Projekt freigeschaltet. Neue Fakten können von überall auf der Welt aus eingetragen werden, sofern eine verschlüsselte Datenverbindung zum Redaktionsserver besteht. Der einzelne Rechercheur definiert einen Zeitstempel, mit dem das System die neue Information automatisch in die natürliche Chronologie der Geschichte einsortiert. Der Zeitstempel kann der Termin einer vertraulichen Sitzung im Kanzleramt sein, der Tag, an

»Theo« vermeidet eine Ineffizienz, die viele Redaktionen kennen: die kontinuierliche Vernichtung kostbaren Wissens.

dem eine Gesetzesnovelle beschlossen wird, oder das Gründungsdatum der Briefkastenfirma in einer Steueroase.

Jeder »Theo«-Benutzer ist – ähnlich wie bei Wikipedia – gezwungen, für jeden neuen Eintrag in der Zeitleiste mindestens eine Quelle anzugeben. Stammt eine Information von einem geheimen Informanten, wird selbstverständlich nicht dessen Klarnamen eingetragen. Aber allein der digitale Vermerk, dass eine Information zu einem bestimmten Zeitpunkt mittels eines geheimen Kontaktes akquiriert wurde, liefert einen Mehrwert. Schließlich haben solch exklusive Informationen für den *Stern* größeren Wert als allgemein bekanntes Faktenwissen, das aus einem konkurrierenden Medium übernommen wurde.

Im Verlauf der Recherche wächst in »Theo« eine umfangreiche, filterbare Zeitleiste heran. Sie hilft dabei, offene Recherche-Baustellen zu identifizieren, sich vor einem wich-

tigen Informanten-Treffen fachliche Zusammenhänge zu vergegenwärtigen oder auch eine Geschichte dramaturgisch zu entwickeln.

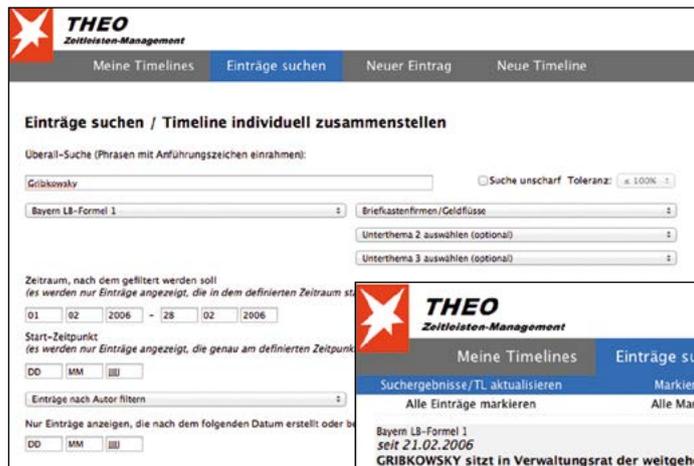
Ein frühes Beispiel für den Einsatz von »Theo« waren die Korruptionsvorwürfe gegen Gerhard Gribkowsky, den ehemaligen Risikovorstand der Bayerischen Landesbank. Die *Süddeutsche Zeitung* hatte im Januar 2001 Hinweise öffentlich gemacht, wonach sich der Banker von Formel-

1-Boss Bernie Ecclestone mit einer Millionensumme schmieren ließ. Unsere Chefredakteure hatten daraufhin den Anspruch, die Vorgänge für den *Stern*-Leser in der nächsten Ausgabe ausführlich zu rekonstruieren und mit exklusiven Informationen zu spicken. Wir standen also mächtig unter Zeitdruck.

Ein Kollege aus dem damaligen Automobil-Ressort sammelte Spannendes aus Ecclestones Vita aus seinen alten Notizblöcken und dem Archiv; unser Korrespondent in München interviewte ehemalige Weggefährten Gribkowskys; wir im Investigativ-Ressort trugen vertrauliche Dokumente zusammen, die ein Schlaglicht auf das Firmengeflecht warfen, mit dem die mutmaßlichen Schmiergeldzahlungen kaschiert werden sollten. Alle Kollegen vermerkten ihre Erkenntnisse in »Theo«. Als wir nach ein paar Tagen genug interessante Informationen zusammengetragen hatten, setzte sich ein *Stern*-Autor mit nichts als einem PDF-Ausdruck der »Theo«-Zeitleiste in ein Café und brachte das Stück zu Papier – »in Rekordzeit«, wie er danach verblüfft selbst feststellte.

Auch unsere Fact-Checking-Abteilung und das juristische Lektorat profitieren von der vernetzten Aufbereitung sämtlicher Recherche-Ergebnisse, weil für jedes Mosaiksteinchen der Geschichte und für jede Tatsachenbehauptung elektronisch erfasst ist, wie sie sich im Einzelfall belegen lassen und wer der verantwortliche Rechercheur ist.

»Theo« vermeidet für den *Stern* außerdem eine Form von Ineffizienz, die vielen Redaktionen bekannt sein dürfte: die kontinuierliche Vernichtung kostbaren Wissens. Zwar konservieren wir, wie viele andere Medien auch, veröffentlichte Artikel in einem internen Archiv. Die Texte, die dort landen, stellen aber lediglich das Endprodukt einer Recherche dar. Die Informationsbasis eines Textes, die annotierte Fassung, wurde vor »Theo« nicht zentral erfasst und verwaltet. Sie ist häufig um ein Vielfaches umfangreicher als die Informationen, die letztlich in der finalen Fassung eines Artikels im *Stern* zu lesen sind.



Mit der Suchmaske können Einträge aufgerufen und gefiltert werden (oben), die Timeline sortiert Rechercheergebnisse chronologisch (unten).



»Theo« erlaubt es uns, mittels intelligenter Suche Informationen aufzuspüren, die zwar für vergangene Geschichten beschafft wurden, aber einen Bezug zu aktuellen Recherchen besitzen. Per Klick lassen sich solche Informationen in die jeweils aktuelle Zeitleiste einer Recherche integrieren. Auf diese Weise müssen wir das Rad nicht mehr jedes Mal neu erfinden, wenn wir mit einem neuen Rechercheprojekt starten. Wir vermeiden unnötige Doppelarbeiten und stellen sicher, dass wir unseren wichtigsten Rohstoff – unser exklusives Wissen – optimal ausschöpfen.

Im Gegenzug erfordert »Theo« aber auch, dass Journalisten umdenken. Das System verträgt sich nämlich nicht mit der Mentalität, selbst recherchiertes Wissen quasi als Privateigentum zu betrachten: »Theo« ist darauf ausgelegt, Wissen innerhalb der Redaktion und über Ressortgrenzen hinweg zu teilen. So kann das System dabei helfen, aufwendige Recherchen auch in Zeiten knapper Kassen zu bewerkstelligen. ■



Johannes Gunst (30) ist Gründungsmitglied des Investigativ-Ressorts beim Stern und studierter Kommunikationswissenschaftler. Er lieferte das Konzept zu »Theo« und koordinierte die Entwicklung des Tools.

IN FREIHEIT VEREINT

von Bertram Weiß

Die Zeit der einsamen Heimschreiber ist vorbei. Freie Journalisten bilden Bürogemeinschaften, gründen Agenturen und virtuelle Zusammenschlüsse. Wer unternehmerisch denkt, kooperiert – ohne dabei seine eigene Freiheit aufzugeben.

Werdet zur Marke! Seid Unternehmer! Spezialisiert euch! Erweitert euren Markt! Sucht euch Sponsoren! Wer sich mit freiberuflichem Journalismus beschäftigt, dem schallen beständig Aufrufe entgegen. Schreiben können reicht nicht mehr, vielleicht hat es noch nie gereicht. Der Journalist, insbesondere der freiberufliche, muss eine Art Extremsportler sein, der in allen Olympischen Disziplinen zugleich gewinnt. Das führt unweigerlich in eine Falle, in der Überforderung und Einsamkeit lauern. Seltsam, dass ein Appell kaum erklingt, der eigentlich alle anderen erübrigt: Bildet Mannschaften! Denn Menschen kooperieren, um zu schaffen, was sie allein nicht schaffen würden.

TEILE DEINE ARBEIT!

Das verbreitete Bild der freien Journalisten suggeriert, sie müssten alles zugleich können: ausgefallene Ideen entwickeln, tiefgründig recherchieren, brillant schreiben, filmen, fotografieren, am besten multi und media. Außerdem sollen

sie unternehmerisch denken, sich für Rechnungswesen und Steuergesetz zwangsinteressieren, dazu kommen Marketing, Verwaltung, Vertrieb. Zehnkämpfer also mit Weltrekorden in jeder Disziplin? Die meisten Freien sind dann doch eher Hürdenläufer auf dem Rennrad mit Diskus im Anschlag und Schwimmbrille im Rucksack. Kein Wunder, dass mancher so ins Straucheln gerät.

Redaktionen befördern dieses Bild, indem sie bei Aufträgen an Freie eher Einzelnen vertrauen als Teams. Für den Auftragnehmer widerspricht das jedem Kaufmannssinn. Es ist unlogisch, jede Ressource selbst zu besitzen, jede Aktivität selbst auszuüben. Moderne Gesellschaften sind arbeitsteilig, und das nicht erst seit gestern. Vor rund 6.000 Jahren haben Menschen erkannt, dass sie mehr erwirtschaften können, wenn sich Einzelne auf bestimmte Aufgaben konzentrieren. Wenn nicht mehr ein jeder allein produziert, was er für sein Leben benötigt, lässt sich ungleich mehr erreichen. Während die einen Kanäle gruben, Gebäude errichteten, Felder bestellten oder Herden hüteten, mussten andere für Werkzeuge und Alltagsgegenstände wie Kleidung oder Geschirr sorgen. Nicht mehr in jeder Behausung wurde gemahlen und gekocht, getöpft und geflickt, sondern es gab Werkstätten, in denen Experten diese Aufgaben

arbeitsteilig verrichteten. Der Philosoph Adam Smith betrachtete die Arbeitsteilung weiland sogar als Voraussetzung schlechthin für den Wohlstand.

Auch Redaktionen sind arbeitsteilig strukturierte Organisationen, in denen verschiedene Individuen mit- und füreinander in einem Produktionsprozess tätig sind. Da werden Texte

Wer braucht noch einen Chefredakteur, wenn man sich Aufträge auch über Plattformen wie Contributoria von der Community geben lassen kann?



gemeinsam »produziert« und »gebürstet«, »fabriziert«, »repariert« oder »umgebaut«.

Warum soll das Prinzip der Arbeitsteilung nicht auch für freie Journalisten gelten? Warum sollen sie in allen Bereichen zugleich beschlagen sein? Ihr Tagwerk muss sich ja nicht gleich in jene »Nachrichtenmaschine« verwandeln, die Emil Dovifat 1927 in der *New York Times* zu erkennen glaubte. Arbeitsteilig bedeutet nicht notwendigerweise, eigenes Personal anzustellen. Vielmehr können andere Freiberufler oder Firmen zeitweilig zu Partnern werden. Natürlich: Es kommt auf den juristischen Rahmen an, wie genau man gewerblich tätig werden darf.

Freiberufliche Journalisten sind Unternehmer ihrer eigenen Arbeitskraft. Doch allzu häufig beuten sie diese aus, turnen auf allen Plätzen, bis sie völlig erschöpft sind. Ja, es fehlt an Ressourcen, jeder Tag muss Geld in die Kasse bringen. Und doch ist es langfristig ebenso ökonomischer Unsinn, die Grundlage des eigenen Erfolgs zu zerstören.

Über die Website Hostwriter können Journalisten weltweit Unterstützung bei Kollegen anfragen – und sei es in Form einer Couch zur Übernachtung.



DENKE IN PROJEKTEN!

Für Freiberufler verlieren standardisierte Arbeitsabläufe an Bedeutung. Es gilt das Modell der vernetzten Produktion: Arbeitskräfte wechseln gewissermaßen von einer Werkstatt in die andere, mal finden sie bei einer Ideenentwicklung eine Heimat, dann wieder werden sie in eine Recherche eingebunden oder in die Produktion eines Multimedia-Beitrags.

Auf begrenzte Zeit werden Spezialisten unter der Leitung eines Projektmanagers zu einem Team zusammengeführt. Ein Grafiker, ein Programmierer, ein Datenexperte, ein Schreiber, ein Rechercheur, ein Dokumentar. Projektmanagement und Arbeitsteilung statt Allround-Dilettantismus. Nur so lassen sich auch komplexe Produkte entwickeln, die über gut zu lesende Texte und schön anzuschauende Bilder hinausgehen.

Verinnerlicht haben diesen Gedanken schon all jene, die nicht risikoscheu sind und Agenturen oder Kleinverlage gründen, um das Feld zwischen Einzelkämpfern, losen Gemeinschaften und großen Medienhäusern zu bestellen. Und jene, die jede journalistische Arbeit als klar definierte Unternehmung begreifen und auf kollaborativen Plattformen wie Startnext oder Krautreporter präsentieren, etwa um Informationen zu erhalten (Crowdsourcing) oder Geld zu sammeln (Crowdfunding).

Im angloamerikanischen Raum gehen manche Plattformen noch einen Schritt weiter, etwa Contributoria. Dort stellen freiberufliche Journalisten Themen vor, Mitglieder bewerten diese mit Punkten. Mittels eines internen Umrechnungssys-

tems werden die Punkte in Honorare überführt. Die Community vergibt also Aufträge, die von Journalisten umgesetzt und in einer monatlich erscheinenden Ausgabe präsentiert werden. Ein Schreibtool ermöglicht die Zusammenarbeit der Autoren, Textentwürfe können von den Lesern vorab begutachtet und kommentiert werden.

Es ist ein großes Experiment. Aber eines, das die Imperative der Gegenwart ernst nimmt: mobil, flexibel, global. Und zugleich die Kollaboration in den Vordergrund stellt. Denn auch jeder Solounternehmer kann heute gänzlich virtuell Menschen zusammenführen und Projekte umsetzen. Ob Trello, Doodle oder Evernote: Die Werkzeuge der Informationstechnologie haben unsere Möglichkeiten, gemeinsam zu handeln, dramatisch gesteigert.

Die Hürden dafür sind niedrig und schämen muss sich auch niemand: Egal wohin man sich in der Welt der kollaborativen Werkzeuge bewegt, in welches soziale Netz man eintaucht, auf welche Plattform man sich vorwagt – es werden schon andere da sein. Immer. Kooperation ist eine handwerkliche Kunst. Sie muss gemeinsam geübt, entwickelt, vertieft und noch einmal geübt werden.

ERSCHAFFE DEIN UMFELD!

Jeder Freiberufler hat die Freiheit, selbst zu bestimmen, wo, wann und wie er arbeitet. Er kann sich eine Umgebung gestalten, in der er selbstbestimmt und gerne arbeitet. Für viele

WIR AUFTRAGSKILLER

Als vor einem Jahr der 34. Lehrgang der Henri-Nannen-Schule endete, gründete die gesamte Klasse die Journalistengemeinschaft »Kill Your Darlings« – benannt nach der Regel, dass man sich als Autor von geliebten Bildern, Textabschnitten oder Einfällen lösen muss, damit am Ende das bestmögliche Ergebnis herauskommt. Zu dem Netzwerk gehören zwanzig feste und freie Journalisten, als Auftragnehmer arbeiten sie bei größeren Projekten zusammen. Eine Zwischenbilanz.

In den allerletzten Tagen an der Journalistenschule herrschte Aufbruchstimmung: Während im Klassenraum ein Dozent erklärte, wie man als freier Journalist den Gründungszuschuss von der Arbeitsagentur bekommt, lehnten sich einige von uns entspannt zurück, weil sie schon die Zusage für eine Redakteursstelle hatten. Beim Thema »Wie gründet man eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)?« hörten aber wieder alle zu, auch die angehenden Festangestellten. Denn schon vor Ende unserer Ausbildung hatten wir beschlossen, dass wir uns zu einer Journalistengemeinschaft zusammenschließen wollen – und zwar nicht nur die, die als Freie arbeiten wollten, sondern alle. Zwanzig von zwanzig.

Während der Zeit an der Henri-Nannen-Schule haben wir gemerkt, dass wir gut und gerne zusammenarbeiten. Als wir im Multimedia-Seminar ein Webmagazin über den Hamburger Hafen produzierten (hafenmag.de), drehten einige von uns Videos, andere vergruben sich in Daten, schrieben Texte, erstellten Foto-Slideshows und Timelines. Unter zwanzig Journalisten finden sich automatisch verschiedene Talente und Interessen. In unserem Fall ergänzen sie sich ziemlich gut. Auch wenn unser Hafenmag es als Schul-Projekt natürlich nicht mit Multi-Stories wie »Snow Fall« von der *New York Times* aufnehmen kann, glauben wir daran, dass solche multimedialen Darstellungsformen in unserer Branche immer wichtiger werden. Und dass weder Redaktionen noch freie Mitarbeiter sie alleine stemmen können.

Sieben von uns arbeiteten nach der Journalistenschulzeit einige Monate lang für *Geo Saison*, das war das erste Gemeinschaftsprojekt. Die Redaktion des Reisemagazins wollte eine iPad-App über Berlin herausbringen. Wir lieferten das Konzept, strukturierten die Kapitel, wählten Inhalte aus, drehten Videos und bauten die Seiten der App in InDesign zusammen. Derjenige von uns mit der meisten Ahnung von Technik hatte am Ende doppelt

so viel Zeit wie wir anderen in die App gesteckt – bei der Honorarerteilung unter uns bekam er deshalb auch den größten Batzen. Unseren Auftraggebern ist egal, wer welche Aufgaben übernimmt oder wer den Löwenanteil zum Projekt beiträgt; für sie ist nur wichtig, dass das Ergebnis stimmt und sie einen Ansprechpartner haben, der die Zusammenarbeit koordiniert.

Auch für Einzelaufträge ist es praktisch, einen Online-Auftritt zusammen mit einer professionellen Journalistengemeinschaft

zu haben. Vor wenigen Wochen kontaktierte uns zum Beispiel eine Redaktion, die dringend einen Journalisten brauchte, der in Berlin eine Politikerin interviewt. Einer unserer sechs Berliner konnte den Auftrag übernehmen. Außer in der Hauptstadt sitzen wir in Hamburg, Leipzig und Tel Aviv – dank

Cloud-Services wie Google Drive ist die Zusammenarbeit auch über hunderte Kilometer Entfernung kein Problem.

Bei größeren Projekten machen auch einige unserer Festangestellten mit, wenn sie Lust auf das Thema haben. Außerdem hält nicht jede Redakteursstelle ewig – wer heute kaum Zeit für gemeinsame Aufträge hat, will vielleicht in drei Jahren frei arbeiten.

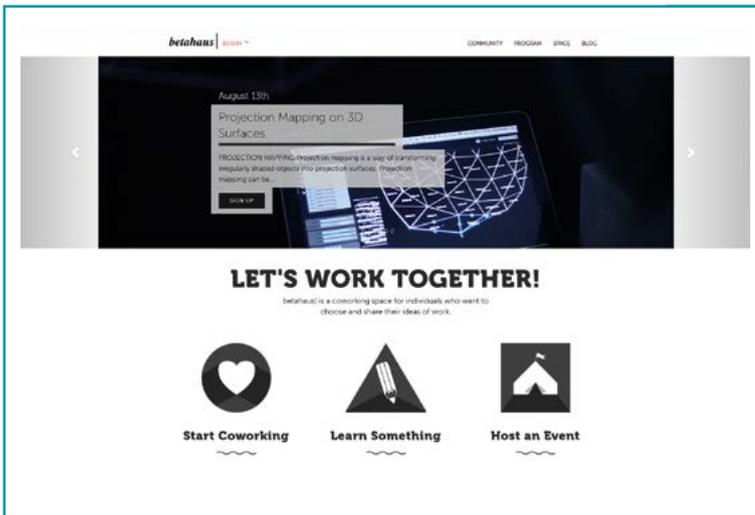
Einmal im Jahr fahren wir für ein Wochenende an die Ostsee. Im vergangenen Herbst haben wir dort unsere GbR gegründet und den Gesellschaftervertrag unterzeichnet. Auf solchen Treffen stimmen wir ab, wie unsere Visitenkarten aussehen sollen, wer für Kill Your Darlings bei der nächsten Journalistentagung auf dem Podium sitzt und welche Redaktionen wir als Auftraggeber gewinnen wollen. Basisdemokratie mit stundenlangen Diskussionen ist zwar anstrengend, aber uns ist wichtig, dass jeder seine Meinung beitragen kann. Außerdem können wir an den Ostsee-Wochenenden die vielgeübte Arbeitsteilung nach Talent auch zu unserem eigenen Vorteil einsetzen: Die Verpflegung mit Roastbeef, selbstgemachtem Obazda und Tortilla übernimmt dort natürlich der Food-Redakteur aus unserer Runde.

K/D
KILL YOUR DARLINGS



Kathrin Breer ist mit einer halben Stelle leitende Redakteurin bei Message, daneben arbeitet sie frei. Ihre Journalistengemeinschaft ist unter <http://killdarlings.de> zu finden.

🐦 @KathrinBreer



In Coworking-Spaces wie dem Betahaus in Berlin teilen Freie sich Schreibtisch, Bürogeräte und Infrastruktur – auch wenn sie gar nicht gemeinsam an Projekten arbeiten.

unterstützt die Mitglieder, Kontakte zu knüpfen, den heimischen Markt im Blick zu behalten, einen gemeinsamen Auftritt zu sichern. Einheitliche E-Mail-Adressen, ein ge-

meinsamer Blog, ein Newsletter – all das hilft, aus Einzelkämpfern ein Kollektiv zu formen, das individuelle Mängel auszugleichen vermag.

Zahlreiche Freiberufler arbeiten auch in Coworking Spaces wie dem Betahaus in Berlin, Raumstation in Leipzig oder Freunde der Medien in Hamburg. Dort nutzen sie eine gemeinsame Infrastruktur, Bürogeräte, Telefon, Verpflegung. Ein Coworking Visa erleichtert es reisenden Freiberuflern, in Hunderten von Städten unkompliziert Zugang zu einem Arbeitsplatz zu finden.

gehört dazu, sich ein Milieu zu schaffen, in dem man nicht in die Einsamkeitsfalle tappt, sondern einfach Kontakt zu anderen, ähnlich arbeitenden Menschen herstellen kann.

Es gibt die seit den 1970er Jahren etablierten Modelle der Journalisten-Bürogemeinschaften und Agenturen. Sie heißen Zeitenspiegel oder Schnittstelle, Freizeichen, Blockfrei oder Textetage. Mal arbeiten dort Journalisten zu zweit, mal zu zwanzig, mal arbeiten sie völlig voneinander getrennt und nutzen nur selten Synergien aus, mal setzen sie regelmäßige gemeinsame Projekte wie Zeitungsbeilagen oder eigenständige Magazine um. Doch gerade einmal acht Prozent arbeiten in einer solchen Gemeinschaft.

Zunehmend entwickeln sich daneben mehr oder minder virtuelle Zusammenschlüsse von Journalisten oder Gesinnungsgenossen wie Plan 17 oder Kill Your Darlings (s. Seite 58), die Vereinigung von freien Korrespondenten in Osteuropa n-ost; Café Europe, eine kleine Nachrichtenagentur, die Texte von Solo-Unternehmern im Ausland bündelt und vertreibt – oder Weltreporter, das Netzwerk freiberuflicher Auslandskorrespondenten. Dort sind rund 60 Journalisten auf allen Kontinenten miteinander verbunden. Sie machen vor, wie man kooperieren kann, ohne seine eigene Freiheit aufgeben zu müssen. Über eine Website akquirieren sie gemeinsam Aufträge, tauschen sich vertraulich über Honorarsätze oder Arbeitsbedingungen aus. Eine gemeinsame Geschäftsstelle

Alleine in Taipeh, Almaty oder Jakarta – aber dank Weltreporter vernetzt mit freien Korrespondenten rund um den Globus.



Screenhots: betahaus.com/berlin (oben), weltreporter.net (unten)



In Verbänden wie den Freischreibern setzen sich selbstständige Journalisten gemeinsam für ihre Interessen ein, in der »Freienbibel« teilen sie Tipps für den Berufsalltag.

du kennst«, heißt dort das Credo.

Über die deutschen Grenzen hinaus reicht seit Mai 2014 das weltweit einzigartige Netzwerk Hostwriter: Dort können Journalisten Informationen austauschen,

gemeinsam Recherchen anstoßen oder sich gegenseitig eine Couch zur Übernachtung in der Fremde bieten. Hostwriter soll zeigen: Kooperation ist Austausch, davon profitieren alle Beteiligten. Das Gegenteil von Wettbewerb, von schmerzhaften Verteilungskämpfen, in denen ein jeder seinen Platz verteidigt. Es ist kein schaler Ruf nach »Solidarität«. Zusammengerückt, Freunde und Brüder, auf in den Kampf gegen den Leistungswahn? Nein. Kooperation ist eine logische Zweckmäßigkeit unternehmerischen Denkens.

anderen zusammenschließt, ist im Allgemeinen beruflich zufriedener als Einzelkämpfer. Isolation ist das Gegenteil, nein, der zerstörerische Feind der Kooperation.

VERNETZE DEINE INTERESSEN!

Die Fotografen tun es (Freelens e.V.), die Illustratoren tun es (Illustratoren Organisation e.V.). Und seit fünf Jahren tun es auch die freiberuflichen Journalisten. Sie schließen sich in einer Interessengemeinschaft zusammen: Freischreiber e.V.

Dort versuchen Freiberufler, eine gemeinsame Stimme zu formen – gegenüber Auftraggebern und Publikum. Zum Beispiel werben sie für Transparenz. Denn nur so kann es gelingen, auch einmal in verschiedene Rollen zu schlüpfen. Kaum ein Freier kann es sich heute noch leisten, Nur-Journalismus in destillierter Form zu betreiben. Manche organisieren eben auch einen Kongress zu ihrem Thema, veranstalten Podiumsdiskussionen, erfüllen Aufträge für Corporate Publishing oder Public Relations, gerade so, wie sich auch Medienhäuser zunehmend in Handelsunternehmen oder Bildungsanbieter verwandeln, und in den eigenen Publikationen für Interessen werben, die den Idealen des unabhängigen, leidenschaftlichen, informativen Journalismus in die Quere kommen.

Wer dabei gegenüber seinem Publikum Sensibilität für Interessenkonflikte zeigt, für eine Trennung von journalistischer Arbeit und PR-Aufträgen eintritt und das journalistische Ethos der Aufklärung anerkennt, der muss sich vorwerfen lassen, den Journalismus zu entgrenzen – aber nicht, es leichtfertig zu tun.

Die Plattform Torial stellt zum Beispiel Sichtbarkeit für Auftraggeber, Kooperationspartner und Publikum in den Vordergrund. »Netzwerke mit denen, die dich aktuell bei deiner Arbeit unterstützen können – und nicht nur mit denen, die

Um das festzustellen, muss man nicht in die Rhetorik marktradikaler Politiker und Propheten verfallen.

Selbst wenn der Finger nach China weist, wo sich die Wirtschaft aggressiv kapitalistisch entwickelt, muss man entdecken: Die Gesellschaft pflegt dort ein wirkungsvolles und traditionsreiches Gespür für sozialen Zusammenhalt, »guanxi«. Wer dort in ein Geflecht von Bekanntschaften eingebunden ist, der ist vielleicht nicht sonderlich nett zum anderen, kritisiert und nörgelt. Aber er fühlt sich zu gegenseitiger Hilfe verpflichtet.

Die Idee, der Journalist sei ein Einzelkämpfer und Multi-Athlet, selbstbeherrscht und eigenwillig, stammt aus einer anderen Epoche. Es ist Zeit, eine neue Idee zu entwickeln. Man könnte auch sagen: verdammt höchste Zeit. ■

Weiterführende Literatur:

- ▶ Sennett, Richard (2012): Zusammenarbeit. Was unsere Gesellschaft zusammenhält. Hanser Berlin.
- ▶ Shirky, Clay (2008): Here Comes Everybody. The Power of Organizing without Organizations. Penguin Books.
- ▶ Triebel, Claas/Hürter, Tobias (2012): Die Kunst des kooperativen Handelns. Eine Agenda für die Welt von morgen. Orell Füssli.



Bertram Weiß ist freier, mehrfach ausgezeichnete Journalist in Hamburg. In einem Team erstellte er das Handbuch »Freienbibel« von Freischreiber e.V. Dort beschäftigt er sich auch mit dem Thema Kooperation. @Antowo

Screenshot: freischreiber.de
Foto: Bertram Weiß

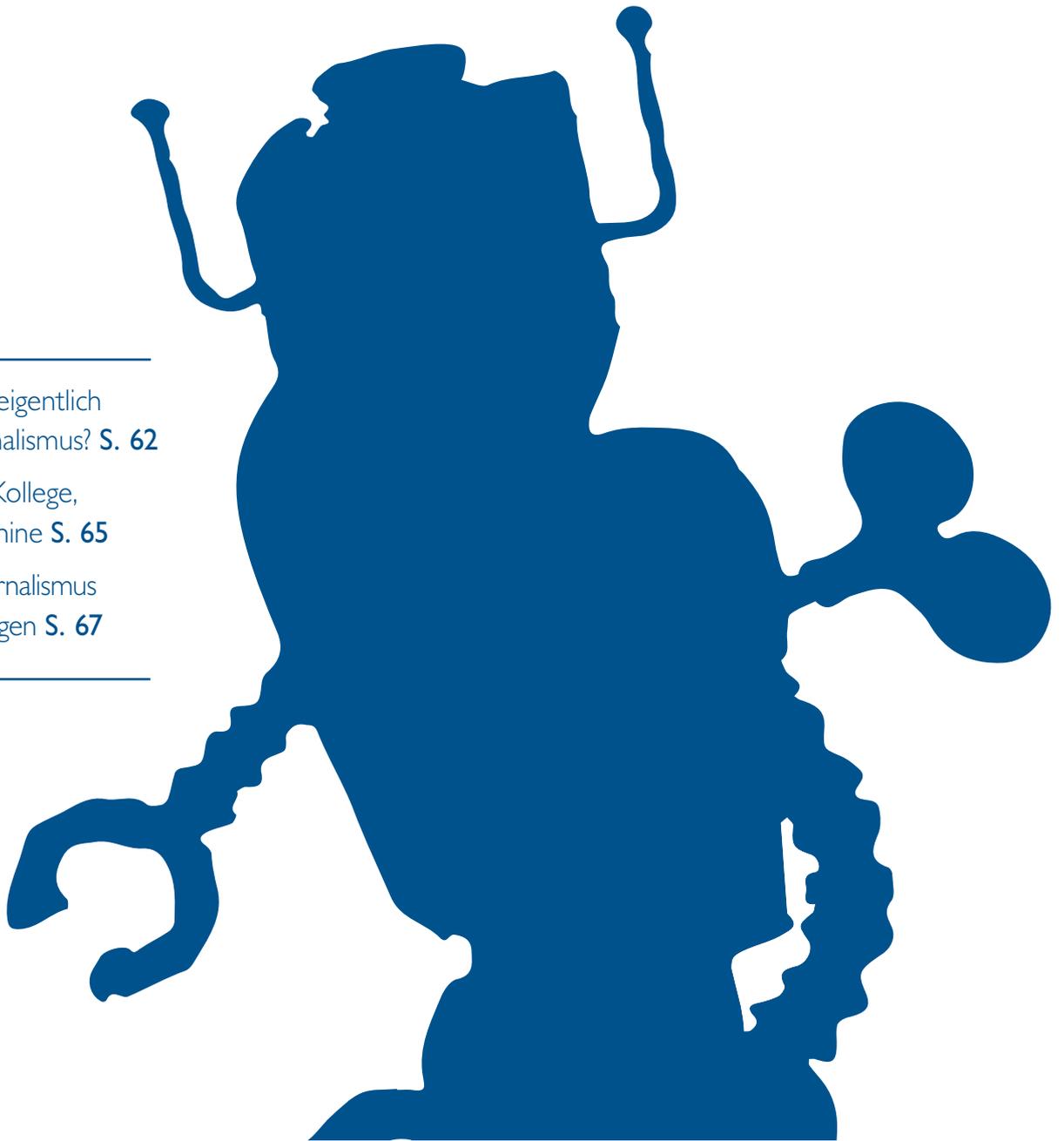
PODIUM

MESSAGE

Was ist eigentlich
Roboterjournalismus? S. 62

Mein Kollege,
die Maschine S. 65

Der Journalismus
von morgen S. 67



SOFTWARE-JOURNALISMUS

Die Roboter kommen

Im Jahr 2014 sind Roboter und Algorithmen im Journalismus nicht die Zukunft; sie sind die Gegenwart. Die Bilder einer Drohne gewannen in diesem Jahr einen World Press Photo Award; die iPhone-App »Wibbitz« formt auf Knopfdruck eine Online-Seite in einen Nachrichtenclip mit Bild und Ton um; und wenn man sie mit Daten füttert, erstellt die Software von »Narrative Science« Spielberichte und Unternehmensporträts, die sich tatsächlich so lesen, als wären sie von Menschen geschrieben. Wenn Programme das heute schon können – wie sieht dann erst die Zukunft des digitalen Journalismus aus?

Diese Frage trieb im März 2014 Programmierer, Wissenschaftler und Journalisten aus der ganzen Welt zur Konferenz »Groundbreaking Journalism« nach Berlin. Message präsentiert auf den folgenden Seiten eine Auswahl der Tagungsberichte, die uns die Veranstalter iRights.Lab und Vodafone Institut für Gesellschaft und Kommunikation freundlicherweise zur Verfügung stellten. Manches, was von den Autoren vorgezeichnet wird, mag man als diskussionswürdig ansehen, manches gar als bedrohlich. In abseh-

barer Zeit, schreibt der renommierte Datenjournalist Lorenz Matzat in seinem Beitrag (beginnend unten auf dieser Seite), werde Roboterjournalismus »für das, was heute im alltäglichen Nachrichtengeschehen als Journalismus gilt, allemal reichen«. Wer aber kontrolliert dann die Programme, die solche Texte schreiben? Auf der Podiumsdiskussion (ab Seite 65) wurde klar, dass es einer Clearingstelle bedürfte, einer Art moralisch-politischen TÜVs für journalistische Software. Welche Möglichkeiten sich derweil bieten, wenn Journalisten mit Informatikern zusammenarbeiten, zeigen Programme wie »Overview«. Mit dem Tool des amerikanischen Entwickler-Journalisten Jonathan Stray (s. Seite 67) lassen sich riesige Aktenmengen à la Wikileaks sortieren und strukturieren. Wer freilich glaubt, die Technik der jungen Generation überlassen zu können, wird auf Seite 69 widerlegt: Die Vorstellung vom »Digital Native«, der mit Handy und Tablet aufwächst und deshalb viel begabter für Technisches ist, ist nämlich falsch. Alle müssen sich also an Roboterjournalismus gewöhnen – nicht nur 1.0-Journalisten.

WAS IST EIGENTLICH ROBOTERJOURNALISMUS?

Noch sehen wir nur Ansätze, aber durch die technologische und ökonomische Entwicklung werden Algorithmen auch im Journalismus immer stärker verwendet. Sie könnten das Internet zumüllen und manipulieren – oder aber die journalistische Qualität heben.

Auch das noch: ein weiterer Journalismusbegriff. Nach Daten-, Drohnen- und Sensorjournalismus kommt jetzt auch noch Roboterjournalismus. Hierbei dreht es sich um Software, die in Teilbereichen des Journalismus selbstständig Artikel und Berichte erstellt. Vornehmlich wird er im Nachrichtenjournalismus, also der Berichterstattung stattfinden – und nicht bei Analyse, Kommentar, Interview und Investigation. Bislang

geschieht solcherlei nur experimentell, etwa bei *Forbes* (s. Artikel von Stefan Mey auf Seite 65). Doch bis 2020 dürften nicht wenige Jobs im Journalismus von Maschinen erledigt werden.

Warum dem so ist, will ich hier darstellen. Man mag sich streiten, ob Roboterjournalismus als Begriff taugt. Angesichts einer bislang mangelnden Alternative wird er hier für Algorithmen-Maschinen verwendet, die kompli-

zierte Arbeitsschritte zu einem gewissen Grad autark erledigen können.

ROBOTER ALS ASSISTENT

In der ersten Phase werden Roboter redaktionelle Assistenz leisten: Bei automatisierter Recherche, bei der Faktenüberprüfung, beim Scannen von Social Media und Sensornetzwerken; beim Mitlesen, -hören, -schauen von Websites, Radio- und TV-Sendern. Entspre-



Lorenz Matzat gehört zu den profiliertesten Entwicklern des Landes. Er gründete »Lokaler«, eine Firma, die Daten auf Karten abbildet.

chend werden sie in den Redaktionssystemen Gerüste für Beiträge anlegen, die schon Fakten, Satzbausteine, Zitate und Links enthalten. Denkbar ist auch, dass während ein Autor an einem Beitrag arbeitet, Software das bislang Verfasste interpretiert und entsprechend ständig weiteres Material sowie Satzbausteine heranschafft. Software wird zudem auch Bilder vorschlagen, schlichte Diagramme erstellen, Karten- und Videoausschnitte bereitstellen. Ein weiteres Einsatzgebiet dieser Assistenz werden

Live-Ticker und Plattformen wie der Twitter-Sammeldienst Storify sein.

Nachrichtenagenturen liefern ihre Texte schon heute recht strukturiert aus, zum Beispiel als NewsML* (siehe Glossar). Diese Inhalte zuzuschneiden und in ein Redaktionssystem einzupassen, ist technisch einfach, weil inhaltlich gar nichts erfasst werden muss. Das allein wäre schlicht Automatenjournalismus. Doch auch die Spracherkennung wird immer besser – man schaue sich die automatisierte Untertitelung englischer Beiträge bei Youtube an. Politikerreden bei Phoenix, im Bundestag-TV oder andere Streams auszuwerten, kann Software übernehmen. Mittels semantischer Verfahren, dem Vergleich mit anderen Reden aus Archiven, aber auch durch Auswertung der Resonanz in sozialen Netzwerken wird Software die Kernaussagen von Reden identifizieren. Damit ließe sich der weitverbreitete »Verlautbarungsjournalismus« automatisieren, der mehr oder minder unhinterfragt Ausschnitte aus Pressekonferenzen wiedergibt.

Die zweite Phase im Roboterjournalismus wird dann eintreten, wenn die semantischen Fähigkeiten der Algorithmen so weit gediehen sind, dass sie in brauchbarer Qualität Beiträge für eine Vielzahl von Themenbereichen erzeugen können. Die kontrolliert dann noch ein Mensch vor Veröffentlichung und greift gegebenenfalls sprachlich etwas ein. Je mehr Informationen über Schnittstellen daher kommen, je mehr Vorgänge gemessen und beschrieben werden, umso mehr Bereiche der Berichterstattung werden sich automatisieren lassen. Und die Software wird immer besser werden, weil sie lernt. Es wird nicht zum vielgerühmten Qualitätsjournalis-

mus per Roboter kommen; aber für das, was heute im alltäglichen Nachrichtengeschehen als Journalismus gilt, wird es allemal reichen.

INHALTE ON THE FLY

Der Clou am Roboterjournalismus ist, dass er Inhalte *on the fly** erzeugen und ständig aktualisieren kann. Eine Individualisierung von Nachrichten wird so auf einem völlig anderen Niveau möglich. Nutzer erhalten anhand ihrer Schwerpunktsetzung auf ihre Hausnummer genau zugeschnittene Nachrichten. Ratsinformationssysteme ihrer Gemeinde, Pressemitteilungen, Agenturticker, Sportergebnisse, Terminkalender, Transkription von Radio, Fernseh- und Videobeiträgen, Wetter- und Verkehrssensoren in ihrer Umgebung und weitere Quellen werden dafür ausgewertet. Anhand dessen werden kurze Berichte verfasst und gegebenenfalls illustriert. Durch Sprachsynthese sind auch Podcasts möglich. Solche Audiostücke können wiederum automatisiert mit Bewegtbild, Fotos und Grafiken zu Videos zusammengeschnitten werden.

Bislang fehlen hierzulande noch die Softwareanbieter, die Roboterjournalisten zur Marktreife gebracht hätten. Im englischsprachigen Raum sind »Narrative Science« und »Automated Insights« in diesem Bereich unterwegs. Auch im deutschsprachigen Raum dürfte es bald Anbieter von solcher Software geben; die Technologie ist zumindest in Ansätzen vorhanden, etwa im Bereich der »Business Intelligence« oder bei Kanzleisystemen. Die Qualität der Roboterjournalisten-Software – der »engine«, die sich ein Medienanbieter leistet oder selbst entwickelt – wird ►

GLOSSAR

NEWSML

Datenformat zur Nachrichtenübertragung; strukturiert Elemente wie Text-, Foto-, Video- und Metainformationen und macht sie maschinenlesbar

ON THE FLY

simultane Erzeugung von Inhalten, zum Beispiel bei Javascript

SCRAPING

Daten sind im Internet häufig auf verschiedene Quellen verteilt oder lassen sich nur schwer herunterladen und verarbeiten. Beim »Scraping« werden sie mithilfe eines Programmes ausgelesen

SEMANTISCHES NETZ

eine Technik, mit der man Begriffe verknüpft darstellt; Form der digitalen Wissensrepräsentation

ein Kriterium sein, welche Rolle er im Nachrichtenbereich spielen wird. Neben Anbietern von Technologieplattformen dürften sich hier auch neue Player etablieren, die keinen klassischen Verlag im Rücken haben. Ebenso können Medienmarken aus anderen Sprachräumen mittels Roboterjournalisten Sprachbarrieren einfacher überwinden.

HINTER DEM HYPE

Rein betriebswirtschaftlich wird sich das Ganze ab einem bestimmten Preis lohnen. Impuls könnte dafür hierzulande nicht zuletzt auch der Mindestlohn sein, weil sich in der ohnehin klammen Branche die Anschaffung von Roboterjournalisten-Software lohnt. Eine neue Stufe der Automatisierung durch Algorithmen und Roboter ist selbstredend nicht auf den Journalismus beschränkt; vielmehr wird dieser Wandel viele Branchen erfassen.

Manche werden das Gerede vom Roboterjournalismus als Technologieoptimismus oder -pessimismus abtun. Klar, Robotik ist ein Hype – spätestens seit das IT-Unternehmen Google in jüngster Zeit reihenweise Robotik-Unternehmen kauft. Doch Trends und Hypes sind nicht per se schlecht oder fabriziert; sie können versanden, können aber auch berechtigter Ausdruck des Zeitgeistes sein und manchmal auf einen epochalen Umbruch hindeuten.

Mehr und mehr integrieren sich Redaktion und IT; vor allem wenn das Medium rein digital erscheint. Entwickler und Programmierer erhalten Einzug in die Redaktionsräume – das wird auf Dauer die Kultur in Redaktionen ändern (s. Seite 44: Schwerpunkt zu journalistischen Kooperationen). Programmierer haben meist ein recht pragmatisches Verhältnis zu Informationen, und ihre Aufgabe ist es, Arbeit durch Softwaremaschinen erledigen zu lassen. Und wer je in einer Redaktion gearbeitet hat, dem dürften etliche Arbeitsschritte und Routineaufgaben einfallen, die sich dort noch automatisieren lassen könnten. Constanze Kurz und Frank Rieger schreiben im Epilog ihres Buches »Arbeitsfrei«: »Je weniger spezielle Talente und Fähigkeiten ein Arbeitsplatz erfordert, je besser sich Resultate messen, analysieren und quantifizieren lassen, desto direkter und unmittelbarer ist der Wettlauf mit den Maschinen«.

Apropos: »Race against the machine« hieß ein dünnes Büchlein, das Erik Brynjolfsson und Andrew McAfee vor gut zwei Jahren veröffentlichten. Ende 2013 haben die Ökonomen vom MIT ein weiteres Buch nachgelegt: »The Second Machine Age«. Man muss ihre doch sehr technologie-positivistische Sicht nicht teilen, die gesellschaftliche und soziale Fragen lediglich oberflächlich streift. Dennoch ist die Herleitung lesenswert, weshalb sie eine »zweite Industrialisierung« heraufdämmern

sehen. Ihrer Meinung nach ist die Geschwindigkeit, in der die Digitalisierung dank immer besserer und günstigerer Technologie voranschreitet, schneller als weitläufig angenommen. Die Kombination aus Forschung und Entwicklung in verwandten Gebieten sei im Begriff, durch ihre Synergie einen Technologieschub auszulösen. Vielleicht ist die Google-Street-View-Technologie, die – weil sie unscharfe Hausnummern erkennen muss – mittlerweile fast fehlerfrei Texterkennungs-Aufgaben (Captchas) löst, ein Indiz für diese These.

DAS INTERNET DER DINGE

Roboterjournalismus wäre uninteressant, wenn er nur dazu dienen könnte, Sportergebnisse zu verschriftlichen. Doch immer mehr Informationen liegen strukturiert vor oder werden in solche Form umgewandelt. Roboterjournalisten können direkt an das sagemumwobene »semantische Netz«* andocken, mit dem man in der Informatik die Verbindung von Begriffen bezeichnet – siehe das Wikidata-Projekt.

Die unter Obhut des deutschen Wikimedia-Vereins entwickelte Datenbank sammelt Daten in maschinenlesbarer Form, sodass sie von anderen Systemen leicht weiterverwendet werden können. Wikidata wurde vor allem für die Wikipedia entwickelt. Dort kann die Datenbank beispielsweise dabei helfen, Angaben über die Einwohnerzahlen von Ländern zwischen verschiedenen Sprachversionen und Artikeln abzugleichen. Ein weiteres Beispiel ist das Vorhaben der BBC, ihre Inhalte granular, also sehr kleinteilig veröffentlichen zu können. Zudem wächst das »Internet der Dinge« heran – vielleicht viel langsamer und organischer, als die regelmäßigen Hype-Runden glauben machen wollen.

Unstrittig ist, dass die Zahl der Sensoren und mit dem Internet verbundenen Geräte stetig enorm steigt.

Roboterjournalisten können jede Regung und jeden Vorgang in dem entstehenden massiven Sensornetzwerk registrieren und gegebenenfalls beschreiben. Sie werden aus Bereichen berichten können, die Menschen gar nicht zugänglich sind. Vielleicht entstehen hier sogar neue journalistische Genres.

KAMPF DER ALGORITHMEN

Selbstredend birgt – wie jede Technologie – auch Roboterjournalismus Gefahren und kann missbraucht werden. Das große Vorbild »Narrative Science« wird von einem Venture-Capital-Arm des US-Geheimdienstes CIA mitfinanziert. Die deutsche Firma Aexea verdient ihr Geld unter anderem mit Suchmaschinenoptimierung (SEO) und dürfte ihre Technologie ursprünglich auch in diesem Bereich entwickelt haben. SEO ist letztlich ein spezieller Bereich der Werbewirtschaft, der mit lauterem oder unlauteren Mitteln die Position von Websites bei den Ergebnis-

sen von Suchmaschinen beeinflusst oder manipuliert. Hier herrscht ein ständiger Kampf der Algorithmen von Google und Co. mit denen der SEO-Fir-

In Zukunft könnte es eine Clearingstelle für Roboterjournalismus-Software geben.

men, die teilweise auf automatisch generierte Inhalte für »Linkfarmen« setzen oder auf halbautomatische Prozesse wie bei den Plattformen des Unternehmens »Demand Media«.

Das heißt: Die Methoden des Roboterjournalismus könnten beispielsweise eingesetzt werden, um eine automatisierte Schleife zum Fact-Checking für Beiträge vor Veröffentlichung zu haben; sie könnten helfen, die Qualität zu heben. Sie könnten andererseits auch dazu die-

nen, das Internet zuzumüllen oder gar systematisch und anhaltend Fakten zu verzerren oder weitflächig zu manipulieren. Etwa durch koordiniertes und nimmermüdes Bearbeiten der Wikipedia auch über Sprachräume hinweg.

Neben den Auswirkungen der Roboter auf den Arbeitsmarkt nicht nur der Journalisten – denen sich Gewerkschaften und Politik beginnen sollten zu widmen – braucht es auch andere Vereinbarungen, die die Inhalte betreffen. Der Presse-Kodex könnte Maßstab für die Modellierung der Algorithmen sein, die unmittelbar für das Erstellen und Anreichern von Texten zuständig sind. Vielleicht gäbe es dann auch ein Zertifikat oder eine Clearingstelle für Roboterjournalismus-Software, die ihr ein journalistisches Verfahren bescheinigt, wenn nicht sogar einen Presseausweis ausstellt. ■

Lorenz Matzat

Dieser Beitrag erschien erstmals auf datenjournalist.de.

MEIN KOLLEGE, DIE MASCHINE

Schon heute können Programme Texte automatisiert schreiben. Andere Software kann helfen, Artikel vorzubereiten oder zu verbreiten. Doch wer kontrolliert diese Algorithmen?

Mitte März 2014 ereignete sich in Los Angeles eine kleine Sensation. Wenige Minuten nach einem Erdbeben in der Stadt erschien ein kurzer Artikel dazu auf der Webseite der Tageszeitung *Los Angeles Times*. Der stammte nicht wie üblich von einem Journalisten. Verfasst hatte ihn ein Algo-

rithmus, den ein Redakteur der Zeitung entworfen hatte. »Quakebot« hatte Geodaten analysiert. Als die auf ein Erdbeben hinwies, generierte er mithilfe von Textbausteinen eine kurze Nachricht. Der Redakteur war vom Erdbeben wach geworden, überflog den Text und veröffentlichte ihn dann.

Für Frederik Fischer ist das ein extremes Beispiel, wie Maschinen journalistische Aufgaben übernehmen können. Fischer ist selbst Journalist und Gründer von Tame. Der Dienst analysiert Twitter, um aus dem Rauschen der Tweets relevante Trends und Meinungen herauszufiltern. Fischer glaubt, dass Technologie den ►

journalistischen Prozess unterstützen kann: »Es gibt keinen Grund, weshalb wir Maschinen nicht für die Erledigung banaler Aufgaben nutzen sollten, sodass wir den Kopf für die interessanteren Dinge freibekommen.« Für verschiedene klassisch journalistische Aufgaben existieren bereits heute technologische Helferlein. »Talkwalker« etwa hilft bei der Beobachtung von Themen. Mit dem Dienst lassen sich Neuigkeiten zu individuell definierbaren Suchbegriffen verfolgen. Bei der Distribution von Inhalten hilft die App *Buffer*, die einen günstigen Zeitpunkt für die Veröffentlichung von Beiträgen in sozialen Netzwerken zu ermitteln verspricht.

Und dann gibt es auch noch ein Startup namens »Narrative Science«. Dessen Textgenerator lässt im großen Stil Artikel von Robotern schreiben. Dabei werden Ergebnisse von Footballspielen oder Unternehmensdaten in Textbausteine



Domenika Ahlrichs, Vize-Chefin von *Zeit Online*, im Gespräch mit Lorenz Matzat (re.), moderiert von Solana Larsen, Chefredakteurin von *Global Voices*.

eingefügt. Das Wirtschaftsmagazin *Forbes* lässt so beispielsweise Unternehmensporträts verfassen.

MASCHINEN BEREITEN VOR

Für Domenika Ahlrichs, stellvertretende Chefredakteurin von *Zeit Online*, wür-

den solche Einsatzszenarien zu weit gehen. Maschinen könnten Redaktionen zwar bei der Vorbereitung von Geschichten helfen. Dann aber müsse menschliche Intelligenz übernehmen.

Ein weiteres Szenario für die maschinell unterstützte Recherche sind datenjournalistische Storys. Als aktuelles Beispiel nennt Ahlrichs eine Visualisierung der ärztlichen Versorgung in Deutschland: »Wir haben Daten über spezialisierte Ärzte per Scraping* gesammelt und das dem Einkommen der Leute vor Ort gegenübergestellt. Aus dieser Kombination ergab sich eine interessante Geschichte über die ungleiche Verteilung von Ärzten in Deutschland.«

Dass Datensätze aber die Themenauswahl auf *Zeit Online* übernehmen, schließt Ahlrichs aus: »Wir nutzen natürlich Echtzeit-Statistiken über das Lese- und Klickverhalten bei Artikeln. Auf dieser Grundlage können wir leichte Anpassungen vornehmen, beispielsweise in Bezug auf Überschriften. Wir wollen aber immer noch selbst entscheiden, welcher Artikel gut für unsere Webseite



Frederik Fischer gründete den Twitter-Aggregator Tame und ist Krautreporter für Netzkultur

ist.« Diesen eigenständigen Blick auf die Welt würde das Publikum von *Zeit Online* auch erwarten.

Im Jahr 2011 hatte der Datenjournalist Lorenz Matzat für *Zeit Online* eine Visualisierung zur Vorratsdatenspeicherung erstellt, die mit einem Grimme-Online-Award und dem Online Journalism Award ausgezeichnet wurde. Matzats aktuelles Projekt ist Lokale.de, ein Softwareprojekt, das Daten auf Karten abbildet. Für die Berliner Stadtmagazine *Zitty* und *Tip* bereitet er deren Datenbank zu Veranstaltungen und Locations auf. (S. auch den Themenschwerpunkt Kooperation ab Seite 44.) Seine Erfahrungen mit Redaktionen fasst er folgendermaßen zusammen: »Programmierer, die in eine

Redaktion kommen, bringen eine andere Kultur mit. Der Kern ihres Jobs ist es, Prozesse zu automatisieren. Diese Automatisierung wird kommen. Das lässt sich nicht aufhalten.«

WER KONTROLLIERT?

In der Diskussion taucht immer wieder eine Frage auf: Wer kontrolliert dann eigentlich die Algorithmen, wenn sie eine so große Bedeutung im Journalismus erlangen? Wenn Algorithmen in Redaktionen Einzug halten und selbstständig Artikel schreiben, brauchen wir gut durchdachte Regeln für automatisierten Journalismus, meint Matzat. Die Frage nach der Kontrolle von Algorithmen stellt sich auch an einem anderen Punkt: Sollten Firmen ihre einfluss-

reichen Algorithmen offenlegen müssen, auch wenn das deren Geschäftsinteressen widerspricht?

Frederik Fischer sieht hier vor allem ein Regulierungsproblem. Globale politische Strukturen fehlen, die große Firmen wie Google oder Facebook zu Transparenz zwingen könnten. Matzat hofft, dass bald eine Art Amnesty International diesen Job übernehmen könnte: »Wir brauchen eine NGO, die als Clearingstelle für die Kontrolle von Algorithmen fungieren kann.« Mit anderen Worten: Auch wenn Journalismus und Algorithmen zusammenwirken, sollte in der Partnerschaft der Mensch doch immer das letzte Wort haben. ■

Stefan Mey

DER JOURNALISMUS VON MORGEN

Das Projekt *Overview* von *Associated Press* soll helfen, Dokumentenberge auszuwerten. Software wie diese wird in Newsrooms bisher kaum verwendet. Entwickler-Journalisten wollen diese Kluft schließen.

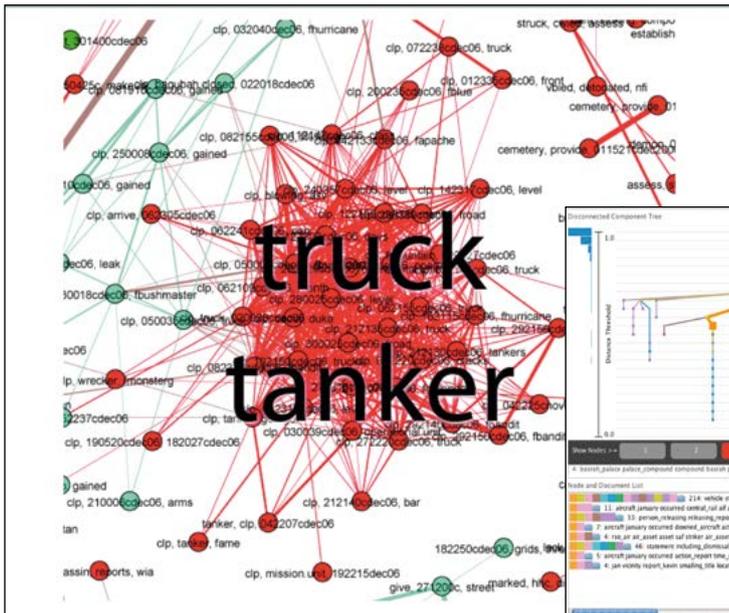
Rund 5.000 Seiten, die ausgedruckt einen Papierstapel von knapp einem Meter Höhe ergeben würden – etwa drei Wochen müsste ein Journalist an den Berichten des US-Außenministeriums über den Einsatz von Sicherheitsfirmen im Irak lesen, um die Papiere durchzuarbeiten. Anhand solcher Dokumentenberge demonstriert Jonathan Stray, warum der Journalismus neue Software benötige. Stray – Journa-

list, Informatiker und Fellow am Tow Center für digitalen Journalismus der Columbia-Universität – leitet das Projekt *Overview* von *AP*.

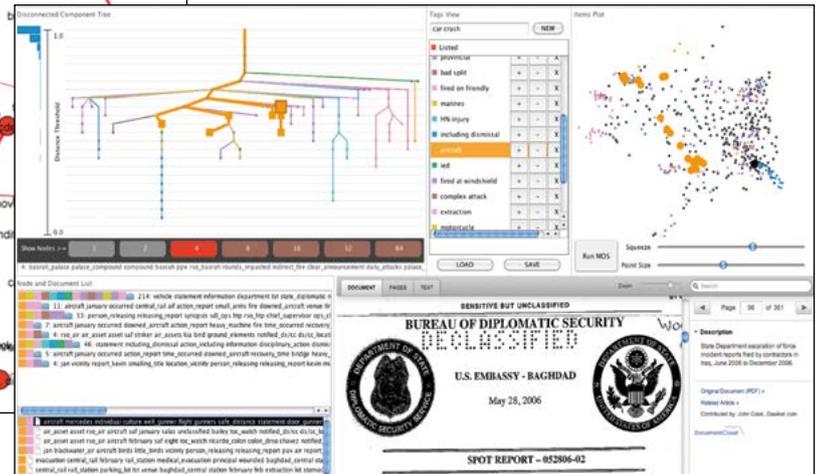
Füttert man das gleichnamige Programm mit einem solchen Stapel, untersucht es den Inhalt, sortiert die Dokumente und erzeugt eine Baumstruktur von Ordnern und Unterordnern anhand von Schlagworten. Hat es die Dokumente sortiert, kann der Nutzer sich von

Schlagwort zu Schlagwort hangeln und die Dokumente in Augenschein nehmen. Ein Ordner kann etwa das Schlagwort »Wahlen« tragen, der nächste »Detonation« – je nachdem, welche markanten Begriffe in den Dokumenten häufig vorkommen.

Die Idee für »Overview« entstand während der journalistischen Arbeit selbst: Stray durchforstete die von Wikileaks veröffentlichten »Iraq war ▶



Ausschnitte aus dem Tool Overview. Die Auswertung der US-Dokumente zeigt, dass es viele Vorkommnisse mit Tanklastern gab.



logs« – 391.832 Militärdokumente zum Irakkrieg, ein noch größerer Berg als die Berichte des Außenministeriums. Wo sollte er anfangen?

Stray programmierte eine Visualisierung, die die Dokumente als Punkte zeigte – solche mit ähnlichen Inhalten verbanden sich zu Clustern. So fanden sich in den Dokumenten Muster, darunter einige hundert Erwähnungen von Vorfällen mit Tanklastzügen. Der Vergleich mit dem AP-Archiv ergab: Nur die Hälfte war dort dokumentiert. Stray drängte sich die Frage auf: »Hören wir nur von den Extremfällen – oder läuft es jeden Tag wie in den Meldungen?«

NUR SCHÖNE THEORIE?

Drei Wochen arbeitete Stray an der Visualisierung – ein Aufwand, den sich kaum eine Redaktion leisten kann. Eben das soll das »Overview«-Projekt abkürzen und Analyse-Werkzeuge anbieten.

Unter overviewproject.org steht das von der Knight Foundation unterstützte Projekt als kostenlose Webanwendung bereit. Dass hinter solcher Auswertungssoftware mathematische Modelle mit so klingenden Namen wie »multinomiale Dirichlet-Verteilung« oder die »inverse Dokumentenfrequenz nach TF-IDF-Gewichtung« stecken, erwähnt Stray beiläufig. Entsprechende Algorithmen kommen in vielen Bereichen zum

Einsatz – bei Suchmaschinen oder Buch-Empfehlungen etwa. Für Stray gehören sie aber eben auch zum Werkzeugkasten des »Computational Journalism«, der nach seinem Verständnis vier Dinge leistet: Rechnergestützt nach möglichen Geschichten schürfen, die Informationsflut bändigen, eine Geschichte durch Visualisierungen erzählen, die Verbreitung von Informationen nachvollziehen. »The revolution will be comma-delimited.«



Jonathan Stray ist Informatiker und Journalist – eine Berufskoppelung, die leider selten ist.



Das Tool von Julian Kücklich: ein ganz analoger Stift. Auf der Ground-breaking-Journalism-Konferenz war Kücklich für das »Graphic Recording« zuständig.

mitet« steht auf dem Aufkleber seines Laptops; die Revolution wird kommagentrennt sein. Entwickler-Journalisten wie Stray lieben das Dateiformat »kommagentrennte Werte«, das Austausch und Analyse durch klar strukturierte Daten einfach macht und mit Excel ebenso wie mit Spezialanwendungen kompatibel ist. Doch solch »saubere« Daten sind eher selten als häufig anzutreffen. So fördert eine Informationsfreiheitsanfrage meist ausgedruckte und wieder eingescannte E-Mails zutage.

Software-gestützter Journalismus: eine schöne, aber graue Theorie? »Es gibt eine riesige Lücke zwischen dem, was im Labor des Journalismus möglich ist, und dem, was im Newsroom auch umsetzbar ist«, räumt Stray ein. Auch die Technikgemeinde habe daran Anteil: Sie kümmere sich zu wenig darum, ihre schönen Entwicklungen auch praktisch einsatzfähig zu bekommen.

KEINE DIGITAL NATIVES

Dass Software speziell für den journalistischen Einsatz entwickelt wird, ist ohnehin ein Sonderfall. Vorangetrieben wird die rechnergestützte Auswertung

nicht von Medienhäusern, sondern in anderen Bereichen. Zum Beispiel in der Medizin oder der Werbung, aber auch in den IT-Abteilungen von Geheimdiensten, wo die Datenberge am größten sind. Sind die Programme frei verwendbar und quelloffen, können sie für journalistische Zwecke angepasst und weiterentwickelt werden, merkt Stray an.

Aber nicht jeder Journalist müsse deshalb programmieren lernen, meint Michael Kreil, Entwickler bei der Datenagentur OpenDataCity. »Der beste Ansatz liegt in der Zusammenarbeit.« Kleine Teams von Journalisten und Entwicklern hält er für das beste Modell. Medienhäuser müssten sich daher nicht nur fragen: Welche Software brauchen wir? Sondern auch: Welche Software-Entwickler brauchen wir? Für Jonathan Stray ist das leichter gesagt als getan. Hochspezialisierte Datenarbeiter zu finden, die auch journalistisch versiert sind, gleiche »der Suche nach dem Einhorn«.

Wichtig sei ein permanenter Austausch zwischen Journalisten und Entwicklern, der über »Bau mir das!« hinausgeht, sagt auch Annette Leßmöllmann, Professorin für Wissenschaftskommuni-

kation am Karlsruhe-Institut für Technologie. Doch davon sei der Alltag im Newsroom noch weit entfernt. »Man muss erst einmal die Legende von den »Digital Natives« überwinden.« In der Journalistenausbildung an Hochschulen zeige sich: Nach der Einführung in journalistische Arbeitsweisen müsse man mit Grundlagen wie Twitter beginnen; erst Semester später sei dann noch Platz für den schwereren Stoff – wenn überhaupt.

Doch trotz aller neuen Techniken und Programme: Hergebrachte Arbeitsweisen werden durch sie nicht obsolet. Stray, der auch in Hongkong lehrt, erklärt seinen Studenten ebenso: Das Telefon ist eine Datenquelle. Nicht nur, aber gerade in China, wo deutlich weniger Daten offen zugänglich sind, muss man zum Hörer greifen. Auch die Verifizierung nehmen Programme wie »Overview« nicht ab. »Nur weil es Daten sind, sind sie noch nicht wahr. Da gelten immer noch die journalistischen Standards.« ■

David Pachali

Alle Texte unter Lizenz CC-BY-SA.

Links:

- ▶ www.forbes.com/sites/narrativescience/
 - ▶ <http://narrativescience.com/>
 - ▶ <http://automatedinsights.com/>
 - ▶ <http://aexea.de>
 - ▶ <http://overviewproject.org>
 - ▶ www.bbc.co.uk/blogs/internet/posts/bbc_weather_getting_more_granu
 - ▶ <http://slate.me/1fDBg56>
-

nonprofit- journalismus



Eine Initiative von
netzwerk recherche

Foto: „Keyboardland Cress“ von wetwebwork auf flickr (CC BY-SA 2.0)



journalismus für alle:
gemeinnützig.

Journalismus ohne Profitziele – mit Spenden finanziert.

Was in den USA funktioniert, wollen wir auch in Deutschland möglich machen.
Dazu muss Nonprofit-Journalismus von den Finanzbehörden als gemeinnützige
Aufgabe anerkannt werden.

nrch.de/nonprofit

Kolumne

FRÜHE PRÄGUNGEN

*Namhafte Journalisten erzählen in Message von ihren Vorbildern.
Kolumnistin Silke Burmester schreibt unter anderem über Oriana Fallaci
– eine mutige Journalistin, die Konfrontationen nicht scheute.*

Als ich Oriana Fallacis Buch »Wir, Engel und Bestien« las, ging es nicht darum, das Buch einer Journalistin zu lesen. Ich war Anfang Zwanzig und wollte die Erlebnisse einer Frau hören, die von ihrer Zeit im Vietnamkrieg berichtete.

Mir sind vor allem zwei Dinge haften geblieben. Das eine war die Todesseh-

beiläufig, mehr um von ihrer Dummheit und Naivität zu berichten, und mich hat es sehr beeindruckt, dass jemand so sehr bei der Sache ist, so sehr im Jetzt und im Geschehen, dass das eigene Wohl so derart in den Hintergrund rückt. Man mag auch eine Verbindung zur Todessehnsucht in ihrem »Vergessen« ausmachen. Sicher aber ist: Das zu lesen, hat mich geprägt. Es ist etwas, was mir unglaublich imponiert hat. Leider bin ich selbst davon meilenweit entfernt. Ich meide abenteuerliche oder riskoreiche Fahrten und

streichelten sie nicht. Dabei waren sie unterhaltsam, lustig und charmant, hatten aber das, was man »Haare auf den Zähnen« nennt. Natürlich fand ich sie gut.

Ich bin entgegen meiner damaligen Vorstellung nicht Talkshow-Moderatorin geworden. Was herausgekommen ist, ist eine Frau, die ständig ohne geeignetes Schuhwerk springt. Verbal. Schreiberisch. Aber eine, die keine Angst hat. Ich habe Angst, Fehler zu machen. Wohl, etwas Falsches aufzuschreiben, jemandem Unrecht zu tun. Aber keine



»Auf eine Provokation folgt eine Reaktion.«

sucht, die ich herauszulesen meinte und die mir später bei vielen Kriegsreportern auffiel. Und zum anderen – und das ist unter dem Stichwort »Vorbild« oder »Prägung« entscheidend – wollte sie an einem Militärflug teilnehmen und stellte, als es zu spät war, sich noch umzuziehen, fest, dass sie ganz normale Schuhe anhatte. Keine Stiefel, nichts, das geeignet gewesen wäre, abzuspringen, ohne sich die Knöchel zu brechen. Sie erzählt das fast

wenn ich unterwegs bin, habe ich immer Müsliriegel dabei, aus Angst, ich könnte längere Zeit nichts zu essen bekommen.

In den 1980er und 1990er Jahren moderierten Lea Rosh und dann Juliane Bartel die Talkshow *3nach9*. Beide waren unerschrockene, offene, authentisch wirkende Frauen, die Fragen stellten, Themen ansprachen, die jenseits der Kuscheligkeit einer heutiger *3nach9*-Sendung lagen.

Rosh und Bartel waren direkt. Sie wichen nicht aus und nicht zurück. Sie nahmen die Gesprächspartner ran, sie

Angst, mir beim Tun den Knöchel zu verstauchen oder zu brechen.

Aktuell liegt eine Anzeige vor, ich hätte die Polizei beleidigt. Ich bin selbst überrascht, wie wenig mich so etwas anfiht.

Es gibt in fast jedem Leben »den einen Lehrer«. Meiner war Kalle Gläser. Er, ein Alt-68er, sagte immer: »Auf eine Provokation folgt eine Reaktion.« Wer Spaß an der Provokation hat, darf vor der Reaktion keine Angst haben. Auch dann nicht, wenn man feststellt, dass man vergessen hat, die richtigen Schuhe anzuziehen. ■



TRAUER UND HASS AUF ENGSTEM RAUM

Für ihr Bild »Soldier's Funeral« wurde Andrea Bruce mit dem World Press Photo Award ausgezeichnet. Im Interview berichtet die US-Amerikanerin, wie sie in der Heimatregion des Assad-Clans fotografierte – und warum ihre Herkunft auf der Trauerfeier zum Problem wurde.

Foto: Andrea Bruce Interview: Amelie Nerger

ANDREA BRUCE

Seit zehn Jahren reist die US-amerikanische Fotografin Andrea Bruce in Krisengebiete des Nahen Ostens und fotografiert die Folgen des Krieges. Ihre Bilder wurden unter anderem in der *New York Times* und der *Washington Post* veröffentlicht. Bruce, geboren 1973, ist Mitgründerin der Fotoagentur Noor. Von der White House News Photographers Association wurde sie mehrmals als Fotografin des Jahres ausgezeichnet. Sie erhielt den John Faber Award des Overseas Press Club in New York und den Chris Hondros Fund Award.



Foto: Jeff Hutchens

Mutter und Bruder des getöteten Soldaten nehmen Abschied. Ihr Angehöriger ist das erste Opfer des Krieges aus dem Dorf.

Der Tod ist in Syrien alltäglich geworden – das Bild »Soldier's Funeral« (Beerdigung eines Soldaten) der Fotografin Andrea Bruce macht darauf aufmerksam und wurde deshalb beim World Press Photo Award in der Kategorie »Alltagsleben« ausgezeichnet. Die Jury des renommierten Fotografie-Wettbewerbs ehrte Bruce mit dem zweiten Preis. Die Aufnahme entstand 2013 in der syrischen Provinz Latakia, der Heimat des Clans von Syriens Staatspräsident Baschar al-Assad. Ein junger Offizier der syrischen Armee, gerade einmal 24 Jahre alt, war bei einem Gefecht mit Rebellengruppen ums Leben gekommen, als erstes Kriegsoffer aus seinem Dorf. Bruce war zu diesem Zeitpunkt mit der Reporterin Anne Barnard im Auftrag der *New York Times* für eine Fotostrecke in Syrien unterwegs. Es war ihr zweiter Besuch in dem Land. Auf der Beerdigung fängt die Fotografin den Moment tiefster Trauer ein: Die Mutter und der Bruder des getöteten Soldaten sehen das Gesicht ihres Angehörigen zum letzten Mal.

Frau Bruce, welche Situation haben Sie bei der Trauerfeier in dem Dorf vorgefunden?

Andrea Bruce: Ich hatte das Glück, noch vor den anderen Trauergästen bei der Familie einzutreffen. Eine Dorf-

bewohnerin brachte mich in das Haus, in dem die Beerdigungsfeier stattfinden sollte. In einem kleinen Raum saßen 15 Frauen, still und in ihre eigene Welt versunken. Ich habe mich dann den Angehörigen als Fotografin der *New York Times* vorgestellt. Die Reaktionen waren freundlich. Aber all das hat sie in dem Moment kaum interessiert. Sie hatten ganz andere Sorgen.

»Die Behörden beobachten Journalisten genau. Sie wussten alles über mich. Ohne Eskorte durften wir das Hotel nicht verlassen.«

Wie kam es dazu, dass Sie die Beerdigung fotografiert haben?

In Syrien ist der Tod auf beiden Seiten des Krieges allgegenwärtig. Das Herzerreißende an Bürgerkriegen ist immer, dass viele der Menschen ursprünglich Nachbarn waren oder miteinander verwandt sind. Jetzt stehen sie auf zwei verfeindeten Seiten in einem Krieg, der ein Land auseinanderbrechen lässt. Über die Rebellen wurde in der Vergangenheit viel berichtet, nicht aber über die Verluste auf Seiten des Militärs. Für mich ist es wichtig, in einem Konflikt beide Seiten darzustellen.

Wie haben Sie den Kontakt zum Militär aufgebaut?

Diese Geschichte ist wahrscheinlich die frustrierendste, an der ich in meinem Leben bisher gearbeitet habe. Ständig bekamen wir Absagen oder wurden von den Kontaktleuten des Regimes vertröstet. Es war ein großer Aufwand, alle notwendigen Dokumente zusammenzubekommen. Die Behörden beobachten Journalisten ganz genau. Sie wussten alles über mich: wo ich mich aufgehalten habe, an welchen Geschichten ich gearbeitet hatte. Wir durften noch nicht einmal unser Hotel ohne eine Eskorte verlassen. Die Tatsache, dass ich vorher noch nicht über syrische Rebellen berichtet hatte, war wohl mein Vorteil. Die Regierung hat ein Interesse daran, dass ihre Sichtweise gezeigt wird. Und das ist auch fair. Mittlerweile haben die Regierenden erkannt,

Zu den Klängen einer Militärkapelle folgt die Dorfgemeinschaft dem Sarg. Die Fotostrecke von der Trauerfeier entstand im Auftrag der *New York Times*.

dass sie den ersten Teil des Krieges in gewisser Weise medial verloren haben, weil sie – im Gegensatz zu den Rebellen – Journalisten den Zutritt verwehrten.

Wie bekamen Sie den Zugang zur Beerdigung?

Eines Morgens hat es mit der Hilfe eines Kontaktmannes geklappt. Wir hatten endlich eine Zusage und durften den Trauerzug in Assads Heimatdorf begleiten. Auf dem Weg zur Küste sind wir im Auto eines Soldaten mitgefahren. Es war eine lange Kolonne aus vielen Wagen. Meine Reporter-Kollegin Anne Barnard und ich reisten gemeinsam mit unserem libanesischen Übersetzer. Dennoch: Auf dem Weg nach Latakia war mir klar, dass wir jederzeit wieder hätten abgewiesen werden können – egal aus welchen Gründen. Notfalls hätten wir improvisieren müssen.

Und das haben Sie dann auch in dem Wohnhaus der Familie getan?

In der Mitte des kleinen Raumes stand der Sarg. Ich war gerade einmal zehn Minuten vor Ort bei den Frauen, als sich die anderen Trauergäste durch die alte Holztür drängelten. Allen voran die Männer. In diesem Moment schlug die Stimmung komplett um. Auf ein paar Quadratmetern versammel-



Screenshot: nytimes.com. Foto: Andrea Bruce

ten sich ungefähr 100 Menschen. Plötzlich waren nicht nur Trauer, sondern auch Hass und Rache zu spüren. Es war fast so, als vereinte dieses Zimmer sämtliche Emotionen des Krieges auf kleinstem Raum.

Was war die größte Herausforderung?

Die Technik. Das einzige Licht fiel durch das kleine Fenster im Hintergrund. Es war also sehr dunkel. Außerdem konnte ich mich kaum bewegen. In dem Zimmer war es feucht und wahnsinnig heiß. Dann wurde der Sarg geöffnet, damit die Verwandten Abschied nehmen konnten. Sofort entstand Chaos. Die Menschen fingen an zu schreien, viele brachen in Tränen aus. Draußen vor dem Haus schossen die Männer Maschinengewehrsalven in die Luft, um den Toten zu verabschieden.

Sie haben eine der wohl intimsten menschlichen Emotionen dokumentiert. Waren Sie mit Ihrer Kamera kein Störfaktor für die Trauernden?

Als Fotografin war das für mich ein ganz besonderer Ort, an dem ich sein durfte. Während meiner Arbeit versuche ich, im Hintergrund zu bleiben und klein zu werden, fast unsichtbar. Ich trete ruhig und respektvoll auf. Sobald ich mitbekomme, dass mich jemand böse anschaut, drehe ich meine Linse weg. Aber das war hier nicht der Fall. Jeder der Anwesenden war mit sich selbst und seiner Trauer beschäftigt. Es ging ausschließlich um den geliebten Menschen, den sie verloren hatten. Ich habe für sie in dem Moment gar nicht existiert.

Konnten Sie alles fotografieren, was Sie fotografieren wollten?

Leider nicht – eine Szene fehlt mir. Der Sarg des getöteten Soldaten wurde gerade aus dem Haus getragen. Das ganze Dorf lief mit zum Grab. Um ein Foto vor den Hügeln Syriens aufzunehmen, habe ich mich recht schnell durch die Masse nach vorne gearbeitet. Es war ein wunderschöner Ort, zwischen Olivenhainen und Granatapfelbäumen. Im Hintergrund spielte eine Militärkapelle. Plötzlich versperrte mir der leitende Offizier den Weg und baute sich vor mir auf. Die ganze Trauerprozession kam meinetwegen zum Stillstand. Er fragte mich: »Wer sind Sie?« In dem Moment wurde mir klar, dass mein offizieller Aufpasser ganz weit hinten im Trauermarsch war und nicht ahnte, was sich vorne an der Spitze abspielte. Ich war ganz allein.

Aber Sie hatten doch die Erlaubnis der Behörden, um dort zu fotografieren?

Natürlich habe ich alle Papiere hervorgeholt, um meine Anwesenheit zu rechtfertigen. Aber in so emotionalen Momenten sucht man einen Schuldigen. Und das war ich. Der

Offizier wollte wissen, für wen ich arbeitete, und fragte nach meiner Herkunft. Ich war ehrlich.

Sie sind US-Amerikanerin.

Ja, und ich kam genau zu der Zeit nach Syrien, als die Rebellen die USA um Hilfe baten. Die Menschen hatten große Angst davor, dass die USA zur Unterstützung der Rebellen in den Konflikt eingreifen würden. Besonders unter den Anhängern der Regierung war die Furcht vor Bombenangriffen groß.

Wie reagierte der Offizier auf Sie?

Seine Mimik veränderte sich schlagartig, als ich meine Nationalität nannte. Der Blick kam mir bekannt vor: In seinen Augen stand purer Hass. In dem Moment habe ich ge-

»Plötzlich versperrte mir der Offizier den Weg und baute sich vor mir auf. Der ganze Trauerzug kam zum Stillstand.«

spürt, wie sich nicht nur der Offizier, sondern eine ganze Ansammlung von Menschen gegen mich auflehnte. Das war der Moment, wo wir entschieden, uns zurückzuziehen.

Mussten Sie und die NYT-Reporterin Anne Barnard da abbrechen?

Nein. Als die Trauergäste gegangen waren, haben wir zwei Stunden lang mit der Familie zusammengesessen. Es gab Tee. Anne führte ihr Interview, und wir erfuhren viel über das Leben der Alawiten in Syrien. Es geht schließlich nicht immer nur darum, ein Foto zu machen, sondern eine Szenerie komplett im Bild zu erfassen. Da Baschar al-Assad selbst Alawit ist, fürchten viele Alawiten um ihr Leben. Selbst ich war in ihren Augen jemand, vor dem man Angst haben musste. In Damaskus stand einmal ein kleines Kind vor mir. Als die Eltern dem Mädchen sagten, dass ich Amerikanerin bin, rannte es weinend davon. Ich kann nachvollziehen, woher diese Furcht kommt. Nicht jede Tat in Syrien passiert aus Liebe zu ihrem Präsidenten, sondern auch aus Angst vor dem Tod. ■



Amelie Nerger studiert an der Universität Hamburg im Masterprogramm Journalismik und Kommunikationswissenschaft. Redaktionelle Hospitanzen in Deutschland und den USA weckten ihr Interesse für die journalistische Fotografie.

DER MÜLL DER MAFIA

von Gianluca di Feo

Seit Jahrzehnten verseucht illegaler Abfall die Region um Neapel. Ein Redakteur der Zeitschrift L'Espresso berichtet von seiner Recherche zwischen Mafia und Müllbergen.



Neapel sehen und sterben« lautet ein altes Sprichwort. Der große italienische Dichter Carlo Goldoni und auch Goethe priesen so die Schönheit dieser Stadt, die man unbedingt gesehen haben sollte. Auch heute noch sind die Neapolitaner stolz auf dieses Motto.

Wir wussten deshalb, dass die Veröffentlichung unserer Titelstory mit der Überschrift »Neapel trinken und sterben« viele Leute empören würde. Aber genau das wollten wir ja auch: einen Ruck geben, damit endlich klar wird, wie es um die Umwelt in der Stadt steht. Im Jahr 2011 zählte man nämlich 5.281 Stellen in der Region Kampanien rund um Neapel, die durch illegale Abfälle verseucht waren.

Es ist nicht einfach, über die Verschmutzung dieser Region zu schreiben. Drei Risiken gibt es: Erstens läuft man

Gefahr, sich auf einseitige oder unglaubwürdige Zahlen zu verlassen. Zweitens mussten wir es vermeiden, grundlos Alarm zu schlagen, denn das würde der dortigen Landwirtschaft schaden. Und letztlich muss man sich darüber im Klaren sein, dass immer auch die Camorra präsent ist. Seit Ende der 1980er Jahre mischt sie im Abfallhandel mit – ebenso wie einige Politiker.

DIE POLIZEI IN DER REDAKTION

Nicht selten werden Reporter bedroht, die sich mit der Materie beschäftigen. Ein Unternehmer aus dieser Branche wurde 2008 ermordet. Roberto Saviano hat mit seinem Buch »Gomorrha« der ganzen Welt gezeigt, wie der Camorra-Clan der Casalesi sein Wirtschaftsreich aufbauen konnte: dank seiner Geschäfte mit Müll. Savianos Fall ist bekannt. Bis heute lebt er unter Polizeischutz. Nach seinem Buch hat er seine Arbeit mit Artikeln in *L'Espresso* fortgeführt (s. auch Seite 95).

Unsere Recherchen begannen im Sommer 2008. Damals gelangten wir an die Aussage von Gaetano Vassallo und veröffentlichten sie exklusiv. Rund zwanzig Jahre lang hatte dieser Clanchef der Casalesi die illegale Entsorgung der Abfälle in Kampanien koordiniert. Seine

HINTERGRUND

Brennende Abfallberge, verseuchtes Grundwasser: Die Region um Neapel gilt als eine der größten illegalen Giftmüllhalden Europas. Die italienische Umweltorganisation Legambiente spricht von rund zehn Millionen Tonnen Abfall, die unkontrolliert in Kampanien entsorgt wurden. Zwei Redakteure von *L'Espresso*, der wichtigsten italienischen Wochenzeitschrift, recherchierten wochenlang für einen Artikel über die Verstrickung der Mafia in diesen permanenten Skandal. Der juristische Streit um die hier beschriebene Titelgeschichte von *L'Espresso* dauert an: Laut unserem Autor Gianluca di Feo laufen derzeit mindestens fünf Prozesse, die direkt oder indirekt mit seinem Text zu tun haben. Di Feo beruft sich gegenüber den Behörden auf das Recht und die Pflicht, seine Quellen zu schützen.



So wie auf diesem Symbolbild brennen in Kampanien hunderte Abfallhalden. Umweltgifte wie Uran oder Blei gelangen ins Grundwasser – und damit auch in die Haushalte.

Aussage war schockierend: Millionen von Tonnen an Industriemüll seien unkontrolliert vergraben worden. Der Artikel mit dem Titel »So haben wir Neapel vergiftet«, den ich damals zusammen mit Emiliano Fittipaldi schrieb, wurde heiß diskutiert.

L'Espresso enthüllte in den folgenden drei Wochen, wie wichtige Politiker aus der Partei des damaligen Ministerpräsidenten Silvio Berlusconi in die Machenschaften der Clans verstrickt waren; einer von ihnen war sogar Staatssekretär im Wirtschaftsministerium.

MASSENPROTESTE IN FEUERLAND

Aber danach gab es keine konkreten Initiativen der Behörden. Im Gegenteil: Wir, die Autoren des Artikels, fanden uns in einem Strafverfahren wieder. Innerhalb von einer Woche wurden unsere Büros, unsere Häuser, unsere Autos und sogar unsere Motorroller zweimal durchsucht, unsere Computer beschlagnahmt. Wir erhielten eine richterliche Verfügung wegen »Verletzung des Untersuchungsgeheimnisses«.

Als ob sich die Gesundheit der Bürger durch ein Gerichtsurteil verbessern würde! Jahrelang passierte dann nichts. Und die wichtigste Frage blieb unbeantwortet: Wie groß sind die Gesundheitsschäden, die aus den gewaltigen Müllablagerungen entstanden sind?

Dann, im Sommer 2013, brachen zum wiederholten Male die Proteste wegen der »Terra dei fuochi« aus. Das Gebiet, zu Deutsch Feuerland, hat seinen Namen von den Hunderten von Müllhalden, die dort in Brand gesetzt werden. Zehntausende Demonstranten protestierten damals in Neapel gegen das Desinteresse der Behörden an diesen Zuständen.

Wir begaben uns auf die Suche nach allen verfügbaren Daten zur ökologischen Katastrophe nicht nur von »Feuerland«, sondern von ganz Kampanien. Die italienischen Behörden sind an dieser Front enorm im Rückstand. In den verseuchten Gebieten gibt es nicht einmal ein funktionierendes Krebsregister. Die Untersuchungen, die die italienischen Behörden versäumten, hatten, wie wir herausfanden, letztlich US-Streitkräfte angestellt. Die größte Studie auf der Welt

über die Verseuchung Kampaniens kam von der US Navy. Sie wurde die Basis unserer Recherchen.

Seit 1943 beherbergt Neapel wichtige US-amerikanische Militärbasen, darunter das Kommando der 6. Flotte. Die Befehlshaber der US Navy stellten sich eine einfache Frage: Wie gefährlich ist es, hier zu bleiben? Sie taten das, um ihre eigenen Leute zu schützen. Aber sie wollten natürlich auch vermeiden, dass Soldaten Klagen anstrengen, weil sie während des Militärdienstes in Kampanien erkrankten. Diesen Aspekt sollte man nicht unterschätzen.

Es wurde eine der teuersten und umfassendsten Untersuchungen in der Geschichte der US-Streitkräfte. Die Fachleute, die die US Navy engagierte, nahmen

ZUM DUSCHEN NUR MINERALWASSER

Doch zunächst veröffentlichte die Navy ihr abschließendes Gutachten von 2011 nicht. Sie leitete es zwar an nationale und regionale Behörden in Italien weiter. Doch offenbar haben die nichts unternommen. Dabei ließ einen der Inhalt des Reports erschauern: Nirgendwo in den Provinzen Neapel und Caserta lebt man ungefährdet. Weder die Umweltstandards der USA noch Italiens wurden demnach eingehalten. In Kampanien

fand man gar Substanzen, die seit Jahrzehnten verboten sind.

Die Forscher berechneten, dass die Bedrohung für die Soldaten in einigen Stadtteilen nur erträglich war, »weil das Personal dort im Durchschnitt 2,2 Jahre bleibt und in jedem Fall weniger als sechs«. Dieses Limit sollte nicht überschritten werden. Doch was ist mit den Leuten, die dort ihr ganzes Leben lang wohnen? Welche Schäden tragen sie davon?

Außerhalb der Militärbasen, hieß es, solle man zum Trinken, Obstwaschen, Kochen, Zähneputzen und Duschen nur Mineralwasser verwenden. In allen großen militärischen Einrichtungen wurden neue Kläranlagen

errichtet, die auch das Leitungswasser filtern sollten. Ein Netz von Messstationen zur Überprüfung der Luftqualität wurde eingerichtet, unabhängig vom italienischen Netz. Der Kauf von regionalen Lebensmitteln für die Kantinen wurde eingeschränkt. Sogar die Residenz des befehlshabenden Admirals, eine prächtige Jugendstil-Villa mit Blick auf Capri, wurde aufgegeben. De facto schlossen sich also die Amerikaner in ihre »Umweltbunker« ein.

Diese Studie stellten die US-Amerikaner erst vor einigen Monaten online. Aber niemand beachtete sie. Bis wir uns ihrer annahmen. Die Daten selbst mussten wir nicht mehr verifizieren: Die Analysen waren von zertifizierten Laboren erstellt worden, die ihre Kriterien klar darlegten. Und die Diagnose bestätigte all das, was wir seit 2005 geschrieben hatten. Dennoch verbrachten wir einen Monat damit, den Inhalt des Berichts auszuwerten.



Weltweit berichteten Medien über die Titelgeschichte von L'Espresso, unter anderem der Spiegel und die New York Times.

90.000 Luftproben und untersuchten in den folgenden zwei Jahren Luft, Wasser und Erde auf einer Fläche von 1.000 Quadratkilometern auf 214 potentiell gefährliche Stoffe.

Die Studie begann 2009 in der Zone, die am meisten verseucht zu sein schien und wo viele US-Soldaten wohnten: das »Dreieck des Todes« (der Begriff stammt aus der wissenschaftlichen Zeitschrift *Lancet*) rund um Casal di Principe. Die ersten Tests brachten erschütternde Ergebnisse. 92 Prozent aller Trinkwasserbrunnen waren verunreinigt, aus dem Erdboden strömten giftige Dämpfe.

Es gab einige beunruhigende Unstimmigkeiten. Zum Beispiel das Vorkommen von Uran im Wasser. Es wurde in 88 Prozent aller untersuchten Brunnen gefunden und in 31 Prozent aller Häuser mit öffentlichem Wasseranschluss. Die Amerikaner glaubten, dies habe »möglicherweise mit der Radioaktivität des Vulkangebiets« zu tun. Wir glichen das mit geologischen

Der Bürgermeister von Neapel verkündete, er wolle uns verklagen und eine Milliarde Schadensersatz fordern.

Untersuchungen und gerichtlichen Gutachten ab. Das Ergebnis: Es gab gar keine vulkanische Radioaktivität, die die Ursache hätte sein können.

VIELLEICHT SOGAR DDR-ATOMMÜLL

Wenige Wochen vor Beginn unserer Recherche wurde die Aussage eines anderen Camorra-Chefs veröffentlicht, Carmine Schiavone, ein Cousin des Paten Francesco Schiavone, genannt Sandokan. Bis zum Herbst 2013 war seine Aussage geheim gehalten worden. In der Erklärung, die er schon 1997 vor einer parlamentarischen Untersuchungskommission abgegeben hatte, beschrieb er, wie und wo radioaktive Schlämme aus Deutschland vergraben wurden. An genau diesen Orten hatte die Studie der US Navy in jedem zwanzigsten Brunnen Uranmengen gefunden, die »inakzeptable Risiken für die Gesundheit« darstellen.

Die Ermittlungsbehörden haben es nie geschafft, diese Behauptungen zu überprüfen. Die Aktion, die Schiavone beschrieb, schien Stoffe zu betreffen, die aus Nuklearanlagen stammen. Wir haben versucht nachzuvollziehen, ob in der Zeit, als die Atomkraftwerke in der DDR rückgebaut wurden, mit dem Atom Müll gehandelt wurde. Diverse Quellen deuten darauf hin, dass italienische Kriminelle ausgezeichnete Geschäfte machten, indem sie noch zu DDR-Zeiten investierten. Aber unsere Untersuchungen kamen zu keinen klaren Schlussfolgerungen.

Die Reaktionen auf unsere Titelgeschichte waren vor allem polemischer Art. Noch bevor *L'Espresso* in den Kiosken angekommen war und bevor man überhaupt unseren Artikel lesen konnte, verkündete ein Bezirksrat, er habe alle Ausgaben von *L'Espresso* verbrannt. Der Bürgermeister von Neapel, Luigi De Magistris, ein ehemaliger Staatsanwalt, verkündete, er wolle uns verklagen und eine Milliarde Euro Schadensersatz fordern. Auch die Beleidigungen waren bemerkenswert. Man warf uns Rassismus vor – und Hass auf Neapel.

Dabei sollte man wissen, dass ich aus Neapel stamme, dass Claudio Pappaiani, der mit mir recherchiert hat, schon immer in Neapel lebt und auch der Chefredakteur von *L'Espresso*, Bruno Manfellotto, Neapolitaner ist. Von jeher widmet unser Magazin der Stadt Neapel besondere Aufmerksamkeit, beschreibt ihre Vorzüge – und prangert ihre Probleme an.

DIE ANTIMAFIA-BEHÖRDE ERMITTELT

Übrigens hat der amerikanische Kommandeur mit keinem einzigen Wort unsere Recherche dementiert. Wir haben auf unserer Website den US-Bericht nun für alle zugänglich gemacht. 20.000 Leser haben den Link auf Facebook geteilt. Nun kann keiner mehr sagen: Ich habe es nicht gewusst.

Ein Einwand kam noch von den Technikern der neapolitanischen Wasserwerke. Sie warfen uns vor, ihre Analysen ignoriert zu haben, deren Ergebnisse sehr beruhigend sind. Aber das ist nicht wahr. Wir kannten ihre Analysen. Sie werden wöchentlich auf ihrer Website veröffentlicht. Und sie wurden auch von den US-Amerikanern geprüft. Allerdings basieren die Analysen der Stadt auf anderen Kriterien. Im Gegensatz zu den amerikanischen Maßgaben erstreckt sich das italienische Gesetz nicht auf Risiken, die aus der Kombination verschiedener Giftstoffe entstehen, auch wenn sie – für sich genommen – unterhalb des Grenzwerts liegen. Nach der Veröffentlichung unseres Artikels tauchte zudem noch eine Studie von italienischen Wissenschaftlern auf, die 2009 ähnliche Gefährdungen im öffentlichen Wassernetz von Neapel feststellten.

Unsere Recherchen führten auch dazu, dass die Antimafia-Staatsanwaltschaft ihre Arbeit in diesem Fall aufnahm. Im Geheimen hatten die Staatsanwälte seit Monaten ermittelt, wie Aufträge zur Wasserversorgung an Unternehmen vergeben wurden, die in der Hand der Camorra liegen. Aber nicht nur das. Die Clanchefs werden auch verdächtigt, die Analyselabore beeinflusst zu haben, die mit der Qualitätsprüfung der Wassernetze betraut waren. In dem Verfahren gleichen die Ermittler nun die amerikanischen Daten mit neuen Gutachten ab – damit endlich klar wird, was da tatsächlich aus den Wasserhähnen von Neapel kommt und warum. ■



Gianluca Di Feo war 16 Jahre lang Redakteur beim Corriere della Sera und wechselte 2005 als Investigativreporter zur Wochenzeitschrift L'Espresso.

Übersetzung: Jan Ludwig



AUF DATENERNTE IN BRÜSSEL

von Günter Barisch

Die Dataharvest-Konferenz bringt Datenjournalisten aus ganz Europa zusammen. In Brüssel werden dabei jedes Jahr Tipps und Tools für grenzüberschreitende Recherchen vorgestellt. Ein Tagungsbericht.

Dataharvest« ist ein merkwürdiger Titel für eine Journalistentagung. Aber er trifft den Kern: Die jährliche Konferenz dient wortwörtlich dazu, Daten zu ernten – zum Beispiel die Zahlen zu den europäischen Agrarsubventionen. Journalisten und Programmierer kommen dazu seit 2011 in Brüssel zusammen. Organisiert wird die Konferenz von der Non-Profit-Organisation journalismfund.eu, die europaweit Recherchen unterstützt. Im ersten Jahr kamen 30 Teilnehmer, zum Treffen im Mai 2014 beinahe 200 aus insgesamt 27 Ländern.

Zum Erfolg dürfte auch das Plus-Zeichen im Titel (»Dataharvest+«) beigetragen haben, denn das Programm ging weit

über die gemeinsame Auswertung von Subventionsdaten hinaus: Grenzüberschreitende Recherche, Datenjournalismus, neue Finanzierungsmodelle und viele andere Themen machen Dataharvest zu einer vollwertigen europäischen Investigativ-Konferenz.

VON WOBGING UND SCRAPING

Zu den Dataharvest-Spezialitäten zählt das »Wobbing«, ein Begriff aus dem Slang niederländischer Journalisten. Gemeint ist damit, durch Informationsfreiheitsgesetze an Dokumente zu gelangen. Freilich ist die Gesetzeslage in jedem Land ein bisschen anders – aber manche Taktik funktio-

Das Plus im Logo der Dataharvest-Konferenz deutet an, dass es in Brüssel um mehr als nur um Daten geht.



niert europaweit. So empfahl Jan Gunnar Furuly von der norwegischen *Aftenposten* in seinem Vortrag auch den ausländischen Kollegen, das fortschrittliche norwegische Informationsfreiheitsgesetz zu nutzen, um an EU-Dokumente heranzukommen. Als Startpunkt für die Recherche nannte er die Regierungswebsite »Electronic Public Records« (oep.no). Dort kann man zunächst nach Dokumenten suchen und sie dann direkt bestellen. Um fündig zu werden, sollte man aber die gesuchten Begriffe ins Norwegische übersetzen und den norwegischen Namen des jeweiligen Landes eingeben, also zum Beispiel Tyskland statt Deutschland. Für die Auswertung der Suchergebnisse kann Google Translate nützlich sein, das mit einem Klick Texte aus dem Norwegischen in Deutsche übersetzt.

Hat man dann das gesuchte Dokument tatsächlich bekommen, liegt die nächste große Herausforderung in der Auswertung. Denn Behörden und Regierungsstellen sind oft nicht bereit, die Originaldaten zur Verfügung zu stellen: Praktisch wären Excel-Tabellen, oft bekommt man als Journalist aber nur PDFs oder unhandliche Dokumentenformate. Der Däne Nils Mulvad, ein Pionier im europäischen Datenjournalismus und Gründer von farmsubsidy.org, und der Brite Paul Bradshaw, Gründer der Kollaborationsplattform helpmeinvestigative.com, schilderten Methoden des Scraping, also des Extrahierens von Daten aus Dokumenten und Websites. Ein dabei häufig erwähntes Werkzeug für Einsteiger ist der Helium Scraper, mit dem sich Daten aus Websites in tabellarische Form bringen und somit statistisch auswerten lassen (heliumscraper.com).

Welche Geschichten so entstehen können, beschrieb Brigitte Alfter von journalismfund.eu in einem Vortrag über grenzüberschreitende Recherchen. Zum Beispiel bildete die britische Tageszeitung *The Independent* unter dem Titel »How the CAP helps our poorest farmers« (»Wie die Gemeinsame Agrarpolitik der EU unseren ärmsten Bauern hilft«) im Jahr 2005 einige Empfänger von EU-Agrarsubventionen ab – unter anderem die Queen, den Prince of Wales und den Duke of Westminster, einen der reichsten Männer Großbritanniens.

RECHERCHEN ÜBER GRENZEN HINWEG

Zu den Cross-Border-Teamrecherchen, die auf der Tagung vorgestellt wurden, zählte auch die Berichterstattung über die Bau-Mafia in Deutschland (mafia-in-deutschland.de,

s. Seite 46). Neben Journalisten von WDR, *Spiegel Online* und der Funke-Gruppe wirkten daran auch Rechercheure von IRPI mit, dem Investigating Reporting Project Italy. Wie IRPI-Mitglied Cecilia Anesi schilderte, bedeutete die Kooperation für das italienische Team auch eine Finanzierungsmöglichkeit: Denn IRPI war von den deutschen Kollegen für die Unterstützung auch bezahlt worden. Obwohl sie das eigentlich nie geplant hatten, waren die Italiener damit im Stringer-Einsatz – und hatten sich für eine Zeitlang ein Zusatz Einkommen gesichert.

Die Schwedin Lisa Bjurwald berichtete von einer Recherche mit ihrem deutschen Kollegen Maik Baumgärtner: Zusammen deckten sie Fälle von Menschenhandel und Zwangsprostitution auf. Unterstützt wurde ihre Recherche von journalismfund.eu – die Organisation veranstaltet nicht nur die Dataharvest-Konferenz. Ein weiterer Schwerpunkt der Initiative liegt in der Vergabe von Stipendien für grenzübergreifende Rechercheprojekte. ■

Hilfreiche Links und Tools für Datenjournalismus:

- ▶ Präsentationsfolien zur Dataharvest-Konferenz: journalismfund.eu/dhplus/presentations
- ▶ Englischsprachige Anleitung, wie Journalisten europäische Informationsfreiheitsgesetze bei der Recherche nutzen können: wobbing.eu
- ▶ Das Scraping-Tool OpenTED, mit dem Journalisten öffentliche Ausschreibungen in der EU auswerten können: ted.openspending.org
- ▶ Von journalismfund.eu geförderte Cross-Border-Recherchen: journalismfund.eu/working-grants-chronological



Günter Bartsch ist Geschäftsführer von Netzwerk Recherche.

🐦 @nrecherche

CHANCE AUF COMEBACK

von Michael Haller

Es gibt gute Gründe, an eine Renaissance der Tageszeitung zu glauben. Wenn sich Redaktionen und Verlage auf alte Tugenden besinnen und an neuen Forschungsergebnissen orientieren.

Ein Grund, der mich glauben lässt, dass die Tageszeitung wieder an Geltung zurückgewinnen kann, ist politischer Natur. Er hängt mit der Erfahrung der totalen Überwachung der gesamten Internet-Transaktionen zusammen, deren Totalität erstmals im Sommer 2013 infolge der Enthüllungen des ehemaligen Geheimdienstmitarbeiters Edward Snowden erkennbar wurde – mit weitreichenden Folgen. Vier Monate nach den ersten Enthüllungen über dieses Überwachungssystem führte das IfD Allensbach eine Repräsentativerhebung zum Thema »Vertrauen in die Medien« durch. Dieser zufolge halten derzeit rund 85 Prozent der erwachsenen Bevölkerung die Tageszeitungen (und Zeitschriften) für besonders zuverlässig und für glaubwürdige Informationsquellen. In Bezug auf das Internet finden dies nur mehr 38 Prozent der Befragten.

Von diesem Vertrauensbonus können die Tageszeitungen, so, wie sie derzeit gemacht werden, nicht profitieren. Jedenfalls schlägt sich dieses positive Image nicht in der Mediennutzung nieder. Denn Jahr für Jahr sinkt die für das Zeitungsgeschäft relevante »harte« Verkaufsauflage um zwei bis vier Prozent (Ausreißer ausgenommen). Und Jahr für Jahr schrumpft auch das Anzeigenvolumen, weil die Werbebranche das interaktive Internet für geeigneter hält.

SELBER SCHULD

Treiber dieses Negativtrends ist der Sachverhalt, dass ein immer größerer Teil der jungen Erwachsenen der Gattung Tageszeitung fern bleibt – jedenfalls soweit es um Bindung (das heißt das Abonnement) geht. Zahlreiche Blog-Kolumnisten halten deshalb die Überlebensfrage längst für beantwortet. Dass die Tageszeitungen mangels Lesernachwuchs eines Tages ganz von der Bildfläche verschwinden, ist für sie nur noch eine Frage der Zeit.

Verschiedene Medienhäuser, fasziniert vom Erfolg der Internetkonzerne, traten auch sehr geräuschvoll die Flucht nach

vorn an: Redaktionen wurden ausgedünnt und prekariert oder ganz geschlossen und fremdbeliefert; der Axel-Springer-Verlag verkaufte im Sommer 2013 die *Berliner Morgenpost* und das *Hamburger Abendblatt* komplett an die Essener Funke-Gruppe, begleitet vom Kommentar der Verlegerin Friede Springer, dass die Ära Print definitiv zu Ende gehe. Dies wirkte auf viele Zeitungsleute wie ein Menetekel. Ein aufgeregtes Palaver breitete sich aus, überall war vom nahenden Ende der Gattung die Rede. Und so schrieb sich die gesamte Branche in eine depressive Stimmung – ein fataler Zeitungspessimismus, der dem Gesetz der selbsterfüllenden Prophezeiung folgt.

Diese Stimmungslage veranlasste mich, dieses Buch zu schreiben, aus dem ich hier Auszüge zusammengestellt habe. Sein Thema sind die Regionalzeitungen Deutschlands, die noch immer mehr Erwachsene erreichen als alle TV-Nachrichtensendungen zusammen. Und sein Ausgangspunkt ist nicht die Blickstarre auf das Internet, sondern die Überzeugung, dass die Krise der Regionalzeitungen überwiegend hausgemacht ist. Polemisch zugespitzt: Wenn die Gattung Regionalzeitung untergehen sollte, dann hätten dies die Eigentümer – die Zeitungsverlage – weitgehend selbst verschuldet.

LESER? WELCHER LESER?

Einer der Gründe, warum es mit den Tageszeitungen abwärts geht, sehe ich darin, dass die Blattmacher von ihren Lesern – den derzeitigen, den ehemaligen und den potenziellen – kaum Ahnung haben. Zwar wurde und wird über die Leser in den Redaktionen viel geredet, doch wirklich verstanden hat man sie nicht. Damit ist auch schon die Kernbotschaft dieses Textes verraten: Die Zukunft der Regionalzeitungen hängt wesentlich davon ab, ob die Redaktionen in ihrem Rollen- und Funktionsverständnis den Sprung von den 1980er Jahren in unsere nachmoderne Ära der interaktiv kommunizierenden Gesellschaft schaffen. Ob sie, mit anderen Worten,



den Perspektivenwechsel – weg von der linearen Sicht der Machträger und der Institutionen, hin zur dynamischen Alltags- und Erfahrungswelt (vor allem) der jüngeren Erwachsenen – vollziehen können.

SELBSTVERLIEBTE POSE

Wenn man nichts über seine Leser weiß, kann man deren Akzeptanzkrise nach Lust und Gusto deuten. Man kann zum Beispiel sagen, dass diese engstirnige News- und Recherchearbeit unnötig sei, dass man die blöden Nachrichtenwerte jetzt den Websites mit ihren Newsstreams überlassen könne, dass man die mühsamen Hintergrundanalysen ersetzen werde durch keck hingeknallte Meinungen (dafür/dagegen). Seit einem Jahr verkünden viele Journalisten solche Ansichten, meist verpackt in vollmundig inszenierten Debatten zur Zukunft des Journalismus: Sie begreifen die grassierende Krisenstimmung als Chance, der Welt mit wortstarken Thesen mitzuteilen, dass sie lieber Schriftsteller, Erzähler oder Kolumnisten wären. Es ist eine selbstverliebte Pose, die derzeit von vielen jüngeren Printleuten als neue Haltung des postindustriellen Journalismus gefeiert wird, so als ginge die aktuelle Medienkrise auf die Fantasielosigkeit der Blattmacher oder einen Mangel an aufregenden Erzählstücken zurück.

Die Protagonisten dieser Debattenszene – keiner trägt Blattmacher-Verantwortung – verdrängen auf grandiose Art, dass der Journalismus in den Augen der Erwachsenenbevölkerung gerade wegen dieser Selfie-Haltung an Vertrauen verliert: »Der Bürger [ist] der Ansicht, dass Journalisten ohnehin nur ihre eigenen Bedürfnisse durchsetzen wollen und Nachrichten in Richtung ihrer eigenen Einstellung verzerren. In der Konsequenz entfernt sich der Rezipient vom Journalismus wie der Bürger von der Politik«. So lautet der Befund einer bereits 2008 durchgeführten Repräsentativbefragung (Donsbach 2009: 130).



ZURÜCK ZU DEN WURZELN

Mit dieser polemischen Einleitung möchte ich mich von den laut geführten Selbstgesprächen verschiedener Schönschreiber abgrenzen – und daran festhalten, dass die aufklärerische Rolle des Journalismus, die jenseits des Subjektivismus mit der mühsamen Informationsbeschaffung beginnt, nicht weiter geschwächt, vielmehr gestärkt werden muss. Denn sie steht – normativ gedacht – ausdrücklich nicht infrage.

Dies muss deshalb betont werden, weil die Printjournalisten derzeit tief verunsichert sind und alle paar Wochen mit einer neuen Losung in die Debatte ziehen. Sie haben erfasst, dass das überkommene Selbstverständnis des Zeitungsjourna-

»Der Journalismus wird zusehends von einer Haltung des Opportunistischen, des Unernstes, der Eitelkeiten geprägt.«

lismus nicht mehr funktioniert. Da sind zunächst die technikgetriebenen Innovationszyklen, die sie handwerklich überfordern, zumal die digitalen Medien in einem verschleißenden Aufmerksamkeits-Wettbewerb stehen. Hinzu kommen die verschlechterten Arbeitsbedingungen, die Existenzängste auslösen, die ihrerseits zu einem ungesund hohen Anpassungsdruck führen, der die journalistische Berufsrolle korrumpiert. Aber, wie gesagt: Deswegen steht die gesellschaftliche Funktion des Journalismus nicht infrage. Der frühere Blattmacher Wolfram Weimer fasste das Problem so: »Im Geraune über einen technischen Wandel hört kaum einer mehr hin, dass es uns Journalisten in Wahrheit ergeht wie den Politikern – uns wird nicht mehr geglaubt.« (Weimer 2013).

Gerade in den Zeiten des Leser- und Bloggerjournalismus, der Erfindung der aggregierten News-Apps und des sogenannten Roboterjournalismus gewinnt der journalistische Profi an Bedeutung. Er unterscheidet sich von den Maschinen und vom Amateur dadurch, dass seine Wirklichkeitsbeschreibungen triftig und wahrhaftig sein sollen und dass seinem Medium Glaubwürdigkeit zukommt.

WIDER DIE DAMPFPLAUDELER

Genau dies ist (oder wäre) die zentrale Funktionsleistung des Informationsjournalismus. Die Realität sieht indessen anders aus. Nochmals Weimer: »Der Journalismus wird zusehends von einer Haltung des Opportunistischen, des Unernstes, der Eitelkeiten geprägt, weil wir die Hierarchie der Wahrheiten durch eine Hierarchie der Gefälligkeiten ersetzen.«

Ins Positive gewendet, verbindet sich mit dieser Kritik der Anspruch, dass zur Ausübung der journalistischen Be-

rufsrolle diese zwei keineswegs neuen Qualitäten gehören: erstens frei zu sein von äußeren Interessen und verpflichtenden Bindungen, also auch als Web- und App-Produzent das Leitbild Unabhängigkeit hochzuhalten. Und zweitens über eine fundierte Wertehaltung zu verfügen, die sich mit den gesellschaftlichen Grundwerten deckt.

Das klingt derzeit für viele nur wie der Theorie-Nachhall der Ruheständler. Im real existierenden Journalismus sucht die Meute meist die Affirmation; sie erzeugt statt öffentlicher Debatten den palavernden Mainstream mit dem So-sehe-ich-es-auch-Gerede. Ein letztes Mal Weimer: »Wir fragen immer weniger danach, was wir für richtig halten, sondern danach, was andere für richtig halten könnten.« Es hilft also nichts: Der Zeitungsjournalismus muss seine derzeitige Krisenhysterie überwinden und sich wieder an den Berufsnormen seiner Profession orientieren, die ihn zu einer aufklärenden Beschreibung und glaubwürdigen Bewertung der von den Dampfplauderwolken verhüllten Wirklichkeit befähigen.

DIE LESER UND NUTZER VERSTEHEN LERNEN

Der Schritt nach vorn stützt sich also auf eine Versicherung: auf die Gültigkeit der Funktionen, die von den journalistischen Medien in der heutigen Gesellschaft erfüllt werden sollten, die jedoch von Missverständnissen und Irrtümern überdeckt sind, weil die enorme Ausdifferenzierung der digitalen Kommunikationsangebote für Irrungen sorgt. Man baut seine Zeitung entgegen ihrer Nutzungsfunktion um – und wundert sich, dass die Auflage noch schneller sinkt. »Funktionsgerecht« bedeutet zum Beispiel: Die Wochenzeitung kann nicht die Funktion eines tagesaktuellen Informationsmediums übernehmen. Dasselbe gilt auch umgekehrt: Eine Tageszeitung wird dysfunktional, wenn sie sich in Themenwahl und Aufmachung zur täglich erscheinenden Wochenzeitung verkleidet und vermeintlich originelle, dafür irrelevante, zudem inaktuelle Geschichten anbietet. Gleichwohl versuchen es verschiedene Blattmacher mit Akribie; sie sehen aus wie der Schneider von Ulm.

Ein anderes Beispiel betrifft den im Internet grassierenden Aktualitätswahn: Die vom Newsstream gehetzten Online-Redakteure überschätzen den Informationsdrang ihrer User oder Nutzer. Nicht das Publikum hetzt sie, es sind die Mitbewerber, die Aufmerksamkeit für ihre Werbekunden brauchen. So bewegen sich die Online-Macher im Zirkel permanenter Selbstinduktion. Die Macher übersehen zudem, dass kurze Update-Intervalle mit kürzeren Nutzungszeiten quittiert werden: Messungen belegen, dass die Verweildauer auf der Website oder in der App umso kürzer und flacher wird, je häufiger im Tagesverlauf aktualisiert wird. Bei jungen Erwachsenen messen wir inzwischen Rezeptionszeiten von weniger als zwei Sekunden je Nachricht (Nachrichtenteaser bzw. App).

Es gäbe zahlreiche weitere Beispiele für Dysfunktionen. Sie lehren, dass der »digitalisierte« Journalist verstehen sollte, welche Medien (Kanäle) von welchen Zielgruppen in deren Tagesverlauf wann genutzt werden und welche Angebote beim Adressaten in welchem Nutzungskontext optimal funktionieren, also Reichweiten erzielen.

DIE SECHS ESSENTIALS

Nachdem wir über Informationsjournalismus im Allgemeinen sprachen, nehmen wir jetzt den Zeitungsjournalisten im Speziellen in den Blick: Diesem verunsicherten Subjekt sollte als Erstes in Erinnerung gerufen werden, was »seinen« Journalismus auch (vor allem?) im digitalen Zeitalter auszeichnet. Es sind diese sechs Merkmale:

1. Journalistische Informationsmedien selektieren ihre Nachrichten auch in Zukunft nicht maschinell, sondern manuell (bzw. kognitiv) nach Maßgabe rationaler Auswahlkriterien. Guter Zeitungsjournalismus ist handmade!
2. Journalistische Medien sind im Unterschied zu vielen Onlineangeboten keine Aggregatoren. Für die von ihnen veröffentlichten Inhalte übernehmen sie in toto die medienrechtliche Verantwortung (im Unterschied zu Google News, gmx.net oder yahoo-News). Für journalistische Medien ist die Überprüfungsrecherche unverzichtbar.
3. Die Redaktion hat einen hohen Grad an Organisiertheit mit eindeutigen Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten. Nur so kann Glaubwürdigkeit erzeugt werden, auf die sich das Vertrauen der Rezipienten stützt.
4. Über das inhaltliche Angebot (Auswahl) journalistischer Medien entscheiden die Produzenten, nicht die Rezipienten. Weder Bürger- und Leserreporter noch BuzzFeed produzieren Journalismus. Und die digitalen Container, die von beliebigen Laien nach Gusto gefüllt werden (»Gießener Zeitung« – Deutschlands erste Mitmach-Zeitung zum Beispiel), sind ebenfalls keine journalistischen Medien.
5. Publizisten, die nichts weiter als tolle Geschichten schreiben und publizieren, sind keine Journalisten. Journalistische Texte erfüllen keinen Selbstzweck, sie dienen vielmehr einem anderen Zweck: das Publikum über reale Geschehnisse möglichst zutreffend zu orientieren.
6. Im Unterschied zur ungeheuren Flut an beliebig produzierten und verbreiteten News im Web erzeugen journalistische Aussagen für die Menschen eine Bedeutung. Die Aussagen entspringen darum keiner Laune, sondern einer dezidierten Vorstellung von dem, was Öffentlichkeit ausmacht.

DIE NEUEN KOMPETENZEN DES WEB 2.0

Diese sechs Punkte sind aus meiner Sicht zwingend, um den Zeitungsjournalismus vom großen Rest des meist amateurhaften Publizierens abzugrenzen, welches sich im Web 2.0 ins Grenzenlose ergießt – sie sind notwendig, aber nicht hinreichend. Denn die mit der digitalen Welt verbundenen Veränderungen, vor allem das andere Medienverständnis der jungen Generation, erfordern eine Erweiterung der Berufsrolle und der Kompetenzen. Ich zähle hier die aus Sicht der Journalismusforschung wichtigsten auf.

An erster Stelle steht der Perspektivenwechsel: weg vom Mainstream-Denken des quellengläubigen Einbahnstraßen-Berichterstatters, hin zur publikumsbezogenen Sicht des beobachtenden, recherchierenden, nachfragenden und risikobereiten Reporters. Dies gelingt allerdings nur denen, die – siehe oben – ihr Publikum kennen und verstehen.

An zweiter Stelle kommen die durch das Internet erweiterten Recherche- und Thematisierungsverfahren: Vor allem Tageszeitungsjournalisten müssen die Verfahren der aufdeckenden Recherche deutlich professioneller (auch: routinierter) einsetzen als bisher; derzeit herrscht eine stupide »Googleisierung der Recherche« (Wegner 2012), die kaum mehr leistet als das, was auch jeder Web-Nutzer kann. Sie brauchen auch die »hinter« Google zugreifende Datenbankrecherche sowie das Themen-Scouting in der Twitter-Welt und den Social-Media-Netzen. Gelernt werden müssen zudem die online-basierten Analysemethoden des Data-Journalismus.

An dritter Stelle stehen die seit Web 2.0 aufblühenden Kommunikations- und Interaktionsformen. Vor allem Tageszeitungsjournalisten müssen ihr Rollenverständnis rasant verändern: weg von der Kathederhaltung der Oberschlaunen, hin zum dialogisch interagierenden Kommunikator, der die Themenkarrieren bei Facebook & Co. kritisch beobachtet

BRAUCHEN WIR ZEITUNGEN?

Michael Haller stellt in seinem aktuellen Buch die provokante Frage: »Brauchen wir Zeitungen?« Er liefert zehn Gründe für den Untergang der Zeitungen und macht zehn Vorschläge, wie er verhindert werden kann. Für *Message* hat der Autor Auszüge aus seinem Buch zusammengestellt. Wir danken dem Halem Verlag für die Erlaubnis zum Nachdruck.



*Edition Medienpraxis, Band 11,
2014, 248 Seiten, 18 Euro*

und der sein Publikum (etwa bei der Interviewvorbereitung) sehr wohl einbezieht.

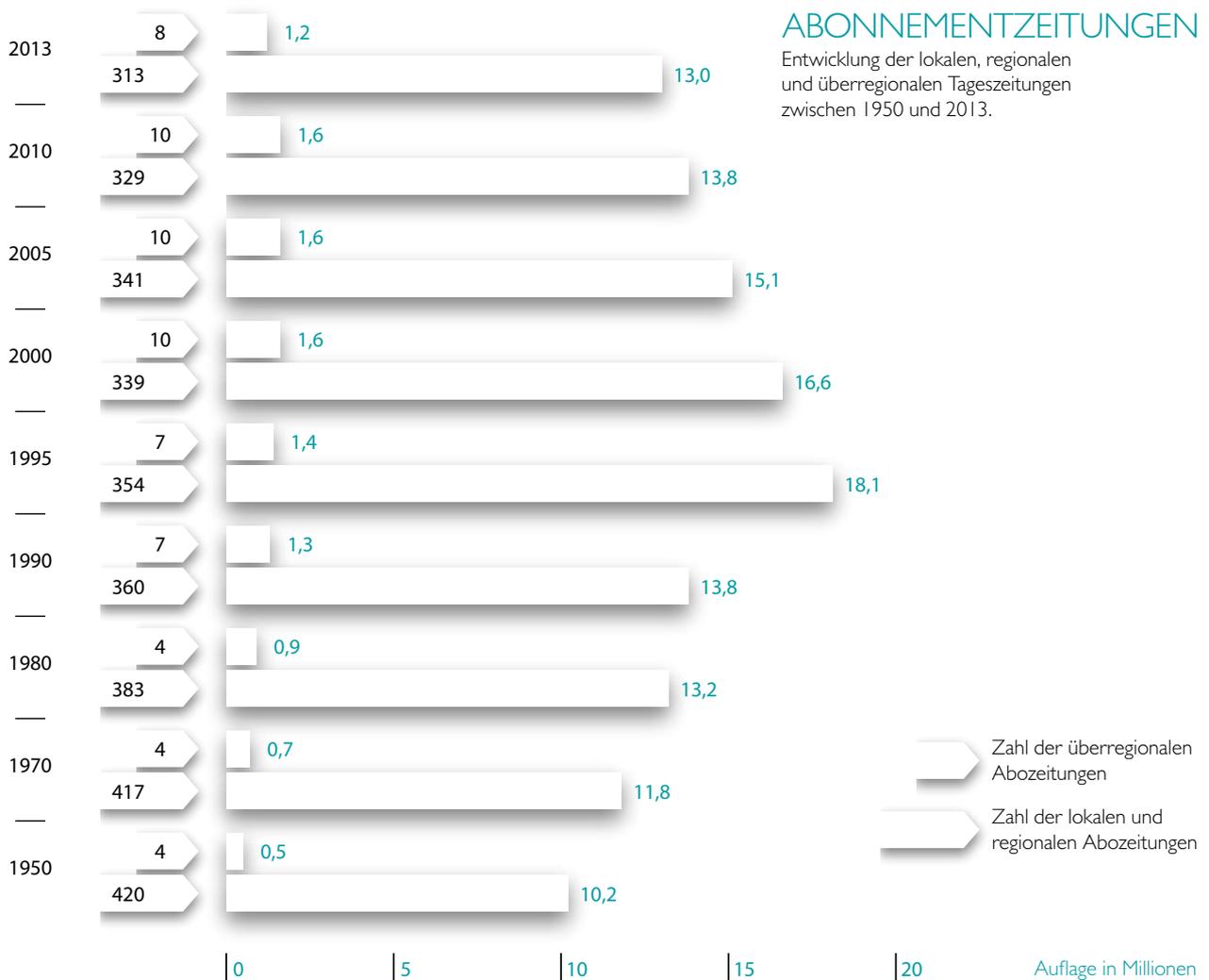
An vierter Stelle sehe ich die Überwindung des Gattungsdenkens: Gerade, wenn es um die Zukunft der Zeitung gehen soll, darf nicht mehr in den Routinen des Offline-Produkts gedacht und produziert werden. Dies sagt auch der Internetchef der *Süddeutschen Zeitung*, Stefan Plöchinger (2013): »Nur wer das Sich-neu-Erfinden als selbstverständlichen Teil der journalistischen Neugier und seiner Jobbeschreibung annimmt, meistert am Ende die Vielfalt der Aufgaben.«

Und nicht zuletzt als Fünftes die Crossmedialität. Zuvor habe ich schon angedeutet, dass die Zukunft der Zeitung durch ihre Funktionalität bestimmt sein wird und nicht durch das Trägermedium Papier bzw. ihren physischen Vertriebsweg. Der tradierten Zeitungsnutzung am nächsten

kommt – allen mir bekannten Studien zufolge – derzeit die Application (App) für das Tablet. Gleichwohl funktioniert eine App im alltäglichen Nutzungskontext der User ganz anders als die ePaper-Zeitung, ganz anders auch als deren Website. Entsprechend spezifiziert müssen die Inhalte »kanalgerecht« aufbereitet werden. Also einmal mehr: Man muss wissen, wie das Publikum mit seinem Medienrepertoire umgeht.

Aus diesen fünf Essentials folgt, dass in Zukunft (auch) Zeitungsjournalisten so etwas wie Mediennutzungsexperten sein müssen: Schreiben, was man wichtig und erhellend findet, ist das eine. Den Stoff so angehen und aufbereiten, dass er die Zielgruppen erreicht und von diesen genutzt, verstanden und wertgeschätzt wird, ist das andere. Beides zusammen macht den konvergent denkenden Journalisten

Grafiken: Ute Lederer
 Quellen: BDZV/IVW (1), Gilles MLFZ 07/2009 (f)



der (nahen) Zukunft aus. Beides zusammen bedeutet eine für Zeitungsjournalisten neue Kompetenz.

RÜCKFALL IN ROUTINEN VERHINDERN

Mit dem neuen journalistischen Rollenverständnis, Kommunikationspartner der Leser zu sein, sind höhere Anforderungen an die Blattmacher verbunden: Die Redaktion muss die Leserinteressen antizipieren; sie muss erfassen, was aus der Sicht verschiedener Lesergruppen bemerkenswert, was »nur« zu wissen interessant und was zum Verweilen vergnüglich oder einfach spannend ist.

Um neuen Missverständnissen vorzubeugen: »Publikumsorientierung« besagt keineswegs, dass man sich der Leserschaft anbieten und den alten Häppchenjournalismus feiern solle. Sie bedeutet ebenso wenig, zum alten Strickmuster der »halblangen« Berichterstattungen (das waren diese 2.500-Zeichen-Texte) zurückzukehren. Es geht vielmehr darum, dass die Redaktion – insbesondere die Lokalredaktion – lernt, Vorgänge, Ereignisse und Themen aus der Sicht der Bürger (der Leser) zu betrachten, zu recherchieren, zu gewichten und umzusetzen.

Diese Umorientierung gelingt dort, wo der redaktionelle Workflow diese Neuausrichtung überhaupt zulässt (personelle Ausstattung) und die Redaktionsspitze den Prozess mit langem Atem durchzieht. Vor allem: Die Chefs dieses Wandels müssen ihre Redaktion daran hindern, in die altvertrauten Routinen des Einbahnstraßenjournalismus zurückzufallen. Manche Zeitung, die vor ein paar Jahren mit großem Elan zum Beispiel das ReaderScan-Verfahren eingesetzt und Mög-

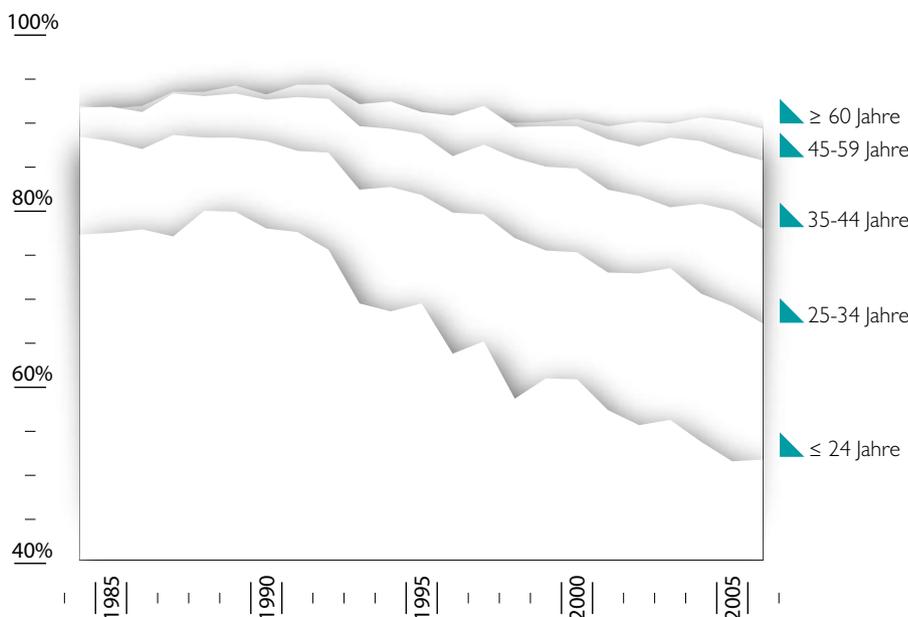
lichkeiten zur Verbesserung der Lesbarkeit ihres Blattes erkannt hat, weist heute keine besseren Reichweitendaten aus als solche Blätter, die sich das Geld für die ReaderScan-Prozedur gespart (und vielleicht stattdessen eine Reporterstelle geschaffen) haben.

IMMER NEUE SPARRUNDEN

Einige mit ReaderScan optimierte Blätter liegen heute sogar deutlich schlechter (wie zum Beispiel *Kölner Stadt-Anzeiger*, dessen Abo-Auflage – sie wird nur im Verbund mit der *Kölner Rundschau* ausgewiesen – in den vergangenen fünf Jahren um 14,3 Prozent abnahm; im selben Zeitraum schrumpften die Abonnements etwa des Bremer *Weser-Kurier* nur um 8,5 Prozent, wobei die Region Köln strukturstärker ist als Bremen).

Eine noch heftigere Negativtendenz mussten auch die Chefs der *Westdeutschen Allgemeinen Zeitung* hinnehmen (Abo-Verluste in den vergangenen fünf Jahren: 21,2 Prozent). Deren Ausgaben lassen nicht viel von dem erkennen, was die Begleitforschung zur Qualitätsverbesserung des Layouts, der Frontseite und des Lokalteils ermittelt hatte: Erkennen ist das eine, nachhaltiges Umsetzen das andere.

Man sollte also Kurzschlüsse vermeiden. Denn es liegt nicht am Verfahren, sondern an der fehlenden Nachhaltigkeit der Changeprozesse in der Redaktion: Statt eines kontinuierlichen Trainings, statt kompetenter Weiterbildung mit taffem Qualitäts-Controlling schlagen sich die Redaktionen mit immer neuen Spar- und Personalabbaurunden und den damit verbundenen resignativen Stimmungen herum. So gesehen haben gerade die Zeitungseigentümer der WAZ-Funke-Grup-



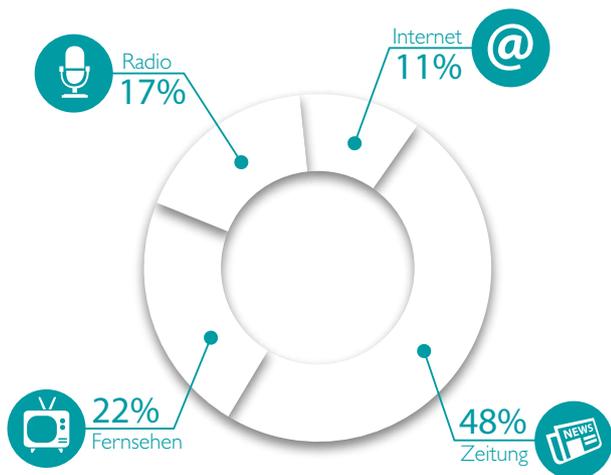
LESEN SIE ZEITUNG?

Anteil der Personen, die mehrmals in der Woche Zeitung lesen

Die Jüngsten lesen nicht erst seit der Etablierung des Internet weniger Zeitung. Der Rückgang beginnt schon zehn Jahre früher.

VERTRAUEN IN DIE ZEITUNG

»Bei widersprüchlicher Berichterstattung würde ich am ehesten vertrauen auf...«



Befragt wurden 1.201 Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren.



pe und des Hauses DuMont Schauberg das Gegenteil dessen erreicht, was mit der angewandten Medien- und Leserforschung bezweckt werden sollte.

BAUCHGEFÜHL GENÜGT NICHT

Blattmacher, die ihre Zeitung im Markt stärken wollen, sind gut beraten, wenn sie – wie oben beschrieben – als Erstes ihre eigene Rolle neu definieren. Natürlich sollten sie leidenschaftliche Journalisten sein und bitte auch bleiben. Aber sie müssen zudem die Rolle des Kommunikators lernen, der nicht nur Geschichten erzählen, sondern ein leistungsstarkes und besonders glaubwürdiges Kommunikationsangebot produzieren will. Und dieses Angebot wird auch im nächsten Jahrzehnt funktionieren, sofern die Blattmacher den Medientrend durchschauen und ihren Kommunikationspartner – ihr Publikum – wirklich verstehen. Und die damit verbundenen Anforderungen auch handwerklich beherrschen.

Das berühmte Bauchgefühl ist kein schlechter Kompass – nur, es genügt heute ebenso wenig wie das in mancher Chefredaktion anzutreffende Imponiergehabe. Provokant gesagt: Gute, erfolgreiche Zeitungsmacher verweigern sich nicht der Analyse. Sie verstehen sich nicht als Klugscheißer (»ich weiß, was der Leser will«), ihren Journalismus nicht als Selbstinszenierung (»Beste Lokalzeitung Deutschlands«) und

ihr Blatt nicht als weitschweifenden Geschichtenerzähler. Sie wollen das, was auch die meisten ihrer Leser verlangen: eine topaktuelle, informationsdichte und zugleich um faktenharte Aufklärung und Einordnung bemühte Zeitung, die im Medienkonzert ihre herausragende Rolle weiterspielt und die im Zuge des Medienwandels in Richtung Crossmedia nicht aus der Rolle fällt – vielmehr nutzerorientiert mit ihrem Medienrepertoire experimentiert, also ganz vorne mitspielt. Es gibt Chefredakteure, die das tun. Unter den rund 350 in Deutschland fallen mir genau fünf ein.

Diese raren Regionalzeitungshäuser sind der lebendige Beweis für dies: Gute Zeitungsmacher haben (auch) den Wert der Medienforschung entdeckt und sich in die Mediennutzungstrends ihres zunehmend kompliziert strukturierten Publikums eingearbeitet. Sie haben auch begriffen, dass dieses Publikum ganz anders tickt als sie selbst. Und sie haben erreicht, dass ihre Reichweite stabil bleibt, indem ihre Titelaufage nur um die Rate der natürlichen Wanderung (Mortalität, Wanderungsbilanz) sinkt – und das ist rund ein Prozent pro Jahr.

EIN PROZENT RÜCKGANG PRO JAHR

Für den Erfolg dieser Neuorientierung ist im Übrigen die Denkweise der Verlagsspitze genauso entscheidend: Nur mit motivierendem Support ihrer Verlagsleitung können Chefredaktionen ihr Medienangebot weiterentwickeln, prüfen, untersuchen, testen und messen. Beide Seiten – Verlagsspitze und Chefredaktion – müssen kooperieren, wenn sie die redaktionellen Produktionsroutinen wie auch ihre Zielvorgaben an die sich verändernden Nutzungstrends, an die neuen technischen Gegebenheiten und, vor allem, an die Bedürfnisse ihres jüngeren Publikums anpassen. Und wenn die Redaktion nach dem Konzept von »Versuch und Irrtum« experimentiert, um die Erwartungen und Wünsche der Leser und Nutzer besser zu verstehen, dann braucht sie keine Controller, sondern eine Verlagsleitung, die ihr den Rücken stärkt. Das ist anstrengend und auch unbequem, dafür aber sehr aussichtsreich im Hinblick auf eine gut gemachte, im Markt akzeptierte Zeitung.

Ein Prozent Auflagschwund pro Jahr: Das ist der Verlust, der dadurch entsteht, dass zu wenig junge Leser nachwachsen. Die Zukunft auch der hervorragend gemachten Tageszeitung wird also am Ende davon abhängen, ob und wie die nachfolgenden Generationen mit diesem Medium – egal, ob offline oder online, ob als ePaper oder App – umgehen werden: Ob es Wege gibt, dass sie Tageszeitungen hilfreich, wichtig, attraktiv finden. Eine erste Antwort auf diese Frage könnten die heutigen Grundschüler liefern, weil sie lernen sollten, wie man die »Kulturtechnik Zeitunglesen« erwirbt und beherrscht. Im vorigen Jahrhundert, in Zeiten der linearen Medien, lernten die Heranwachsenden diese Technik

quasi automatisch, weil man auch zu Hause Zeitung las. Heute verstehen die jungen »Digital Natives« nicht, warum die Tageszeitung so gebaut ist, warum sie eine gewichtende Übersicht bietet und was der Unterschied zwischen Nachrichten und Meinung ist.

FAZIT AUS DER FORSCHUNG

Wir haben viele Studien über die Erwartungen der Kinder und Jugendlichen und über das Marketing der Zeitungsverlage durchgeführt. Das daraus zu ziehende Fazit fasse ich in zehn keineswegs erschöpfenden Vorschlägen zusammen:

1. Die Förderung der auf Printmedien gestützten Kompetenzen beginnt bereits in den Familien durch intensiv zu führende Aufklärungskampagnen zum Problemthema »Kinder und Bildschirmmedien«.
2. Die Eltern von Kindern im Vorschulalter werden mit einem befristeten Gratis-Abo und mit kindgerechten Lesefördermaterialien, in Großstädten mit auf den Stadtteil zugeschnittenen Servicediensten begleitet.
3. Der didaktische Einsatz von Zeitungen in der Schule sollte nicht nur den Kernfächern (Deutsch- und Politik-Unterricht) zugute kommen, sondern quer zu den Fächern über Querschnittsthemen erfolgen.
4. Im Grundschulalter sollten die Kinder die spezifische Kulturleistung der Tageszeitung anhand adäquat aufbereiteter Themen kennen- und verstehen lernen (beispielsweise kann die Lokalgeschichte in unterschiedlichen Darstellungsformen auf Sonderseiten in der Zeitung spannend nacherzählt werden).
5. Die Zeitung sollte keinerlei Anbiederung an die Kinder versuchen – weder sprachlich noch thematisch. Aber sie sollte die Weltsicht der Kinder verstehen und ein integratives Konzept fahren (die lokale Kompetenz in Verbindung mit kindgerechten Inszenierungen, flankierenden Produkten und vergünstigten Crossmedia-Abos für zu Hause).
6. Die Zeitung als Repräsentant der Eltern-/Erwachsenenwelt ist für Kinder nur bis etwa zum 12. Lebensjahr attraktiv. Entsprechende Programme (wie ZISCH) sollten die Spezifika der einzelnen Jahrgangskohorten genauer und treffender berücksichtigen.
7. Zeitungen in der Schule können helfen, das wirtschaftliche, politische und soziale Geschehen zu verstehen, zu bewerten und einzuordnen. Für Jugendliche vom 12. Lebensjahr an sollten solche Informationsleistungen crossmedial mit den Schulen am Ort entwickelt werden.
8. Die Zeitungsverlage sollten testen, ob und wie Service-/Nutzwertangebote für jugendliche Zielgruppen über mobile Endgeräte attraktiv aufzubereiten sind und ob für die

Gruppe der jungen Erwachsenen in der Etablierungsphase (25- bis 35-Jährige) zielgruppenaffine Ergänzungsmedien angeboten und als Trailer für die Hauptprodukte eingesetzt werden können.

9. Regionalzeitungsverlage sollten sich in ihrem Hauptverbreitungsgebiet als Förderer, Ermöglicher und Sponsor der lokalen Lesekultur wirksam in Szene setzen – etwa als Förderer der restaurierten Stadtbibliothek, als Pate für blinde Kinder und Jugendliche (jede Woche ein Hörbuch der Zeitung), als Wiki für Kinder, als Veranstalter und Mentor eines Vorlesewettbewerbs und anderes mehr.
10. Nach Maßgabe der Kriterien zur Qualitätssicherung werden viele Regionalzeitungen nicht hinreichend professionell gemacht, um wirksame Lesekompetenz-Förderprogramme attraktiv zu setzen. Die Berichte enthalten zu viele Sachfehler, die Nachrichten sind oft inaktuell, die Redaktionen übersehen mitunter selbst wichtige Themen, die Texte sind in einer für viele Leser oft unverständlichen Behördensprache geschrieben, die Lokalteile präsentieren plumpe Promigeschichten und bieten inkompetente, unlogische Kommentare wie auch unzureichend recherchierte Berichte – und ähnliches mehr.

Daraus folgt: Bevor Lokal- und Regionalzeitungen Kampagnen zur Stärkung der Medienkompetenz bei Schülern und Jugendlichen in Gang setzen, sollten sie ihren gesamten Auftritt, ihre Inhalte, ihre Präsentation wie auch die Nutzung der Onlinekanäle von Grund auf modernisieren. Und sei es nur, um für Jugendliche verständlicher und für junge Erwachsene interessanter zu werden. Dies sind Hinweise, die verhindern sollen, dass die Gattung Tageszeitung sich selbst zugrunde richtet. ■

Literatur:

- ▶ Donsbach, Wolfgang et al.: Entzauberung eines Berufs, Konstanz, 2009.
- ▶ Plöschinger, Stefan: Wie wir nach vorne denken sollten – acht Thesen zur Zukunft, <http://bit.ly/1gckxup>, 2013.
- ▶ Weimer, Wolfram: In der geistigen Schuldenfalle, <http://bit.ly/1uBj3Ny>, 2013.

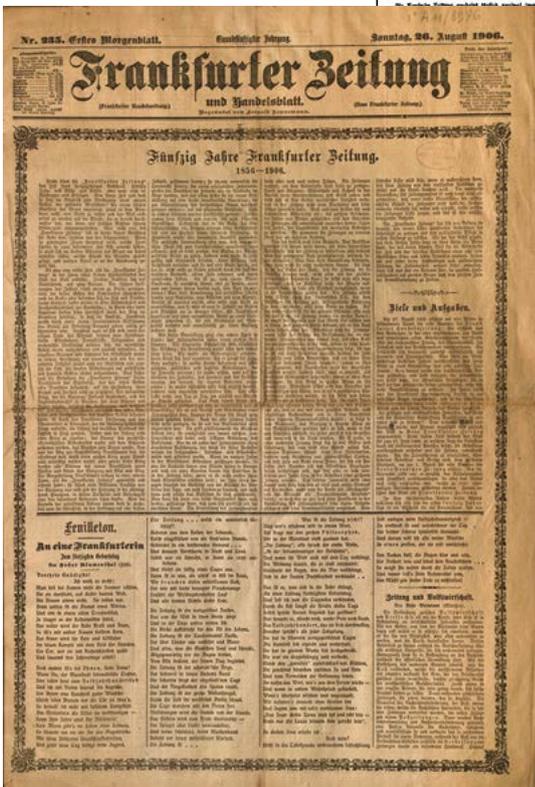


Michael Haller ist Vorstandsmitglied des Instituts für Praktische Journalismusforschung (IPJ) in Leipzig, Leiter der Journalismusforschung an der Hamburg Media School (HMS) und Gründungsherausgeber von Message.

ALS KISCH NOCH ZUR UNI RASTE — JOURNALISMUS VOR 1914

von Thomas Birkner

Das Jahr 2014 lädt zur Rückschau ins Jahr 1914 ein. Der Erste Weltkrieg als »Urkatastrophe des 20. Jahrhunderts« markiert einen tiefen Einschnitt und prägt unsere Welt bis heute. Gilt das auch für den Journalismus?



In vielerlei Hinsicht gilt der Erste Weltkrieg als Beginn der modernen Gesellschaft des 20. Jahrhunderts. Für Kunst und Kultur aber bemerkt der Publizist Florian Illies – seit neuestem Börne-Preisträger –, eigentlich sei »alles schon da, der Erste Weltkrieg würgt das nur alles ab. Es ist seitdem nicht mehr viel dazugekommen«. Während Illies mit seinem auch international sehr erfolgreichen Buch zum Jahr 1913 die Modernität der europäischen Kultur betont, die durch den Weltkrieg

zunächst zerstört wird, wurde dem deutschen Journalismus jener Zeit lange diese Modernität abgesprochen. Vielmehr wurde es als erwiesen angesehen, dass die deutschen Journa-

Foto: Wikimedia Commons/Maximilian Schönherr (re), Stephan Herz (li)

listen gerade 1914 den Kollegen in Großbritannien und den USA absolut unterlegen gewesen seien.

Der Journalismus-Lehrer Walther von La Roche (1936 – 2010) hatte hierzu Generationen von Journalistenschülern und -studierenden die Mär von der unmodernen Nachricht vom Tode Franz Ferdinands und seiner Frau in Sarajevo erzählt. In deutschen Nachrichten seien die beiden nämlich erst im letzten Satz gestorben und nicht, wie es sich im modernen Journalismus gehört, im ersten Satz. Nach einem genauen Blick in die Zeitungen vom 29. und 30. Juni 1914 muss dieser hartnäckige Vorwurf ins Reich der Legenden verbannt werden. Mit modernen Headlines und Lead-Sätzen berichteten auch die deutschen Zeitungen von jenem Mord, der die Julikrise auslöste und damit in den Ersten Weltkrieg führte. Die *Vossische Zeitung* etwa schrieb im ersten Satz: »Einer grauenvollen Bluttat sind der Erzherzog-Thronfolger Franz Ferdinand von Oesterreich-Ungarn und seine Gattin, die Herzogin von Hohenberg, zum Opfer gefallen.« Das *Bremer Tageblatt* titelte in einer großen Überschrift: »Der österreichische Thronfolger und seine Gemahlin ermordet«. Auch der *General-Anzeiger für Hamburg-Altona* brachte eine entsprechende Headline und ein Bild der beiden Ermordeten auf der Titelseite (siehe Abbildung). Die Modernität des deutschen Journalismus am Beginn des 20. Jahrhunderts lässt sich jedoch nicht nur mit dem Nachrichtenaufbau in diesem blutigen Beispiel nachweisen.

REDAKTEUR WIRD ZUM BERUF

Vieles von dem, was das »Jahrhundert des Journalismus« ausmacht, war bereits 1914 angelegt. Sucht man auf den Ebenen von journalistischen Organisationen, Akteuren und Texten nach modernen Elementen, so findet sich davon eine ganze Menge. Bereits im Verlauf des 19. Jahrhunderts beginnt die Redaktion, der Ort des Journalismus zu werden. Waren die ersten Zeitungen noch häufig das Produkt von Postmeistern oder Druckern gewesen, welche die eingehenden Informationen weitgehend unredigiert zu einer Zeitung zusammenfügten, nahm im

Zeitverlauf die verfügbare Nachrichtenmenge enorm zu, was eine Selektion des Nachrichtenstoffes notwendig machte. Zudem stieg im Zuge der Aufklärung auch der intellektuelle Anspruch an das Medium.

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts entstehen dann vielfach neue und größere Verlagsgebäude und Redaktionen, deren räumliche Unterteilung auch die inhaltliche Differenzierung der Zeitung in Ressorts wie Politik, Wirtschaft, Kultur, Lokales und schließlich auch Sport abbildet. Neben dieser Institutionalisierung der Redaktion verberuflicht sich der Redakteur. Bis ins 19. Jahrhundert war die Figur des Verleger-Herausgeber-Redakteurs im Journalismus prägend. Eine erste Differenzierung stellte vor allem der Korrespondent dar, bevor sich der Redakteursberuf dann vertikal und horizontal weiter ausdifferenzierte und es neben Chefredakteuren, Ressortleitern und freien Mitarbeitern auch Leitartikler und Reporter gab.

HEINRICH HEINE ALS FRÜHER REPORTER

Bis heute unterscheidet den Journalistenberuf einiges von klassischen Professionen wie etwa Medizin oder Jura. So gibt es zum Beispiel keine Staatsexamina, und mit guten Gründen ist der Berufszugang frei von staatlicher Kontrolle. Versteht man Professionalisierung jedoch als Prozess, so lassen sich in der Zeit vor 1914 entscheidende Professionalisierungstendenzen aufzeigen. Zu ihnen gehört neben der Gründung des Reichsverbands der Deutschen Presse 1910 auch der Beginn der hochschulgebundenen Journalistenbildung. Der »rasende

Reporter« Egon Erwin Kisch etwa besucht den Kurs »Journalistische Praxis« bei Richard Wrede, der 1899 in Berlin eine private Journalisten-Hochschule eröffnet hatte. Und während sich die Redaktion räumlich und der Journalistenberuf intellektuell ausdifferenziert, fächert sich das Repertoire an Darstellungsformen aus. Wir wissen dies vor allem auch aus der sogenannten »Praktikerliteratur« um 1900, also aus Büchern von Journalisten für Journalisten, in denen die modernen Darstellungsformen vom Lokalbericht über Leitartikel hin zu Reportage und sogar Interview aufgeführt sind.

Bei all diesen Modernisierungstendenzen ist es schwer, ihren genauen Ursprung zu identifizieren. Insgesamt fließen



▲ Titelseite des *General-Anzeigers für Hamburg-Altona* vom 30. Juni 1914

◀ Erste Seite der Jubiläumsausgabe »50 Jahre *Frankfurter Zeitung*«, veröffentlicht am Sonntag, 26. August 1906 (li.); Titelseite der *Vossischen Zeitung* von Sonntag, 2. August 1914

hier gesellschaftliche Veränderungen und journalistische Weiterentwicklungen zusammen, die zum Teil auch aus den USA inspiriert sind. Den neuen Kommunikationsbedürfnissen der hektischen Großstadt wird der Journalismus gerecht, indem er den Nachrichtenstoff thematisch sortiert und hierarchisch anordnet, und zwar sowohl auf der Ebene der Zeitungsseite als auch der Ebene des jeweiligen Textes. So ent-

Gefängnisstrafen für Journalisten waren üblich, wurden aber von Kriegsversehrten abgesehen. Man nannte sie daher »Sitzredakteure«.

steht das Prinzip, nach dem das Wichtigste gleich im ersten Satz stehen muss, und so vollzieht sich auch die zunehmende Trennung von Nachricht und Kommentar in unterschiedlichen Darstellungsformen. Das Interview kommt erst zu Beginn des 20. Jahrhunderts im deutschen Journalismus auf, während sich Elemente der Reportage schon in den Texten von Heinrich Heine (1797 – 1856) finden lassen.

Insgesamt kann ein erstaunlich hohes Maß an Modernität innerhalb des deutschen Journalismus festgestellt werden. Und wie sehen seine äußeren Rahmenbedingungen um 1900 aus?

Zunächst trifft der sich Ende des 19. Jahrhunderts entwickelnde Journalismus auf eine weithin alphabetisierte und gebildete Gesellschaft, in deren wachsenden Großstädten neue Kommunikationsräume entstehen. Die Ausdifferenzierung eines eigenen Kommunikationssystems, welches die gesellschaftliche Selbstbeobachtung als Fremdbeobachtung organisiert, wurde nun möglich. Auch wirtschaftlich sind die Jahre der Jahrhundertwende Boom-Jahre, das spürt auch das Verlagswesen. Der selbsternannte Sachverständige für Zeitungsgründungen, Gustav Schmidt, verspricht 1903 in seinem Buch »Kauf, Gründung und Finanzierung von Zeitungen und Zeitschriften« Renditen von 20 oder gar 30 Prozent. Es etabliert sich auch jene Erlösstruktur von circa 67

Prozent Werbeerlöse und 33 Prozent Verkaufserlöse, die über einhundert Jahre lang den Journalismus finanziert hat und erst im digitalen 21. Jahrhundert zu erodieren droht.

GESETZ GEGEN GROBEN UNFUG

Sind also, anders als heute, die finanziellen Bedingungen für Journalismus um 1900 sehr günstig, so müssen die politischen und rechtlichen Bedingungen kritisch beleuchtet werden. Zwar gab es im Kaiserreich keine Vorzensur, und das Reichspressegesetz von 1874 schuf einen einheitlichen, wenn auch nicht sonderlich freiheitlichen Rechtsrahmen. Nach der Reichsgründung bekämpfte jedoch Bismarck zunächst die Katholiken (im sogenannten Kulturkampf), dann die Sozialdemokraten und deren Presseorgane (mit dem Kampfmittel der Sozialistengesetze). Gefängnisstrafen für Journalisten waren durchaus üblich, wurden jedoch häufig von Kriegsversehrten abgesehen, die deshalb »Sitzredakteure« hießen. Beim *Westfälischen Merkur* aus Münster waren 1875 vier Sitzredakteure gleichzeitig in Haft.

Die journalistische Anonymität – Artikel wurden nicht namentlich gezeichnet – machte diese kreative Erfindung möglich, war aber zugleich auch umstritten, denn sie galt als Hindernis auf dem Weg der Professionalisierung. In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts war die Anonymität der Journalisten ein wirksamer Schutz vor Verfolgung, zu Beginn des 20. Jahrhunderts war ihre Abschaffung eine der Forderungen der sich organisierenden journalistischen Berufsverbände. Denn im Laufe der 1880er Jahre sank die Zahl der erfassten

Pressedelikte, und seit der Aufhebung der Sozialistengesetze 1888 und der von Wilhelm II. erzwungenen Entlassung Bismarcks 1890 kann von einer faktischen Pressefreiheit gesprochen werden. Allerdings bleiben der Staatsmacht mit dem sehr unpräzisen »Groben-Unfug-Paragrafen« und dem Tatbestand der Majestätsbeleidigung, unter die sehr viel fallen konnte, nach wie vor große Möglichkeiten der willkürlichen Strafverfolgung.

Tatsächlich aber gelingt es den Nachfolgern Bismarcks um die Jahrhundertwende immer weniger, die Presse in ihrem Sinne zu beeinflussen. Der Journalismus hat sich ein funktionales Maß an Freiheit erkämpft; dies lässt sich in seiner ökonomischen Unabhän-



Plakat für das Berliner Tageblatt aus dem Jahr 1899

gigkeit und am zunehmend selbstbewussteren Selbstverständnis der Journalisten ablesen. Vor diesem Hintergrund bleibt die Frage spannend, welche Rolle die deutsche Presse beim Ausbruch des Ersten Weltkrieges spielte. Unlängst haben die Historiker Christopher Clark (2012) und Herfried Münkler (2014) die deutsche Hauptschuld relativiert und die gemeinsame Verantwortung aller handelnden Mächte betont. Clark sieht die europäischen Mächte in seinem gleichnamigen Buch als »Schlafwandler«, die in den Krieg hineintaumeln.

Sicherlich kann man auch den deutschen Journalismus als Teil dieses Taumels begreifen. Münkler schreibt, der Erste Weltkrieg sei der erste Krieg gewesen, »in dem die Intellektuellen, und zwar auf beiden Seiten, eine politisch einflussreiche Rolle gespielt haben«. Das meint auch die einflussreichen Zeitungen des Kaiserreiches. Ihr Grad an Unabhängigkeit ist vor Ausbruch des Krieges, wie gesagt, bereits so ausgeprägt, dass sie nicht mehr plump als Propagandainstrument der deutschen Regierung benutzt werden können. Und dennoch sind sie – sozusagen aus freien Stücken – Teil des nationalistischen und dann auch kriegstreiberischen Zeitgeistes dieser dynamischen und auch hysterischen Gesellschaft. Insofern haben die deutschen Zeitungen »den Ersten Weltkrieg mit herbeigeführt«, weil sie die Alternativen negiert und so zwar »den Krieg manifest abgelehnt, aber latent gefördert bzw. befürwortet« haben, wie es Bernhard Rosenberger beschreibt.

Ganz den Worten des Kaisers zum Kriegsausbruch entsprechend, er kenne nun keine Parteien mehr, sondern nur noch Deutsche, bleiben kritische Stimmen stumm und einige werden chauvinistisch-laut. »Zarendreck, Barbarendreck« dichtete Alfred Kerr in der *Frankfurter Zeitung* über den russischen Kriegsgegner. Zwar gehören vor Ausbruch des Krieges zum Beispiel gut 15 Prozent der Tagespresse Katholiken und Sozialdemokraten. Doch auch die einstmaligen Feinde Bismarcks ordnen im Sommer 1914 ihre internationalen Tendenzen der nationalen Rhetorik unter, vielleicht gerade weil sie, bislang ausgegrenzt, nun zeigen wollen, dass sie besonders gute Deutsche sind.

RÜCKKEHR DER ZENSUR

Mit dem Kriegsbeginn kehrt die Zensur – dieser schreckliche, jahrhundertelange Begleiter – zurück in den journalistischen Alltag, ausgelöst durch das Gesetz zum Belagerungszustand von 1851. Zunächst gilt offiziell nur eine Militärzensur; die Behörden kontrollieren vor allem auf militärischen Geheimnisverrat und müssen zunächst auch im Geiste des Burgfriedens kaum Regierungskritisches zensieren. Die Deutschen, wie auch die anderen europäischen Nationen, ziehen mit Begeisterung in den Krieg, und so auch ihre Presse. Mit steigender Kriegsmüdigkeit ist dann im weiteren Verlauf des Krieges vor allem die Dritte Oberheeresleitung daran interessiert, die

deutsche Öffentlichkeit ganz bewusst zu manipulieren. Aus der Presse erfahren die Deutschen über Jahre fast ausschließlich, man stehe kurz vor dem Sieg. Insofern hat die zensierte Presse einen nicht unerheblichen Teil an der sogenannten »Dolchstoßlegende«, und der Journalismus begibt sich damit zurück in die Fänge der Politik, aus denen er sich dann weder während der polarisierten Zeiten der Weimarer Republik noch während des Nationalsozialismus zu befreien weiß.

Dies macht die Überbetonung des Gesinnungsjournalismus in der deutschen Journalismusgeschichte durchaus

**Aus der Presse erfahren die Deutschen
in den Kriegsjahren fast ausschließlich, man
stehe kurz vor dem Sieg.**

verständlich, dessen Exzesse im »Dritten Reich« manche retrospektiv schon 1914 anfangen lassen. Übersehen werden jedoch gerne die bereits sehr modernen Strukturen, die den Journalismus 1914 kennzeichnen und die ihn über einhundert Jahre prägen. Moderne Redaktionen und Darstellungsformen jedoch schützen in keiner Gesellschaft vor übersteigertem Nationalismus. Das können nur überzeugt unabhängige Journalisten.

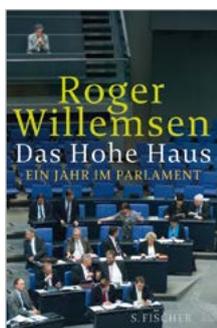
An der Wende zum 21. Jahrhundert lösen sich viele journalistische Strukturen auf. Das gilt nicht nur für sich verändernde Redaktionsstrukturen in Newsrooms und neue Erzählstrukturen im World Wide Web, sondern auch für Beschäftigungsverhältnisse im Journalismus und für das journalistische Selbstverständnis. Dennoch sollte bei den teils nervösen Reaktionen auf die Veränderungen nicht vergessen werden, was den Kern des Journalismus ausmacht: Unabhängigkeit. Dieser Kern ist heute, anders als noch vor einhundert Jahren, vor allem wirtschaftlich bedroht. Doch macht die Geschichte der letzten einhundert Jahre eben auch deutlich, dass der Staat hier nur sehr bedingt die Lösung sein kann. Gerade in Zeiten der politischen Krise ist unabhängiger Journalismus unverzichtbar. Das galt vor hundert Jahren und das wird wohl auch noch in hundert Jahren gelten. ■



Dr. Thomas Birkner ist Akademischer Rat a. Z. am Institut für Kommunikationswissenschaft in Münster. Seine Hamburger Dissertation zur »Geschichte des Journalismus in Deutschland« erschien 2012, das Buch »Helmuth Schmidt und die Medien« im April.

DIE TOP TEN DES BUCHJOURNALISMUS

In jedem Quartal stellt Message die besten Bücher von Journalisten vor – ein Projekt des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien.



01

Roger Willemssen: Das Hohe Haus. Ein Jahr im Parlament.
Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag 2014, 400 Seiten, 19,99 Euro

Parlamentsberichterstattung – das ist seit dem England des 18. Jahrhunderts ein schwer erkämpftes, traditionsreiches Gewerbe des politischen Journalismus. In den Jahrzehnten der Bonner und Berliner Republik ist daraus längst Routine geworden; Aufreger sind selten, sodass die Verblüffung umso größer ist, wenn jemand wie der nicht nur journalistische Tausendsassa Roger Willemssen sich ein Jahr lang den Exerzitien der teilnehmenden Langzeitbeobachtung des Bundestages unterzieht. Das Ergebnis verschafft dem normalen Zeitungsleser eine verstörende Erfahrung: Die tägliche Berichterstattung vermittelt zwar parlamentarische Ergebnisse, lässt aber ausgeblendet, was in den Sitzungen wirklich passiert. All das trägt Willemssen in sein Tagebuch ein und analysiert es mit einer Intelligenz, die ihn als Politologen zum Star machen würde. Für die zentrale Institution der deutschen Demokratie fällt dieses Porträt eher ungünstig aus. Willemssen empört sich darüber, wie wenig die Parlamentarier aufeinander hören. Und vernichtend fällt – von wenigen Ausnahmen abgesehen – sein Urteil über die Rhetorik der Abgeordneten aus. Was er hier an abgedroschenen Phrasen, untergriffigem Vulgärjargon, intellektueller Dünnbrettbohrerei und lächerlicher Selbstinszenierung protokolliert, das ist nicht nur ernüchternd, sondern schlechthin erschütternd.



02

Sigrid Löffler: Die neue Weltliteratur und ihre großen Erzähler.
München: Verlag C.H.Beck 2013, 344 Seiten, 19,95 Euro

Eine literarische Entdeckungsreise als Journalismus – das dürfte eine überraschende Innovation sein. Und doch wieder nicht: Wer die Arbeit von Sigrid Löffler im Laufe der Jahrzehnte (beim Magazin *Profil* in Wien, als Feuilletonchefin der *Zeit*, Mitglied des *Literarischen Quartetts* im ZDF und dann als Gründerin des Magazins *Literaturen*) verfolgt hat, der erlebte schon immer mehr und anderes als eine klassische Literaturkritikerin. Ihre Passion war, die Belletristik (und gelegentlich auch die Dramatik) der lesenden Welt durch neue journalistische Formen zu vermitteln. Mit diesem Hintergrund gelingt ihr in diesem Buch ein großes Werk: Sie erschließt ganze nicht-westliche literarische Kontinente (»nennen wir sie also Migrationsliteratur«) der

»Schaut man in die Zeitung, so war das heute eine leidenschaftliche, turbulente, heftige Auseinandersetzung um die Frauenquote. Saß man dabei, war es ein inszenierter, durchchoreographierter Schwank, aus dem sich einzelne Redebeiträge wie Fontänen erhoben. Andererseits: Was habe ich denn erwartet? Dass sich das Parlament mit jeder Sitzung wieder selbst begründet? Dass jemand nicht weiter weiß, zusammenbricht, weint? Nein, die Entscheidungswege sind ausgetreten, die Rituale triumphieren und unterwerfen sich der Dramaturgie aus dem Hinterzimmer.«

Aus: Roger Willemssen: Das Hohe Haus, S. 201f.

Gegenwart und interpretiert diese Romane und Erzählungen in ihrem geschichtlich-sozialen Kontext. Dabei berücksichtigt sie (fast) nur Bücher, die in die deutsche Sprache übersetzt sind. Es ist bewundernswert, wie aufmerksam einige wenige Verlage für diese neue Weltliteratur waren und noch heute sind – auch, wenn die Verkaufszahlen das meistens nicht lohnten. Es sind jedenfalls Dutzende von Werken, zu deren Lektüre uns Sigrid Löffler mit ihren Reportagen, Features, Essays und Porträts verführen möchte. Ihre Lesereise führt durch die ganze Welt. So gilt: Nach der Lektüre ist vor der Lektüre.



03

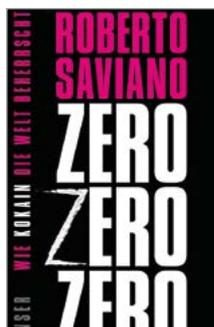
Kerstin Bund: Glück schlägt Geld. Generation Y. Was wir wollen. Hamburg: Murmann Verlag 2014, 200 Seiten, 19,99 Euro

Die Autorin ist Wirtschaftsredakteurin der *Zeit* und denkt über dieses »Y« nach, weil sie selbst – Jahrgang 1982 – ihm angehört. Man erinnert sich an ein langes Stück zum gleichen Thema in ihrer Wochenzeitung und kann nun die Langfassung lesen. Wer fürchtet, larmoyante Bekenntnisliteratur in der Hand zu haben, der wird nach wenigen Seiten überrascht. Kerstin Bund ist eine brillante, humorvolle und selbstironische Journalistin. Drum recherchiert sie auch nicht primär in ihrem Innenleben, sondern trägt zusammen, was der gesellschaftliche Diskurs und die Wissenschaft zum Thema vorrätig haben. Auch richtet sie sich nicht nur an ihresgleichen, sondern geradezu empathisch an Jüngere und Ältere. Und für Letztere könnte die Lektüre essentiell werden, wenn sie denn mit Y-Personen zu tun haben. Denn diese zwischen 1980 und 1995 Geborenen sind in ihrem ganzen Habitus so anders, dass man darum wissen muss, wenn man gedeihlich mit ihnen zusammenarbeiten will.

04-10

4. Peter Rüedi: *Stolen Moments. 1522 Jazzkolumnen.* Basel: Echtzeit Verlag 2014
5. Marcel Rosenbach und Holger Stark: *Das NSA-Komplex. Edward Snowden und der Weg in die totale Überwachung.* München: Deutsche Verlags-Anstalt 2014

6. Cerstin Gammel und Raimund Löw: *Europas Strippenzieher. Wer in Brüssel wirklich regiert.* Berlin: Econ 2014
7. Gregor Mayer: *Verschörung in Sarajevo. Triumph und Tod des Attentäters Gavrilo Princip.* St. Pölten: Residenz Verlag 2014
8. Antonia Rados: *Die Bauchtänzerin und die Salafistin. Eine wahre Geschichte aus Kairo.* Wien: Amalthea Signum Verlag 2014
9. Ulrich Greiner: *Die Schamlust. Vom Wandel der Gefühlskultur.* Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Verlag 2014
10. Dirk Knipphals: *Die Kunst der Bruchlandung. Warum Lebenskrisen unverzichtbar sind.* Berlin: Rowohlt Verlag 2014



TIPP

Roberto Saviano: ZeroZeroZero. Wie Kokain die Welt beherrscht. Aus dem Italienischen von Rita Seuß und Walter Kögler. München: Carl Hanser Verlag 2014, 480 Seiten, 24,90 Euro

Da hat ein Journalist, gebürtig in Neapel, schon früh sein Thema gefunden; 2006 erschien Roberto Savianos (*1979) Debütwerk »Gomorrha. Reise in das Reich der Camorra«, mehrere Bücher folgten – und jetzt dieses Ergebnis jahrelanger Recherchen. Savianos journalistische Passion wurde ihm zum Schicksal: »Dieses Buch widme ich den Carabinieri meiner Eskorte. Für die 38.000 gemeinsam verbrachten Stunden. Und für die Stunden, die wir noch gemeinsam verbringen werden. Wo auch immer.« So lebt, wer sich als Journalist der bandenmäßig betriebenen Wirtschaftskriminalität verschreibt. Die Koka-Pflanze verbindet Südamerika mit Europa; das daraus gewonnene Kokain ist so pudrig wie das Mehl, dessen höchster Feinheitsgrad in Italien und Südamerika mit drei Nullen gekennzeichnet wird: ZeroZeroZero. Saviano ist ein besessener Rechercheur und ein begnadeter Erzähler. Was er zu berichten hat, ist harte Kost. Es geht nicht nur um Milliarden, sondern auch um Mord und Totschlag, Folter und Korruption und den Terror über ganze Landstriche. Geschrieben ist dieses Buch auch für jene, die das Weiße Gold genießen (»Gelegenheitskokser«), nicht ahnend oder verleugnend, wie viel Blut ihm beige-mischt ist.

Mitbegründet von Prof. Dr. Hannes Haas (1957 - 2014), zusammengestellt von Prof. Dr. Wolfgang R. Langenbucher.

BUCHBESPRECHUNGEN

*Wer hat das perfekte Rezept für das Blattmachen in seinem Schrank?
Wie verifiziert man Social-Media-Bilder? Und wer holt Michel Foucault
auf das Spielfeld? Antworten in den Message-Rezensionen.*



BLATTMACHEN

**Jakob Vicari: Blätter machen.
Bausteine zu einer Theorie
journalistischer Komposition.**

Köln: Herbert von Halem Verlag
2014, 206 Seiten, 25,00 Euro

Das Geheimnis unseres Geheimnisses

Viele Rezepte umweht ein Geheimnis, sei es das von Coca-Cola, Nutella oder der Sachertorte. Das gilt auch für das »Blattmachen«. Mit nur einem Unterschied: Es gibt niemanden, der ein solches Rezept in einem Tresor hütet. Das Wissen, wie wir Journalisten blattmachen, besteht vielmehr aus »fragmentarischen Antworten«, wie Jakob Vicari in seinem Buch schreibt. »Die Regeln, nach denen Medien komponiert werden, sind tradiertes Wissen in den Redaktionen. Sie sind vor allem eins: nicht schriftlich fixiert. Das ist für eine Branche, die vom Schreiben lebt, doch bemerkenswert.«

In der Tat: Es gibt Formeln, Stilbücher, Lehrsätze, Konferenzen und die berühmten Bauchgefühle in mehr oder weniger dicken Bänden. Welche Gesetze aber stecken dahinter? »Die Praxis«, so Vicari, »hat kaum Vorstellungen davon, was das Blatt im Innersten zusammenhält.« In Zeiten, in denen das Bauchgefühl an vielen Stellen doch empfindlich gestört ist, scheint es also höchste Zeit zu sein, dieses Chaos einmal zu systematisieren.

Ich schreibe diese Rezension aus der Sicht eines Praktikers, der jahrelang bei einer Tageszeitung Blatt gemacht und vor

einem guten Jahr vom Nullpunkt aus ein 1962 gegründetes Magazin neu komponieren musste. In dem Befund Vicaris finde ich mich sofort wieder: Auch ich kann nur vage Gesetze erklären – und habe mir über die Jahre Lehrsätze und Formeln zusammengesucht. Einer der ersten war der berühmte unserer britischen Schwester *Financial Times*: »News is something someone somewhere does not want to see in print.«

Vicari führt, vor allem mit Hilfe der Systemtheorie von Niklas Luhmann, den Begriff der »Komposition« als zentrales Merkmal des Blattmachens ein, den er mit Hilfe von elf Thesen erläutert. Journalisten reduzieren demnach vor allem Komplexität, mit Hilfe von Selektion (Auswahl der Themen), Variation (Mischung) und Verknüpfung (Bezug der Themen untereinander), und sie schaffen dabei eine eigene Realität. Sie machen das regelmäßig aufs Neue und gleichzeitig über den Tag hinaus, die Kompositionsregeln bleiben gültig.

Ist das nicht einfach nur das klassische »News Judgement«? Nein, sagt Vicari, Komposition wirkt auch unabhängig vom Nachrichtengeschehen, was Formate wie das »Streiflicht« in der *Süddeutschen Zeitung* zeigten. Komposition entsteht aus einer Fülle von Faktoren, von »Programmen«, die über die reine Organisation – etwa durch Konferenzen – hinausgehen. Die auch dann funktionieren, wenn nicht epochale Ereignisse wie der 11. September die Redaktion beherrschen. Vicari nennt dies das »Normal-langweiliger-Dienstag«-Problem.

Der Autor geht sehr systematisch vor, ihm gelingt es, den wohl notwendigen wissenschaftlichen Duktus durch journalistische Schreibe aufzulockern. Seine Theorie ist durchdacht, erhellend, auch wenn man als Blattmacher bisweilen spürt, wie entkoppelt die Theorie unserer Zunft doch von der Praxis ist. Originell ist sie, wenn Vicari Vergleiche wählt, etwa, wenn er Journalismus als Form von Autismus beschreibt.

Das Buch ist eine Dissertation, aber auch eine versteckte kleine Kampfschrift. Das verbirgt sich schon im Titel: »Blattmachen« (Vicari spricht auch von »Online-Blättern«), das ist ein klassisches Wort in Zeiten, in denen immer mehr Kollegen SEO-optimierte Templates ausfüllen und sich dabei wie auf der Content-Galeere fühlen.

Für Vicari ist Komposition Grundvoraussetzung für Journalismus, sie kann nur entstehen, wenn selbstbewusste Redaktionen die Programme zur Reduktion von Komplexität beherrschen. Aus »drei Redakteuren und einem Verleger« entsteht keine Zeitung – ein Seitenhieb auf Produkte, die mit Minitteams die immer größeren Batterien der Verlage füllen.

Das bedeutet, nur ein Journalismus, der sich seiner Kompositionsfunktion bewusst ist, kann in der neue Ära bestehen. Das ist ein guter Ansatz, offenbaren wir doch in unseren Diskussionen, dass viele gar nicht mehr so sicher sind, was sie da eigentlich tun.

Dieser stolze Anspruch birgt allerdings die Schwäche, dass Vicari an manchen Gesetzen der Medienwirklichkeit vorbeischiebt oder sie nur streift. So ist der Schwund unserer Auflagen für ihn nur ein »irritierender Reiz« – ich denke, das Problem geht inzwischen viel tiefer, sie führt bisweilen zu Panik in unseren Kompositionsprogrammen. Zweites Beispiel: Die Konkurrenz ist für ihn nur ein »systemischer Einflussfaktor«. Einverstanden, die *Süddeutsche* schaut seit jeher, was *FAZ* und *Spiegel* schreiben, und umgekehrt.

Was sich seit einigen Jahren aber beobachten lässt, ist weitaus mehr – etwa der Einfluss von *Spiegel Online*: Er beherrscht Konferenzen und Diskussionen, und damit auch die Komposition der Seite 1. Der Spin wird oft ersetzt durch *SpOn*. Überhaupt kommt der Einfluss der sozialen Medien auf die klassische Komposition zu kurz, dabei beeinflussen Facebook und Twitter die Art, wie wir Blätter machen, sei es nun Zeitungen oder Websites.

Ich finde zudem, dass der Kompositionsbegriff in der empirischen Analyse – Vicari hat 16 Zeitungen, Zeitschriften und Online-Redaktion besucht und befragt – zu wenig differenziert wird: Komposition in einem Magazin folgt tatsächlich Gesetzen, deren Untersuchung einmal interessant wäre – weil hier sehr bewusst gemischt wird und Abfolgen, Optik und Längen immer wieder verändert und verfeinert werden.

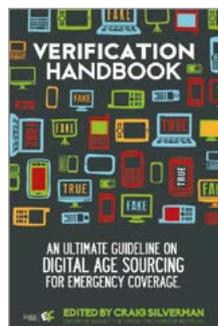
Wie aber wirkt Komposition auf Websites, die von Suchmaschinenoptimierung, Klicks oder, wie zuletzt, »Native Advertising« geprägt werden, zumal die Komposition hier oft binnen Minuten oder Sekunden zerfällt? Da wirken andere Gesetze, trotzdem entsteht an vielen Stellen guter Journalismus. Und überhaupt: Wie wirken sich die berühmten immer neuen »Anzeigenumfelder« auf unsere Komposition aus?

Auch die Produktion von digitalen Ausgaben (eMags) kommt bei Vicari nicht vor: Denn hier wird ja gerade die

Produktion von Print-Heften digital umgesetzt und durch animierte Grafiken, Videos und »Bonus-Content« ergänzt, also nicht nur eins zu eins übertragen, sondern von Hand neu komponiert.

Am Ende ist es ein wenig wie bei Coca-Cola, Nutella oder der Sacher-Torte: Hier können Lebensmittelchemiker längst die Zutaten analysieren. Das Rezept haben sie trotzdem nicht. Das ist auch nicht Vicaris Anspruch: Wer das Buch liest, kann danach nicht Blattmachen. Doch wer es als Blattmacher gelesen hat, denkt danach anders, denn es ist auch ein Denkanstoß, ein Beitrag zur Selbstverortung in einer Welt, die für viele seit geraumer Zeit bedroht ist oder zu zerfallen scheint.

Horst von Buttlar ist seit 2013 Chefredakteur von Capital. Zuvor leitete er vier Jahre lang das Ressort »Agenda« bei der FTD.



FACT-CHECKING

Craig Silverman: Verification Handbook. An Ultimate Guide-line on Digital Age Sourcing for Emergency Coverage. Maastricht: European Journalism Center 2014, 120 Seiten, online unter verificationhandbook.com als digitale Ausgabe kostenlos, gedruckt 10,00 Euro

Pixelweise Wahrheit

Slowjansk, Ukraine, 29. Mai 2014, ein Hubschrauber wird abgeschossen. Die Tagesschau zeigt eine Videosequenz des Absturzes im Rahmen ihrer Berichterstattung über die Ukraine-Krise – doch kurz darauf stellt sich heraus, dass die Bilder tatsächlich von einem Hubschrauberabsturz aus Syrien stammen, der schon ein Jahr zurückliegt. Die Tagesschau wird von einem User darauf hingewiesen und entschuldigt sich auf ihrer Website für den Fehler. Das Video war von anderer Seite anscheinend gezielt manipuliert worden.

Unglücke, Unwetter, humanitäre Krisen – gerade in diesen Situationen sind Journalisten auf Augenzeugenberichte, Fotos und Videos von Nicht-Journalisten angewiesen. Und gerade dann, wenn sich die Ereignisse überschlagen, ist es nicht immer leicht, zwischen Fakes und Authentischem, Gerüchten und Fakten zu unterscheiden. Soziale Medien sind eine reichhaltige Quelle für die Berichterstattung, aber sie können auch in die Irre leiten, ein Nährboden für Propaganda, Übertreibungen und Unsinn aller Art sein. Wie geht man

als Journalist mit dieser Flut an Informationen um? Wie kann man prüfen, ob das, was man vor sich hat, auch das ist, was es vorgibt zu sein?

Bei dieser Frage will das »Verification Handbook. An Ultimate Guideline on Digital Age Sourcing for Emergency Coverage« Hilfestellung liefern. Der Journalist Craig Silverman hat verschiedene Autoren gebeten, ihre Erfahrungen und Methoden im Umgang mit nutzergenerierten Inhalten in kurzen Aufsätzen zu schildern. Zielgruppe sind neben Journalisten Entwicklungshelfer vor Ort, die für ihre Arbeit auf präzise und korrekte Informationen angewiesen sind. Damit hat das »Verification Handbook« einen deutlich engeren Fokus, als der Titel vermuten lässt: Es geht ausschließlich um die Berichterstattung über Krisen und Katastrophen. Ist dieses eindrucksvolle Sturmfoto von Flickr ein Fake? Stammt dieses Youtube-Video wirklich von einer islamistischen Gruppe? Wie finde ich jemand Zuverlässigen vor Ort, der mir erzählen kann, wie die Lage ist?

Trushar Barot hat in den letzten vier Jahren die Social-Media-Strategie bei BBC News in London mitentwickelt. In seinem Aufsatz beschreibt er die Arbeitsabläufe bei der Prüfung von User-Fotos und gibt Tipps, die sich bei der Verifikation bewährt haben. Er betont, dass auch im digitalen Zeitalter zunächst die klassischen Prinzipien der Verifikation gelten: Hinterfrage jede Information! Suche die Originalquelle! Prüfe den Kontext! Bei Bildern ergeben sich daraus die bekannten W-Fragen: Wer ist die Ursprungsquelle des Fotos? Wann und wo wurde das Bild aufgenommen? Was genau zeigt das Bild? Ist es im richtigen Kontext veröffentlicht worden?

Leider lassen sich diese Fragen noch nicht automatisiert beantworten, doch Barot empfiehlt hilfreiche Online-Tools: Die umgekehrte Bildersuche von Google und TinEye etwa prüft, ob ein bestimmtes Foto an anderer Stelle im Netz bereits veröffentlicht wurde. Zum Original gelangt man meist, wenn man unter den Treffern das Foto mit der größten Auflösung aussucht. Auch die Metadaten eines Fotos können Datum, Uhrzeit, Kameraeinstellungen und immer häufiger auch den Aufnahmeort verraten. Websites wie findexif.com und Browser-Erweiterungen wie Exif Viewer helfen, diese Informationen sichtbar zu machen.

Wo Metadaten nicht vorhanden sind bzw. nicht weiterhelfen, ist auch bei Fotos und Videos klassisches journalistisches Handwerkzeug erforderlich. Im »Verification Handbook« gibt es eine Reihe von Beispielen, bei denen nicht spektakuläre Tricks und Tools, sondern die etablierten Methoden zum Erfolg führten. Eine Fallstudie etwa zeigt zwei Fotos eines Hais, der scheinbar durch eine von Hurricane Sandy überflutete Vorstadtstraße in New Jersey schwimmt. Online-Tools brachten hier zunächst keine Gewissheit, ob die Fotos echt oder manipuliert waren. Erst eine Google-Bildersuche

und das aufwendige Sichten von zahlreichen Treffern konnte die Originaldateien der ursprünglichen Hai-Fotos zu Tage fördern – so entdeckten die Journalisten etwa das entsprechende Original-Foto der Hai-Flosse, die per Photoshop in eins der Hurricane-Sandy-Bilder hineinmontiert worden war.

Für den Chefredakteur der News-Website *Circa* und ehemaligen Social Media Editor bei *Reuters*, Anthony De Rosa, beginnt die eigentliche Arbeit schon im Vorfeld. Er stellt sich thematische Listen von Twitter-Accounts zusammen, etwa von Lokaljournalisten und spezialisierten Reportern. In der Software Tweetdeck kann er diese durchsuchen und eingehende Tweets im Blick behalten. Als am 4. Januar 2014 die Nachricht kursierte, ein kleines Flugzeug sei mitten in der Bronx gelandet, konnte De Rosa sich schnell ein Bild der Lage verschaffen, indem er bei Tweetdeck die gefundenen Tweets zunächst nach Fotos und Videos filterte und sich dann nur Tweets in einem Fünf-Meilen-Radius in New York City anzeigen ließ. Im letzten Schritt konnte er sich mithilfe seiner speziellen New-York-Twitter-Liste über die Notlandung vergewissern. Der Journalist und Social-Media-Experte Mathew Ingram geht noch darüber hinaus – er legt sich ebenfalls Twitter-Listen mit verlässlichen Quellen an, sortiert nach Themen oder geografischer Lage, doch er empfiehlt, diese Quellen auch aktiv zu nutzen. Er rät dazu, die Menschen hinter den Accounts direkt zu kontaktieren oder sie sogar persönlich zu treffen, um eine Beziehung zu ihnen aufzubauen. So lässt sich ihre Identität bestätigen und Zugang zu weiteren Quellen gewinnen. Das so aufgebaute Netzwerk lässt sich dann auch nutzen, um unsichere Informationen gegenprüfen zu lassen.

Darüberhinaus gibt das »Verification Handbook« einfache Tipps, zum Beispiel wie man gefakte »verified accounts« bei Twitter entlarven kann oder wie die Fragen-Suchmaschine Wolfram Alpha beim Prüfen eines Bilddatums helfen kann (»Wie war das Wetter in Caracas am 24. September 2013?«). Gerade die Liste mit »Verification Tools« am Ende des Buches ist von praktischem Nutzen.

Die Autoren sind dabei ehrlich: Es existieren keine universellen Apps, mit denen man auf Knopfdruck nutzergenerierte Inhalte verifizieren kann, daher gilt: Vorbereitung ist alles. Das Verification Handbook kann keine schnellen Lösungen für das komplexe Problem der Verifikation bieten, sondern sensibilisiert und gibt beispielhafte Anregungen für den Umgang mit den sozialen Medien. Auch wenn viele der Tipps im Buch naheliegend bis banal erscheinen, lassen sich die wiederkehrenden Hinweise und Fragen doch zu einer Checkliste kondensieren, die im Ernstfall bei der eigenen Recherche helfen kann, die Gedanken zu ordnen und übersehene Ansätze zu finden.

Leider führt die Stärke des Buches, die Sammlung der Erfahrungen verschiedener Autoren, zu großer Redundanz:

Immer wieder wird betont, wie wichtig die Vorbereitung ist, wie wichtig das Misstrauen gegenüber den Quellen und die direkte Kontaktaufnahme. Das wirkt ermüdend, in einem Rutsch durchlesen sollte man das »Verification Handbook« nicht. Nichtsdestotrotz lohnt sich die Lektüre auch wegen der interessanten Einblicke in die Abläufe und Arbeitsweisen in den verschiedensten internationalen Redaktionen, von der BBC über die Social-Media-Nachrichtenagentur Storyful bis zum Lokalradio in Australien. Alle Autoren werden, dem digitalen Zeitalter angemessen, mit Twitter-Account vorgestellt, und alle Beispiele und Tools sind mit Links versehen.

So sehr die Flut an Informationen, Bildern und Videos für Journalisten eine Qual bei der Verifikation darstellt, so ist sie noch viel mehr eine unermessliche Bereicherung für die Berichterstattung. War man früher gezwungen, die Recherchen eines entsandten Reporters abzuwarten, so lässt sich heute durch die sozialen Netzwerke in Minutenschnelle ein vielschichtiges Bild der Ereignisse gewinnen und auch überprüfen. Alle Autoren des Buchs sehen darin – trotz aller Risiken – vor allem die Chancen für eine umfassender und differenzierter informierte Öffentlichkeit.

Die Rezensenten Kurt Jansson, Maximilian Schäfer, Mirjam Schlossarek und Malte Zeller sind Mitarbeiter in der Dokumentationsabteilung des Spiegel.



SPORTJOURNALISMUS

Marcus Bölz: Fußballjournalismus. Eine medienethnographische Analyse redaktioneller Arbeitsprozesse. Wiesbaden: Springer VS 2014, 363 Seiten, 49,99 Euro

Anstoß zur Forschung

An die Methode der Beobachtung trauen sich nur wenige Medienwissenschaftler heran. Marcus Bölz ist das Risiko eingegangen, als teilnehmender Forscher die Untersuchungsergebnisse zu beeinflussen. Er hat für seine Dissertation Fußballberichterstattung bei ihrer Arbeit beobachtet.

Befragte Bölz im Rahmen seiner Diplomarbeit (2008) noch die Kicker zu ihrer Meinung über Sportjournalisten, so hat er diesmal neben der Beobachtung eine »Befragung als offenes Interview« geführt. Bölz sprach »mit professionellen Fußballjournalisten und Fans, Spielern und Funk-

tionären«, denn »wie die Arbeit der Fußballjournalisten konkret aussieht«, sei »wissenschaftlich bisher kaum untersucht« worden.

Über weite Strecken ist die Lektüre ein Gewinn. Fachfremde bekommen durch Bölz' gelungene Zusammenfassung der Forschungsliteratur einen sehr guten Überblick über die aktuelle Arbeit von Fußballjournalisten. Dieser wird garniert durch sportjournalistische Anekdoten der Befragten, die von ihrem stressigen Alltag als Fußballreporter erzählen.

Bölz holt gleich zu Beginn den französischen Philosophen Michel Foucault auf den Platz, wenn er sich dem »Dispositiv Fußball« zuwendet. Foucault bündelt in diesem Begriff ein heterogenes Ensemble an Bedeutungen: das Machtgefüge, die Diskurse, Institutionen, Entscheidungen und Gesetze, »Gesagtes ebenso wie wohl Ungesagtes«. Marcus Bölz nimmt sich also vor, das Phänomen des Fußballs in seiner Gesamtheit zu analysieren.

Die Antwort auf die relativ offen formulierte Forschungsfrage – »Wie entwickelt sich die Arbeit der Fußballberichterstattung unter dem Vorzeichen des digitalen Medienwandels und der zunehmenden Professionalisierung und Kommerzialisierung des Profifußballs in Deutschland?« – lässt sich gut auf zwei, drei Hauptthesen zuspitzen.

Insgesamt hat Bölz einige brisante Phänomene erkannt: Er sieht Inszenierungstendenzen bei der Fußballberichterstattung, Distanzprobleme zwischen Fußballjournalisten und den Vereinen und verstärkte Gleichzeitigkeitseffekte von Berichterstattung und Sportereignis. Es gebe einen allgemeinen Trend zur Unmittelbarkeit, der zwar alle Ressorts betreffe – insbesondere aber den Sport. Zudem hat Bölz in seiner Untersuchung herausgefunden, dass den Fußballreportern nur noch sehr wenig Zeit für die Recherche bleibt. Diese Produktionsbedingungen gehe zu Lasten der (sprachlichen) Qualität von Fußballberichterstattung.

Da der Autor selbst in verschiedenen Sportredaktionen gearbeitet hat, hätte er aus diesem praktischen Fundus bei der Untersuchung noch viel mehr schöpfen können. Statt offene Interviews zu führen, die sich eher für Grundlagenforschung eignen oder wenn man noch gar kein Vorwissen hat, hätte es sich bei dieser Studie angeboten, auf einen Leitfaden zurückzugreifen. Dieser dient nicht zuletzt einer besseren Fokussierung und mehr Transparenz. Vielleicht wäre es auch besser gewesen, einzelne Phänomene bei der Untersuchung herauszugreifen und analytisch zu vertiefen. Mit der vorliegenden Arbeit hat Bölz gleichwohl eine gute Basis geschaffen, die andere Forscher anregen wird, Teilaspekte noch genauer in Augenschein zu nehmen.

Cora Theobalt ist Doktorandin, Thomas Horky Professor für Journalistik an der MHMK Hamburg.

WO FÄNGT WERBUNG AN?

von Ilka Desgranges

Ein Mausklick genügt, um die Grenze zwischen redaktionellem Inhalt und Werbung zu überschreiten. Die Trennung wird online zunehmend unscharf, was die Hüter des Pressekodex vor neue Herausforderungen stellt.

Die Zeiten ändern sich, die Werbeformen auch. Verstöße gegen das Trennungsgebot sind somit heute oft andere als noch vor einigen Jahren. Ziffer 7 des Pressekodex, in der die Trennung von Werbung und redaktionellen Beiträgen geregelt ist, liegt in der Statistik des Deutschen Presserats für das Jahr 2013 auf Platz 6 (von 16 Ziffern) mit 83 Beschwerden. Insgesamt waren 910 Beschwerden zu prüfen (exklusive 119 Sammelbeschwerden).

Inzwischen erreichen das Gremium der Freiwilligen Selbstkontrolle mehr Beschwerden zu Online-Beiträgen als zu Print-Texten. Dazu passt, dass sich das Gremium längst nicht mehr nur mit fehlenden Trennungslinien auf Zeitungsseiten oder mit der An- oder Abwesenheit des Schriftzuges »Anzeige« beschäftigen muss. Leserinnen und Leser werden per Link gelenkt. Schleichwerbung bekommt dadurch

etwas nahezu Beiläufiges. Nicht immer sind solche Lenkungsversuche eine Rüge wert. Aber sie beschäftigen den Presserat immer häufiger. Dabei muss er sich auch mit neuen Bezeichnungen

Durch Links im Internet bekommt Schleichwerbung etwas nahezu Beiläufiges.

auseinandersetzen. »Subnet«, das hat er 2011 entschieden, reicht als Kennzeichnung für Werbung beziehungsweise für Anzeigen nicht aus. Der Fall: Die Fachzeitschrift *Computerwoche Online* kündigt am 18. Juli 2011 unter dem Titel »Das Bobby Car ist schon unterwegs« mehrere Beiträge an, die im Innern der Zeitschrift zu finden sind. Das ist üblich und solche Teaser sind grundsätzlich nicht zu beanstanden. Was aber hat es zu bedeuten, wenn solche Anreißer den Hinweis »Subnet«

enthalten? In dem Fall, der den Presserat beschäftigte, führte ein Link direkt zu einer Software-Firma. Ein Leser recherchierte in den Media-Daten der Zeitschrift und fand heraus: Mit »Subnet« wird eine Sonderwerbeform bezeichnet, die Beiträge sind also bezahlte Veröffentlichungen. Aus seiner Sicht war das ein Fall für den Presserat. Und der folgte der Argumentation des Beschwerdeführers: Das Wort »Subnet« reiche nicht aus, um für Leser erkennbar zu machen, dass es sich um eine Anzeigenform handele.

LESERHINWEIS? WERBUNG!

Der Online-Chef der Zeitschrift reagierte erwartbar und teilte mit, er halte die Kennzeichnung für ausreichend. Der Presserat sprach dennoch einen Hinweis aus, die mildeste Form der Beanstandung. Immerhin: Die Zeitschrift will werbliche Inhalte künftig klarer erkennbar machen.

Lauser: "Die meisten denken, dass man nur Salat essen kann"	ist das neue Viagra"	Mark Hofmann: "Veganer sind keine sabbernden Lappen"
--	----------------------	---

Gewinnspiel: [Achim-Achilles.de verlost 5 Exemplare von "Vegan in Topform" von Brendan Brazier](#)

Das Interview führte Frank Joung

 **Zur Startseite**

Offizielles Lob der Industrie gab's auch schon: Für das furiose Fauré Quartett und seine Brahms-Interpretation wurde ihnen 2008 der deutsche Klassik-"Echo" verliehen. Angesichts des soeben entfachten Mendelssohn-Feuerwerks dürfte es nicht der letzte Preis gewesen sein.

CD **Felix Mendelssohn Bartholdy "Wunderkind"** / Klavierquartette op. 2 und op. 3 (Fauré Quartett), Deutsche Grammophon/Universal 476 3806

 **Zur Startseite**

Ebenfalls einen Hinweis bekam *Spiegel Online*. Unter dem Titel »Be-rauschender Mendelssohn« veröffentlichte die Seite die positive Rezension einer neuen CD mit Werken von Felix Mendelssohn-Bartholdy. Zu Beginn des Beitrags führt ein Link zum Archiv des Nachrichtenmagazins, wo mehr über den Komponisten zu erfahren ist. Am Ende des Artikels wird auf den magazineigenen Shop hingewiesen, in dem die CD bestellt werden kann.

Ein Nutzer des Internet-Auftritts sah darin Werbung für die vom Magazin vertriebene CD. Das Justizariat des Verlages widersprach. Der Hinweis auf den Magazin-Shop sei ein Service für den Leser, hieß es. Für diesen sei sofort erkennbar, dass es sich um einen kommerziellen Link handle.

Der Beschwerdeausschuss hingegen hielt die Beschwerde für begründet und erkannte in dem Link zum Online-Shop eine Verletzung des Grundsatzes der

Manchmal entscheiden Nuancen: Für einen Link zum eigenen Online-Shop (oben) gibt es Tadel vom Presserat. Der Link zum Gewinnspiel auf einer externen Website ist hingegen in Ordnung (unten).

klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, müsse dieses, so ist es auch in Ziffer 7 festgehalten, erkennbar sein. Für den Leser werde, so das Argument des Presserats, vor dem Anklicken des Links nicht klar, dass dieser zu einem kommerziellen Angebot des Nachrichtenmagazins führt. Es wäre notwendig gewesen, den Link anders zu gestalten, damit der Leser rechtzeitig erfährt, dass er nicht zu einem redaktionellen Beitrag, sondern zum Shop des Magazins geleitet wird.

ACHTUNG: UMLEITUNG!

Trotz des ausgesprochenen Hinweises steht der Link bis heute unter dem Artikel. Werden Online-Veröffentlichungen gerügt oder missbilligt, bittet der Presserat die Redaktion, die Veröffentlichung zu entfernen. Geschieht dies nicht, wird es angemahnt. In der Regel, so die Auskunft des Presserats, sei man damit erfolgreich. Für Hinweise besteht keine Veröffentlichungspflicht und es gibt keine Empfehlung des Presserats, wenngleich dies sinnvoll und wichtig wäre, damit auch solche Beiträge nicht weiter in der ursprünglichen Form erscheinen.

Nicht kritisiert wurde der Inhalt des Beitrages. Es stehe einer Redaktion frei, eine positive CD-Rezension zu veröffentlichen. Dass der Verlag diese CD dann im eigenen Shop anbiete, sei ein zulässiges Service-Angebot. Der Leser

sollte jedoch frühzeitig darauf hingewiesen werden, wenn er von einem redaktionellen auf ein kommerzielles Angebot umgeleitet werde.

NICHT ERKENNBAR?

Schwerer wiegt für den Presserat folgender Verstoß, der folglich eine Missbilligung nach sich zog. *Welt Online* veröffentlichte 2013 mehrere Reisetipps. Daneben fand sich ein Hinweis auf den Reiseführerverlag Marco Polo, versehen mit entsprechendem Teaser

Leser klarer ersichtlich zu machen, dass sie die Zeitungs-Website verlassen und zu einem kommerziellen Anbieter geleitet werden.

Erlaubt ist aus Sicht des Presserats hingegen Folgendes: *Spiegel Online* veröffentlichte 2013 online ein Interview mit dem Triathleten und Buchautor Brendan Brazier über vegane Ernährung. Überschrift des Beitrages: »Ironman über vegane Ernährung: ›Ich wollte das Beste aus mir herausholen‹«. In der Einleitung des Interviews heißt

Anlass für ein Interview nehmen oder Interviews aus nicht periodisch erscheinenden Druckwerken übernehmen. Um Schleichwerbung im Sinne der Ziffer 7 des Pressekodex handele es sich hier in keinem Fall.

ZULÄSSIGER SERVICE

Der Beschwerdeausschuss konnte ebenfalls keinen Verstoß gegen Ziffer 7 des Pressekodex (Trennungsgrundsatz) erkennen. Seiner Auffassung nach ist es nicht zu beanstanden, wenn am Ende des Gesprächs ein Link zu einem Gewinnspiel veröffentlicht wird. Damit wird die Grenze von öffentlichem Interesse zur Schleichwerbung nicht überschritten. Der Link sei als zulässiger Service für den Leser zu werten. Dass die Redaktion den Autor zum Inhalt seines Buches zu Wort kommen lässt, sei ebenfalls nicht zu beanstanden. Dies liege im Interesse der Redaktion. Für den Leser sei erkennbar, dass es sich bei dem Gesprächspartner um einen Sportler handelt, der ein eigenes Diätkonzept entwickelt hat. Es entstehe nicht der Eindruck, dass es sich um wissenschaftliche Aussagen über vegane Ernährung handelt.

Fazit: Die Zeiten ändern sich, die Werbeformen auch. Der Trennungsgrundsatz ist jedoch online genauso gültig wie in Print, selbst wenn ein Link schnell platziert ist und das Internet vielen als grenzenlos gilt. ■

Die Weiterleitung von einer redaktionellen Seite auf die eines kommerziellen Anbieters von Reiseliteratur müsse für den Leser ersichtlich sein, bevor er den entsprechenden Link anklickt.

und Links. Klickt man diese an, gelangt man auf die Website von Marco Polo. Eine Leserin sah in der Kombination aus redaktionellen Hinweisen und der Verbindung zu einem bestimmten Reiseführerverlag eine Werbung, die für den Leser nicht als solche erkennbar ist. Der stellvertretende Chefredakteur der Zeitung wies den Vorwurf, gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex verstoßen zu haben, zurück, da es sich bei den beanstandeten Beiträgen nicht um Anzeigen gehandelt habe. Es seien vielmehr redaktionelle Beiträge der Marco-Polo-Reiseredaktion, mit der seine Zeitung seit geraumer Zeit kooperiere. Somit sei die Beschwerde unbegründet.

Anders die Argumentation des Presserats: Die Weiterleitung von einer redaktionellen Seite auf die eines kommerziellen Anbieters von Reiseliteratur müsse für den Leser ersichtlich sein, bevor er den entsprechenden Link anklickt. Diese Reisetipps hätten eindeutigen Anzeigencharakter und hätten entsprechend der Richtlinie 7.1 gekennzeichnet sein müssen. Der Presserat empfiehlt der Redaktion daher, für die

es, dass achim-achilles.de ein Interview mit dem Autor geführt hat. Im Text wird als Fragesteller jedoch die Online-Redaktion des Magazins genannt.

HINWEIS ERLAUBT

Am Ende des Artikels, der am 20. September 2013 erschienen ist, steht der Hinweis, dass achim-achilles.de fünf Bücher des Autors verlose. Ein Leser des Magazins sah in der Veröffentlichung Schleichwerbung für das Buch des »Ironman«. Er vertrat die Meinung, dass vegane Ernährung und ihre Auswirkungen wissenschaftlich nicht belegt seien und der Meinung eines unbekanntes Sportlers zu viel Gewicht gegeben werde.

Nach Auffassung des Justizariats des Magazins ist die Beschwerde unbegründet. Äußerungen und Einschätzungen eines Interview-Partners müssten wissenschaftlich nicht belegt sein. Ein Sportler könne auch seine eigene Meinung kundtun. Zudem dürften die Medien die Veröffentlichung eines neuen Buches zum



Dr. Ilka Desgranges war von 2004 bis 2006 Sprecherin des Deutschen Presserats. Sie ist Ressortleiterin bei der Saarbrücker Zeitung und Lehrbeauftragte an der Universität des Saarlandes.

IM NAMEN DES TÄTERS

von Max Trossmann

Täter und Verdächtige lesen oder hören ihren Namen ungerne in den Medien. Doch der Schutz der Privatsphäre hat Grenzen. Besonders in der Schweiz ist der Umgang mit Straftätern wenig zimperlich.

Wann und wie detailliert dürfen Medien identifizierend über Täter und Verdächtige berichten? Für Journalisten ist das ein brennendes Thema. Den Presseräten (etwa dem deutschen) werfen sie gelegentlich vor, geradezu täterfreundlich und nicht im Sinn journalistischer Aufklärung zu entscheiden. In der Schweiz ist das anders. Wir lassen recht viel zu, bis hin zur Nennung des vollen Namens. Hier einige Beispiele aus der jüngeren Vergangenheit:

DER RECHTSANWALT

Anfang Mai ist der Rechtsanwalt Roland Padrutt aus Lenzburg (Kanton Aargau) erstinstanzlich zu vier Jahren Gefängnis und drei Jahren Berufsverbot verurteilt worden. Als Verwalter von Liegenschaften und Erbschaften

veruntreute er Gelder in Millionenhöhe. Ob der Anwalt seine Strafe aber je antritt, ist ungewiss: Er hat sich nach Wien abgesetzt und praktiziert jetzt dort. Kommt Padrutt zum Strafantritt nicht freiwillig zurück in die Schweiz, müsste diese von Österreich seine Auslieferung verlangen.

Zweimal rief Padrutt den Presserat an: Einmal erhob er Beschwerde gegen die *Aargauer Zeitung (AZ)*, das zweite Mal gegen die *Berner Zeitung (BZ)*. Jedes Mal fand der Rechtsanwalt, seine Identität werde zu Unrecht aufgedeckt. Beide Tageszeitungen berichteten ausführlich über das Strafverfahren, weil der Anwalt in beiden Kantonen Mandate übernommen hatte. Dort fielen auch seine Verfehlungen an.

Bei der *AZ* monierte Padrutt die volle Namensnennung. Der Presserat wies die Beschwerde jedoch ab, weil

der Bericht über das Ermittlungsverfahren sachlich mit Padrutts Berufstätigkeit zu tun hatte (Entscheid 61/2012 auf www.presserat.ch).

Auch mit der Beschwerde gegen diverse Artikel der *BZ* und deren Online-Ausgabe blitzte der mittlerweile Verurteilte im Hauptpunkt ab. Denn der Chefredakteur der *BZ* wies in seiner Stellungnahme zu Recht darauf hin, sein Blatt habe ohnehin nur Padrutts Initialen genannt und den Ort seiner Kanzlei. Das sei angemessen und rücksichtsvoll gewesen; es wäre sogar vertretbar gewesen, seinen Namen zu nennen. Allerdings unterlief der *BZ* ein Schnitzer, den der Presserat rügte: Zwar versuchte der Journalist, Padrutt wiederholt (wenn auch vergeblich) zu einer Aussage zu bewegen. Er beschrieb dies aber nicht in seinen Artikeln. Die *BZ* handelte sich deshalb eine

Rüge wegen Verletzens der Anhörungspflicht ein (13/2013).

DER KINDERSCHÄNDER

Der sadistische Kinderschänder René Osterwalder sitzt seit 1998 in einem Zürcher Gefängnis. Er wird es nie mehr verlassen. Nach einem der abgründigsten Schweizer Kriminalfälle bleibt er lebenslanglich weggesperrt.

Einst hatte der begnadete Informatiker eine eigene Firma, wurde Millionär, fuhr Rolls-Royce. Bekannt wurde der Computerfreak aber als Sexualstraftäter. Bei der Verhaftung 1993 in Amsterdam fand man in seiner Wohnung Videofilme, auf denen zu sehen war, wie er Kinder im Alter von ein und zwei

Jahren sexuell missbraucht und unvorstellbar grausam gequält hatte.

Ende April 2013 berichtete der *SonntagsBlick*: »Der Baby-Quäler hat eine neue Knast-Liebe – Osterwalder will sich scheiden lassen«. Der »bekenkende Homosexuelle« sorgte in der Strafanstalt »mit einer neuen Liebesbeziehung für Aufruhr«. 2009 habe er einen Mithäftling heiraten wollen. Als ihm die Gefängnisleitung dies verwehrte, sei er erfolglos in einen Hungerstreik getreten. Kaum wieder gesund habe er – »diesmal mit dem Segen der Gefängnisleitung« – Ende 2010 einen Rentner geheiratet. Jetzt solle Osterwalder mit seinem Liebesleben abermals für Aufsehen und

werfe die Frage auf, »was Schwerverbrechern im Gefängnis alles erlaubt sein soll«. Osterwalder sei seit rund einem halben Jahr mit einem 38-jährigen Mithäftling (»ein mehrfach vorbestrafter Kinderschänder«) liiert, wolle diesen heiraten und sich von seinem bisherigen Partner scheiden lassen.

Der Inhaftierte beschwerte sich beim Presserat: Die Boulevardzeitung nenne seinen Namen und zeige ihn im Bild. Sie respektiere damit seine Intimsphäre nicht, missachte auch das »Recht auf Vergessen« und auf Resozialisierung.

Der Presserat widersprach der Verletzung der Privatsphäre, da Osterwalders Fall zu den bekanntesten der jüngeren Schweizer Kriminalgeschichte gehöre. Da er wegen seiner Delikte als öffentliche Person gelte, dürften die Medien auch 15 Jahre nach seiner Verurteilung identifizierend über ihn berichten. Hier sei auch die Pflicht zur Rücksichtnahme auf die Resozialisierung und das »Recht auf Vergessen« zu relativieren.

Zwar geht das Privatleben eines Strafgefangenen, seine Liebesbeziehungen und Heiratspläne die Öffentlichkeit im Prinzip nichts an. Nachdem der Inhaftierte aber wiederholt selber aktiv dazu beigetragen hatte, dass Details aus seinem Privatleben öffentlich gemacht wurden, muss er hinnehmen, dass der *SonntagsBlick* seine angebliche neue Liebe gegen seinen Willen thematisiert. Zudem berichtete das Tabloid recht nüchtern über die Gerüchte um Osterwalders neue Beziehung (48/2013).

DER PATER

Pater S. ist heute Mitte 80 und lebt noch immer im Kloster Fischingen,



Im Kloster Fischingen sollen sich Pater S. und andere an Schutzbefohlenen vergangen haben. Der *Tages-Anzeiger* darf darüber berichten, auch wenn einige S. identifizieren können.

Quelle: Stephi 2006/flickr.de

ganz hinten im ländlichen Kanton Thurgau. Im Mai ist ein Untersuchungsbericht über das Schicksal der Kinder des dazugehörigen Klosterheims Sankt Iddazell erschienen. 6.500 Kinder und Jugendliche saßen von 1879 bis 1976 in der Erziehungsanstalt und der Schule ein: Mädchen und Knaben jeden Alters, viele davon Waisen, Normalbegabte und Sonderschüler, aber auch psychisch Kranke.

Im Bericht reden viele »Zöglinge«, so nannte man sie, von Schlägen und Gewalt, von seelischer Misshandlung, von sexuellen Übergriffen durch Nonnen und Patres. Die Verantwortlichen des Klosters rangen sich endlich zu einer Entschuldigung bei den ehemals Schutzbefohlenen durch.

Als Erster packte 2012 der Österreicher Walter Nowak über Pater S. im Zürcher *Tages-Anzeiger* aus. Unter dem Titel »In den Händen des Sadisten« beschrieb der Wiener Korrespondent im Juni 2012 die Vorwürfe des ehemaligen Schülers. Nowak habe von 1962 bis 1972 im Kinderheim des Klosters gelebt und dort die Schule besucht. »Als er ins Heim kam, galt er als sozial geschädigt. Als er es wieder verließ, war er ein gebrochener Mensch.« Immer wieder habe ihn der Pater geschlagen und sexuell missbraucht.

Ein Leser beschwerte sich beim Presserat über den *Tages-Anzeiger*. Er kritisierte, S. sei bei den heute nur noch sechs Patres in Fischingen leicht zu identifizieren. Der Rat wies dieses Argument zurück; der Pater sei mit ganz wenigen und für die Leserschaft nötigen Angaben beschrieben worden. Die Zeitung nenne den ersten Buchstaben seines Vornamens, sein heutiges Alter, sowie den Ort seiner früheren Arbeit als Lehrer und heutigen Aufenthaltsort. Das sei nötig, um die Missbrauchsvorwürfe einigermaßen einordnen zu können. Zwar habe die Angabe des Initials des Vornamens nichts zum Verständnis bei-

getragen, sie sei jedoch gerechtfertigt, um S. nicht mit anderen Priestern zu verwechseln (16/2013).

DER POLITIKER

Wäre der Fall nicht so zynisch, müsste man fast schmunzeln. Ausgerechnet ein Rechtsanwalt und Experte für Arbeitsrecht und dessen Frau sollen ihr Kindermädchen mies bezahlt und auch noch rechtswidrig entlassen haben. Die Affäre spielt 2013 in der französischsprachigen Schweiz, in Lausanne.

Ausgerechnet ein Rechtsanwalt und Experte für Arbeitsrecht und dessen Frau sollen ihr Kindermädchen mies bezahlt und auch noch rechtswidrig entlassen haben.

Dort beschäftigt das gutsituierte Paar Mattenberger/Otero eine Frau als Hausangestellte und Kindermädchen – bis es zum Streit über ausstehenden und zu tiefen Lohn kommt. Pikant daran: Nicolas Mattenberger ist nicht nur Arbeitsrechtler, sondern sitzt für die Sozialisten im Kantonsparlament der Waadt – und seine Partei führt zur gleichen Zeit eine Kampagne gegen die Ausbeutung von Hausangestellten.

Die Lausanner Tageszeitung *24 Heures* berichtet ausführlich über den Konflikt und den Prozess, den die Angestellte gegen Madame Otero-Mattenberger, eine Apothekerin, anstrengt. Formell ist sie die Arbeitgeberin.

Das passt dem prominenten Paar gar nicht und es richtet sich an den Presserat: Seine Privatsphäre sei verletzt. Insbesondere stößt sich das Paar daran, dass auch der Name des Ehemanns genannt wird. Nicolas Mattenberger sei weder Partner beim Arbeitsvertrag zwischen seiner Frau und der Angestellten. Noch habe die Sache etwas mit

seiner Tätigkeit als Anwalt und Abgeordneter zu tun.

Der Presserat sieht jedoch keinen Grund, warum *24 Heures* den Namen des Mannes nicht hätte nennen dürfen. Schließlich habe auch er von den Diensten des Hausmädchens profitiert und sei faktisch ebenfalls Arbeitgeber gewesen. Und als Anwalt mit Spezialgebiet Arbeitsrecht sowie als Parlamentarier einer Partei, die kürzlich eine Kampagne zur Besserstellung des Hauspersonals lanciert habe, müsse er es

sich gefallen lassen, dass sein privates Verhalten in diesem Zusammenhang öffentlich thematisiert werde. Hier überwiege das Interesse an einer identifizierenden Berichterstattung den Schutz der Privatsphäre (51/2013).

Es gibt also durchaus gute Gründe dafür, dass ein Medium Namen nennt und damit vor dem Presserat durchkommt: Prominenz kann ein Grund sein. Dabei kommt es auch darauf an, wie sehr sich ein Promi selbst den Medien öffnet und allenfalls Privates preisgibt. Die berufliche oder politische Tätigkeit kann das Benennen rechtfertigen, wenn der Bericht damit in Zusammenhang steht, oder aber der Benannte übt eine quasi öffentliche Funktion aus wie ein Apotheker, ein Vertrauensarzt. ■

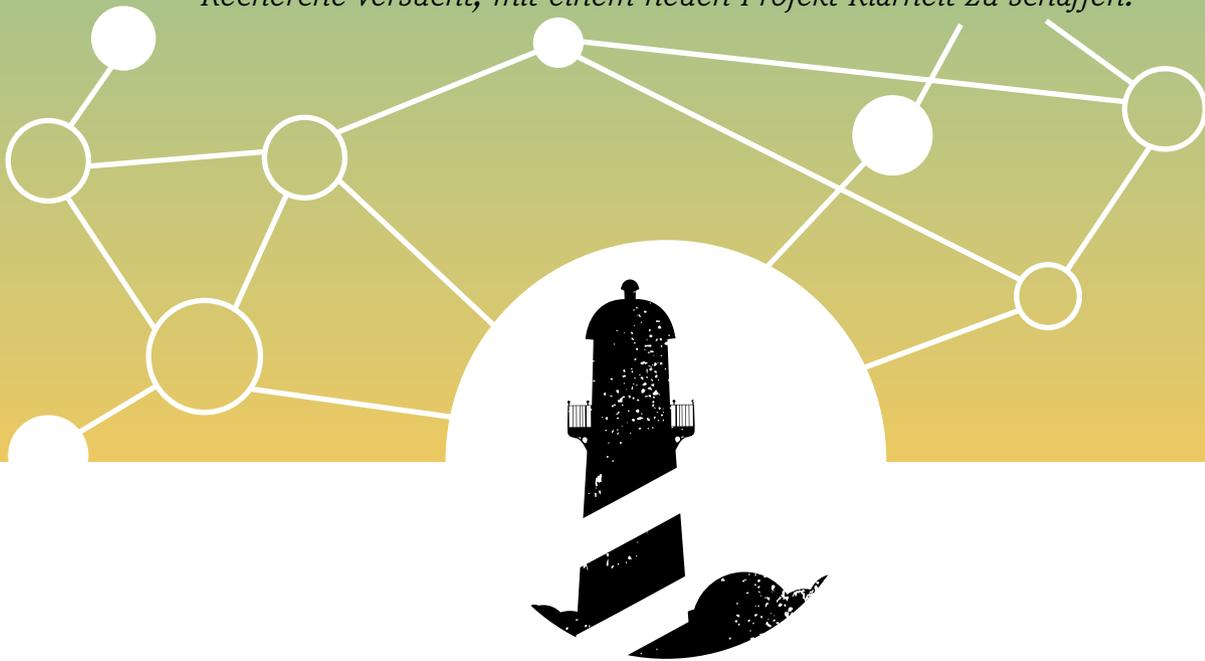


Max Trossmann ist Historiker und Publizist sowie Vizepräsident des Schweizer Presserats.

Kolumne

FRAG DEN DIENST

Auch Journalisten stehen in Deutschland unter Beobachtung des Verfassungsschutzes. Wie viele genau, ist unklar. Netzwerk Recherche versucht, mit einem neuen Projekt Klarheit zu schaffen.



Ein »praktizierter Verfassungsschutz, wirklich wirksamer Verfassungsschutz« – so würdigte Heribert Prantl im Jahr 2007 die Arbeit von Andrea Röpke, die damals den Leuchtturm-Preis von Netzwerk Recherche erhielt. Zu diesem Zeitpunkt stand die Neonazi-Rechercheurin bereits seit mehr als einem Jahr im Visier des staatlichen Verfassungsschutzes. Der niedersächsische Geheimdienst hatte 2006 eine illegale Spähattacke gegen Röpke gestartet, die noch bis 2012 andauern sollte. Als wäre das nicht genug, versuchte der Verfassungsschutz die rechtswidrige Überwachung auch noch zu vertuschen: Als die Journalistin einen Auskunftsantrag stellte, wurde ihre Akte gelöscht – und ihr mitgeteilt, sie werde nicht überwacht. Durch den Regierungswechsel in Niedersachsen kam die »Beobachtung« dann aber doch heraus. Auch wie es dazu kam, wurde nun

bekannt: 2005 hatte Röpke an einer Veranstaltung der Grünen in der Bremer Bürgerschaft mit dem Titel »Neonazistische Umtriebe in Bremen« mitgewirkt – und war angezeigt worden. Die Begründung: Sie habe einen Film vorgeführt, der die »tätlichen Angriffe von unbekanntem Personen« auf Teilnehmer eines NPD-Parteitags zeige. In diesem Zusammenhang habe sie erklärt, sie werde »gegen den Faschismus in jeder Form kämpfen«. Die Bremer Staatsanwaltschaft leitete ein Verfahren wegen des Verdachts der »Aufforderung zu Straftaten« ein. Ein Verfahren, von dem Röpke nichts erfuhr. Und das auch bald wieder eingestellt wurde. Denn der *Panorama*-Beitrag, um den es ging, zeigte in Wahrheit brutale Übergriffe von NPD-Aktivistinnen auf eine Gegendemonstration.

Da die Journalistin in Niedersachsen lebt, hatten die Bremer Verfassungsschützer ihre Kollegen in Hannover infor-

miert – die Röpke fortan ausspähen. Es liegt nahe, dass die auslösende Anzeige von einem Nazi kam – in der Szene hat die Rechercherin viele Feinde. Es genügt also anscheinend, von einem Verfassungsfeind denunziert zu werden, um ins Visier des Verfassungsschutzes zu geraten.

EIN ANGRIFF AUF DIE PRESSEFREIHEIT

Die Spitzelattacke gefährde ihre Arbeit als Journalistin, erklärte Röpke auf der Netzwerk-Recherche-Konferenz zur »Recherche am rechten Rand«: Für diese Arbeit sei entscheidend, dass sie als Journalistin ihren Informanten Anonymität zu sichern könne. Überwachung durch den Verfassungsschutz könne das Vertrauen in den Informantenschutz erschüttern – selbst dann, wenn sie als Rechercherin alles absichere. Die Bespitzelung von Journalisten ist also nichts anderes als ein Angriff auf die Pressefreiheit. Röpke ist nicht die einzige Journalistin, die in Niedersachsen illegal überwacht wurde. Insgesamt wurden vom Verfassungsschutz sieben solcher Fälle offenbart – weitere Fälle wollte Verfassungsschutzpräsidentin Maren Brandenburger nicht ausschließen.

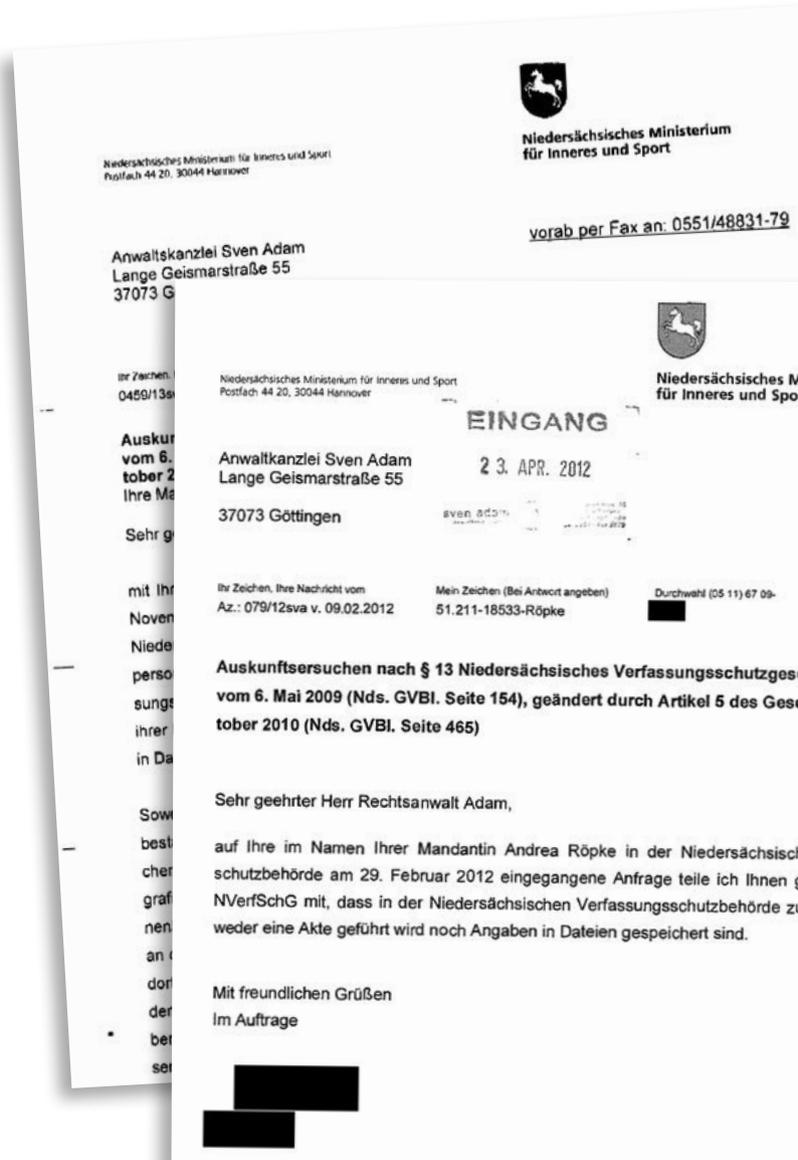
Wie viele Journalisten in Deutschland insgesamt überwacht wurden und werden, ist nicht bekannt. Netzwerk Recherche möchte deshalb Journalisten dazu ermuntern, bei Geheimdiensten einen Auskunftsantrag zu stellen. Der Verein will das demnächst durch einen Online-Generator erleichtern: Dieser wird die Anschreiben für Auskunftsersuchen passend nach Behörde und Bundesland ausspucken. Unterschreiben, in einen Umschlag stecken, Briefmarke drauf – losschicken. Ein paar Wochen später (manchmal dauert es auch Monate) erfährt man dann, ob der Geheimdienst Aufzeichnungen über die eigene Person hat.

DAS AUSMASS SICHTBAR MACHEN

Ein solches Auskunftsersuchen ist nicht nur für den Einzelnen eine wichtige Information. In der Summe kann daraus auch das Ausmaß der Überwachung von Journalisten sichtbar werden. Deshalb sollen die Nutzer des Generators dazu animiert werden, Netzwerk Recherche Rückmeldungen zu den Antworten der Behörden zu geben. Die Erfahrungen wird der Verein dann auswerten – und, wo nötig, Verbesserungen im Umgang mit Journalisten und ihren Anfragen anmahnen.

Wenn viele mitmachen, kann das auch ein wichtiges Signal an die Dienste sein: Journalisten nehmen es nicht hin, ausgeforscht zu werden.

Auch für Andrea Röpke ist die Auseinandersetzung mit dem Verfassungsschutz noch nicht beendet. Zwar wurde die gelöschte Akte teilweise rekonstruiert. Ihr wurde aber nur ein Teil davon übermittelt. Andere Teile wurden gesperrt – angeblich, um Quellen zu schützen. Deshalb klagt die Journalistin nun auf uneingeschränkte Auskunft. ■



Laut Innenministerium wurde keine Akte über Röpke angelegt. Später ruderte die Behörde zurück.



Günter Bartsch ist Geschäftsführer von Netzwerk Recherche. [@nrecherche](#)
Albrecht Ude ist Journalist, Researcher und Recherche-Trainer. Er ist kooptiertes Vorstandsmitglied von Netzwerk Recherche und betreut den Generator für Auskunftsersuchen.

DIE »CHEFIN«

Gerda Taro war die erste Kriegsfotografin der Geschichte. Während ihr Freund Robert Capa zum Starfotografen avancierte, geriet sie nach ihrem frühen Tod lange in Vergessenheit. Zu Unrecht.



Henri Cartier-Bresson war gekommen, der spätere Gründer der berühmten Fotoagentur Magnum, der Dadaist Tristan Tzara, die Schriftsteller Louis Aragon und Pablo Neruda, die deutschen Emigranten Anna Seghers und Egon Erwin Kisch. Als Gerda Taro am 1. August 1937 in Paris zu Grabe getragen wurde, folgten an die 100.000 Menschen dem Sarg der Fotografin, die an diesem Tag 27 Jahre alt geworden wäre.

Auf dieser Seite berichten Journalistik-Fachleute über Umbrüche und Sternstunden, die den Journalismus nachhaltig verändert und zum Berufsbild des Journalisten beigetragen haben.

Geliebter und Kollege, der aus Ungarn stammende Fotograf Robert Capa, später ebenfalls Mitbegründer von Magnum.

Was machte das Verdienst und den Ruhm Gerda Taros aus? Sie war die erste Fotoreporterin, die in einem Krieg dorthin ging, wo es am gefährlichsten ist, vorne an die Front. Sie dokumentierte als erste die Urszene und Essenz des Krieges, die Schlacht.

Doch trotz ihres großen Begräbnisses geriet die Pionierin der Kriegsfotografie bald in Vergessenheit. Während ihr Geliebter Robert Capa zum bekanntesten Kriegsfotografen des 20. Jahrhunderts avancierte, verschwand sie im Dunkel der Geschichte. Der Kulturwissenschaftlerin Irme Schaber ist es zu verdanken, dass Gerda Taro inzwischen Gerechtigkeit widerfahren ist. Schaber hat 1994 und im vergangenen Jahr detaillierte Biografien Taros veröffentlicht.

Glimpflich davongekommen

Gerda Taro wurde als Gerta Pohorylle im August 1910 in Stuttgart geboren. Ihre Familie war aus Ost-Galizien nach Reutlingen zugewandert, wo ihr Vater eine Eiergroßhandlung betrieb. In Stuttgart besuchte sie die Realschule, ehe die Familie im August 1929 nach Leipzig umgezog.

Nach der Machtübernahme der Nazis Ende Januar 1933 klebte sie mit Freunden antifaschistische Plakate. SA-Männer verhafteten sie daraufhin Mitte März. In den knapp drei Wochen in »Schutzhaft« spielte sie das unpolitische Mädchen und kam glimpflich davon, doch im Spätherbst flüchtete sie lieber nach Paris.

Das Leben der Emigranten war hart. Anfangs gab es Wochenenden, an denen sie nicht aufstand, um möglichst wenige Kalorien zu verbrauchen. Nicht besser ging es dem ungarischen Fotografen André Friedmann, der als verfolg-

ter Linker aus Budapest nach Berlin und von dort als Jude nach Paris geflüchtet war.

Gerta Pohorylle steckte Friedmann, der mit abgetragener Lederjacke herumliefe, in einen Anzug und besorgte ihm Aufträge. »Chefin« nannte er die umtriebige Freundin. Von einem Einsatz in Spanien schrieb er an sie: »Zuweilen bin ich doch dir ganz verliebt.«

Bald hatte auch sie die Arbeit in der Dunkelkammer gelernt und begann selbst zu fotografieren, mit einer Reflex-Korelle, einer frühen Spiegelreflex-Kamera. Um mehr Interesse bei französischen Bildredakteuren zu erregen, nannte Friedmann sich Robert Capa und sie sich Gerda Taro.

Am 18. Juli 1936 putschte General Franco gegen die spanische Republik und ihre rechtmäßig gewählte linke Regierung. Drei Wochen später waren Capa und Taro in Barcelona und dokumentierten die Ausbildung der anarchistischen Milizen. Die beiden waren ohne Frage parteilich, so wie die meisten Intellektuellen Europas unterstützten sie die Republikaner. Ihre Arbeit als Fotografen sahen sie als bescheidenen Beitrag im Kampf gegen die von Hitler und Mussolini unterstützten Franco-Truppen.

Ihre Fotos sind eine Anklage gegen den Krieg

Der Spanische Bürgerkrieg zeichnete sich durch zwei neue Phänomene aus: Zum einen nahmen die faschistischen Kombattanten kaum mehr Rücksicht auf Zivilisten. Hitlers »Legion Condor« bombardierte Städte wie Guernica ebenso bedenkenlos wie Flüchtlingstrecks. Zum anderen handelte es sich um den ersten Medienkrieg der Geschichte, in dem wiederum die Fotos von den Opfern unmenschlicher Kriegsführung zu Propagandamaterial wurden. Die zahlreichen seit dem Ersten Weltkrieg in Europa gegründeten Illustrierten wollten dramatische Bilder des Krieges in Spanien.

Mal mit Capa, mal allein reiste Taro zu den verschiedenen Fronten des Bürgerkriegs. Der spanische Dichter Rafael Alberti erlebte die beiden als »wunderschönes Paar: zwei Verlobte, zwei Verliebte«. Sie lernten Ernest Hemingway und viele andere Schriftsteller und Künstler kennen.

Taro war eine undogmatische Linke. Viele ihrer Fotos aus Spanien sind eine politische Anklage gegen den Krieg. Die Menschen stehen im Mittelpunkt, nicht die Waffen und das Kriegsgeschehen. Sie war eine sehr fröhliche, optimistische Person, doch sie berichtete Freunden auch, dass sie den Tod auf sich zukommen sehe, dass sie Angst vor ihm habe. Aber sie fotografierte weiter. Als die Republikaner ein Dorf einnahmen, von dem die Nationalisten behaupteten, sie würden es nach wie vor halten, lieferte sie den fotografischen Beweis, dass die Republikaner Recht hatten.

Von Madrid aus fuhr sie täglich an die nicht weit entfernte Front, dokumentierte die Schlacht um Brunete, rund 25 Kilometer westlich von Madrid, in der rund 100.000 Soldaten kämpften. Am 25. Juli 1937 fuhr sie an die Front und ignorierte den Befehl eines Generals, nach Madrid zurückzufahren, weil ein Bombenangriff der »Legion Condor« zu erwarten war. Bald saß sie in einem Unterstand im Bombenhagel und fotografierte, bis sie keinen Film mehr hatte.

Auf abenteuerlichen Wegen nach Mexiko City

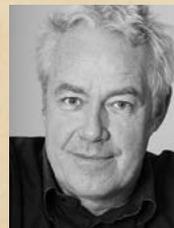
Auf der Rückfahrt griffen die Deutschen erneut mit Tieffliegern an. Taro stand auf dem Trittbrett einer Limousine und klammerte sich an das schnell fahrende Auto. Bei dem Versuch, einem republikanischen Panzer auszuweichen,

Taro war eine sehr fröhliche, optimistische Person, doch sie sah den Tod auf sich zukommen und hatte Angst vor ihm.

streifte der Wagen den Panzer. Taro stürzte auf die Straße, der Panzer zerquetschte ihr mit einer seiner Ketten den Unterleib. Die Ärzte im Lazarett konnten ihr nur noch mit Morphium das Sterben erleichtern.

Der Schweizer Künstler Alberto Giacometti schuf ihr in Paris ein sehr schönes Grab, doch Gerda Taro war bald vergessen. In unauslöschlicher Erinnerung hatte sie ihr Freund Robert Capa, der nie mehr eine so intensive Beziehung zu einer Frau hatte wie mit ihr. 1954 starb er in Vietnam durch eine Mine.

Erst seit dem Fund von rund 800 Negativen 2007, die auf abenteuerlichen Wegen von Spanien nach Mexiko-Stadt gelangt waren, ließ sich Gerda Taros Werk erschließen. Seitdem wissen wir, dass sie und Capa oft dieselben Motive fotografiert hatten. Und es zeigte sich, dass sie keine schlechtere Fotografin war als ihr später weltberühmter Freund. Deshalb nimmt sie heute zu Recht einen prominenten Platz in der Geschichte der Kriegsfotografie ein. ■



Michael Sontheimer ist Historiker, Mitbegründer der Taz, Redakteur bei der Zeit, schreibt seit 19 Jahren für den Spiegel und ist Mitglied des Kuratoriums der Taz Panter Stiftung.



Hajo de Reijger hat erst auf Umwegen zu seinem Beruf gefunden. Nach dem Abbruch des Design-Studiums arbeitete er zunächst als Koch und Tischler, bis er beschloss, seinen Lebensunterhalt als Karikaturist zu verdienen. Er lebt mit seiner Frau und drei Kindern in Amsterdam und arbeitet vor allem für große niederländische Zeitungen wie *AD*, *NRC Handelsblad* und *De Pers*.

De Reijger zeichnet das Informationszeitalter als digitales Durcheinander: Das Netz überschwemmt uns mit Informationen. Nachrichten sind allgegenwärtig, oft frei zugänglich und damit scheinbar immer weniger wert. Dieser Überfluss macht mehr denn je deutlich, wie wichtig es ist, relevante Informationen aus dem Datenwust zu filtern und journalistisch einzuordnen.

Holger Isermann ist freier Journalist, Fotograf und Medienwissenschaftler an der TU Braunschweig.

MESSAGE IMPRESSUM www.message-online.com

ISSN: 1438-499X

Herausgeber:

Prof. Dr. Volker Lilienthal
Dr. Lutz Mücke

Gründungsherausgeber:

Prof. Dr. Michael Haller

Redaktion:

Kathrin Breer (leitende Redakteurin),
Filiz Erkal, Jan Ludwig, Malte Werner,
Eva Boller (in Elternzeit)

Layout: Ute Lederer

Titelbild: Ute Lederer

Verantw. i. S. d. P.: Volker Lilienthal

Korrektorat:

Rebecca Pohle, Claudia Nickels

**Message ist ein Projekt der
Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur
für Praxis des Qualitätsjournalismus
an der Universität Hamburg**

Internationaler Beirat:

Prof. Dr. Hannes Haas † (Wien)
Dr. Mark Hunter (Paris)
Henrik Kauffholz (Kopenhagen)
Hans Werner Kilz (München und Hamburg)
Prof. Dr. Miriam Meckel (St. Gallen)
Prof. Dr. Michael Meyen (München)
Sonia-Seymour Mikich (Köln)
Prof. Dr. Bernhard Pörksen (Tübingen)
Prof. Dr. Stephan Ruß-Mohl (Lugano)
Dr. Dieter Wild (Hamburg)
Prof. Dr. Vinzenz Wyss (Zürich und Winterthur)

Anschrift der Redaktion:

Universität Hamburg
Redaktion *Message*
Sedanstraße 19 (Raum 311)
20146 Hamburg
Telefon 040 428 389 331
Telefax 040 428 389 333
E-Mail: redaktion@message-online.com

Verlag:

Gesellschaft für Medienkultur und
Qualitätsjournalismus gem. UG
c/o Universität Hamburg/IJK
Allende-Platz 1 - 20146 Hamburg

Herstellung:

Holzmann Druck, 86825 Bad Wörishofen

Aboservice:

Verlag der Evangelischen Gesellschaft
Postfach 103852, 70033 Stuttgart
Telefon 0711 60100 40
Telefax: 0711 60100 76
E-Mail: message@evanggemeindeblatt.de

Message erscheint viermal jährlich.

Einzelheft: 14 Euro
Jahresabonnement: 48 Euro (Lieferung
in Deutschland frei Haus, Ausland: zzgl. Porto)
Abonnement für Studenten und Volontäre
(gegen Nachweis): 33,60 Euro
Kündigungsfrist: 4 Wochen zum Jahresende

In Zusammenarbeit mit:
British Journalism Review, London, und
Problemi dell'Informazione, Bologna.

Wer bestimmt, was Deutschland liest?



95%

MÄNNLICHE

CHEFREDAKTEURE

ProQuote 

Für mehr Entscheiderinnen in den Medien
WWW.PRO-QUOTE.DE

Mitmachen, Mitglied werden!



NMJ

New Media Journalism

**BERUFSBEGLEITENDES
MASTERPROGRAMM**

leipzig **school
of media**