

medium

mediummagazin.de

Magazin für Journalisten

#6/2019
EURO 12,-

Juan Moreno

DER JOURNALIST DES JAHRES

Plus

Die Besten 2019

Gisela Friedrichsen, Georg Löwisch,
Lorenz Maroldt, Anna Sauerbrey,
Annette Dittert, Horst von Buttlar,
Benjamin Best, Jan Böhmermann,
Jana Hensel, Malte Kreuzfeldt,
Julian Feldmann, Katharina
Iskandar, Christina Schmidt,
Sebastian Erb, Daniel Schulz,
Alexander Nabert, Martin Kaul

EURO 12,- · Postfach 1152, 8338 Freilassing · ISSN 0178-8558 · Y9072 E | Foto: Paula Winkler



9 006172 000030

MISSION 2050
NULL EMISSIONEN
GOGREEN



WEIL WIR DIE WELT LIEBEN

Die Zukunft der Logistik muss nachhaltig sein. Unser Ziel lautet: null Emissionen bis 2050.
Diesen Weg gehen wir gemeinsam mit unseren Kunden und Partnern.

[dhl.com/gogreen](https://www.dhl.com/gogreen)





ANNETTE MILZ
ist Chefredakteurin des medium magazins.
FOTO: E. HÄBERLE

Licht und Schatten

Der Fälscher-Fall Relotius wird uns noch weiter beschäftigen. Das hat auch positive Seiten.

Das Jahr 2019 wird lange nachhallen. So viel Licht und Schatten in der Branche: Großartige Leistungen im nationalen wie regionalen Journalismus stehen neben Tiefschlägen – allen voran der Fälscher-Fall Relotius. Er traf in erster Linie die überregionalen Medien. Im Lokalen wäre ein solcher Betrug kaum möglich: Die Nähe des Themas und der Protagonisten zur Leserschaft ist immer noch die beste Kontrollinstanz.

Eine gesunde demokratische Gesellschaft braucht jedoch beides: den journalistischen Blick auf die lokale Nähe und den Weitblick in die Welt. Der aber steht seit „Relotius“ fast unter Generalverdacht. „Das Urvertrauen, dass Reporter hingehen und aufschreiben, was sie sehen, ist weg“, konstatiert Zeit-Reporter Stephan Lebert (Seite 22). Aber er sagt auch: Das Misstrauen sei „bis zu einem gewissen Grad“ gut. Viele Redaktionen haben inzwischen ihre Regeln zur Qualitätssicherung überarbeitet und journalistische Standards diskutiert. Die Debatte wird uns weiter beschäftigen – auch in ihren Auswirkungen auf das Verhältnis von Freien zu ihren auftraggebenden Redaktionen.

Dass sie in dieser Wucht zustande kam, ist vor allem Juan Moreno zu verdanken. Seine hartnäckigen Recherchen, trotz interner Widerstände, haben den Fälscher Relotius auffliegen lassen – und damit das Medienthema des Jahres 2019 gesetzt. Im Interview mit Hilmar Poganatz bekennt Moreno: „Ich würde mein letztes Jahr niemandem wünschen“ (Seite 16).

Nun versucht Relotius, mit Hilfe seines Anwalts gegen einige Punkte in Morenos Buchs „Tausend Zeilen Lüge“ vorzugehen. Bisher hat sich Moreno zu den Vorwürfen nicht im Detail geäußert – auch auf Anraten seines Anwalts Roger Mann: „Man muss sich nicht gegen jeden Unsinn verteidigen und vor allem: Man sollte nicht über jedes Stöckchen springen, das einem hingehalten wird.“ Mann kritisiert: „Das ist so eine durchsichtige Strategie – dieser Versuch, den Aufdecker auf das Niveau des Fälschers zu ziehen. Ich finde es erschreckend zu sehen, wie leicht einige Journalisten dem auf dem Leim gehen. Das kann man sich wohl nur mit der Lust an der Demontage erklären.“

Eine große Mehrheit der JdJ-Jury sah das ähnlich. Eine Stimme, stellvertretend für andere: „Erst machte man aus ihm den Retter des Journalismus, dann sprach man ihm die Glaubwürdigkeit ab, als sich die Meute auf seine kleinen Fehler stürzte. Was hoffentlich am Ende bleiben wird, ist eine bedeutsame Recherche, ein wichtiges Buch und der Preis für den Journalisten des Jahres 2019.“ Die Hoffnung hat sich bestätigt: Juan Moreno ist der Journalist des Jahres 2019 (siehe JdJ-Special).

Ein Tipp: Wenn Sie etwas Gutes tun möchten zum Jahresende, empfehlen wir Ihnen eine Spende für den gemeinnützigen Verein Journalisten helfen Journalisten. Seit 1983 kümmert er sich um in Not geratene Journalistinnen und Journalisten in Kriegs- und Krisengebieten. Anlass für die Gründung war damals die Ermordung von SZ-Reporter Egon Scotland, der als erster Journalist dem Balkankrieg zum Opfer fiel.

Mitbegründerin der JhJ war Christiane Schlötzer, seine Frau und Kollegin: Sie geht Ende Januar 2020 als Korrespondentin der Süddeutschen Zeitung in den Ruhestand. Doch die Arbeit für JhJ geht weiter. Mit ihrer Unterstützung des Vereins setzen Sie ein gutes Zeichen. <http://journalistenhelfen.org/>

In eigener Sache: Der Jahreswechsel bedeutet auch Abschied und Neubeginn: Jens Twiehaus verlässt mit dieser Ausgabe die Redaktion von medium magazin. Vielen Dank, Jens, für die wirklich tolle, fruchtbare und inspirierende Zusammenarbeit seit 2013. Wir werden dich im Team vermissen! Für deine weiteren Pläne wünschen wir dir nur das Beste. Zum Glück bist du ja nicht ganz aus der Welt für uns. Neu in der Redaktion ist Alexander Graf: Der freie Journalist aus Mannheim hat früher für die Rheinpfalz gearbeitet und sich seit einiger Zeit auf Medienthemen spezialisiert. Herzlich willkommen im Team! Mit dieser Neuerung bei medium magazin sei es aber für 2020 nicht getan. Wir haben eine Menge Pläne – und fangen hier schon mal mit der praktischen Umsetzung an: Zusammen mit den Mehrwertmachern in Dresden werden wir uns künftig regelmäßig dem Thema Leseanalyse und Textqualität widmen (Seite 68). Übrigens, einen Tipp daraus haben wir gleich selbst berücksichtigt (siehe Jakob Vicaris Empfehlungen für „20 Dinge, die Sie 2020 tun sollten“, Seite 24).

Blieben Sie uns gewogen. Wir versprechen Ihnen: Das gilt auch umgekehrt. In diesem Sinne Prosit 2020!



24 Extraseiten mit den Preisträgerinnen und Preisträgern der #JdJ2019 finden Sie ab Seite 18.

IMPRESSUM

mediummagazin.de
medium
Magazin für Journalistinnen und Journalisten

medium magazin
Unabhängige Zeitschrift
für Journalistinnen und Journalisten
33. Jg., Nr. 6/2019
Gegründet von Sebastian Turner

Chefredakteurin
Annette Milz (V.i.S.d.P.,
Frankfurt/Main)

Redaktion
Daniel Bouhs (Berlin), Alexander Graf
(Mannheim), Dr. Anne Haeming (Berlin),
Senta Krasser (Köln), Ulrike Langer
(Seattle), Inge Seibel (Hamburg), Florian
Sturm (Leipzig), Jens Twiehaus (Berlin)

Autoren und Autorinnen
Enrico Bach, Astrid Csuraji, Prof. Gero
Himmelsbach, Anton Hunger, Norbert
Küpper, Annette Ramelsberger,
Wiebke Ramm, Prof. Tanjev Schultz,
Stephan Seiler, Rainer Stadler, Bernd
Stössel, Dr. Jakob Vicari

Anzeigen- und Medienberatung
Ruperta Oberauer
Tel. +43 6225 2700-35
ruperta.oberauer@oberauer.com

Redaktion
Im Uhrig 31, 60433 Frankfurt am Main
Tel. 069 952979-44, Fax -45
E-Mail: redaktion@mediummagazin.de
www.mediummagazin.de
#twitter @mediummagazin
www.facebook.com/mediummagazin

Verlag und Medieninhaber
Johann Oberauer GmbH
Postanschrift: Postfach 11 52,
83381 Freilassing
Zentrale: Fliederweg 4,
A-5301 Salzburg-Eugendorf
Tel. +43 6225 2700-0, Fax -11

Produktion
Martina Hutya, Sabrina Weindl,
Katrín Hintereder, Gerald Neubacher

Abo- und Vertriebs hotline
Tel. +43 6225 2700-41, Fax -44
E-Mail: abo@mediummagazin.de

Druck
Druckerei Roser, Salzburg



Juan Moreno,
Journalist des Jahres 2019

TRANSPARENZ HILFT AM MEISTEN

Juan Moreno hat Ende 2018 die Fälschungen von Claas Relotius aufgedeckt. Damit setzte er ein Thema, das die Medienbranche anhaltend beschäftigt. Der nun zum „Journalist des Jahres 2019“ gewählte Reporter sagt selbst in unserem Interview mit Hilmar Poganatz: „Ich würde mein letztes Jahr niemandem wünschen.“ Seite 16

Die Begründung der medium-magazin-Jury für diese Wahl sowie für alle JdJ2019 im Special, Seite 18

RUBRIKEN

- 6 **Spektrum.** European Newspaper Awards 2019, Lese- und Hörtipps der medium-magazin-Redaktion
- 7 **Nachgefragt bei ...** Tobias Hausdorf, Volontär, zur Debatte über Praktikantenbezahlung *Alexander Graf*
- 10 **Meisterstücke.** Drei herausragende Texte und ihre Autoren *Senta Krasser*
- 12 **Junge Perspektiven.** Sag doch mal ... Jacqueline Goebel, WiWo *Inge Seibel*
- 68 **Leseanalyse.** Listicals. Unsere neue Serie zur Textqualität *Enrico Bach*
- 70 **Kiosk.** Markt für Freie *Bernd Stössel*
- 72 **Recht.** Vergiss es, Google! *Gero Himmelsbach*
- 74 **PR-Personalien.** (Seiten-)Wechsel in der Branche *Inge Seibel*
- 75 **Die Hunger-Kolumne.** Autorisieren? Ja, bitte *Anton Hunger*
- 76 **Pressepersonalien.** Köpfe und Karrieren *Jens Twiehaus*
- 82 **Terminal.** Fragebogen. Moritz Döbler, Ermöglicher mit Liebesbedürfnis

MEDIEN & KÖPFE

- 24 **Agenda 2020.** 20 Dinge, die Sie sich für die nächste Dekade vornehmen sollten. Spaß am Experimentieren gehört auch dazu. *Jakob Vicari*
- 28 **30 Fragen an die Branche.** Was die Nachwuchstalente im Journalismus umtreibt. Und wie lauten Ihre Antworten darauf? *Annette Milz*
- 32 **Hauptsache reden.** „Die Sehnsucht nach Gesprächen war noch nie so groß wie heute“, sagt Christoph Amend, Zeit-Magazin. Ein Gespräch über Gespräche – und darüber, was die Podcast-Welle mit dem Nationalsozialismus zu tun hat. *Anne Haeming*
- 36 **Und ... Action!** Was journalistische Live-Formate erfolgreich macht und warum sie gerade jetzt gebraucht werden. Sechs ganz verschiedene Beispiele mit Zukunft. *Astrid Csuraji*
- 40 **Hört euren Nutzern zu!** Das US-Startup Harken hat sich auf „Public Powered Journalism“ spezialisiert. 2020 expandiert es nach Deutschland. *Ulrike Langer*
- 44 **Und der Zukunft zugewandt.** Heimatpflege seien ihre Titel für viele in Ostdeutschland, so Stefan Kobus von



„Besser schreiben: Titeln für Online“

Die medium-magazin-Journalistenwerkstatt von Anne-Kathrin Gerstlauer ist für Abonnenten gratis in dieser Ausgabe enthalten. Nachbestellungen über: shop.oberauer.com/werkstatt/journalisten-werkstatt



CHRISTOPH AMEND:

„Die Sehnsucht nach Gesprächen war noch nie so groß wie jetzt.“

Seite 32



KATJA BAUER:

„Es geht auch ohne Ich, oft sogar besser.“

Seite 52

KLEINGEDRUCKTES

Die Kreuze

im Leben des Menschen sind wie die Kreuze in der Musik: Sie erhöhen!“, sagte Ludwig van Beethoven. Er wusste nur allzu gut, wovon er da sprach. Bereits taub erschuf er aus Friedrich Schillers Ode „An die Freude“ eine musikalische Hymne für die Ewigkeit: „Freude, schöner Götterfunken, Tochter aus Elysium ... alle Menschen werden Brüder, wo dein sanfter Flügel weilt.“ Die EU hat sie 1985 zu ihrer offiziellen Hymne erkoren, weil: „... sie versinnbildliche die Werte, die alle teilen, sowie die Einheit in der Vielfalt.“ Hach ja. Prosit Neujahr, denn 2020 wird nun ein Doppel-B-Jahr: Brexit und Beethoven. Schatten und Licht. Und jede Menge Kreuze in Sicht – im Job, im Leben, im Land – und in der Branche. Also krempeln wir die Ärmel hoch und schauen positiv nach vorne. Wir planen nämlich eine Reihe Neuerungen für 2020. Schließlich wollen wir nach besten Kräften dazu beitragen, dass die Welche-Kreuz-auch-immer Sie erhöhen mögen. So steht ganz oben auf unserer Agenda 2020: Wir lieben unsere Leser und Leserinnen, komme, was wolle! Zugegeben: ganz besonders dolle, wenn Sie medium magazin abonniert haben. Für den unwahrscheinlichen Fall, dass Sie das noch nicht getan haben: Geht ganz einfach, in Print oder digital, und kostet nur steuerlich absetzbare 68 Euro im Jahr – für Studenten und Studentinnen nur 48 Euro/Jahr: <https://tinyurl.com/shop-mediummagazin>. Wir freuen uns auf Sie! Für den Auftakt in die neue Dekade wünschen wir Ihnen nur das Beste. Prosit! *Annette Milz*

PRAXIS

Super-Illu und Wolfgang Hübner von Neues Deutschland. Anne Haeming besuchte die Redaktionen und entdeckte einige Gemeinsamkeiten.

Anne Haeming

48 **„Ein Stück Hoffnung“.** 2019 bestätigte auf schlimme Weise: Rechtsradikalismus ist eine unterschätzte Gefahr. Was das SZ-Reporterteam der NSU-Protokolle im vergangenen Jahr erlebte, macht aber auch ein bisschen Mut.

Annette Ramelsberger, Wiebke Ramm, Tanjev Schultz, Rainer Stadler

52 **„Eine unheimliche Wut ... war in der Luft“**, sagt Katja Bauer, Reporterin der Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten, über ihr schlimmstes Erlebnis. Aber auch das: „Ein Nein kenne ich nicht.“ Teil 28 unserer Interviewreihe über das Schreiben.

Stephan Seiler

58 **Drei Inspirationen.** Volos für Schulen, ein Kanal für Eltern und ihren Nachwuchs und eine ganz besondere Rotlicht-Serie: Interessante Projekte von Heilbronner Stimme, Augsburg Allgemeine und Kölner Stadt-Anzeiger.

Senta Krasser

- 60 **Finde den Fehler.** Manipulierte Fotos und Nachrichten kursieren zuhauf im Netz. Jeder Journalist sollte daher heute Methoden der Verifikation beherrschen. Mit den richtigen Tools geht's ganz einfach.
- 66 **Das höchste Gebot.** Wie Redaktionen Faktchecking im Alltag nutzen.

Florian Sturm

#JDJ2019



Die Journalistinnen und Journalisten des Jahres 2019: Alle Ausgezeichneten im 24-Seiten-Special, Seite 18

PRINT

Europas Zeitungen des Jahres 2019

Die besten Zeitungen des Jahres 2019 kommen aus Norwegen, den Niederlanden, Portugal, Großbritannien – und aus Deutschland.

Die Preisverleihung findet vom 26. bis 28. April 2020 beim „European Publishing Congress“ im Schloss Schönbrunn in Wien statt.

Anmeldung: publishing-congress.com

Alle Infos zu den Ergebnissen des 21. European Newspaper Award (Veranstalter Norbert Küpper): newspaperaward.org



PÚBLICO, PORTUGAL
European Newspaper of the Year (National)



FÆDRELANDSVENNEN, NORWEGEN
European Newspaper of the Year (Local)



FULDAER ZEITUNG, DEUTSCHLAND
European Newspaper of the Year (Sonderpreis)

Die Begründung der Jury: „Die Fuldaer Zeitung weicht konsequent vom Aufbau vergleichbarer Zeitungen ab und schafft eine für Regionalzeitungen ungewöhnliche Magazin-Atmosphäre. Zweifellos ein Vorbild für Zeitungen in Europa.“



FT WEEKEND, GROSSBRITANNIEN
European Newspaper of the Year (Weekly)



LEEUWARDER COURANT, NIEDERLANDE
European Newspaper of the Year (Regional)

FOTOS: JAN KLEIN, MARC ZIMMER

„Es ist fatal, wenn immer nur dieselben Leute mitreden.“

INTERVIEW: ALEXANDER GRAF

Tobias Hausdorf, Volontär an der Evangelischen Journalistenschule

NACHGEFRAGT. **AUSBILDUNG**

„Das System muss offener werden“

Wer Praktikanten nicht bezahlt, verhindert Diversität in den Medien, sagt Tobias Hausdorf. Der Volontär kritisiert vor allem die Öffentlich-Rechtlichen.

Tobias, eigentlich wolltest du nicht über Geld und Journalismus reden, schreibst du in einem Twitter-Thread, der zum Jahresende in der Branche für viel Aufsehen gesorgt hat. Was war der Grund dafür, dass du es dann doch tun musstest?

Tobias Hausdorf: Ich bin an der Evangelischen Journalistenschule in Berlin und mache gerade ein dreimonatiges Praktikum beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Von einer Vergütung steht nichts im Vertrag. Allein das rechtfertigt meiner Meinung nach schon eine kritische Auseinandersetzung. Der eigentliche Auslöser meines Tweets war aber ein anderer: Als eine Redakteurin krank wurde, habe ich sie drei Tage vertreten. Auf Nachfrage, ob es dafür eine Entlohnung gebe, hieß es dann, meine Arbeit sei ja nicht vollwertig gewesen. Diese mangelnde Wertschätzung hat mich schon irritiert. Ich habe mich dann in meinem Jahrgang umgehört und festgestellt, dass elf von 16 Leuten für ihr Praktikum bei den Öffentlich-Rechtlichen kein Geld bekommen. Dieses Gesamtbild hat mich dann wirklich geärgert.

Schlecht oder gar nicht bezahlte Praktika sind in der ganzen Medienlandschaft ein Problem. Du nimmst die Öffentlich-Rechtlichen aber besonders in die Pflicht?

Ich finde es schon perfide, dass ausgerechnet diejenigen, die einen gesellschaftlichen Auftrag zur Demokratieförderung haben, ihren Nachwuchs auf diese Weise extrem selektieren. Wie sollen sie diesen Auftrag erfüllen, wenn bestimmte junge Leute bereits vom Journalismus abgehalten werden, weil sie sich ein Praktikum nicht leisten können? Es heißt immer, wir müssen diverser werden – aber letztlich findet man dann überall wieder die gleichen Personen.

Dahinter steckt ein großes Strukturproblem: Journalist zu werden, muss man sich offenbar leisten können. Du selbst kommst auch nicht aus dem klassischen Bildungsbürgertum. Gab es Momente, wo du an den

strukturellen Hürden fast gescheitert wärest? Ich habe mich aus den genannten Gründen schon nach der Schule erst einmal gegen den Journalismus entschieden, obwohl dieser Beruf damals mein großer Traum war. Es war einfach klar, dass ich etwas machen musste, womit ich schnell auf eigenen Beinen stehen konnte. Später habe ich dann gemerkt, dass gute Noten und viele Praktika offenbar auch nicht reichen – ohne diese türöffnenden Netzwerke, die vor allem an den renommierten Journalistenschulen gestrickt werden, wird es ziemlich schwer.

Lehrjahre sind keine Herrenjahre, heißt es oft von denen, die es schon geschafft haben. Ein Spruch, der ausgedient hat?

Ich kann damit wenig anfangen. Es ist doch vollkommen klar, dass bei einem Praktikum das Lernen im Vordergrund steht und man dafür hart arbeiten muss. Aber das bedeutet doch nicht, dass man in existenzielle Not geraten muss, weil man während des Praktikums nicht weiß, wie man seine Miete bezahlen soll.

Zahlreiche Kolleginnen und Kollegen haben auf den Tweet reagiert und ihre eigenen negativen Erfahrungen geteilt. Bestärkt dich das oder wirkt die offensichtliche Größe des Problems eher entmutigend?

Es hat mich eher darin bestätigt, dass man dringend etwas ändern muss. Wenn sich viele vernetzen, kann man vielleicht etwas bewegen. Wir als Jahrgang sind in Kontakt mit anderen Schulen, wo man ebenfalls beginnt, sich ernsthaft Gedanken darüber zu machen, wie man bei den Themen Bezahlung und Diversität etwas ändern kann.

Auf den Podien beschäftigt das Thema Diversität die Branche schon lange – in den Redaktionen sieht es aber immer noch mau aus. Wie kann man da endlich Abhilfe schaffen?

Das ganze System muss offener werden. Etwa in der Journalistenausbildung, bei der Auswahl der Bewerber. Dieser bisweilen



VITA

Tobias Hausdorf

Der gebürtige Berliner (Jahrgang 1993) ist derzeit Volontär an der Evangelischen Journalistenschule. Als Praktikant und freier Mitarbeiter hat er unter anderem für die taz, die Märkische Oderzeitung und Spiegel Online geschrieben. Für Diskussionen sorgte Hausdorf zuletzt mit einem hundertfach geteilten Twitter-Thread, in dem er den Zusammenhang zwischen unbezahlten Praktika und mangelnder Diversität in den Redaktionen anprangert. In einem Essay für Spiegel Online hat er diese Thesen anschließend noch einmal präzisiert.

etwas elitär anmutende Zirkel der einschlägigen Schulen müsste vielleicht auch etwas aufgebrochen werden. Aber dieses Ausleben fängt ja eigentlich schon viel früher an. Ich würde mir deshalb wünschen, dass es umfassende Programme und Ideen gibt, wie man ganz unterschiedliche junge Leute in die Medienhäuser Reinholt und an den Beruf heranhöhrt. Im Journalismus werden schließlich immer noch gesellschaftliche Diskurse geprägt – es ist einfach fatal, wenn dort stets nur dieselben mitreden.

ALEXANDER GRAF
ist Redaktionsmitglied des
medium magazins und freier
Journalist in Mannheim.

alexander@a-graf.net



Unsere 17 Bücher- & Podcast-tips zum Jahreswechsel

Die Lese- und Hörempfehlungen der Redaktionsmitglieder von medium magazin:

1 John Strelecky: Auszeit im Café am Rande der Welt (dtv Verlagsgesellschaft 2019)
Der dritte Teil aus Streleckys Café-Serie: Kein klassisches Medienbuch, aber hilfreich für jeden, der sich fragt, wohin es gehen soll im Leben – und auch jene, die diese Frage bislang (un)bewusst gescheut haben. Kurzweilige Lektüre mit meist anhaltenden Folgen. *Florian Sturm*

2 Franz von Kempis: Anleitung zum Widerspruch (Mosaik 2019)
Falls Sie sich für kontroverse Politikdiskussionen in der Familie zu Weihnachten und darüber hinaus wappnen wollen, sei Ihnen dieses Buch ans Herz gelegt. Franz von Kempis – auch bekannt als „Besorgte Bürgerin“ (so ihr Social Videoblog) und im Hauptberuf CvD bei t-online.de – hat ihre Tipps für „Klare Antworten auf populistische Parolen, Vorurteile und Verschwörungstheorien“ gebündelt aufgeschrieben. Eine echte Argumentationshilfe. Oder haben Sie immer die passende Antwort parat? *Annette Milz*

3 Seymour M. Hersh: Reporter. Der Aufdecker der amerikanischen Nation (Ecowin Verlag 2019)
Seine Reportage über die Kriegsverbrechen der US-Armee in My Lai machte ihn weltbekannt. Ein halbes Jahrhundert später legt Seymour M. Hersh, mit 82!, seine Memoiren vor. Blickt darin zurück auf das „goldene Zeitalter des Journalismus“, spart Selbstzweifel und manches Scheitern nicht aus. Ein bessener Rechercheur. Ein großartiger Erzähler. Lange lebe er! *Senta Krasser*

4 Clemens Schwender, Cornelia Brantner, Camilla Graubner, Joachim von Gottberg (Hrsg.): Zeigen. Andeuten. Verstecken. Bilder zwischen Verantwortung und Provokation (Halem Verlag 2019)
„Bild schlägt Wort“, heißt es. Doch was für eine Verantwortung erwächst daraus?

Was zeigt man und wie? Was ist beim Fotografieren erlaubt, damit die Würde des Fotografierten keinen Schaden nimmt? Schon vor Ibiza-Gate wurde über die ethischen, moralischen und rechtlichen Grenzen diskutiert. Hier ist der aktuelle Forschungsstand (auch Forschungslücken!) sehr gut, wenn auch sprachlich anspruchsvoll zusammengefasst. *Senta Krasser*

5 Ferda Ataman: Hört auf zu fragen. Ich bin von hier! (Fischer 2019)
Mit „Smalltalk und Blutwurst“ beginnt das Buch. Damit ist der heitere Ton für ein gar nicht so heiteres Thema gesetzt: Mit einer gehörigen Portion Selbstironie und fränkischer Heimatverbundenheit erklärt Ferda Ataman, wie das so ist, wenn man ständig aufgrund seines Namens oder Aussehens gefragt wird: Woher kommst du denn? Die Mitgründerin der Neuen deutschen Medienmacher kommt, ganz klar, von hier. Und spätestens nach dieser Lektüre weiß man, warum Redaktionen mehr Diversität gut täte. *Annette Milz*

6 Sven Preger: Geschichten erzählen. Storytelling für Radio und Podcast (Springer VS 2019)
Sven Preger ist Diplom-Journalist und systemischer Coach. Sein Spezialgebiet: komplexe Geschichten erzählen. In seinem Buch findet er kompetente Antworten auf wichtige Fragen zum Storytelling: Welche Stoffe taugen für lange Geschichten? Wie halte ich die Spannung von Anfang bis Ende aufrecht? Wie finde ich meine Erzählstimme? Pregers eigene Geschichten (z. B. „Der Anhalter“) wurden bereits mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet. *Inge Seibel*

7 Robert Gernhardt: Reim und Zeit. Gedichte (Reclam 2009, auch als Hörbuch)
Sein „Blick für den alltäglichen Schwachsinn“ ist einfach großartig. Gernhardt, einst Mitglied der Frankfurter Schule, ist 2006 viel zu früh gestorben. Aber seine Texte leben – und wie! *Annette Milz*

8 West Wing Weekly
thewestwingweekly.com
Die perfekte Verbindung aus aktueller US-Politik und TV-Serien-Nerderei – seit 2016 besprechen Joshua Malina und Hrishikesh Hirway jede Woche eine Folge der

legendären Aaron-Sorkin-Serie „The West Wing“. Im Januar endet das Mammut-Projekt mit der letzten Folge von Staffel 7. Sie schauen auf die Themen der hochpolitischen Serie immer im Spiegel aktueller Ereignisse. Und das jedes Mal so informativ, komisch, analytisch, dass man im Februar am besten wieder bei Folge 1 anfängt. *Anne Haeming*

9 Imagined Life (Wondery)
wondery.com/shows/imagined-life
Wie fühlt es sich an, das Leben berühmter Personen zu leben? Virginia Madsen und Robbie Daymond nehmen ihr Publikum mit auf eine immersive Reise durch die Biografien von Elon Musk, J. K. Rowling oder Pablo Escobar. Mit permanenter direkter Höreransprache, großartigem Storytelling und szenischen Nacherzählungen entsteht so tatsächlich das Gefühl, in den Schuhen des Protagonisten zu stecken. Da die Identität der jeweiligen Person erst am Ende der Folge aufgeklärt wird, ist Imagined Life gleichzeitig noch eine inhaltliche Schnitzeljagd. *Florian Sturm*

10 Cosmo-Tech
tinyurl.com/cosmotech-wdr
Man kann es Podcast nennen oder einfach professionelles Radio vom Feinsten. Jörg Schieb und Dennis Horn, Radio- und TV-Profis bei der ARD und anerkannte Experten der Tech-Welt, legen alle zwei Wochen bei WDR Cosmo den Finger auf das Gefahrenpotenzial unserer vernetzten Welt. Mit journalistischem Anspruch und in bester Tonqualität, dabei weder rechtshaberisch noch „missionierend“. *Inge Seibel*

11 Pod Save America
crooked.com/podcast-series/pod-save-america
PSA ist das Flaggschiff des Podcast-Produzenten Crooked Media. Seit Januar 2017 diskutieren die ehemaligen Obama-Mitarbeiter Jon Favreau, Tommy Vietor, Jon Lovett und Dan Pfeiffer im Wechsel zweimal wöchentlich mit Gästen aus der Politik. Momentan dreht sich alles um das Amtsenthebungsverfahren gegen Trump und die demokratischen Präsidentschaftskandidaten. Spannend, unterhaltend, hintergründig und lehrreich für jeden, der tiefer in die Materie der US-Politik einsteigen will. *Ulrike Langer*

12 Mensch Mutta
menschmutta.de In der siebenteiligen Podcastserie erzählt Katharina Thoms, Radio- und TV-Journalistin sowie Grimme-Online-Preisträgerin 2019, sehr persönlich und authentisch über das Leben ihrer Mutter in der DDR bis zum Fall der Mauer. Ein Blick auf das „normale“ Leben in der DDR, abseits von Flucht, Mauer und Stasi. Absolut hörenswert. *Inge Seibel*

13 „Dr. Death“ (Wondery)
wondery.com/shows/dr-death/ (auch auf Deutsch) In zehn spannenden Folgen präsentiert die Wissenschaftsjournalistin Laura Beil die Geschichte des amerikanischen Chirurgen Christopher Duntch – einem narzisstischen, drogenabhängigen Arzt, der sich grobe Behandlungsfehler erlaubt, seinen besten Freund dadurch in den Rollstuhl bringt, sogar zwei Todesfälle zu verantworten hat – und trotzdem weiter operierte. *Florian Sturm*

14 „Der Role Models Podcast“
rolemodels.co/podcast/ „Offene, weitreichende und oft ganz persönliche Gespräche mit inspirierenden und erfolgreichen Frauen“ war das Ziel der beiden Hosts Isa Sonnenfeld und David Noëll beim Start – und es ist gelungen: Zu den Role Models der Gesprächspartnerinnen gehören auch diverse Journalistinnen, wie Anne Will („Wie gehst du mit Pannen um?“). Zuhören lohnt sich! *Annette Milz*

15 Hotel Matze (Mit Vergnügen)
mitvergnuegen.com/hotelmätze Mathias „Matze“ Hielscher, einst Bassist der Band Virginia Jetzt! trifft sich wöchentlich mit spannenden Persönlichkeiten aus Kunst, Kultur, Politik und Entertainment. Die Interviewführung ist nicht immer strikt journalistisch, aber auch deshalb oft interessant. Highlights sind u. a. die Gespräche mit Giovanni di Lorenzo, Thees Uhlmann und Sabine Rückert. *Florian Sturm*

16 „Geheimakte Peggy“
antenne.de/programm/podcasts/geheimakte-peggy/ Ein neunjähriges Mädchen verschwindet in der bayerischen Provinz, die Leiche wird Wochen später gefunden. Doch der Mörder ist bis heute nicht identifiziert.

Ein wahrer Kriminalfall, an dem Antenne-Bayern-Reporter Christoph Lemmer Jahre dran war. Wer seinen Podcast „Geheimakte Peggy“ hört, kann nicht mehr abschalten. True Crime nach bester „Serial“-Art! *Senta Krasser*

17 The Daily (New York Times)
www.nytimes.com/thedaily Seit Februar 2017 präsentiert Host Michael Barbaro jeden Wochentag Hintergrundgeschichten zu den aktuellsten Beiträgen und Recherchen der New York Times – meist im Zwiegespräch mit den Reportern. Pro Folge 20 bis 25 Minuten. Absolut hörenswert. *Florian Sturm*

JOURNALISTEN PREISE

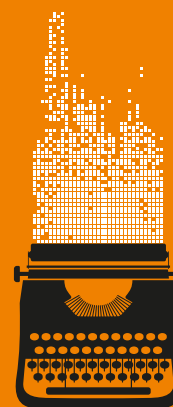
DER BAYERISCHEN
VOLKSBANKEN UND
RAIFFEISENBANKEN

Die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken würdigen seit 2012 herausragende journalistische Arbeiten. Dieses Jahr schreiben sie den Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Preis zum Thema Wirtschaftliche Bildung (8.000 Euro), den Hermann-Schulze-Delitzsch-Preis zum Thema Verbraucherschutz (8.000 Euro) und den Förderpreis für junge Wirtschaftsjournalistinnen und -journalisten (4.000 Euro) aus. Ausgezeichnet werden Beiträge, die 2019 erschienen sind.

Bewerben können sich Journalistinnen und Journalisten, die in Bayern wohnen oder für ein bayerisches Medienhaus arbeiten. Der Förderpreis wird ausschließlich an Nachwuchswirtschaftsjournalistinnen und -journalisten unter 30 Jahren vergeben.

Wir freuen uns über Ihre Bewerbung. Schicken Sie diese bitte bis zum 30. April 2020 an den Genossenschaftsverband Bayern e. V., Ursula Weiß, Türkenstraße 22 – 24, 80333 München, presse@gv-bayern.de

Oder reichen Sie Ihre Unterlagen online ein unter www.gv-bayern.de/journalistenpreise
Hier finden Sie auch Bewerbungsmodalitäten und rechtliche Hinweise.



2020

**Bewerben
bis 30. April 2020**

**Preisgelder
insgesamt
20.000 Euro!**



30 Fragen an die Branche

Was bewegt junge Journalistinnen und Journalisten, welche beruflichen Fragen treiben sie derzeit um? Wir haben unsere Top 30 bis 30 gefragt und heraus kamen: 30 Fragen an die Zukunft der Medien.

Zum vierten Mal haben wir unsere journalistischen Nachwuchstalente des Jahres, die „Top 30 bis 30“, zur Konferenz nach Frankfurt eingeladen – um einen ganzen Tag lang über Herausforderungen der Branche und Branchenprobleme, über die Gegenwart und Zukunft der Medien zu diskutieren.

Die Konferenz, zu Gast in der Frankfurter Zentrale der Commerzbank, versteht sich als geschützter Raum der offenen Aussprache und des Austauschs über eigene Fragen und die der anderen, was man von erfolgreichen Initiativen lernen kann, aber ebenso von Fehlern und „Fails“. Und wie man in unruhigen und jobunsicheren Zeiten Qualitätsjournalismus sichern kann.

Zudem hatten wir alle aufgefordert, Fragen zu formulieren zu Themen, die junge Kolleginnen und Kollegen derzeit umtreiben.

Herausgekommen sind 30 Cluster-Fragen, die wir Ihnen hier vorstellen quasi als Agenda für 2020 – als Stoff zum Nachdenken, zur Anregung und zum Beantworten.



Alle Top 30 bis 30 auf einem Plakat: Interessenten schicken wir gerne das Plakat als PDF. Bitte E-Mail an: redaktion@mediummagazin.de

Die 30 Fragen der Top 30 bis 30:

1. Wie können wir junge Leute besser erreichen und informieren, wenn sie Journalismus vor allem über die sozialen Netzwerke konsumieren?

2. Die jungen Kolleginnen und Kollegen werden vielerorts mit dauerbefristeten, schlecht bezahlten Verträgen und überlangen Arbeitszeiten abgespeist. Wie kann man das ändern? Warum ist das Umfeld für junge Journalistinnen und Journalisten in traditionellen Medien oft so giftig, und was tun wir dagegen?

3. Wie kann ich mir – außer zu twittern – über meine Redaktion hinaus als Journalistin einen Namen machen?

4. Wie verhandelt man das Honorar?

5. Mitmischen – „Girls Clubs“ gründen – protestieren? Wie können Frauen mit „Boys Clubs“ in den Redaktionen umgehen?

6. Welche Rollen brauchen wir in Zukunft in Redaktionen und wie können wir diese auch etablieren?

7. Wie schaffen wir in der Medienwelt Raum für Experimente, die im Zweifel auch mal scheitern dürfen? Haben Medienhäuser genug Mut für Veränderung – auch wenn es dafür Geld braucht, das dann anderswo fehlt?

8. Wie kann man journalistische Innovation monetarisieren? Und wie erreichen wir wieder mehr, vor allem jüngere Menschen, die auch für unsere Angebote zahlen?

9. Digitale Innovationen: Was hat sich bewährt, was nicht? Wie können interaktive

Erzählformate/Visualisierungen/Tools wieder verstärkt im Redaktionsalltag realisiert werden – nachdem der „Snowfall“-Hype verebbt ist? Welche neuen Formen und Synergieeffekte sind möglich?

10. Wie geht eine Annäherung zwischen Print- und Onlineredaktionen – ohne Grabenkämpfe?

11. Sind Redaktionen zu hierarchisch und fördert das Fehler? Und wenn ja, wie lässt sich das ändern?

12. Nach den Landtagswahlen und Mauer-Jubiläum: Wie berichten wir weiter über Ostdeutschland?

13. Warum reden alle übers Klima, und wenn man drüber schreibt, will's keiner lesen? Alle wollen politisch korrekt sein, aber wenn man das ist, empfinden Lesende das häufig als langweilig – wie trifft man da den richtigen Ton?

14. Wie sehr hat Claas Relotius das Vertrauen in unsere Arbeit erschüttert – und wie reagieren wir darauf? Wie erzählen wir Geschichten post Relotius?

15. Brauchen wir mehr Haltung im Journalismus? Wie viel Meinung darf/soll/muss ein Journalist gegenüber der Leserschaft vertreten? Sollten Meinungsbeiträge eher wieder zur Ausnahme werden? Wäre es vertrauensbildend, wenn wir mehr Fakten als Kommentare lieferten? Wie bleiben Medien vertrauenswürdig?

16. Gendergerechte Sprache ja oder nein? Und wenn ja: Welche Form wäre die beste?

17. Wie schaffen wir es, dass unsere Beiträge mehr wahrgenommen werden? Wie kann der journalistische Beruf wieder mehr gesellschaftliche Anerkennung finden?



Der aktuelle Jahrgang 2019 der Top 30 bis 30 bei der Konferenz und Preisverleihung in Frankfurt (auf diesem Foto nicht ganz vollständig).
Alle Namen und Steckbriefe siehe: mediummagazin.de/top30mm-2019/

18. Droht eine zunehmende Kolonisierung des Journalismus durch PR? (Unternehmenschefs machen ihre eigenen Podcasts, Parteien haben „Newsrooms“.)

19. Wie kann man Musikjournalismus gut visuell umsetzen?

20. Wie schaffen mehr Nichtakademiker den Sprung in den Journalismus, wie schaffen wir mehr Diversität?

21. Wie schaffen wir es, dass formal weniger gebildete Menschen uns (wieder) aktiv zuhören wollen?

22. Für wen schreiben/filmen/podcasten etc. wir wirklich, wenn wir ehrlich sind? Für uns, für Kolleg*innen und unsere Eitelkeit – oder wirklich für unsere Leser/Hörer/Zuschauer/User?

23. Wie ändern wir den hilflosen Umgang mit der AfD? >>>



Elisabeth Gamperl, Redakteurin für digitales Storytelling der Süddeutschen Zeitung (Top 30 Jahrgang 2019): machte in Frankfurt den Auftakt bei den Präsentationen – mit dem Thema: „Neue Rollen in Redaktionen“.

Tipp:

Weitere Impressionen der Konferenz und Infos zu den Top 30 bis 30 finden Sie auf unserer Website mediummagazin.de.



Gastgeberin Margarita Thiel, Global Head Corporate Communications der Commerzbank, im Gespräch mit einem Teilnehmer. 2020 wird die Top-30-Konferenz bereits zum 5. Mal zu Gast in der Frankfurter Zentrale der Commerzbank sein.



Lebhafte Vorstellungsrunde und Diskussionen: Hier hat gerade Steffen Lüdke, Reporter bei Spiegel Online und Top 30 bis 30 Jahrgang 2019, das Mikrofon in der Hand.



Nachwuchs jeglichen Alters stets willkommen: Nora Jakob (l.) und Laura Gitschier mit ihrer Tochter.



„Sprecht mehr mit euren Nachbarn!“, motivierte Christian Ruffus mit seinem Nachbarschaftsblog.

24. Wie können wir Nutzer*innen bei der inhaltlichen und technischen Weiterentwicklung von Produkten/Formaten besser einbeziehen: Erfahrungen? Best Practice?

25. Wie lassen sich Lokalredaktionen fit machen für intensive Recherche?

26. Wie bringen wir den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ins 21. Jahrhundert?

27. Warum berichten Medien ausführlich über Pegida- und Nazi-Demos und vergleichsweise viel weniger über Zehntausende bei demokratischen Großdemos oder 1,4 Millionen beim Klimastreik? Fördert die Branche Eskalation, indem sie das Signal an Bürger sendet: „Wer friedlich protestiert, bekommt 1 Minute Sendezeit. Droht ihr mit Galgen oder greift andere an, kriegt ihr 5“?

28. Wie weit werden Medien unter wirtschaftlichem Druck bereit sein zu gehen, um bestimmte Lesergruppen gezielt anzusprechen (wie die NZZ mit ihrer offenbar kalkuliert ultrakonservativen Deutschland-Berichterstattung) – und welche Folgen hat das?

29. Wie können auch Häuser mit geringeren Ressourcen sorgfältiges Factchecking betreiben?

30. Kooperationen: Brauchen wir mehr Kooperation, zwischen Text-, Video- und Audio-Redaktionen, zwischen nationalen und internationalen Medien? Wie kann man eine engere Zusammenarbeit zwischen Freien und Redakteuren fördern (z. B. für Langzeitrecherchen und Reportagen), in einer Zeit, in der die meisten Redaktionen komplett überlastet scheinen?

Wir werden in den kommenden Ausgaben von medium magazin Antworten auf einzelne dieser Fragen suchen – und freuen uns, wenn Sie mit Ihren dazu beitragen möchten. Schreiben Sie uns bitte an: redaktion@mediummagazin.de

ANNETTE MILZ

ist Chefredakteurin des medium magazins und lebt in Frankfurt/Main.

annette.milz@mediummagazin.de



FOTOS: ANDREAS VARNHORN

INTERVIEW: ANNE HAEMING

Hauptsache reden

„Die Sehnsucht nach Gesprächen war noch nie so groß wie heute“, sagt Christoph Amend, Chef des Zeit-Magazins. Ein Gespräch über Gespräche – und darüber, was die Podcast-Welle mit dem Nationalsozialismus zu tun hat.

Herr Amend, im Sommer 2019 sind Sie losgezogen für eine Gesprächsreise durch das ganze Land. Derlei Gespräche taugen gut als Seismograph. Was kommt also auf uns zu?

Christoph Amend: Ich habe mich gerade noch einmal intensiv mit den 1920ern und 1930ern befasst. Auch deshalb finde ich es spannend, auf das kommende Jahrzehnt zu blicken: Was bringen die neuen 20er Jahre, gibt es Parallelen zu den letzten? Klar, die Zeiten sind ganz anders als vor 100 Jahren. Aber schaut man sich etwa Wahlergebnisse von heute an: Okay, solange die AfD bei 10 Prozent ist, kann man vielleicht wütend werden, aber es ist letztlich nicht konkret gefährlich für die Demokratie. Aber gegen Ende 2019 wurden

in Thüringen und Brandenburg Koalitionen um die AfD herum gebaut. Wenn sich die Mehrheitsverhältnisse derart verschieben, kann einem schon anders werden.

Ein Ausdruck dieser politischen Verschiebung ist der Satz „Wir müssen mehr miteinander reden“. Sie haben das gemacht – und Ihr Gesprächsbuch getitelt: „Wie geht’s dir, Deutschland?“ Wie geht’s uns denn als Gesellschaft?

Mein Eindruck ist, dass es den Deutschen besser geht, als sie selbst glauben. Bei einer Veranstaltung sagte eine Leserin hinterher zu mir: „Ich würde auch gerne andere Leute treffen, aus einer anderen Generation, anders sozialisiert, wie mache ich das denn?“ Diese Lücke wahrzunehmen,

ist offenbar ein großes Thema, das zeigte sich auch in der Recherche zu meinem Buch. Sowohl mein Vater als auch Jens Spahn beobachteten in ihren Gemeinden, dass nur noch Alte in die örtliche Kirche gehen. Stimmt das, fällt die Kirche als gesellschaftlicher Kitt zunehmend weg – bei aller berechtigten Kritik, die man an ihr haben kann und muss. Als ich aufgewachsen bin, gab es bei uns im Dorf Musik- und Sportvereine, den Chor – und die Kirche. Je mehr davon verschwindet, desto schwerer wird es, Kontakt mit Menschen außerhalb der eigenen Blase zu finden. Wobei es manchmal schon reicht, in der eigenen Familie das Gespräch zu suchen.

Das wäre dann aber kein Gespräch mit Fremden.

Wenn der eigene Onkel auf einmal sagt, er wählt AfD, ist die Auseinandersetzung oft anstrengender als mit Fremden – wegen des Eindrucks: Wir sind doch eigentlich aus derselben Welt. Auf Twitter ist es leichter, fremde Accounts, über die man sich ärgert, stumm zu schalten oder zu blocken. Aber ich finde es wichtig, im Gespräch zu bleiben. Bei Veranstaltungen rund um das neue Buch erlebe ich oft, dass mir fremde Menschen plötzlich ihre Familiengeschichte erzählen. Das ist sehr schön, weil ich ja auch meine erzähle. Ich merke zugleich: Das machen viele offenbar sonst selten.

Dass es ein Bedürfnis nach Reden gibt, zeigt sich an der enormen Menge an Gesprächs-Podcasts, Interviewreihen, Live-Talks, Aktionen wie „Deutschland spricht“ oder „Europe Talks“. Woher kommt das?

Wir leben in einer Zeit, in der wir uns an eine Kanzlerin wie Angela Merkel gewöhnt haben, die eigentlich nicht gerne öffentlich redet. Ihre Vorgänger waren anders, was



Gespräche in Wohnzimmer-Atmosphäre: Hier die Folge mit der Kunstsammlerin Julia Stoschek, rechts Christoph Amend, links Jochen Wegner.

FOTOS: MARIA STURM, ECKARDT

„Andersdenkende Menschen zu treffen, ist unser Alltag als Journalisten.“

Christoph Amend, Chefredakteur des Zeit-Magazins

teilweise auch lächerlich wirkte. Kohl hatte mit „Zur Sache, Kanzler“ sogar eine Zeit lang eine eigene Sendung auf Sat.1 mit einem Journalisten, der sein Fanboy war, Gerhard Schröder musste später regelmäßig in der Bild sein. Dass das mit Merkel wegfiel, war angenehm und sympathisch. Aber wenn die Kanzlerin nicht kommuniziert, färbt das irgendwann auch aufs Land ab. Als bei der Geflüchtetenfrage Gegenwind kam, hat Angela Merkel beschlossen, kaum noch darüber zu reden. Das war ein Fehler. Denn das war und ist ein Thema, über das geredet werden muss – darüber, was gut läuft und was nicht.

Eine zweite These: Das Reden über die großen Themen ist ein deutsches Problem. Es hat viel mehr mit dem Nationalsozialismus zu tun, als wir uns eingestehen wollen: weil unsere Großeltern mit unseren Eltern nicht über diese Zeit geredet haben. Sie haben das Thema in Schubladen gesteckt und den Schlüssel weggeschmissen.

Man muss kein großer Psychologe sein, um zu wissen: Wenn du mit einem solchen Schweigen aufwächst, gibst du es an die nächste Generation weiter, nicht unbedingt thematisch, aber als Muster.

Unsere Generation ist nun in der Lage, Fragen zu stellen. Symptom sind all diejenigen, die nun Bücher über ihre Familien schreiben. Stehen sie für eine Generation, die die alten Fehler nicht wiederholen und nun reden will, auch mit den eigenen Eltern?

Das wäre schön. Der Künstler Benjamin Heisenberg, über den ich auch in meinem Buch schreibe, ist wie ich Jahrgang 1974 – er stammt aus zwei sehr deutschen Familien. Sein Großvater ist Werner Heisenberg, der Nobelpreisträger und Physiker, der für Hitler die Atombombe bauen sollte. Und auf der anderen Seite gehört Benjamin Heisenberg zur Familie der von Weizsäckers. Er beschäftigt sich seit Jahren mit der deutschen Schuldfrage. Aus seiner Familie hört er dennoch gelegentlich: „Kannst du’s nicht einfach mal lassen? Ist doch jetzt alles besprochen.“ Selbst die Enkel- oder Urenkelgeneration ringt also noch mit diesem Thema.

Darüber nachzudenken, wie wir geprägt sind, was wir ändern können, zeigt sich gerade auch bei einem anderen deutschen Thema: Es scheint, dass wir erst am Anfang sind, wenn es darum geht, herauszufinden,

was die Geschichte der DDR mit den Familien dort gemacht hat.

Vor vielen Jahren habe ich einmal den amerikanischen Reporter und Schriftsteller Tom Wolfe interviewt. Er sagte, er verstehe überhaupt nicht, wieso nicht mehr Bücher über den Mauerfall und deutsch-deutsche Geschichte erscheinen; lebte er in Deutschland, würde er nur noch darüber schreiben.

Derzeit machen sich viele jüngere Kollegen und Kolleginnen auf, das nachzuholen – weil sich das Schweigen zu wiederholen scheint, wie nach der NS-Zeit?

Wer im Osten in den 1990ern erwachsen war, war konfrontiert mit Schuldfragen, die im Raum standen, wer war bei der Stasi, wer hat wo mitgemacht, dazu das Scheitern vieler im neuen System, im Kapitalismus. Natürlich mag man darüber nicht reden.

Dazu gehört auch, dass manche Bürgermeister in den 1990ern beschlossen, dass die jungen Neonazis in ihren Dörfern und Kleinstädten keine Neonazis, nur jugendliche Randalierer seien. In der DDR durfte es offiziell keine Neonazis geben – den Faschismus hatte man ja besiegt. Auch deshalb konnten sich die Rechten dort über Jahre ungestört ausbreiten.

Wie wichtig es ist, dass diese Geschichten erzählt werden, sieht man an der Debatte um #baseballschlägerjahre, den Hashtag, den mein Zeit-Online-Kollege Christian Bangel getwittert hat, oder an der herausragenden Geschichte „Wir waren wie Brüder“ von taz-Redakteur Daniel Schulz.

Taugt Twitter also als Agora-Ersatz, quasi als Marktplatz? Dort wird ja gestritten, geredet, wie #wirimosten oder #baseballschlägerjahre beweisen.

Solche Hashtags zeigen zumindest, wie groß der Gesprächsbedarf ist. Andererseits denke ich bei Twitter mittlerweile oft, wenn man hören könnte, wie sich die Leute da anbrüllen, würden alle von dem Krach erschrecken. Twitter bleibt abstrakt – sich analog gegenüberzusitzen, ist eben doch etwas anderes.

Trotz dieses allgemeinen Gesprächsbedürfnisses erschienen neulich mehrere Titel mit der These, die Meinungsfreiheit sei in Gefahr. Wie passt das zusammen?



ZUR PERSON

Christoph Amend

Christoph Amend (*1974 in Gießen) ist Chefredakteur des Zeit-Magazins und Herausgeber von Weltkunst, dem Kunstmagazin der Zeit, mitunter hat er dazu fast jede Woche eigene große Stücke im Heft.

Darüber hinaus betreibt er seit Frühjahr 2018 mit seinem Kollegen Jochen Wegner, Chefredakteur von Zeit Online, den Podcast „Alles gesagt“ und schreibt den täglichen Newsletter „Was für ein Tag“.

2003 erschien sein Buch „Morgen tanzt die ganze Welt: Die Jungen, die Alten, der Krieg“: Dafür hatte der damals 28-Jährige Gespräche mit Gründervätern und Großvätern der Republik geführt, Karl Blessing Verlag.

Im Sommer 2019 erschien Amends Gesprächsreise durch die Republik in Buchform: „Wie geht’s dir, Deutschland? Was aus dem Land geworden ist, in dem ich aufgewachsen bin“, Rowohlt.



Christoph Amend:
„Wie geht's dir,
Deutschland?“,
Rowohlt 2019,
224 Seiten, 22 Euro.

Vielleicht gehört es zusammen. Es kann in Deutschland natürlich jede und jeder sagen, was er und sie will, solange die Gesetze eingehalten werden. Ich glaube, die öffentliche Debattenkultur hat sich auch wegen der sozialen Medien verändert. Stammtischgerede blieb früher am Stammtisch – heute wird es veröffentlicht, schriftlich, auf Facebook, auf Twitter. Dann gibt es öffentlichen Gegenwind.

Da sind ein Dutzend Tweets, die hochschießen, und plötzlich diskutiert halb Mediendeutschland über ein Thema. Ich glaube, wir haben noch nicht begriffen, wie wir damit umgehen, das Phänomen ist noch so neu. Auch deshalb haben Menschen manchmal Angst, frei ihre Meinung zu äußern.

Für Ihr erstes Gesprächsbuch 2003 haben Sie sich mit den „Großvätern der Republik“ über deren Vergangenheit und Blick auf die Zukunft unterhalten. Hat sich die Gesprächskultur seither verändert?

INFO

Podcast-Tipps

Alles gesagt: Christoph Amend und Jochen Wegner sprechen mit einem Gast, der die Dauer selbst bestimmt. Das können auch mal acht Stunden sein.

www.zeit.de/allesgesagt

Fresh Air: Amend sagt: „Terry Gross führt unglaublich gute und intime Gespräche, fantastisch, ich bin ein großer Fan!“

www.npr.org/programs/fresh-air

Amend als Podcast-Gast I: Ende November war er in der „Hörbar Rust“ von Bettina Rust bei Radioeins – Gäste erzählen via Songs über ihr Leben.

<https://tinyurl.com/hoerbar-rust-amend>

Amend als Podcast-Gast II: Das Prinzip von „Freunde sein“: zwei Menschen zusammenwürfeln, die sich möglichst fremd sind.

Amend traf auf die Dragqueen Jurassica Parka: „Es stellte sich heraus: Wir wohnen ums Eck, gehen im gleichen Supermarkt einkaufen, mögen die gleiche Verkäuferin.“
<https://tinyurl.com/freundesein-amend>

Es gibt wirklich einen Unterschied: Ihre Antworten waren oft druckreif, fast wie in einem Drehbuch. Sie können das auch bei den berühmten TV-Interviews von Günter Gaus beobachten.

Wir sind schluriger?

Vielleicht auch, wir lassen aber auch mehr zu. Eine lebendigere Art von öffentlichem Gespräch ist möglich, das verdanken wir auch Youtube, den vielen Podcasts. Weil viele merken: Schau an, man kann sich auch in Medien normal unterhalten.

Übrigens war ich damals überrascht, wie gesprächsbereit alle waren, über ihre Zeit als Soldat, ihre Jugend im Nationalsozialismus zu reden: Hellmuth Karasek, Richard von Weizsäcker, Joachim Fest, Egon Bahr – alle sagten zu. Bis auf einen: Martin Walser. Ich hatte das Gefühl, sie warten geradezu darauf, dass jemand nachfragt.

Mit Weizsäcker hatte ich einen gespenstischen Moment. Ich fragte ihn, wie es ist, mit seinen Kindern über die NS-Zeit zu reden. Da stellte sich heraus, diese Gespräche hatten fast gar nicht stattgefunden. Selbst er, der 1985 diese für Deutschland so historische Rede gehalten hat, hat das Thema in seiner eigenen Familie kaum thematisiert. Er sagte: „Die haben so selten gefragt.“

Ich bin jetzt Mitte 40, ich habe diese Generation, die nicht mehr da ist, aber noch genau vor Augen. Und weiß, wie sie unser Land geprägt haben. Deswegen auch dieses neue Buch: Ich hatte eigentlich gar keine Zeit dafür, aber nach Chemnitz hatte ich das Gefühl, ich muss das machen.

Wie wichtig ist es, mit diesem professionellen Wissen um die Kraft des Miteinander-Redens, anders auf Gesprächssituationen zu schauen?

Es gehört zu unserer journalistischen Verantwortung, unser Handwerkszeug also: Menschen zum Reden zu bringen, zu widersprechen, wenn Falsches behauptet wird – in die Gesellschaft zu tragen. Menschen zusammenzubringen, die sich sonst nicht treffen, angstfreie Räume dafür zu schaffen.

Podcasts sind übrigens ein gutes Medium dafür. Sich überraschen lassen von Biografien, von Erfahrungen, dafür liebe ich solche Gespräche.

Im Podcast „Alles gesagt“ geben Sie sogar das Zepter aus der Hand: Die Gäste bestimmen die Gesprächsdauer: Sobald sie ein Codewort sagen, ist Schluss.

Mein Kollege Jochen Wegner und ich versuchen, möglichst nah am normalen Gespräch zu sein. Auch Momente zu genießen, in denen etwas schiefeht, das Unperfekte stehen zu lassen, abzuschweifen – das Leben geschehen zu lassen.

Das klingt banal.

Ah ja? Ich finde das auch im Redaktionsalltag wichtig. Zu Autorinnen und Autoren nicht zu sagen: Wir wollen die und die Protagonisten, und das soll bitte am Ende dabei herauskommen. Damit landen wir immer wieder bei unseren vorgefertigten Fragen und Antworten und reproduzieren Stereotype, statt sie aufzubrechen.

Das hat seit dem Skandal um Claas Relotius' erfundene Reportagen noch eine andere Relevanz: Gespräche sind der Realität sehr nah.

Claas Relotius hat ja auch Interviews gefälscht und erfunden. Aber abgesehen von diesem Fall: Gespräche sind auf jeden Fall eine unmittelbare Form des Journalismus, die Überraschungen zulässt, wenn wir es zulassen.

Gespräche als Medienformat sind also eine Art Stellvertreterunterhaltung?

In den E-Mails, die wir von Hörerinnen und Hörern unseres Podcasts „Alles gesagt“ bekommen, heißt es oft: Ich höre euch in der U-Bahn, wenn ich zu Hause bügele, beim Putzen, beim Spaziergehen, zum Einschlafen. Wenn ich euren Podcast höre, sitze ich fast mit am Tisch, bin Teil davon und kann mir meine eigenen Gedanken machen.

Ich glaube: Die Sehnsucht nach Gesprächen war noch nie so groß wie heute.

ANNE HAEMING

ist Redaktionsmitglied des medium
magazins und freie Journalistin in Berlin.

www.annaeming.de



UMFRAGE: FLORIAN STURM

Das höchste Gebot

Nachgefragt: Wie Redaktionen digitale Inhalte verifizieren.



MARCUS BORNHEIM
Erster Chefredakteur von ARD-aktuell



SVEA ECKERT
freie Journalistin und Digitalexpertin
NDR-Investigation

Welche Rolle spielt die Verifikation von Digital-Content in Ihrem redaktionellen Alltag?

Seit 2011 ergänzen wir das Material unserer Korrespondenten vor Ort und jenes aus klassischen Quellen wie den Bildnachrichtenagenturen durch Bilder aus sozialen Netzwerken. User-Generated Content von Facebook, Youtube und Twitter ist in den vergangenen Jahren wichtiger geworden, denn Millionen Nutzer sind dort, wo wir selbst nicht drehen können.

Bei der Verwendung dieses Materials ist größte Vorsicht geboten. Deshalb durchläuft das Material bei uns einen vierstufigen Verifikationsprozess von speziell geschulten Kolleg*innen.

Verifikation war und ist ein wichtiger Teil in der Recherche und Berichterstattung. Meist arbeiten wir mit eigenen Materialien und verifizieren vor allem Informationen und Unterlagen.

Verändert hat sich durch die sozialen Netzwerke nicht nur die Materialfülle, sondern vor allem die Reaktionszeiten. Oft muss sehr schnell entschieden werden, ob wir ein Bild, ein Video oder eine Sprachaufnahme für glaubwürdig halten.

Wie gehen Sie bei der Verifikation vor?

Der Workflow ähnelt einem Indizienprozess, wir nutzen Tools wie das von der Deutschen Welle entwickelte Invid-Programm und tauschen uns eng mit anderen ARD-Anstalten, der Deutschen Welle und dem Eurovision Social Newswire der EBU aus, die täglich etwa 50 Videos verifiziert. Die vier Stufen sind:

1. Redaktionelle Fakten prüfen:

Wo wurde das Video gedreht und wann hochgeladen? Wer ist zu sehen? Zeigen Fotos von vor Ort, ob der Ort, den das Video zeigen soll, authentisch ist?

2. Die Quelle prüfen:

Ist der Urheber bekannt, hat er schon vorher Videos von diesem Ort veröffentlicht, ist er vertrauenswürdig? Kann man direkten Kontakt aufnehmen?

3. Das ARD-Expertennetzwerk:

So können wir unsere Rechercheergebnisse noch einmal verifizieren.

4. Die technische Verifikation:

Bei Bedarf prüfen wir, ob das Material oder dessen Metadaten verändert wurden.

Zunächst versuchen wir, die Aufnahmen über verlässliche Quellen zu verifizieren – über einen, besser zwei glaubwürdige Augen- oder Ohrenzeugen. Unsere Fachexperten oder Auslandskorrespondenten helfen zusätzlich mit Plausibilitätsprüfungen. Ist das nicht möglich, nutzen wir technische Mittel zur Verifikation.

Das können Satellitenbilder sein, spezielle Suchmaschinen und Suchtechniken (z. B. Bilder-Rückwärtssuche bei Google und Yandex, Geodaten) oder Recherche in sozialen Medien, um beispielsweise weitere Aufnahmen aus anderen Perspektiven zu finden.



Gordon Repinski, Daniel Fiene

Gordon Repinski wechselt zu Gabor Steingarts Media Pioneer. Der ehemalige Spiegel-Mann und seit 2017 Vize im Madsack-Hauptstadtbüro, wird Stellvertreter von Chefredakteur Michael Bröcker, mit Schwerpunkt politische Berichterstattung und Investigatives. Auch **Daniel Fiene** geht aufs Startup-Schiff: Er folgt seinem früheren Chefredakteur Bröcker und wird, nach 13 Jahren bei der Rheinischen Post, in Berlin Leiter redaktionelle Digitalstrategie und Head of Audience Development

sowie über Technologie schreiben und podcasten.



Fanny Fee Werther

Fanny Fee Werther ist seit November Moderatorin des Nachrichtensenders Welt. Sie kommt von München TV, wo sie 2017 volontiert hat.



Alina Schadwinkel

Alina Schadwinkel, eine der Top 30 bis 30 Jahrgang 2015, verlässt Zeit Online und wird Redaktionsleiterin von

spektrum.de. Bei Spektrum der Wissenschaft hat der bisherige Online-Redaktionsleiter **Daniel Lingenhöhl** gerade die Chefredaktion übernommen.



Florian Hager

Florian Hager, Chef des öffentlich-rechtlichen Jugendangebots Funk, wird 2020 oberster Manager der ARD-Mediathek. Als Vize-Programmdirektor arbeitet er direkt mit **Volker Herres** zusammen. Die ARD will nun alle neuen Projekte nicht nur fürs TV, sondern auch fürs Streaming konzipieren.



Adrian Feuerbacher

Adrian Feuerbacher wird im Februar 2020 Chefredakteur des NDR Hörfunks und Senderchef von NDR Info. Der bisherige Vize folgt auf **Claudia Spiewak**, die dann in den Ruhestand gehen wird.



Ilka Steinhausen

Ilka Steinhausen wird, auch im Februar 2020, Hörfunk-Chefin im NDR-Funkhaus Hamburg und Vize-Funkhausdirektorin. Vorgänger **Hendrik Lünenborg**



pressrelations
knowledge discovery

Mmmmbbbb...

Manchmal entscheidet der Zeitpunkt, ob eine Auswahl passt oder nicht...

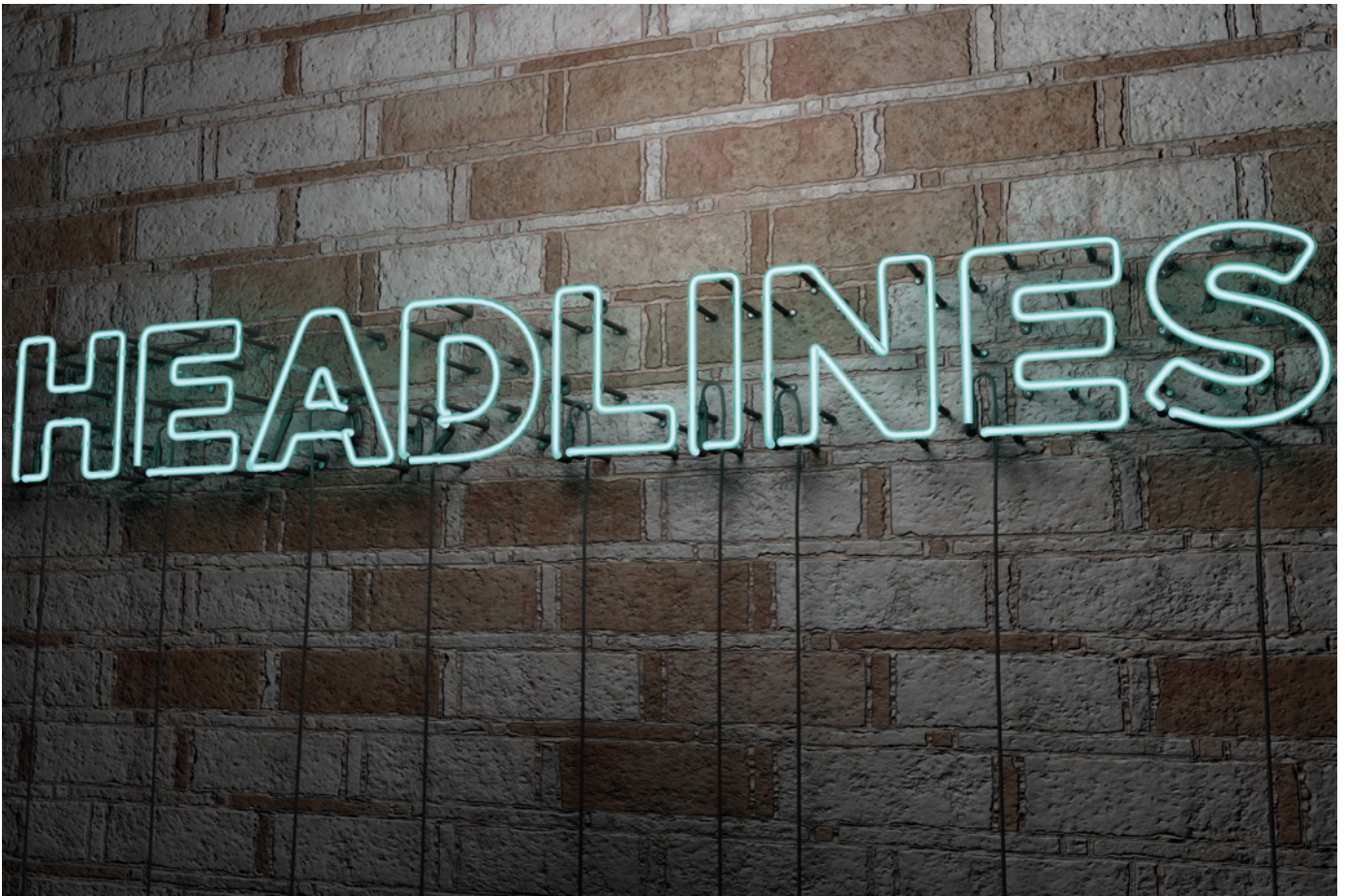
Journalisten Werkstatt

INHALT

Einleitung	2-3
Die Nachrichtenüberschrift	4-5
Vorsicht bei Wortspielen!	6-7
Der Teaser	8-9
Texten für Social	10
Die Zwischenzeile	11
Wie integrierte Redaktionen titeln	12-13
Die SEO-Überschrift	14-15

Besser schreiben

Titeln für Online



Titeln kann jeder. Clickbait meiden auch!

Über den schlechten Ruf der Online-Überschrift. Und wie sich das ändern lässt.



Anne-Kathrin Gerstlauer arbeitet als Journalistin, Beraterin und Dozentin für Onlinejournalismus und Kommunikation mit Millennials. Zuvor war sie stv. Chefredakteurin von watson.de und verantwortliche Redakteurin von Zeit Campus Online. Sie unterrichtet u. a. an der Steinbeis School of Innovation, der Hochschule Magdeburg-Stendal und der University of Applied Sciences. www.akgerstlauer.de, mail@akgerstlauer.de, [twitter: @aki_g](https://twitter.com/aki_g)

Überschriften galten mal als Kunst, als Ausdruck von Kreativität. Damals, gedruckt auf Papier. Dann kam das Internet. Etwas später Social Media. Und der Ruf der Zeile sank. Zu reißerisch seien die neuen Überschriften, einziges Ziel sei, so viele Klicks wie möglich zu generieren. Der Begriff „Clickbait“ etablierte sich.

Doch die reine Reichweite hat den wenigsten Medien den erhofften stabilen finanziellen Boden geschaffen. Qualität und Glaubwürdigkeit sind elementar, um Anzeigenkampagnen zu verkaufen, Leser an eine Marke zu binden und sie im besten Fall zum Abschluss von Paid-Content-Abos zu gewinnen.

Dazu gehören auch gelungene Überschriften: Denn sie sind das Erste, was die Leser und Leserinnen sehen. Sie entscheiden über Bleiben oder Gehen, also Lesen und Verweildauer.

Die Schwierigkeit: Online-Überschriften und Teaser müssen verschiedene Funktionen erfüllen: informieren, weil viele „User“ nur noch die Top-Zeilen lesen – und gleichzeitig neugierig genug machen, einen Klick auszulösen.

Dabei stehen sie in ständiger Konkurrenz mit anderen Überschriften entweder auf der eigenen Seite oder Social sogar in Konkurrenz mit anderen Medien. In Printmedien ist die Konkurrenz übersichtlicher, der Leser oder die Leserin hat den Text mit Titel bereits vor sich liegen. Auch hier entscheidet natürlich vor allem die Überschrift, ob der Artikel wirklich weitergelesen wird. Aber in Onlinemedien mit weitaus kürzeren Aufmerksamkeitsspannen und deutlich höheren Konkurrenz-Anreizen kommt dem Titel geradezu existenzielle Bedeutung zu.

Wozu das führen kann

Zu einem schlechten Ruf mit Überschriften, die so stark zuspitzen, dass sie ihr Versprechen nicht einhalten. Schnell fällt das Wort Clickbait, manche haben es in den vergangenen Jahren tatsächlich übertrieben, bekanntestes Beispiel ist die Seite heftig.co, deren Überschriften meist Formulierungen enthielten wie „was dann geschah, ist einfach unglaublich“ oder „Bild 7 brachte mich zum Weinen“.

Heftig schaffte so heftige Reichweiten, vor allem auf Facebook, bis das Netzwerk diese Art der Überschriften algorithmisch abstrafte. Trotzdem ist Clickbait bis heute ein oft gehörter Vorwurf. Dabei ist zu beachten: Clickbait bedeutet, dass eine Überschrift mehr verspricht, als der Text halten kann – wenn es beispielsweise heißt „Zugausfälle im Revier – das ist der unglaubliche Grund“, der „unglaubliche Grund“ aber lediglich Personalengpässe waren (so Der Westen, 2018). Clickbait lässt sich nicht an formalen Kriterien festmachen. Nur weil ein Text eine Zahl in der Überschrift hat, bedeutet das nicht, dass das Versprechen im Text nicht eingehalten wird. Und nur weil ein Text eine unterhaltsame Überschrift hat, handelt es sich nicht um Clickbait.

Die Herausforderung für alle Onlinejournalisten ist groß: Sie müssen ihre Zeilen und Kleintexte für die verschiedensten Kanäle optimieren, in aller kürzester Zeit und oft mit unklarer Quellen- oder Faktenlage. Ein Fehler in der Zeile oder eine ungerechtfertigte Zuspitzung kann sich rasant in den sozialen Medien verteilen und ungewollte Debatten auslösen.

Der Vorteil: Der Erfolg von Online-Überschriften lässt sich messen. Das ist in Tageszeitungen oder Magazinen weniger gut mög-

lich. Redakteure und CvDs wissen genau, was in ihrer Zielgruppe funktioniert und was nicht. Sie sehen live, wie viele Menschen auf einen Inhalt klicken, sie können sogar mittels A/B-Testing verschiedene Überschriften ausprobieren. Das bedeutet, dass zwei verschiedene Überschriften ausgespielt werden und angezeigt wird, welche von beiden erfolgreicher war.

Aber Vorsicht vor der Klickrate als alleiniges Kriterium: Die Überschrift, die die meisten Klicks anzieht, ist nicht immer die beste. Zum einen darf es keine Enttäuschung geben, weder inhaltlich noch formal – siehe Clickbait.

Das lässt sich zum Beispiel in Performance-Management-Tools an der sogenannten Bounce-Rate erkennen: Wie viel Prozent der Leser haben einen Artikel innerhalb der ersten drei Sekunden wieder geschlossen? Das ist ein klarer Indikator dafür, dass sie entweder versehentlich geklickt haben oder einen anderen Inhalt, eine andere Stilform oder eine andere Darstellungsform erwartet haben.

Zum anderen muss die Mischung aus Überschriften stimmen, die immer gleiche Form mag zwar für den einzelnen Text funktionieren, macht die Homepage als Ganzes aber unattraktiv.

Viele Onlinemedien haben ihren eigenen Stil für Überschriften entwickelt, um sich von der Konkurrenz abzusetzen. Bekanntestes Beispiel sind die Listen-Überschriften, die zuerst auf Buzzfeed erschienen und mittlerweile von vielen Medien kopiert werden. Das Schweizer Portal Watson kreiert Zeilen, die ein Hybrid aus Überschrift und Teaser sind und entsprechende Länge vorweisen: „Donald Trump zeigt Einsicht – seine Probleme werden allerdings nicht weniger.“

Diese Werkstatt will Wege zeigen, welche Überschriftenarten für welche Zwecke und Medien am besten taugen, wo die (sprachlichen) Fallen lauern und wie sie sich vermeiden lassen.

Sie beschäftigt sich zuerst mit den Regeln für Onlinemedien, aber trotz aller Unterschiede: Die Grundregeln für gute Überschriften und Kleintexte gelten für alle Medien. Zudem haben wir uns in verschiedenen Redaktionen umgehört, wie dort die Kunst der kleinen Texte angewendet wird (Seite 12).

Und nicht zuletzt: Titeln kann und sollte auch Spaß machen!

TIPP



In unserer Reihe „Besser schreiben“
ist u. a. auch erschienen:
Titel & Teaser von Ingrid Kolb (2015)

Infos dazu und weitere Werkstätten finden Sie in unserem Shop: <https://shop.oberauer.com/werkstatt/journalisten-werkstatt/>