

Vorwort zum Reader:

„Wir könn(t)en auch anders: wenn Recherche wieder wichtig wird.“

Liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer der nr-Jahreskonferenz,  
liebe Kolleginnen und Kollegen,

ergiebigste Diskussionen mit klaren Informationszielen bauen meist auf einem soliden Leitfragen-Konzept und faktenreichen Textvorlagen auf. Diesem Anspruch wollen wir auch in diesem Jahr folgen. In den vorliegenden „Materialien“ finden Sie genügend Argumente und Positionen um aktiv in die Hamburger Diskussionen einzugreifen.

Ganz besonders möchte ich Sie auf die Rede von Lutz Hachmeister zum diesjährigen Wächterpreis hinweisen. Wenn Sie diesen Text lesen, haben Sie gleichzeitig ein „Lesezeichen“ für den gesamten Kongress parat.

In diesem Jahr möchten wir eine 2007 massiv vorgetragene Kritik aufgreifen. Kritisiert wurden die permanenten Störungen während der Erzählcafés und den anderen panels. Deshalb unsere Bitte: entscheiden Sie sich jeweils für e i n Programmangebot und konzentrieren sich darauf. In diesem Jahr wird die Tür eines Panels nur e i n m a l zur Halbzeit geöffnet, um die panels nur e i n m a l zu öffnen.. Bitte akzeptieren Sie diese wichtige und einfache Spielregel im Interesse aller Beteiligten.

Das gesamte Programm der Jahreskonferenz von netzwerk recherche (nr) wurde wieder ausschließlich von ehrenamtlich Engagierten vorbereitet. Allen, die mitgeholfen und angepackt haben, dankt der nr-Vorstand ganz herzlich. Besonders bedanken möchten wir uns auch bei den anderen Unterstützern, Referentinnen und Referenten, ohne deren Hilfe und Förderung eine Konferenz dieser Größe nicht zu realisieren wäre.

Wir wünschen spannende Debatten, neue Kontakte und vor allem die notwendigen Erkenntnisse, die das Konferenz-Motto mit Leben füllen.

Dr. Thomas Leif  
netzwerk recherche

Impressum:

Redaktion: ,Tanja Seibert, Thomas Schnedler, Dr. Thomas Leif (verantw.), u. v. m.

Titel: nina faber de.sign

Druck: einfach-digital print gmbH, Hamburg



## Recherche @ Reportage – in Kooperation mit dem Reporter-Forum

Workshops:

### „Der Bettler vor der Haustür – wie finde ich ein Reportage-Thema?“

**Henning Sußebach** wurde geboren 1972 in Bochum. Studium der Journalistik an der Universität Dortmund, von 1995 bis 1997 Volontär bei der Berliner Zeitung, von 1998 bis 2001 Redakteur bei derselben. Seit 2001 Redakteur der ZEIT. 2006 und 2007 ausgezeichnet mit dem Henri Nannen Preis.

### „Zwischen Essay und Reportage - über den Umgang mit Subjektivität“

**Johanna Romberg** arbeitet seit 1987 als Reporterin für GEO. Sie erhielt 1987 und 1993 den Egon-Erwin-Kisch-Preis.

### „Die Reportage als Porträt“

**Alexander Osang**, geboren 1962, volontierte bei der Berliner Zeitung und studierte Journalistik in Leipzig. In der DDR war er Sportreporter bei „Sport aktuell“. Nach der Wende 1989 arbeitete er wieder für die Berliner Zeitung, ab 1990 als Berliner Lokalchef. 1999 schied er aus der Redaktion der Berliner Zeitung aus und ging als Reporter für den Spiegel nach New York. Seit November 2006 lebt Osang wieder in Berlin. Osang erhielt zahlreiche Journalistenpreise, unter anderem den Theodor-Wolff-Preis und drei Egon-Erwin-Kisch-Preise.

### „Recherchieren für Reporter“

**Stefan Willeke** studierte ab 1986 Geschichte und Politik an der Ruhr-Universität Bochum und wurde 1994 im Fach Wirtschaftsgeschichte promoviert. 1996 begann er als Redakteur im Ressort „Dossier“ der Wochenzeitung Die Zeit in Hamburg. Später wurde er stellvertretender Dossier-Ressortleiter, 2004 Reporter der ZEIT-Redaktion. Für ein ZEIT-Dossier über einen Insolvenzverwalter („Der Herr der Pleiten“) wurde Stefan Willeke 2003 mit dem Egon-Erwin-Kisch-Preis ausgezeichnet. 2005 bekam Stefan Willeke erneut den Kisch-Preis. Prämiert wurde der Beitrag „Herr Mo holt die Fabrik“, in dem es um den Umzug einer Dortmunder Kokerei nach China geht. Gemeinsam mit Henning Sußebach erhielt er 2006 den Henri-Nannen-Preis in der Kategorie Dokumentation - für den ZEIT-Artikel „Operation Lohndrücken“, in dem anhand der Produktion eines Rasierapparates gezeigt wird, wie sich die Globalisierung auswirkt.

### Text-Workshop

**Stephan Lebert** ist Redakteur der ZEIT. Zuvor arbeitete er für den Tagesspiegel, den Spiegel und die Süddeutsche Zeitung. 2007 erhielt er gemeinsam mit Stefan Willeke für die Reportage „Die Starnberger Republik“ den Herbert-Riehl-Heysel-Preis. 1998 wurde er mit dem Egon-Erwin-Kisch-Preis ausgezeichnet.

### Text-Workshop

**Ralf Hoppe**, 48 Jahre alt, geboren in Teheran, aufgewachsen in Wolfsburg. Studierte Volkswirtschaft und Politik, wäre lieber Kinderarzt, Meeresbiologe oder Maler geworden, wurde aber Volontär bei der Braunschweiger Zeitung. Dann beim „stern“, beim „Sonntagsblatt“, bei der „Zeit“, beim Kölner Stadt-Anzeiger. Heute Redakteur beim SPIEGEL. Drehte Dokumentarfilme, schrieb Krimidrehbücher fürs Fernsehen und ein Kinderbuch. Mehrfach ausgezeichnet.

## „Örtliche Betäubung“ – Lokaljournalismus in Not

Thema:

Der Lokaljournalismus ist die Wiege des Journalismus, heißt es. Aber um den Lokaljournalismus ist es schlecht bestellt. Das gilt besonders für die Recherche im Lokalen. Zu diesem Ergebnis kommt Sven Preger in seiner Studie „Mangelware Recherche“. Die Folge: PR-Texte überfluten die Blätter, Geschichten haben oft nur eine Quelle, transportieren Halbwahrheiten und Falschinformationen. Die Gründe liegen in der personellen Unterversorgung der Lokalredaktionen. Es fehlt häufig an der Unterstützung durch Chefredakteure und Lokalchefs. Die Verleger unterstützen den zeitintensiven Recherchejournalismus aus ökonomischen Gründen kaum. Bei vielen Lokalredakteuren fehlen Mut und Leidenschaft, schwierige und langwierige Nachforschungen anzustellen. Nicht selten arrangieren sich Lokaljournalisten stattdessen mit den Politik- und Wirtschaftseliten. Statt sich in kritischer Distanz zu üben, wird offen paktiert und grundsätzlich in positivem Tenor berichtet.

Teilnehmer:

**Joachim Braun**, Projektteam Lokaljournalismus/Tölzer Kurier, ist seit 1997 Lokalchef beim Tölzer Kurier. Auszeichnungen: Sonderpreis Konrad-Adenauer-Lokaljournalistenpreis 1995 und 2007, 2005 2. Preis beim W(ahl)-Award für den Tölzer Kurier (Vorberichterstattung zur Bundestagswahl 2004); seit 2004 Mitglied im Projektteam der Bundeszentrale für politische Bildung

**Paul-Josef Raue**, Chefredakteur der Braunschweiger Zeitung. Geb. 1950, ist heute Chefredakteur der Braunschweiger Zeitung; er war zuvor Chefredakteur der Volksstimme (Magdeburg), der Frankfurter Neuen Presse, der Oberhessischen Presse (Marburg) und der Eisenacher Presse (der ersten deutsch-deutschen Zeitung nach der Wende); er baute das neue Wirtschaftsmagazin Econy (heute Brand Eins) mit auf; er gewann mit seinen Redaktionen viele Journalistenpreise, darunter mehrere „European Newspaper Awards“ und neun Mal einen der Deutschen Lokaljournalisten-Preise. Zusammen mit Wolf Schneider schrieb er das Standardwerk „Handbuch des Journalismus“, das gerade im Rowohlt-Verlag in der 10. Auflage erschienen ist.

**Thomas Brackvogel**, Geschäftsführer Südwest Presse, Ulm. Geb. 1954 in Dortmund. Studium der Philosophie und Germanistik. Berufsweg: Redakteur Goslarsche Zeitung; Redakteur/Korrespondent ddp; Nachrichten- und Politikchef Tagesspiegel; CvD, Redaktionsdirektor, stv. CR Die Zeit; GF Die Zeit; GF Handelsblatt; GF Die Zeit, Zeit-Online und Zeit Beteiligungs GmbH, GF Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG (Verlag Südwest Presse), Ulm

**Dr. Wolfram Kiwit**, Chefredakteur und Geschäftsführer der Ruhr-Nachrichten, Dortmund. Geb. 1961 in Wanne-Eickel, nach dem Abitur Studium der Germanistik, Politik, Publizistik an der Westfälischen Wilhelms Universität Münster, Abschluss Magister Artium 1988, Volontariat bei den Ruhr Nachrichten ab Oktober 1989, Redakteur bei den Ruhr Nachrichten (Kulturredaktion) ab Juni 1991, Promotion zum Thema „Sehnsucht nach meinem Roman – Arthur Schnitzler als Romancier“ September 1991, ab 1992 Auswahl eines Redaktionssystems und Systemeinführung, ab 1995 Entwicklung und Aufbau von „Westline.de“ (erster Onlinedienst des Medienhauses Lensing), ab 1996 in der Chefredaktion der Ruhr Nachrichten, zunächst ZBV, dann stellv. Chefredakteur, ab 1999 Chefredakteur, Themenschwerpunkte: Redaktionsmanagement, Personalentwicklung, Ausbildung, Crossmedia, Newsdesk-Einführungen, Projekte, ab 2006 Geschäftsführer u. a. Media Dortmund GmbH & Co. KG, WestNews GmbH & Co. KG, Lensing Medien GmbH & Co. KG

**Susanne Öttl**, Redakteurin Passauer Neue Presse. 30 Jahre alt, Diplom-Volkswirtin und Diplom-Pädagogin. 2005 volontierte sie bei der „Passauer Neuen Presse“. 2007 folgte ein Praktikum in der Parlamentsredaktion des „Focus“. Seit 2007 ist sie freie Mitarbeiterin beim Lokalsender (Redaktion und Moderation) und Redakteurin bei der „Passauer Neuen Presse“ in der Politikredaktion.

Moderation: Rebecca Kresse (Hamburger Abendblatt)

Leitfragen und Antworten:

### **Antworten von Paul-Josef Raue, Chefredakteur der Braunschweiger Zeitung**

#### *1) Welche drei Punkte sind für den Lokaljournalismus heute charakteristisch?*

Der Lokaljournalismus hält die Gemeinschaft zusammen in einem Quartier, in einer Stadt, in einer Region; er informiert über alles, was von Belang ist und schafft so Orientierung; er hat schon „Communities“ geschaffen, als das Internet noch nicht erfunden war. In diese Gemeinschaft holt er die jungen Leser hinein, indem er ihnen engagiert den Wert einer Zeitung klar macht - sowohl für den eigenen Lebensweg als auch für die Gesellschaft.

Er übt sein Wächteramt aus und kontrolliert die Mächtigen, wo der Bürger die Kontrolle unmittelbar fordern; so hält er die Demokratie dort lebendig, wo sie mit ihren Institutionen den Menschen am nächsten ist und sich die Bürger einmischen können und sollen.

Er pflegt den Dialog mit den Lesern, setzt das Selbstgespräch der Gesellschaft in Gang, stößt Debatten an und fördert sie; so gibt er den Bürgern Raum, mitzureden und zu entscheiden.

#### *2) Befindet sich der Lokaljournalismus in einer Krise?*

Nein, im Gegenteil. Die Menschen interessieren sich immer mehr für das Leben in ihrer Nachbarschaft, sie sehnen sich nach Heimat, Überschaubarkeit und Orientierung – aber verstehen dies nicht als Heimattümelei, sondern als bewusste Gestaltung der Welt, die sie überschauen können und die sie bewahren wollen.

#### *3) Was sind Anzeichen dieser Krise?*

Offenbar geht der Fragesteller davon aus, dass es fraglos eine Krise gibt. Er pflegt seine Vorurteile aus alten Zeiten, als sich die Lokalzeitung als Bürgermeister- und Elitenzeitung verstand und sich Leitartikler und Agentur-Bearbeiter in Zentralredaktionen als die besseren Journalisten feiern ließen.

#### *4) Findet Recherche im Lokaljournalismus ausreichend statt?*

Es wird deutlich mehr recherchiert als in der Vergangenheit, aber noch zu viele Lokaljournalisten (wie die meisten Journalisten) betrachten einen Anruf beim Pressesprecher oder einen Blick in Wikipedia als Recherche. Es gibt allerdings immer mehr Redakteure und Reporter, die in den Beziehungsnetzen lokaler Politik und Verwaltung hartnäckig recherchieren.

Ein Blick in die Siegerliste des Wächterpreises oder des Deutschen Lokaljournalistenpreises zeigt, dass gerade kleine Lokalredaktionen mutig und kompetent recherchieren – wie zum Beispiel in diesem Jahr die mit dem Sonderpreis für investigativen Journalismus ausgezeichneten Lokalredaktionen in Bad Tölz, Friedberg und Ludwigsburg.

#### *5) Welche Rolle spielen Kritik und Kontrolle der wirtschaftlichen und politischen Eliten im Lokaljournalismus?*

Die entscheidende Rolle, denn der Redakteur versteht sich als Treuhänder des Bürgers. Von ihm erhält er den Auftrag, das Handeln (und Nicht-Handeln) der Mächtigen zu erkunden, zu analysieren, zu kritisieren und dies unverzüglich weiterzugeben.

Ein Rathaus oder ein Unternehmen, auf das eine Lokalredaktion wachsam schaut, wird das Vertrauen der Bürger eher erreichen und somit besser werden als andere, die sich unkontrolliert in ihren Verlautbarungen sonnen.

#### *6) Wo liegen die Chancen für einen Lokaljournalismus der Zukunft?*

Der Lokaljournalist ist nah am Leser und distanziert zu den Mächtigen und Eliten; er verlässt oft den Schreibtisch und sucht die Menschen dort auf, wo sie leben und arbeiten, wo sie leiden und glücklich sind; er erklärt ihnen die Welt aus ihrer Perspektive und macht verständlich, was die Mächtigen gerne im Nebel lassen; er holt sie in die Kulissen der Stadt und zeigt ihnen, wer die Strippen zieht und wer nicht auf die Bühne kommt; er macht eine Zeitung, die Lust aufs Lesen macht, die attraktiv und übersichtlich gestaltet und gut, bisweilen auch faszinierend geschrieben ist.

*7) Was tun Sie persönlich, um den Lokaljournalismus zukunftsfähig zu machen?*

Ich zeige Redaktionen, wie sie sich organisieren können, um mehr Zeit für Recherche und Analyse zu bekommen;  
ich gehe mit ihnen auf die Straßen und Plätze, um mit den Bürgern zu sprechen und zu erfahren, was die Leute lesen wollen;  
ich treffe mich mit den Redakteuren, um im Team die Themen zu entdecken, die wichtig sind für die Bürger und für die Demokratie;  
ich achte auf Qualität und Professionalität, ohne die Lokaljournalismus wenig Zukunft hat, und stärke allen den Rücken, die Qualität beweisen und unter Druck geraten;  
und ich experimentiere phantasievoll in allen Medien, damit professioneller Journalismus - gerade in den Städten und auf dem Land - bezahlbar bleibt und Zukunft hat.

#### **Antworten von Dr. Wolfram Kiwit, Chefredakteur und Geschäftsführer der Ruhr-Nachrichten, Dortmund**

*1) Welche drei Punkte sind für den Lokaljournalismus heute charakteristisch?*

- der Lokaljournalismus ist crossmedial,
- der Lokaljournalismus wird sublokal,
- der Lokaljournalismus muss sich gegen neue Wettbewerber behaupten

*2) Befindet sich der Lokaljournalismus in einer Krise?*

Die Antwort "Nein" scheint nicht erwünscht (siehe Frage 3). Guter Lokaljournalismus wird weiter funktionieren. Aber in anderen Strukturen als in der Vergangenheit. Was als "Krise" empfunden werden könnte. Oder als Chance.

*3) Was sind Anzeichen dieser Krise?*

Es gibt Zeichen des Wandels: sinkende Print-Reichweiten, steigende Online-Reichweiten, mehr Interaktion, Kommunikation, Unterhaltung, weniger Information und Hintergrund; Zweit- und Drittzeitungen habe es deutlich schwerer - und werden zum Teil vom Markt verschwinden. Dies führt leider zu einem schwindenden Wettbewerb von Lokalzeitungsredaktionen.

*4) Findet Recherche im Lokaljournalismus ausreichend statt?*

Nein. Nur dort, wo Journalisten Raum für Recherche haben.

*5) Welche Rollen spielen Kritik und Kontrolle der wirtschaftlichen und politischen Eliten im Lokaljournalismus?*

Eine tragende Rolle.

*6) Wo liegen die Chancen für einen Lokaljournalismus der Zukunft?*

Eine Chance liegt in der crossmedialen Verschränkung und Ergänzung lokaler Informationen. Lokale Medien funktionieren auch in Zukunft. Allerdings nur, wenn deren Macher sich auf die veränderten Rezipienten-Interessen und -Gewohnheiten einstellen.

7) *Was tun Sie persönlich, um den Lokaljournalismus zukunftsfähig zu machen?*

Ich hoffe viel, doch das sollen andere beurteilen.

### **Antworten von Joachim Braun, Projektteam Lokaljournalismus/Tölzer Kurier**

1.) *Welche drei Punkte sind für den Lokaljournalismus heute charakteristisch?*

Lokalredaktionen, die personell so ausgedünnt sind, dass sie nur noch ihren Chronistenpflichten nachkommen können, entsprechend schlechtes Arbeitsklima → kaum Zeit für Recherchen; Verdichtung der Arbeit durch neue, zusätzliche crossmediale Anforderungen (Online, Radio, Videojournalismus), fehlende Ausbildung in den neuen Medien → der „Medien-Revolution“ nicht gewachsen; Einnahmerückgänge der Verlage gefährden journalistische Unabhängigkeit durch „Eindringen“ von PR in die Berichterstattung und Mitsprache der Anzeigenabteilung in journalistische Belange und durch Outsourcing von Redaktionsbereichen → Verlust der Glaubwürdigkeit

2.) *Befindet sich der Lokaljournalismus in einer Krise?*

Ja, anstatt die Lokalredaktionen (personell) zu stärken, haben die Verleger/Geschäftsführer auch dort Mitarbeiter abgebaut und so ihren USP geschwächt.

3.) *Was sind Anzeichen dieser Krise?*

Siehe 1.) Qualitätsverlust durch Arbeitsverdichtung, Glaubwürdigkeitsverlust durch Vermengung mit Anzeigen-Interessen

4.) *Findet Recherche im Lokaljournalismus ausreichend statt?*

Teils, teils: In Großstadtreaktionen vielfach ja, in ausgedünnten Lokalredaktions-GmbHs in der Regel nicht; manche Chefredakteure haben durch Organisationsreformen (Newsdesk) neue Freiräume für die Recherche geschaffen (etwa Paul-Josef Raue, Braunschweig), anderswo hängt es ausschließlich am persönlichen Engagement des Lokalredakteurs (Wächterpreis für die Lokalredaktion Burscheid der Westdeutschen Zeitung)

5.) *Welche Rollen spielen Kritik und Kontrolle der wirtschaftlichen und politischen Eliten im Lokaljournalismus?*

Im besten Fall eine entscheidende als Wächter und Kontrolleur, im schlechtesten gar keine. Durch Boulevardisierung auch des Lokalen kommt die politische Berichterstattung vielfach zu kurz, der Nachwuchs hat häufig überhaupt kein Interesse an politischen Zusammenhängen (ein großes Problem!), wirtschaftliche Eliten zu kontrollieren ist in der gegenwärtigen Situation äußerst schwierig: Das Fehlen von Betriebsräten bei Lidl oder Aldi ist für Lokalzeitungen ein Tabuthema.

6.) *Wo liegen die Chancen für einen Lokaljournalismus der Zukunft?*

Lokalredaktionen müssen sich crossmedial als unabhängiges, kritisches, glaubwürdiges Medium behaupten und den Rezipienten in Konkurrenz zu online-gebundenen, vielfach mit geringem Aufwand betriebenen Konkurrenzmedien (Blogs etc.) Qualität und vor allem Orientierung bieten. Dabei müssen sie so ausgestattet sein und so qualifiziert werden, dass sie dieser Aufgabe auch nachkommen können.

7.) *Was tun Sie persönlich, um den Lokaljournalismus zukunftsfähig zu machen?*

Recherchieren und kommentieren und streiten und diskutieren, sowie siehe 6.)

### **Antworten von Thomas Brackvogel, Geschäftsführer Südwest-Presse Ulm**

1) *Welche drei Punkte sind für den Lokaljournalismus heute charakteristisch?*

- a. Hoher Kostendruck.
- b. Ausbildung deutlich verbesserungswürdig.
- c. Es gibt ein Imageproblem. Zu viele wollen eigentlich zur Süddeutschen oder zur ZEIT. Dabei liegt die Wirklichkeit viel stärker im Lokalen.

2) *Befindet sich der Lokaljournalismus in einer Krise?*

Irgendwie ja. Obwohl die Chancen lange selten größer waren als heute.

3) *Was sind Anzeichen dieser Krise?*

- a. Am deutlichsten wohl unsere Auflagenentwicklung.
- b. Die Haushaltsabdeckung in den städtischen Gebieten zeigt, dass wir ein großes Thema haben.
- c. Neue, junge Leser tun sich schwer mit unseren Blättern und weichen auf (bessere?) elektronische Alternativen aus.
- d. Es wird schwieriger guten Nachwuchs zu bekommen.

4) *Findet Recherche im Lokaljournalismus ausreichend statt?*

- a. Grundsätzlich kann wahrscheinlich immer mehr und besser recherchiert werden.
- b. Ich kann zudem schlecht verallgemeinern. Meine Befürchtung aber ist, dass Personal-Knappheit, systemimmanenter Zeitdruck und dazu die immer wieder anzutreffende Ermüdung und Ermattung Recherchemängel sehr wahrscheinlich machen.

5) *Welche Rollen spielen Kritik und Kontrolle der wirtschaftlichen und politischen Eliten im Lokaljournalismus?*

- a. Im Grundsatz ist das klar: Eine große. Natürlich ist das eine der wichtigen Aufgaben des Journalismus überhaupt. Eine Differenzierung zwischen lokalem und anderem Journalismus macht auf dieser Ebene wenig Sinn.
- b. Ich kann auch hier schlecht verallgemeinern. Es ist aber wohl unbestreitbar, dass es im Lokaljournalismus viel schwerer ist, mit den Konsequenzen seiner Kritik zu leben. Überflüssig macht das Kritik und Kontrolle aber nicht. Das Gegenteil ist der Fall.

Es ist allerdings auch eine gute Übung in Demut, die Kritik an der eigenen Kritik erfahren zu müssen. Im Idealfall führt das zu mehr Respekt voreinander, einer größeren Genauigkeit und Differenziertheit, und, verbunden mit einer guten Portion Ausdauer und Beharrlichkeit, auch zu höherer journalistischer Qualität - auch wenn die aufklärerische Komponente des Journalismus derzeit nur einen eingeschränkten Marktwert hat.

6) *Wo liegen die Chancen für einen Lokaljournalismus der Zukunft?*

- a. Die Notwendigkeit zu guter lokaler/regionaler Information ist und bleibt wichtig. Hier geht es nicht allein um Kritik und Kontrolle, sondern in hohem Maß auch um ein Abbild der Lebenswirklichkeit unserer (potentiellen) Leser - lebensnah, fair, engagiert und leidenschaftlich. Ich glaube es ist sehr wichtig, dass sich unsere Lokaljournalisten gern in Ihrer Gemeinde aufhalten. Sie dürfen sich nicht ausschließlich auf den - häufig kritischen - Beobachterstandpunkt zurückziehen. Stattdessen sollten

sie sich teilnehmend, gern auch mit Spaß an der Sache und - wo nötig und möglich - sogar parteiisch für Ihre Leser, Ihren Standort und Ihre Region engagieren. Auch das kann Ausdruck von Glaubwürdigkeit sein. Den Aufstieg des SSV Ulm in die Regionalliga etwa kann eine lokale und regionale Zeitung nur feiern und begeistert unterstützen. Was sie ggf. an anderer Stelle nicht davon abhalten darf, sich den Trainer oder den Vereinsvorstand ordentlich zur Brust zu nehmen. Wir müssen ein selbständig auftretender, engagierter Teil unserer Gemeinde und nicht ständig auf der Suche nach dem archimedische Punkt sein, über den die lokale Welt aus den Angeln gehoben werden kann. Ohne die aufklärerische Aufgabe des Journalismus preiszugeben sollten wir engagierte Streiter für unsere Gemeinden sein.

b. Lokaljournalismus darf nicht "monomedial" sein. Die Alternativen - vor allem im Netz - wachsen unaufhaltsam. Für unsere Medienhäuser muss es das Ziel sein, überall da präsent zu sein, wo sich unsere Kunden, Leser, Nutzer, Nachbarn, Freunde und andere sich medial tummeln.

c. Kompetenz auf allen Ebenen: journalistisch, technisch und vor allem in der Sache.

*7) Was tun Sie persönlich, um den Lokaljournalismus zukunftsfähig zu machen?*

a. Wir bemühen uns alle Punkte unter (6) umzusetzen.

b. Wir verbessern unsere Ausbildung - auch hin zum Online-Journalismus.

Wir arbeiten daran, unsere potentiellen Leser und Kunden besser zu verstehen und ihnen zu zeigen, dass sie ohne uns ärmer wären.

### **Antworten von Susanne Öttl, Redakteurin Passauer Neue Presse:**

*1) Welche drei Punkte sind für den Lokaljournalismus heute charakteristisch?*

Information, Einsatz für die Region und Unterhaltung werden im Lokaljournalismus nach wie vor groß geschrieben, und wie immer schon ist er gekennzeichnet von der besonderen Nähe zwischen Redakteur und Lesern wie auch zu dem, worüber berichtet wird. Dies hat nicht nur Vorteile: Die soziale Kontrolle, die Einflussnahme von Lobbyisten aller Art ist sehr groß. Dennoch unabhängig zu bleiben im eigenen Urteil, war immer schon eine Herausforderung für Lokaljournalisten. Durch neuere Entwicklungen, ist diese noch größer geworden:

- Aktualitätsdruck: Wegen der Möglichkeiten digitaler Verarbeitung, späteren Andruckzeiten und der Konkurrenz durch lokale Radio- und Fernsehsender sowie Internet wächst der Druck, Geschichten bald zu drucken, auch wenn noch Zusatzrecherche nötig wäre. Auch deshalb sind in schlecht besetzten Redaktionen (kosten-)freie Mitarbeiter willkommen.

- Eitelkeiten: Der Wunsch des „normalen“ Lesers, sich selbst oder Angehörige im Blatt zu sehen und zu lesen, wächst. Die Folge: Mehr freie, ungelernete Mitarbeiter, die zugleich Lobbyisten sind, schreiben über Vereinssitzungen, Aktionen, Feste und Ausflüge.

- Auswahl: Digitale Informationsflut, hohe optische und gestalterische Anforderungen, Bürokratie und PR machen es dem Lokaljournalisten noch schwerer als früher, seine Prioritäten richtig zu setzen und zu verfolgen. Serviceorientierung, etwa anspruchsvoller Terminkalender und „Tipps“ kosten ebenfalls Zeit und Kraft. Die Chance, dass komplexe Recherchethemen angepackt werden, schrumpft.

*2) Befindet sich der Lokaljournalismus in einer Krise?*

Ja.

*3) Was sind Anzeichen dieser Krise?*

Die Abonnenten sterben weg. Die Zahlungsbereitschaft bei den Bürgern sinkt, kostenlose Anzeigenblätter scheinen für viele den Bedarf an Lokaljournalismus zu decken. Auch die Zahlungsbereitschaft der Verlage sinkt: weniger Redakteure, niedrigere Gehälter, mehr schlecht

bezahlte Freie. Aber: Es gibt viele junge, gute Lokaljournalisten. Man muss sie nur halten, fördern und angemessen zahlen. Und immer wieder motivieren.

*4) Findet Recherche im Lokaljournalismus ausreichend statt?*

Nein. Es gibt einen sehr hohen Anteil von Geschichten aus nur ein, zwei Quellen. Typisches Beispiel ist die reine Berichterstattung von z. B: einer Altenheimeröffnung, wo in Reden von Politikern und Angestellten Fakten genannt werden – diese aber für die Zeitung kaum nachgeprüft oder erweitert werden. Die ideale Geschichte: „Wie geht es in dem Altenheim nach einem halben Jahr zu“ wird dann selten gemacht – stattdessen ist eine andere Eröffnung der Aufmacher. Problematisch ist auf jeden Fall auch die Berichterstattung, die mehr oder weniger parallel zu geschalteten Anzeigen für Feste, verkaufsoffene Sonntage, Verlosungen, Wettbewerbe oder Jahrestagen erfolgt.

Bei Gemeinderats- und Stadtratssitzungen wird, falls überhaupt ein Redakteur dafür abgestellt wird, nur selten nachrecherchiert, auch wegen des Aktualitätsdrucks. Der Leser ist dann mit den widerstreitenden Meinungen der Kommunalpolitiker oft alleingelassen.

Bei Verlautbarungen und politischen Entscheidungen, die die Region eher passiv „treffen“ – werden oft zwar lokale Stimmen wie Bürgermeister oder Anwohner gehört, aber nur selten der Hintergrund der Entscheidung nachrecherchiert und erklärt. (Stichwort EU!)

Anders ist es bei handfesten Skandalen, falls sie denn an die Öffentlichkeit gelangt sind: Dann, denke ich, funktioniert der Lokaljournalismus immer noch recht gut, recherchiert und setzt Steinchen an Steinchen. Fraglich ist eher, wie es in dieser Anfangsphase des Skandals zugeht, ob hier nicht Trägheit, Großzügigkeit oder Ängstlichkeit schon den allerersten Artikel verhindern. In dieser entscheidenden Phase sind die Chefs gefragt. Hinter jedem investigativen Journalisten steht ein starker Chef. Und der wiederum braucht einen starken Verleger.

*5) Welche Rollen spielen Kritik und Kontrolle der wirtschaftlichen und politischen Eliten im Lokaljournalismus?*

Im Bewusstsein der Redakteure spielt diese Kritik und Kontrolle eine große Rolle. Dennoch schlägt sich diese Kritik in der Praxis der Berichterstattung eher wenig nieder. Zum einen, weil tatsächlich nicht ständig etwas Kritikwürdiges passiert – also die Kontrolle bereits funktioniert! - zum anderen weil sich der typische Lokalredakteur weder zur allgemeinen Systemkritik berufen fühlt, noch zum Lokalpolitiker. Zudem wird der Lokaljournalist sicherlich eher vermeiden, der eigenen Region wirtschaftlich zu schaden. Betrug, Ausbeutung und Umweltzerstörung von Einzelnen und Unternehmen wird aber im Normalfall immer thematisiert werden – dafür sind diese Geschichten viel zu gut. Was ein Landtagsabgeordneter tut, wird der Lokaljournalist nur selten überprüfen – er trifft ihn hauptsächlich bei „netten“ Terminen mit Sekt, Häppchen und Foto. Hier wäre ein besseres Zusammenspiel von Lokal- und Regionalredaktion bzw. Landesredaktion gefragt – sonst fällt die Kontrolle zwischen den Zuständigkeiten durch. Von Ausnahmen abgesehen hat die einseitige Berichterstattung, was Parteien oder Konkurrenten angeht, im Lokaljournalismus insgesamt abgenommen.

*6) Wo liegen die Chancen für einen Lokaljournalismus der Zukunft?*

Nicht zu nah beim Bürgermeister, ziemlich nah am Leser und ganz nah an der Wahrheit. Lesermeinung mobilisieren, integrieren, diskutieren, Forum sein, Internet und Handy nutzen, auch für lokale Sportereignisse, Termine und Unfälle. Die Leute zum Lachen bringen. Und gute Geschichten - Qualität, die nun mal von Qual kommt.

*7) Was tun Sie persönlich, um den Lokaljournalismus zukunftsfähig zu machen?*

Ich arbeite jetzt in der Politikredaktion – und stehe meinen Kollegen im Lokalen hin und wieder mit Lob, Kritik und Ideen aufmunternd zu Seite.

## **Sportjournalismus zwischen Vertrauen und Generalverdacht**

Thema:

Soll man jeden Sportler unter Generalverdacht stellen? Muss man bei jeder Siegerzeit und Rekordweite überprüfen, ob die Leistung realistisch oder der Sportler kurz zuvor erst erkrankt war? Wie sehen neue Recherchestandards im Sportjournalismus nach den Doping-Affären aus? Diese Fragen nach einem gesunden Maß zwischen Vertrauen und Misstrauen stellen sich vor allem im Sportjournalismus, aber auch in anderen Bereichen – bei der Recherche im Labor beispielsweise ebenso wie beim Politikerinterview.

Teilnehmer:

**Elmar Theveßen**, Jahrgang 1967, machte seinen M.A. Abschluss Anfang der 90er Jahre in den Fächern Politische Wissenschaft, Geschichte und Germanistik an der Universität in Bonn. Seine Fernsehlaufbahn führte ihn vom Bonner ZDF-Studio über das Korrespondentenbüro in Washington zum investigativen Magazin Frontal21. Seit Juni 2007 ist er Leiter der Hauptredaktion Aktuelles und stellvertretender Chefredakteur des ZDF und in dieser Funktion auch Leiter der Taskforce Doping.

**Jens Weinreich** ist freier Journalist und Experte für internationale Sportpolitik. Er arbeitet für sämtliche Mediengattungen. Er gründete im Dezember 2005 das sportnetzwerk, "die Qualitätsoffensive im Sportjournalismus". Im selben Jahr erhielt er den Wächterpreis für seine Recherchen zur Leipziger Olympiabewerbung. Bisher sechs Buchveröffentlichungen, zuletzt 2006: "Korruption im Sport" (Hg.) Website und Blog: [www.jensweinreich.de](http://www.jensweinreich.de)

**Freddie Röckenhaus**, geboren 1956 in Dortmund, studierte nach dem Abitur Germanistik, Sport, Erziehungs- und Sozialwissenschaften in Bochum und Münster. Seine Arbeit zum Staatsexamen schrieb er über Subkulturelle Zeichensysteme. Nach einem bi-medialen Volontariat bei der WAZ und Radio Bremen Fernsehen war Röckenhaus zunächst Redakteur bei Deutschlands größter Regional-Tageszeitung WAZ in Essen. Von 1989 bis 1994 verbrachte er seine prägendste Zeit als Redakteur bei der Wochenzeitung Die ZEIT in Hamburg, danach als Redakteur beim SZ- Magazin der Süddeutschen Zeitung in München. Röckenhaus arbeitet seit 1977 als Journalist. 2004 wurde er mit dem Journalisten- Preis des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher, dem „Goldenen Apfel“ ausgezeichnet, 2005 mit dem wichtigsten Journalisten-Preis, dem „Henri-Nannen-Preis“. Für den Adolf-Grimme-Preis und den Deutschen Fernsehpreis war Röckenhaus, gemeinsam mit Petra Höfer, eine Reihe von Malen nominiert. Zuletzt 2006 und 2007. Neben der gemeinsamen Arbeit an den Dokumentarfilmen und -reihen von colourFIELD (für verschiedene ARD-Sender, Arte und vor allem für das ZDF) schreibt Röckenhaus weiterhin regelmäßig u.a. für die Süddeutsche Zeitung sowie für Die ZEIT, Rolling Stone oder den Deutschlandfunk.

Leitfragen und Antworten:

### **Antworten von Elmar Theveßen, ZDF**

*1) Wie hat sich die journalistische Recherche im Sportjournalismus durch die Dopingskandale verändert?*

Sportjournalisten müssen bei ihren Recherchen die Leistungen der Athleten kritisch hinterfragen. Früher hat man Anzeichen - z.B. Fabelrekorde - gerne übersehen. Allerdings blieb für die Recherche im dichtgedrängten Kalender der Sport-Großereignisse nicht viel Zeit. Deshalb gibt es jetzt Taskforces zum Thema "Doping".

*2) Ist es legitim, jeden Sportler unter Generalverdacht zu stellen oder gilt hier zunächst immer noch die Unschuldsvermutung?*

Ich halte es für nicht legitim, alle Sportler öffentlich unter Generalverdacht zu stellen. Journalisten unterliegen in ihrer Arbeit deutschem Recht und sollten sich nach dem Pressekodex richten. Demnach gibt es bei der Verdachtsberichterstattung Regeln, insbesondere die des Mehrquellen-Prinzips. Bei der investigativen Recherche hilft sicher die Hypothese des Generalverdachts - aber sie muss in der redaktionellen Kontrolle auch immer hinterfragt werden. In manchen Berichten der letzten Jahre, so scheint mir, schwingen sich Journalisten gern zu Scharfrichtern auf.

*3) Wo ist die Grenze zwischen gesundem Misstrauen und einem Mindestmaß an Vertrauen?*

Schwer zu sagen, aber die Taten der Athleten sind der Maßstab für Vertrauen, also: Lassen sie sich kontrollieren? Machen sie ihre Daten öffentlich? Haben sie auffällige Werte oder überraschende Leistungen? Entscheidend dabei dürfte die professionelle Distanz sein. Duzfreundschaften und traute Bierseligkeit zwischen Journalisten und Sportlern/Funktionären sollten ein Ende haben.

*4) Inwieweit gehört es beispielsweise zu den Rechercheroutinen, bei Siegen und Rekorden zunächst zu überprüfen, ob eine Leistung ohne unerlaubte Hilfsmittel realistisch war (etwa nach Erkrankungen von Sportlern)?*

Tatsächlich lassen sich Ungereimtheiten nicht unmittelbar nach Zieleinlauf prüfen, es sei denn die vorliegenden Daten weisen bereits darauf hin, z.B. übermäßige Steigerung der persönlichen Bestleistung. Dann erwähnt der Kommentator die. Darüber hinaus sammeln wir kontinuierlich auffällige Daten und vergeben Rechercheaufträge zur gezielten Überprüfung. Dabei gibt es zwei Probleme: Zu wenig Manpower angesichts zahlreicher Fälle und schwierige Nachweisbarkeit von Dopingpraktiken.

*5) Welchen Einfluss haben Sportjournalisten auf Moral und Selbstkritik innerhalb des Sports selbst?*

Sportjournalisten sollten ihren Einfluss nicht unterschätzen. Die professionelle Distanz, die kritische Wortwahl, aber auch faire Berichterstattung hinterlassen Eindruck bei vielen Sportlern. Weniger Jubelarien, mehr Sachlichkeit und offene Diskussionen mit Sportler sind prima. Aber das System "Doping" können sie allein nicht durchbrechen.

*6) Inwieweit unterscheidet sich die Recherche im Sportjournalismus von anderen Ressorts? Welche Erfahrungen und Standards sind jeweils übertragbar, welche nicht?*

Angesichts der zahlreichen Sportveranstaltungen reichen die Ressourcen der Sportredaktion für investigativen Journalismus kaum aus. Ähnliches gilt aber auch für die tagesaktuelle Berichterstattung in anderen Bereichen (Wirtschaft, Politik). Dort werden in erster Linie Fakten und Daten recherchiert und verständlich dargestellt. Aber wir haben unsere Möglichkeiten verbessert, auch mehr Hintergründe zu liefern.

In keinem der genannten Bereiche erleichtern kritische Berichte den Zugang zu Sportlern, Funktionären, Politikern und Beamten. Umso mehr brauchen wir investigative Magazine wie Frontal21, Taskforces und ähnliches.

**Antworten von Jens Weinreich, freier Journalist, „sportnetzwerk“**

*1) Wie hat sich die journalistische Recherche im Sportjournalismus durch die Dopingskandale verändert?*

Wenn die Frage implizieren sollte, dass die "Dopingskandale" für eine neue Qualität im Journalismus gesorgt hätten, muss ich das vehement verneinen. Es ist nur so, dass sämtliche Vertuscher - vor allem die in den Medien - irgendwann keine Ausreden und Lügen mehr parat hatten. Die Recherchebedingungen für Journalismus aber haben sich nicht grundlegend gewandelt. Sie sind im Summa gleich schlecht geblieben. Punktuelle Verbesserungen gab es ausgerechnet bei den öffentlich-rechtlichen TV-Anstalten, die jahrelang in skandalöser Weise über den Einsatz von

Gebührgeldern (für TV-Rechte und, wie die ARD, als Sponsor des Team Telekom) die Dopingumtriebe mit finanzierten. Wenn sich etwas verändert hat, dann vielleicht dies: Denjenigen Kollegen, die seit vielen Jahren Missstände anprangern und versuchen, zu recherchieren, werden von den journalistischen Hierarchen (Chefredaktionen, Intendanten, Ressortleiter) nicht mehr ganz so mächtige Steine in den Weg gelegt. Doch das ist konjunkturabhängig, soll heißen: Wenn deutsche Athleten Gold holen oder eben vorn mit radeln, sind journalistische Maßstäbe schnell wieder vergessen und die Kollegen werden aufgefordert, weniger kritische zu berichten.

*2) Ist es legitim, jeden Sportler unter Generalverdacht zu stellen oder gilt hier zunächst immer noch die Unschuldsvermutung?*

Journalisten haben von Berufs/von Amts wegen jede Leistung anzuzweifeln. Ich nenne es nicht Generalverdacht, sondern eine journalistische Grundregel. Und Unschuldsvermutung ist in diesem Zusammenhang das absolut falsche Wort. Denn im Sport gilt schon seit Jahren folgende Regel, auf dem die Dopingaufklärung beruht: Anders als im Strafrecht, wo es eine Unschuldsvermutung gibt, ist es im Sport so, dass der Athlet, wenn er positiv getestet wird und/oder andere erdrückende Beweise gegen ihn vorliegen, seine Unschuld selbst nachweisen muss. Es gilt die so genannte Beweislastumkehr. Ich treibe die Argumentation mit der Beweislastumkehr so weit, zu sagen: Da der olympische Hochleistungssport zum überwiegenden Teil aus Steuermitteln finanziert wird, ist der Athlet, sind die Sportverbände, immer in der Pflicht, ihre Sauberkeit nachzuweisen. Sie haben in jeder Beziehung Transparenz herzustellen. Der Steuerzahler sollte beispielsweise ein Anrecht darauf haben, jederzeit die Dopingkontrolldaten jedes deutschen, mit öffentlichen Mitteln alimentierten Spitzensportlers einzusehen. In der Praxis aber dominiert noch immer die Intransparenz, nach demokratischen Grundsätzen befinden wir uns teilweise noch in der Steinzeit.

*3) Wo ist die Grenze zwischen gesundem Misstrauen und einem Mindestmaß an Vertrauen?*

Diese Frage lässt sich pauschal nicht beantworten, sondern nur aus der Summe vieler Faktoren. Beispielsweise dem in der vorherigen Antwort skizzierten Transparenzgebot. Ist diese Transparenz gewährleistet, kann sich auch Vertrauen aufbauen.

*4) Inwieweit gehört es beispielsweise zu den Rechercheroutinen, bei Siegen und Rekorden zunächst zu überprüfen, ob eine Leistung ohne unerlaubte Hilfsmittel realistisch war (etwa nach Erkrankungen von Sportlern)?*

Das hat schon immer zu den Rechercheroutinen gehört. Schon immer aber wurden jene Kollegen, die auf märchenhafte Leistungsentwicklungen hinwiesen (etwa 1993/94 bei chinesischen Läuferinnen und Schwimmerinnen, 1996 bei der Schwimmerin Michelle Smith de Bruin 2000 beim griechischen Sprinter Kenteris) von anderen so genannten Journalisten als Kritikaster und Nestbeschmutzer gebrandmarkt. Die Frage nach der Erkrankung von Sportlern müsste präzisiert werden. Denn auch hier kann ja nur das Transparenzgebot gelten. Wenn eine solche (angebliche) Erkrankung, die diese oder jene Mittel-Einnahme erlaubt, nicht transparent gemacht wird, hat auch kaum jemand eine Chance, darüber sauber zu urteilen. Im Gegenteil, derartige Angaben werden top secret verhandelt. Zwei Beispiele: In manchen Nationen ist nahezu jeder olympische Spitzenschwimmer (angeblich) asthmakrank. Jan Ullrich ist ebenfalls angeblich asthmakrank gewesen, und zwar in einem Maße, in dem Normalbürger als schwerbehindert eingestuft werden würden. Der arg kranke Ullrich aber ist Alpenpässe hochgejagt wie ein junger Gott - ein gedopter Gott, wie wir wissen.

*5) Welchen Einfluss haben Sportjournalisten auf Moral und Selbstkritik innerhalb des Sports selbst?*

Natürlich einen großen Einfluss. Ich behaupte: Nur durch den beharrlichen Einsatz weniger Journalisten und weniger unabhängiger Wissenschaftler, die über Jahrzehnte um jedes Quäntchen Öffentlichkeit gekämpft haben, ist die Doping-Branche so in die Bredouille gekommen. Ich denke sogar, ich kann diese These belegen. Fakt ist leider auch: Es sind sicher weniger als zehn Prozent der Sportjournalisten ihrer Verpflichtung nachgekommen, Öffentlichkeit herzustellen, wo immer es ihnen möglich war.

*6) Inwieweit unterscheidet sich die Recherche im Sportjournalismus von anderen Ressorts? Welche Erfahrungen und Standards sind jeweils übertragbar, welche nicht?*

Im Prinzip sollte es überhaupt keine Unterschiede geben. Rein handwerklich kann es die auch nicht geben. Das Hauptproblem ist, dass Sport ein Unterhaltungssegment ist. Bei vielen Hierarchen, auch bei preisgekrönten Intendanten oder Chefredakteuren, kommt der Fan durch, wenn es um Sport geht. Sie wollen Sport zu großen Teilen als Unterhaltungssegment umgesetzt sehen. Fans ein vernebelt im Übrigen die Sinne. Aber vieles, was da getrieben wird, wird ganz bewusst so angegangen. Ihre Beschränkungen der journalistischen Arbeit, ihre mangelnden Leitlinien, ihr geringes Fachverständnis führte über Jahre auch zwangsläufig zu bescheidenen journalistischen Leistungen im Sportsegment. Es wäre höchst verlogen, diesen evidenten Zusammenhang zu leugnen. Ohne dass ich damit die in der Hierarchie unten stehenden Sportjournalisten in Schutz nehmen will, die sich nicht um derartige Themen kümmern/kümmerten oder sich durch Wegschauen/Schweigen/Verbrüdern oder Meineide vor Gericht (auch das gab es, beispielsweise im Fall Drechsler) gar zu Handlangern eines kriminellen Systems machten.

### **Günter Wallraff – Recherche undercover**

Günter Wallraff, gelernter Buchhändler, hat seine ersten Rollenreportagen aus Industriebetrieben bereits in den sechziger Jahren veröffentlicht. Bis heute wird die verdeckte Recherche in Deutschland zuerst mit seiner Person assoziiert. Nach den Recherchen bei BILD (1977) und als „Türke Ali“ (1985) hat er jüngst an die alte Arbeitsweise angeknüpft, mit Veröffentlichungen im Zeit-Magazin über die Arbeitsbedingungen in Call Centern (2007) und in einer Großbäckerei (2008). Er lebt in Köln und engagiert sich u.a. für Projekte, die der besseren Verständigung zwischen türkischen Einwanderern und Deutschen dienen.

### **Erzählcafés**

#### **Auf der Strecke geblieben:**

#### **Politische und wirtschaftliche Einflüsse auf lokale Tageszeitungsredaktionen**

Thema:

Acht Jahre lang hat der Lokaljournalist Ralf Garmatter für das „Hohenloher Tageblatt“ gearbeitet. Ein Artikel über den Film „Wie im Stadion“ – eine Dokumentation über eine vierwöchige Public-Viewing-Veranstaltung während der Fußball-WM 2006 – hat ihn nun den Job gekostet. Der Bundestagsabgeordnete und Unternehmer Christian Freiherr von Stetten (CDU), dessen Geschäftspraktiken in dem Dokumentarfilm diskutiert werden, hatte sich zuvor wegen Garmatters Artikel beim Lokalzeitungsgeschäftsführer beschwert.

Teilnehmer:

**Ralf Garmatter**, freier Journalist  
**Axel Wiczorke**, Dokumentarfilmer,

Moderation: Wolfgang Messner, Stuttgarter Zeitung

### **Schwarzbuch Deutschland – Handbuch der vermissten Informationen. Was der neoliberale Konsens in den Medien verschweigt.**

Thema:

Journalistenschelte oder Rechercheauftrag? Gabriele Gillen und Walter van Rossum kritisieren in ihrem „Handbuch der vermissten Informationen“ die „krassen Fehlinformationen, Halbwahrheiten und Einseitigkeiten neoliberaler Propaganda“. Die beiden Journalisten tragen Informationen zusammen, die seit Jahren in den öffentlichen Debatten kaum vorkommen. Gibt es die Kostenexplosion im Gesundheitswesen wirklich? Ein Prozent Wachstum: Ist das überhaupt eine so magische Schwelle? Kann man den Daten und Schlüssen trauen, mit denen Politiker und Medien in Zeiten der Großen Koalition hantieren?

Teilnehmer:

**Gabriele Gillen**, Autorin  
**Walter van Rossum**, Autor

Moderation: Dr. Nicola Schuldt-Baumgart

### **Rechtsabbieger – Recherchen im rechtsextremen Milieu**

Thema:

Vor den diesjährigen Landtagswahlen in Niedersachsen haben die Bremer Tageszeitungen gemeinsam mit NDR Info eine aufwändige Broschüre erstellt, die über die Umtriebe von Neonazis in Norddeutschland informiert. Die Autoren entlarven mit einem Blick hinter die Kulissen die vermeintlichen Biedermänner der NPD, analysieren braune KleidungsCodes und klären über die rechtsextreme Szene auf. 14.000 Gratis-Exemplare der Broschüre „Rechtsabbieger“ wurden kostenlos an Schulen und Jugendeinrichtungen verteilt.

Teilnehmer:

**Christine Kröger** (Weser-Kurier), Theodor-Wolff-Preis 2006  
**Stefan Schölermann** (NDR Info)

Moderation: Gabriele Heise, NDR Info

### **Reihe: Recherche – Online**

11:00 Uhr: Vorratsdatenspeicherung, Online-Durchsuchung & Co. - Recht und Gesetz sind nicht immer dasselbe

**RA Dr. Jan K. Köcher** (DFN-CERT). Jan K. Köcher hat an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster Rechtswissenschaft studiert. Nach Abschluss seines juristischen Vorbereitungsdienstes in Baden-Württemberg arbeitete er von 2003 bis Mitte 2007 als Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Kompetenzzentrum Recht im DFN am Institut für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht an der Universität Münster bei Professor Dr. Thomas Hoeren. Seine Promotion zum Thema „Quotenregelungen im Rundfunk“ konnte er Ende 2007 erfolgreich abschließen.

Der seit Juli 2007 in Hamburg zugelassene Rechtsanwalt arbeitet seit dem 1. August 2007 bei der DFN-CERT Services GmbH in Hamburg als Syndikus. Seine Interessenschwerpunkte liegen im

Medien-, Informationstechnologie- und Datenschutzrecht und werden durch zahlreiche Fachveröffentlichungen belegt.

12:00 Uhr: Digitaler Informantenschutz: Matthias Spielkamp/Jürgen Sell, recherche-info.de

13:00 Uhr: Google für Einsteiger: Jan-Michael Ihl, recherche-info.de

14:00 Hey, hey Wiki - Wissensmanagement für Journalisten: Anton Simons (Redakteur der Rhein-Zeitung, Koblenz)

**Anton Simons** (M.A.) studierte ab 1983 Wissenschafts- und Erkenntnistheorie u.a. in Bonn, Köln und Frankfurt. Seit 1985 ist er Lokaljournalist, seit 1990 Lokalredakteur. Während seines Studiums setzte er sich mit dem Thema „Datenbank basiertes Wissensmanagement für Studium und Forschung in den Geisteswissenschaften“ auseinander. Die Erfahrungen, die er auf diesem Gebiet sammelte, übertrug er später auf den Bereich Journalismus.

Mit dem Populärwerden von Wikis, Blogs und anderen CMS-Systemen beschäftigt er sich darüber hinaus mit partizipativem Journalismus, also mit der Einbindung der kollektiven Intelligenz von Lesern, Zuhörern und Zuschauern in das redaktionelle Wissensmanagement und in die Wertschöpfung von Medienunternehmen. Zu diesen Themen bloggt Anton Simons unter [www.Redaktionelles-Wissensmanagement.de](http://www.Redaktionelles-Wissensmanagement.de). Im UVK-Verlag Konstanz erschien im Oktober 2007 sein Buch „Redaktionelles Wissensmanagement“.

15:00 Uhr: Unsichtbares sichtbar und kommunizierbar machen - zur Visualisierung komplexer Netzwerke: PD Dr. Lothar Krempel (Max-Planck Institut für Gesellschaftsforschung MPIfG, Köln)

16:00 Uhr: Deutschlands erste CAR-Redaktion: Bernd Matthies, RegioData

17:00 Uhr: CAR & Statistik –Wie finde ich statistische Daten für mein Thema?  
Sebastian Moericke-Kreutz, dpa-RegioData

18:00 [www.journascience.org](http://www.journascience.org): ein Informationsportal als innovative Kooperation zwischen Wissenschaft und Journalismus

Prof. Dr. Gisela Losseff-Tillmanns, FH Düsseldorf, Professorin für Soziologie, Fachbereich Sozial- und Kulturwissenschaften, Fachhochschule Düsseldorf

**Gisela Losseff-Tillmanns** hat sich vor ihrer Hochschullehrtätigkeit der Erforschung der Geschichte der Frauen in der Gewerkschaftsbewegung gewidmet. Seit 1980 ist sie Professorin an der Fachhochschule Düsseldorf. Dort hat sie sich in Forschung und Lehre seit Mitte der 80er Jahre auf die Mediensoziologie und dann seit Ende der 80er Jahre zusätzlich auf die Kriminologie, insbesondere auf das Jugendkriminalrecht konzentriert. Aus dem Zusammenwirken der beiden Wissenschaftsbereiche entstand die intensive Beschäftigung mit den Ursachen und Erscheinungsweisen der Medienberichterstattung über Kriminalität. Daraus entwickelte sie Ende der 90er Jahre in interdisziplinärer Zusammenarbeit das Internetportal Journascience ([www.journascience.org](http://www.journascience.org)) zum Thema Kriminalität. Dieses Portal wurde im Jahre 2003 der Öffentlichkeit im Internet allgemein und kostenlos zugänglich gemacht und weist bis heute ständig wachsende Zugriffszahlen auf.

## Vormittag:

### Recherche - Online

#### **11:00 Entenjagd - Quellenprüfung als Minimalkanon der Online-Recherche**

Albrecht Ude (freier Journalist)

**Albrecht Ude** genießt das Leben in Berlin und Friesland. Seit mehr als 10 Jahren arbeitet er als recherchierender Journalist (print und online) und trainiert Online-Journalisten, für die er sich auch berufspolitisch einsetzt. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Online-Recherche sowie Computer Assisted Reporting (CAR), Kommunikationssicherheit, Überwachung und Bürgerrechte im digitalen Zeitalter.

[ Bild: Albrecht-Ude.jpg ]

#### **12:00 Social Network Analysis für Journalisten**

Haiko Lietz

### Macht Schreiben arm?

Thema:

„Schreiben macht arm“ war im November 2007 ein Text von Gabriele Bärtels in der ZEIT überschrieben. Thema: Sie selbst. Bärtels beschrieb ihre prekäre Situation als freie Autorin – und erhielt viel Zuspruch, aber auch reichlich Kritik. Es mangle ihr an Professionalität, meinten einige Kollegen. Dabei ist unzweifelhaft, dass sich die Situation freier Journalisten in den vergangenen Jahren verschlechtert hat. Gerade im Printbereich reichen die Honorare oft kaum zum Leben. Die Verlage schert das wenig: Sie können mit genügend qualifiziertem Nachschub rechnen. Was tun gegen Dumping-Honorare? Und was sind die Alternativen: Hinzuverdienste über PR? Spezialisieren? Als Blogger selbstständig machen?

Teilnehmer:

**Gabriele Bärtels**, Jahrgang 1959, arbeitet als freie Autorin und Journalistin in Berlin. Seit 1998 veröffentlicht sie unter anderem in Cicero, der Süddeutschen Zeitung, dem Tagesspiegel, der Berliner Zeitung, der Welt, der Zeit, der Frankfurter Rundschau, Spiegel Online, Brigitte, Elle und Marie Claire. Von 2004 bis 2007 gab sie FRIDA, ein Online-Frauenmagazin, heraus. Für ihre Arbeit wurde Bärtels mit verschiedenen Preisen ausgezeichnet. Im Zeit-Artikel "Schreiben macht arm" berichtete sie im November 2007 über ihre prekäre Situation als freie Journalistin und regte damit eine kontroverse Debatte an.

**Michael Anger**, 1950 in Bayreuth geboren, ist seit November 2007 stellvertretender Vorsitzender im Bundesvorstand des Deutschen Journalisten-Verbandes. Davor war er vier Jahre lang Beisitzer im DJV-Bundesvorstand. Er ist seit 1. August 2007 als freier Journalist tätig. Zuvor arbeitete er als Ausbildungsredakteur beim Ring Nordbayerischer Tageszeitungen. Seit 1981 leitete er das Ressort Oberfranken und Bayern. Seit seinem Eintritt in den Bayerischen Journalisten-Verband 1979 nahm er dort mehrere Funktionen wahr. Anger stand unter anderem als Landesvorsitzender an der Spitze der Fachgruppe Tageszeitungen.

**Felix Zimmermann** ist einer der Initiatoren des Bündnisses freier Journalisten „Freischreiber“ ([www.freischreiber.de](http://www.freischreiber.de)). Geboren 1974 in Göttingen, aufgewachsen in Eddigehausen und in Oldenburg. Studium der Geschichte und Soziologie mit Ausflügen in diverse andere Fächer in Bielefeld, Madrid und München, dort 1999 Magisterexamen. Besuch der Henri-Nannen-Schule in Hamburg. Ab 2001 Lokalreporter der Berliner Zeitung, von 2003 bis 2005 deren Nahostkorrespondent

mit Sitz in Tel Aviv und Ramallah. Rückkehr nach Oldenburg im Oktober 2005. Schreibt für die taz über Nordwestdeutschland und für andere Zeitungen und Zeitschriften auch über den Rest der Welt.

**Benno Stieber**, Jahrgang 1972, freier Korrespondent der Financial Times Deutschland in Karlsruhe, und regelmäßiger Autor bei Merian. Er besuchte die Deutsche Journalistenschule und studierte Politik, Geschichte und Kommunikationswissenschaft in München. Nach Stationen bei der Badischen Zeitung und der Woche war er zwei Jahre Politik-Redakteur bei der Zeitschrift Max.

Moderator: Gottlob Schober, SWR, Report Mainz

### **Leitfragen- und Antworten:**

#### **Gabriele Bärtels, freie Autorin:**

##### *1.) Macht Schreiben arm?*

Mich macht es jedenfalls arm, in meinem persönlichen Umkreis kenne ich viele arme Schreiber, und auf meinen ZEIT-Artikel erhielt ich mehrere Hundert Mails, von denen etwa die Hälfte mir dankte, weil ich sie mit meinem Text von ihren eigenen Sorgen, totale Versager zu sein, entlastete. Für alle anderen mögen die Einkommens-Statistiken sprechen.

##### *2.) Mit welchen Problemen haben freie Journalisten zu kämpfen?*

Null Kommunikation mit Redaktionen. Von den allermeisten kaum je mehr gehört als kurze Mail-Zeilen, selten überhaupt ein längeres Telefongespräch. Nicht im Ansatz zu festgestellten Journalisten vergleichbare finanzielle/zeitliche Bedingungen für das Schreiben einer Reportage. Keinen Zugang zum Flurfunk, nie eine Ahnung, was eine Redaktion plant, konzipiert. Kein Wir-Gefühl, nicht mal eine Weihnachtskarte. Keinerlei Rechte auf Antwort/gesetzliche Honorarzahlungsfristen. Qualitativ werden sie über einen Kamm geschert. Es bekommt nicht der bessere mehr Geld, sondern alle die gleichen Zeilen-/Seitenpreise. Autorenpflege ist ein Fremdwort. Bei gewissen Redakteuren gewisser bedeutender Printmedien kommt auch noch Arroganz hinzu. Man hört solche Sachen wie: „Im Prinzip müssten wir gar nichts zahlen, die Leute würden auch so für uns arbeiten, nur um einmal in unserem Blatt zu stehen.“

##### *3.) Freie verdienen im Schnitt weniger Geld als festangestellte Journalisten. Woran liegt das? Was machen die Freien falsch?*

Sie machen nichts falsch, außer eben nicht festangestellt zu sein. Sie können die Honorare nur fressen, die ihnen vorgeworfen werden. Der Fehler ist, dass sie sich nicht organisieren und streiken.

##### *4.) Wie hat sich die Situation freier Journalisten in den vergangenen Jahren verändert? Welche Rolle spielen die Verlage dabei?*

Da ich erst seit 10 Jahren als Freie arbeite und ja im Wesentlichen Autodidakt bin, kann ich nur vermuten, dass die Lage früher anders war, höre dies auch von anderen. Honorare waren besser, das Redaktions-Freie-Miteinander war intensiver, vielleicht auch, weil Redakteure (meiner Einschätzung nach) heute immer mehr zu Verwaltern werden, während die Freien die Schreiber sind, und sich somit das Gemeinsame hin zum Trennenden entwickelt hat. Verlage erlauben sich, Texte x-fach zu verwerten, ohne dafür auch x-fach zu zahlen. Mein Eindruck ist: Der Freie von früher war eine ganz andere Gestalt (gilt auch fYr Rechtsanwälte, Architekten etc.). Jetzt ist er im Wesentlichen vogelfrei, fast wie ein Sklave. Der Freiberufler von heute ist eine stark benachteiligte, von niemandem vertretene Kaste, die es in dieser Form früher kaum gegeben hat. Er ist kein „echter“ Freier mehr, der also frei entscheiden kann, der auch mal was ablehnt/zurückweist. Sein eigentlich kritischer Geist ist im Umgang mit Redaktionen nicht gefragt, das stört bloß und hält auf.

##### *5.) Gewerkschaften wird vorgeworfen, sie würden sich zu wenig für die Interessen der freien Journalisten einsetzen. Stimmt das?*

Ja, das stimmt. Es gibt immer nur nette Netzwerk-Kreise, in denen dann aber auch wieder nur Freie auf andere Freie treffen. Dort werden sie dann im „Umgang mit Redakteuren“ geschult, worüber ich

schallend lache. Freie wissen nach einiger Zeit sehr gut von selbst, wie sie sich am Besten passend machen, das sagt einem ja schon der gesunde Menschenverstand. Umgekehrt ist der Umgang der Redakteure/Verlage mit Freien großteils ein Skandal.

*6.) Was könnten die Gewerkschaften besser machen?*

Solange sie die Interessen von zwei sich gegenüberstehenden Parteien vertreten wollen, wohl nichts. So hat sich die Lage aus meiner Sicht entwickelt.

*7.) Braucht es eine eigene Institution für die Vertretung der Freien-Interessen? Welche Ziele sollte ein solcher Zusammenschluss verfolgen?*

Ja. Er sollte das extreme Ungleichgewicht im Verhältnis Redaktion/Verlag-Freier durch eine gebündelte Streik- und Vertretungsmacht ausgleichen.

*8.) Könnte eine Freien-Vereinigung auch innerhalb der Gewerkschaften wirken?*

Siehe oben.

*9.) Warum arbeiten so viele Journalisten als Freiberufler? Nur aus der Not heraus, keinen festen Job zu bekommen? Oder gibt es dafür gute Gründe?*

Woher soll ich das wissen? Ich vermute stark, dass es aus der Not heraus geschieht. Daraus entwickelt sich dann der Selbstläufer: Solange so viele bereit sind, für jede noch so unzumutbare Bedingung weiterzumachen, muss ja gar kein Verlag über sich nachdenken.

*10.) Gibt es jenseits von Verlagen und Sendern alternative Finanzierungsmöglichkeiten? Zum Beispiel Blogs oder PR-Arbeit?*

Meine persönliche Meinung: Von den allermeisten Blogs halte ich nichts. Zu PR-Arbeit: Ja, auch ich habe PR-Arbeit gemacht, auch unter Pseudonym geschrieben, aber immer mit dem bohrenden schlechten Gewissen, dass das sich doch eigentlich nicht gehört, dass es die Glaubwürdigkeit untergräbt. Ich finde es schlimm genug, dass man den Freien überhaupt zumuten will, sich irgendwie anders zu finanzieren als über ihren Beruf. Wenn der genauso zur Freizeitbeschäftigung wird, wie es ja inzwischen auch bei Fotografen massiv der Fall ist, was soll das dann noch für ein Beruf sein? Es ist dann keiner mehr, wird mit Recht nicht mehr ernst genommen.

Es ist doch seltsam, dass man mit Boulevard-Schreiberei und PR-Schreiberei und Kundenmagazinschreiberei mehr Geld verdient (und häufig auch noch korrekter behandelt wird) als für unabhängigen Journalismus, und wie viele in einem bestimmten Alter für immer dahin abwandern.

### **Freischreiber / Initiative freier Journalisten:**

*1.) Macht Schreiben arm?*

Schreiben macht im Moment zumindest nicht reich. Es gibt viele Kollegen, die von dem, was sie erschreiben, leben können. Allerdings sind die Honorare in den letzten Jahren so sehr geschrumpft, dass es immer schwieriger wird, ökonomisch vernünftig arbeiten zu können. Dazu kommt, dass die Verlage inzwischen AGBs vorgeben, die ihnen die Möglichkeit einräumen, die Einnahmen durch Weiterverkäufe für sich behalten zu können (Buy-Out-Verträge). Durch den Wegfall der klassischen Zweitverwertung ist für viele Freie ein Teil ihrer Einkünfte weg gebrochen.

Es hängt auch sehr stark von der Art der Geschichten ab, die man macht: Je komplexer und rechercheintensiver das Thema, desto weniger lohnt es sich in der Regel. Hauptgrund dafür ist, dass Redaktionen sich beim Honorar eher am Textumfang orientieren als am Aufwand. Wenn ein festangestellter Redakteur für eine komplizierte Geschichte drei Wochen braucht, dann braucht er eben drei Wochen, und die Gehalts-Uhr läuft weiter. Der Freie schenkt der Redaktion den Teil der Arbeitszeit, der über das hinausgeht, was durch das Honorar gedeckt wird.

Problematisch ist schließlich auch, dass die qualitativen Ansprüche vieler Verlage und die Honorare weit auseinander klaffen: Viele Publikationen erwarten exklusiv recherchierte Geschichten zu Regionalzeitungssätzen. Zudem wird auch bei den Spesen immer mehr gekürzt und verkompliziert.

*2.) Mit welchen Problemen haben freie Journalisten zu kämpfen?*

Ein Teil dieser Frage ist in der Antwort auf Frage 1 bereits berührt. Darüber hinaus scheinen manche Redakteure das folgende Bild im Hinterkopf zu haben: Die Freien sitzen da mit den Füßen auf dem Schreibtisch und warten, dass genau diese Redaktion anruft. Wenn man drauf verweist, dass man im Laufe der kommenden Wochen leider ausgebucht sei und nicht kurzfristig einspringen könne, erntet man oft Unverständnis. Daran zeigt sich, dass da ein grundsätzliches Rollen-Missverständnis vorliegt: Freie sind eigenständige Unternehmer mit mehreren Kunden. In der Wahrnehmung mancher Redakteure dagegen scheinen sie eher so etwas zu sein wie Anhängsel am unteren Ende der Redaktions-Hierarchie; die Ausputzer, die schnell einspringen, wenn Arbeit übrig bleibt.

Ein Phänomen, das immer wieder auch zu Frust bei Freien führt, sind tote Briefkästen: Die allermeisten Redaktionen suchen dringend Themen und fordern Freie zu Themenvorschlägen auf („Du ahnst ja gar nicht, wie viele schlechte Texte wir angeboten bekommen!“) – folgt man dem Aufruf, passiert es häufig, dass sich Redaktionen nicht zu Themenvorschlägen äußern und auch auf Nachfragen nicht reagieren. Klar, dass nicht jedes Exposé passt, aber um zielgerichteter anbieten zu können, wäre mehr Kommunikation hilfreich – für beide Seiten.

In immer mehr Redaktionen (auch renommierten!) reißt es ein, dass Texte erst bei Abdruck bezahlt werden. Da zwischen Abgabe des Manuskripts und der Veröffentlichung aber Monate vergehen können, warten Freie dann eben so lang auf ihr Honorar. Wer daran erinnert, dass Schreiben nicht sein Hobby ist, erntet Unverständnis.

Schließlich etwas, wo die Freien besser werden können: Freie verhalten sich mitunter dadurch falsch, dass sie die Arbeitswirklichkeit von Redakteuren verkennen. Auch das ist eine Quelle, die zu Ärger und Frust in der Zusammenarbeit zwischen Freien und Redaktionen führt.

*3.) Freie verdienen im Schnitt weniger Geld als festangestellte Journalisten. Woran liegt das? Was machen die Freien falsch?*

Die Freien lernen erst langsam unternehmerisch zu denken. Oft werden Dumping-Honorare akzeptiert, um überhaupt einen Fuß in die Tür zu bekommen. Auch die Leidenschaft an der Geschichte hemmt manchmal ökonomische Überlegungen. Renommierte Redaktionen lassen oft auch durchblicken, dass es eine Ehre sei, für sie zu schreiben, auch wenn das Honorar nun einmal eher mau ist. Und tatsächlich, denken die Freien dann, ist eine Veröffentlichung in dem Magazin XY ja auch besser als nichts.

*4.) Wie hat sich die Situation freier Journalisten in den vergangenen Jahren verändert? Welche Rolle spielen die Verlage dabei?*

Die von Verlagen mittels der AGBs verlangte Umwandlung eines einfachen Nutzungsrechts in Eigentumsrechte ist eines der größten Probleme, mit dem Freie zu kämpfen haben (Stichwort Buy-Out-Verträge). Vor allem auch bei der zunehmenden Oligarchisierung der Branche. Wer für den Tagesspiegel schreibt, schreibt laut AGBs für das Handelsblatt und die Zeit gleich mit. Obwohl aber immer mehr Arbeit von den Freien geleistet wird, wirkt sich das nicht unbedingt auch im Verdienst aus. Zumal auch mehr und mehr Freie für Internet-Medien arbeiten – einen Bereich, in dem die Honorare trotz immens steigender Umsätze über Taschengeld-Niveau nie hinaus gekommen sind.

*5.) Gewerkschaften wird vorgeworfen, sie würden sich zu wenig für die Interessen der freien Journalisten einsetzen. Stimmt das?*

Es ist zumindest so, dass viele Freie unzufrieden sind mit der Arbeit der Gewerkschaften. Viele fühlen sich nicht ausreichend vertreten und haben das Gefühl, mit ihren Problemen allein dazustehen. Beispiel: Die Weltreporter, das Netzwerk freier Auslandskorrespondenten, sind im vergangenen Jahr beim Bundes-DJV in Berlin vorstellig geworden, um die gesammelten AGBs der Verlage vorzulegen und den DJV zu fragen, was er dagegen unternimmt. Die Weltreporter haben von dem Herrn, der sich das alles angehört hat, nie wieder etwas gehört. Wir wollen gar nicht bestreiten, dass wahrscheinlich auch der DJV versucht, die Situation zu verbessern, allerdings gibt es da zumindest ein großes Vermittlungsproblem. Und dass der DJV gerade jetzt, wo er von unserer Initiative erfahren hat, große Freien-Tage organisiert, den Freien-Newsletter wieder aufgelegt hat und sich in der Öffentlichkeit als Freien-Verband darstellt, hat das Vertrauen nicht unbedingt verbessert.

Es gibt auch objektive Interessenkonflikte zwischen freien und fest angestellten Kollegen, wobei die Gewerkschaften in solchen Konflikten eher den fest angestellten Kollegen zuneigen.

6.) *Was könnten die Gewerkschaften besser machen?*

S.o.

7.) *Braucht es eine eigene Institution für die Vertretung der Freien-Interessen? Welche Ziele sollte ein solcher Zusammenschluss verfolgen?*

Ein Zusammenschluss von Freien ist allein schon dadurch sinnvoll, als dass er den Redaktionen zeigt: Hier ist eine Kraft aus den Freien selbst heraus entstanden mit dem Ziel, eine starke Stimme für die Belange der Freien zu erzeugen. Das ist ein ganz anderes Signal als zu sagen: Die Gewerkschaften engagieren sich jetzt mal für die Freien. Das Ziel muss sein, das Chaos zu lichten, das sich zwischen Freien und Redaktionen entwickelt hat, den Betrieb zu professionalisieren und langfristig die Situation freier Journalisten zu verbessern. Über den direkten Draht zwischen freien und Redaktionen kann das besser gelingen als über die Schaltstelle Gewerkschaften.

Langfristig müssen wir von der absurden Ausgangslage wegkommen, dass der Kunde(in Gestalt der Redaktionen) quasi im Alleingang den Preis diktiert. In allen anderen Berufen ist es umgekehrt. Ein Tischler sagt: Der Tisch, wie Sie ihn sich vorstellen, kostet so und so viel; was meinen Sie dazu? Der Zahnarzt sagt: Der Preis für eine Wurzelbehandlung ist so und so, Rechtsanwälte, Notare und Steuerberater verweisen selbstverständlich auf ihre Gebührenordnungen.

Der freie Journalist bedankt sich höflich für den Auftrag und fragt mitunter erst im Laufe der Arbeit, was der Kunde denn eigentlich zu zahlen gedenke. Aber würde ein Gemüsehändler auf die Idee kommen, dem Kunden die Tüte mit Tomaten voll zu packen und dann zu fragen: „Was zahlen Sie denn so in der Regel fürs Kilo Tomaten?“

In vielen Köpfen (auch unseren eigenen) sind wir noch immer vor allem Idealisten, Ehrenamtler, Künstler. Das können und sollen wir auch gerne bleiben. Aber wenn es um den Wert der eigenen Arbeit geht, dann müssen wir diese Haltung zumindest nach außen ablegen.

Eine Freien-Vereinigung kann helfen, das Selbstbewusstsein der einzelnen zu stärken. Zudem kann eine Standesvereinigung der Freien auch Standards formulieren, die auch für die Verlage eine Verlässlichkeit in der Zusammenarbeit mit Freien bedeuten.

8.) *Könnte eine Freien-Vereinigung auch innerhalb der Gewerkschaften wirken?*

Nein. Wie bereits dargestellt: Die Freien arbeiten mit den Redaktionen zusammen und umgekehrt. Um das gemeinsame Verhältnis zu klären und zu verbessern, um das Miteinander für beide Seiten fruchtbarer zu gestalten, sollten beide direkt kommunizieren. Einer Art Mediator in Gestalt der Gewerkschaften bedarf es nicht.

9.) *Warum arbeiten so viele Journalisten als Freiberufler? Nur aus der Not heraus, keinen festen Job zu bekommen? Oder gibt es dafür gute Gründe?*

Die meisten, die wir kennen gelernt haben, arbeiten mit Leidenschaft frei, weil sie gern selbstbestimmt arbeiten wollen, weil sie gern draußen sind, um Geschichten zu recherchieren, und weil der Arbeitsalltag eines klassischen Redakteurs inzwischen vor allem aus Schreibtischarbeit besteht. Dahinter steht auch eine Art der Lebensgestaltung, die sich bei Anwesenheitspflicht von 9 bis 18 Uhr nicht verwirklichen lässt. Sicherlich würden viele Freie auch nicht „Nein“ sagen zu einer Festanstellung, wenngleich das auch einen Verlust persönlicher Freiheiten bedeuten würde. Aber unabhängig davon, warum so viele Journalisten frei arbeiten: Die freiberufliche journalistische Tätigkeit muss auch weiterhin eine Form journalistischen Arbeitens bleiben, also finanziell genug abwerfen. Sonst können die Freien das Erscheinen vieler Publikationen bald nicht mehr garantieren.

10.) *Gibt es jenseits von Verlagen und Sendern alternative Finanzierungsmöglichkeiten? Zum Beispiel Blogs oder PR-Arbeit?*

Gerade mit den neuen Spielarten, die durch die Entwicklung des Internet möglich geworden sind, sind auch die Möglichkeiten des Geldverdienens vielfältiger geworden. Es gibt natürlich auch viele Freie, die sich durch PR-Arbeit über Wasser halten, was allerdings auch Teil einer bedrohlichen Entwicklung

ist. Wenn diejenigen, die einen Großteil der Zeitungen und Zeitschriften voll schreiben, sich ihre Arbeit nur noch leisten können, weil sie nebenbei PR machen, dann höhlt das auf Dauer die Funktion der Presse aus. Verlieren die Medien in ihrer gegenwärtigen Funktion nicht ihre demokratiestabilisierende Wirkung, weil Freie einerseits unverzichtbar geworden sind für diesen Betrieb, davon aber gleichzeitig kaum noch vernünftig leben können?

Eines aber muss feststehen: Der gut verdienende Ehepartner darf nicht zum Alimentierer eines Journalismus werden, der immer mehr Freie die Arbeit machen lässt. Schreiben ist kein Hobby, Journalismus keine Freizeitbeschäftigung.

Bei Rückfragen:

Benno Stieber (stieber@gmx.de)

Felix Zimmermann (zimmermann@weltreporter.net)

Tobias Zick (zick@plan17.de)

Kai Schächtele (schaechtele@weltreporter.net)

### **Michael Anger, stellvertretender Bundesvorsitzender Deutscher Journalisten-Verband:**

#### *1.) Macht Schreiben arm?*

Schreiben macht glücklich. Aber das Glück des Tüchtigen reicht selten, um gerechten Lohn zu erhalten.

#### *2.) Mit welchen Problemen haben freie Journalisten zu kämpfen?*

Mit einem Gesetzgeber, der Recherchen für gute Geschichten immer stärker behindert, mit einer Flut kostenloser Informationen an die Redaktionen, mit manchen festangestellten Kollegen, die ein anständiges Preis-Leistungs-Verhältnis ignorieren, mit einigen Finanzämtern, deren Mitarbeiter nicht wissen, dass Geld schwer zu verdienen ist.

#### *3.) Freie verdienen im Schnitt weniger Geld als festangestellte Journalisten. Woran liegt das? Was machen die Freien falsch?*

Nicht viel. Marktwert ist eben auch eine Sache von Angebot und Nachfrage. Aber viele Freie verkaufen sich von vornherein unter Wert, konzentrieren sich zu wenig auf ihre journalistischen Stärken und prüfen nicht die Möglichkeit, sich mit Kollegen zusammenzuschließen.

#### *4.) Wie hat sich die Situation freier Journalisten in den vergangenen Jahren verändert? Welche Rolle spielen die Verlage dabei?*

Gerade Kollegen, die auf Themen mit erhöhtem Rechercheaufwand - und damit höheren Gestehungskosten – spezialisiert sind, haben immer größere Probleme, Abnehmer zu finden, weil die Verlage immer stärker darauf setzen, das Printprodukt nur irgendwie zu füllen. Qualität wird zur Nebensache.

#### *5.) Gewerkschaften wird vorgeworfen, sie würden sich zu wenig für die Interessen der freien Journalisten einsetzen. Stimmt das?*

Der DJV bietet alles, was Freie brauchen: u.a. Existenzgründungsseminare, Weiterbildung, Rechtsschutz, Honorarverhandlungen, Netzwerke.

#### *6.) Was könnten die Gewerkschaften besser machen?*

Den Freien mehr Selbstbewusstsein beibringen und den Festangestellten mehr Solidarität mit den Freien.

#### *7.) Braucht es eine eigene Institution für die Vertretung der Freien-Interessen? Welche Ziele sollte ein solcher Zusammenschluss verfolgen?*

Die Institution gibt es - den DJV. Wir organisieren 18.000 Freie. Das Ziel ist Moltkescher Natur: Getrennt arbeiten, vereint kämpfen - für die Rechte aller Journalisten.

#### *8.) Könnte eine Freien-Vereinigung auch innerhalb der Gewerkschaften wirken?*

Tut sie schon. Der DJV-Fachausschuss Freie wirkt u.a. mit bei Honorarverhandlungen für Pauschalisten, bei Kongressen für Onliner, bei Weiterbildungsangeboten.

*9.) Warum arbeiten so viele Journalisten als Freiberufler? Nur aus der Not heraus, keinen festen Job zu bekommen? Oder gibt es dafür gute Gründe?*

Natürlich sind viele aufgrund redaktioneller Reduktionen Freie geworden. Man hat aber auch, mittelfristig gesehen, die Chance, durch Spezialisierung Geschichten, die einem gefallen, für Auftraggeber zu schreiben, die das zu würdigen wissen. Man ist frei vom täglichen Redaktionsbürokratismus und kann spontan reagieren.

*10.) Gibt es jenseits von Verlagen und Sendern alternative Finanzierungsmöglichkeiten? Zum Beispiel Blogs oder PR-Arbeit?*

Nur wenige verdienen als Freie mit Blogs wirklich gutes Geld. Auch die Online-Weiterverwertung steckt noch in den finanziellen Kinderschuhen. Ein ganz wichtiges Geschäftsfeld ist die Weiterbildung. Der Erhalt journalistischer Qualität wird immer stärker von den Journalisten selbst abhängen.

## **Nachmittag, bis 16.00 Uhr**

### **Recherche Online**

#### **13:00 Google für Fortgeschrittene**

Markus Lindemann, recherche-info.de

#### **14:00 Suchmaschinenoptimierung als journalistischer Erfolgsfaktor**

Peter Schink (Blogger, Journalist, Webworker, Welt online)

**Peter Schink** studierte von 1996 bis 2001 Journalistik in München und besuchte dort die Deutsche Journalistenschule. Anschließend arbeitete er einige Jahre bei der Netzeitung zunächst als Journalist. Im Frühjahr 2006 entwickelte er dort die Readers Edition, eine Plattform für Bürgerjournalismus. Schließlich wechselte er zur Zeitung "Die Welt", betreute den Relaunch von "Welt Online". Nebenbei programmiert er kleinere Web-Plattformen wie "laufrusch.net" und "twitterlinkr.com" und bloggt auf "Blog Age" über Entwicklungen im Internet.

[ Bild: Peter-Schink.tif ]

#### **15:00 Alternativen zu Google**

Dirk Lewandowski, Hochschule für angewandte Wissenschaften

#### **16:00 Hinter den Kulissen: Einblicke in die Suchmaschinen-Werkstatt**

Dr. Wolfgang Sander-Beuermann (Geschäftsführer SuMa-eV, Leiter Suchmaschinenlabor)

**Dr. Wolfgang Sander-Beuermann** ist Leiter des Suchmaschinen-Labors am Regionalen Rechenzentrum für Niedersachsen, Universität Hannover.

Bekanntestes Produkt dieses Teams ist die Meta-Suchmaschine [www.metager.de](http://www.metager.de), über die zahlreiche Rundfunk- und Fernsehsendungen, sowie Print-Medien berichten. Kürzlich wurde die Suchmaschine MetaGer im Test einer Fachzeitschrift mit Abstand besser als der momentane Marktführer Google bewertet.

Daneben ist Wolfgang Sander-Beuermann Initiator und ehrenamtlicher Geschäftsführer des "Gemeinnützigen Verein zur Förderung der Suchmaschinen-Technologie und des freien Wissenszugangs" ([www.suma-ev.de](http://www.suma-ev.de)). Der Verein hat als Ziele:

- die Schaffung von Problembewusstsein, auch in Politik und Wirtschaft, gegenüber zunehmender Monopolisierung des digitalen Wissenszugangs,
- sowie den Aufbau die Förderung konkreter Alternativen, ausgehend von dedizierten Nischen.

Dr. Wolfgang Sander-Beuermann hat 1980 am Institut für Thermodynamik im Fachbereich Maschinenbau an der Universität Hannover promoviert. Danach hat er mit einem einjährigen DAAD-Nato post-doc Stipendium an der University of California, Santa Barbara, gearbeitet. Anschliessend war er zwei Jahre bei der Fraunhofer-Gesellschaft im Bereich Erfindungs- und Lizenzverwertung tätig. Von 1984-86 hat er an der Entwicklung dreidimensionaler numerischer Strömungsmodelle gearbeitet, ab 1986 am Regionalen Rechenzentrum für Niedersachsen. Dort begann er 1995, nach zwei Jahren freiberuflicher EDV-Tätigkeit, mit der Entwicklung von Internet-Suchmaschinen.

[ Bild: Wolfgang-Sander-Beuermann.jpg ]

Vortragsfolien werden wie immer im Web stehen: <http://metager.de/NR2008/>

17:00 Uhr

RSS-Feeds: Die Informationsflut kanalisieren

Christina Elmer, dpa-RegioData

### „Wer darf online? Wer gewinnt den Medienkrieg?“

Thema:

„Wer darf online?“ – oder besser: wer will, darf und kann überhaupt womit online? Die technischen Möglichkeiten sind schon heute beinahe grenzenlos. Und dennoch stoßen Verlage, Öffentlich-Rechtliche und Content-Anbieter jeglicher Couleur im Hier und Jetzt an viele Grenzen: Rechte, Interessen, Inhalte – immer geht es dabei auch um sehr viel Geld. Und um die Frage: Bleibt bei der absehbar weiter rasanten Entwicklung guter Journalismus auf der Strecke?

Teilnehmer:

**Fritz Raff, SR-Intendant und ARD-Vorsitzender.** Fritz Raff wurde 1948 in Ludwigsburg geboren. Neben einer Ausbildung zum Diplom-Verwaltungswirt war er als freier Journalist für mehrere Tageszeitungen tätig. Seine ersten beruflichen Stationen waren Geschäftsführer des Südwestdeutschen Journalistenverbandes und anschließend Hauptgeschäftsführer des DJV in Bonn. 1985 wurde er direkt zum Oberbürgermeister der Großen Kreisstadt Mosbach in Baden-Württemberg gewählt. 1990 wechselte Raff als Verwaltungsdirektor zum Saarländischen Rundfunk. Seit 1996 steht er an der Spitze des Senders und ist seit Anfang 2007 zudem ARD-Vorsitzender.

**Jörg Sadrozinski, Redaktionsleiter tagesschau.de.** Seit 1998 leitet Jörg Sadrozinski die Redaktion tagesschau.de, die für [www.tagesschau.de](http://www.tagesschau.de), das Online-Nachrichtenportal der ARD, die Nachrichten im ARD-Teletext und weiteren Ausspielwegen zuständig ist. Nach dem Studium der Diplom-Journalistik und einer Ausbildung zum Redakteur an der Deutschen Journalistenschule in München kam er 1991 zum Norddeutschen Rundfunk, wo er als Fernsehredakteur in verschiedenen Funktionen und Bereichen bei ARD-aktuell, der zentralen Nachrichtenredaktion der ARD tätig war.

**Klaus Böhm, Senior Manager Media, Deloitte Consulting GmbH.** Klaus Böhm kam 2006 zu Deloitte Consulting. Davor arbeitete im Management u.a. von RTL Group, Bertelsmann, QVC und NBC Europe. Als Mitglied der Geschäftsführung eines RTL Unternehmen bereitete die Präsenz des Rundfunkveranstalters auf digitale Plattformen vor: Mobile Entertainment, Internet, Kabel und Satellit. Klaus Böhm hat in Tübingen Volkswirtschaft und Ökonometrie und in Hamburg in einem post-graduierten Studiengang Finanz- und Volkswirtschaft studiert.

**Dr. Bernd Buchholz, Mitglied des Vorstands der Gruner + Jahr AG und Leiter G+J Deutschland.** Dr. Bernd Buchholz studierte an der Freien Universität Berlin Rechtswissenschaften und Volkswirtschaften. Bis 1989 war er Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Umweltschutz, Wirtschafts- und Steuerstrafrecht an der Universität Kiel. Von 1992 – 1996 war er Mitglied des Schleswig-Holsteinischen Landtags und Parlamentarischer Geschäftsführer der FDP-Landtagsfraktion. 1996 kam Dr. Bernd Buchholz als Vorstandsassistent zu Gruner + Jahr. Von 1998 bis 1998 war er Geschäftsführer der Morgenpost Verlag GmbH. Ab Januar 2000 war er zunächst Verlagsleiter des STERN und übernahm ab Juli als Verlagsgeschäftsführer die gesamte STERN-

/GEO-Gruppe. Seit Januar 2004 verantwortet Dr. Bernd Buchholz als Mitglied des Vorstands und Leiter G+J Deutschland das gesamte Markengeschäft (Print und Online).

**Frank Syré, Chefredakteur zoomer.de**

Moderation: Prof. Dr. Hansjürgen Rosenbauer

Leitfragen und Antworten:

**Antworten von Fritz Raff, ARD-Vorsitzender, am 21.05.2008**

***Was wird sich in der „digitalen Medienwelt“ grundsätzlich ändern?***

Die digitale ist eine multimediale Welt, in der die Grenzen zwischen einzelnen Ausspielwegen immer durchlässiger und später sogar aufgehoben werden. Dabei wird das Internet in Zukunft immer wichtiger. Hier können sowohl die klassischen Programminhalte aus Hörfunk und Fernsehen als auch neue, interaktive Formen angeboten werden.

***Welche Rolle wird aus ihrer Sicht die künftige „Cross-Media-Strategie“ der Anbieter (Verlage) spielen?***

Alle gehen ins Netz und jeder will seine crossmedialen Möglichkeiten nutzen. Das ist die logische Antwort auf eine veränderte Situation, in der die Regeln des analogen Zeitalters nicht mehr gültig sein können. Die ARD lotet dabei derzeit aus, ob und welche Kooperationen mit anderen Partnern möglich sind.

***Müssen Verlage in Zukunft immer stärker „Bewegtbilder“ anbieten, um Konsumenten an sich binden?***

Viele Verlage sind offenbar davon überzeugt, und wir haben nichts dagegen. Je attraktiver das Angebot, desto höher das Interesse der Nutzer. Allerdings gibt der Begriff „Bewegtbilder“ schon einen Hinweis darauf, dass man offenbar bereit ist, eine Qualität zu akzeptieren, die sich unterhalb der Angebote von ARD und ZDF bewegt.

***Kostenfrei, durch Werbung finanziert, per Abo oder eine ganz andere Strategie – was ist ihrer Meinung nach das erfolgversprechendste Geschäftsmodell?***

Nach dem besten Geschäftsmodell müssen Sie die Verleger fragen. Unser „Geschäftsmodell“ heißt: unsere qualitativ hochwertigen Angebote dem Gebührenzahler auf allen Ausspielwegen nutzbar zu machen. Er soll selbst entscheiden können, welche Inhalte er wann und wo abrufen.

***Inwiefern werden die kommenden Monate und Jahre durch Kooperationspoker bestimmt sein?***

Wir werden mit allen reden, die mit uns reden wollen. Aber klar ist: Kooperationen ersetzen keine eigenen Strategien und Ideen. Natürlich werden wir vor allem darauf achten, dass die publizistische Konkurrenz nicht in Frage gestellt und auch sonst die nötige kritische Distanz eingehalten wird. Denn in einer funktionierenden Gesellschaft kontrollieren sich ja auch die verschiedenen Medien gegenseitig!

***In der aktuellen Diskussion Öffentlich-Rechtlich vs. Private: Inwieweit soll Ihrer Meinung nach jeder Anbieter unbegrenzt online Inhalte publizieren dürfen?***

Das Internet ist frei und gehört allen. Die ARD erfüllt hier online ihren Programmauftrag. Grenzen werden uns gesetzt vom Rundfunkstaatsvertrag. Diese dürfen aber in der digitalen Welt nicht so eng sein, wie sie der Referentenentwurf des 12. RÄStV vorsieht. Sonst landet die ARD im medialen Abseits.

***Was sind Ihrer Meinung nach die Chancen und die Gefahr der Digitalisierung?***

Chancen gibt es sowohl für den Nutzer, der seine Inhalte orts- und zeitsouverän abrufen kann, als auch für die Anbieter, die qualitativ hochwertigen Inhalt nachhaltig zur Verfügung stellen könnten. Die große Gefahr liegt in der Unübersichtlichkeit der Angebote und darin, dass nicht immer erkennbar ist, welche kommerziellen, ideologischen und politischen Interessen jeweils leitend sind. Hier muss die ARD dafür Sorge tragen, auffindbar und klar profiliert zu bleiben.

**Antworten von Klaus Böhm, Deloitte Consulting**

***Was wird sich in der „digitalen Medienwelt“ grundsätzlich ändern?***

Der Zugang zu Informationen und Unterhaltung wird unabhängig von bestimmten Distributionswegen und Endgeräten. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass Medienschaffende auf allen Plattformen mit ihren Inhalten verfügbar sein müssen, um ihre Nutzer zu erreichen.

***Welche Rolle wird aus ihrer Sicht die künftige „Cross-Media-Strategie“ der Anbieter (Verlage) spielen?***

Aus oben genannter Überlegung ist diese überlebenswichtig. Sich veränderndes Mediennutzungsverhalten zwingt Verlage auf den neuen Distributionswegen präsent zu sein. Dies bedingt aber auch die Entwicklung neuer Formate und eigenständiger redaktioneller Aufbereitung.

***Müssen Verlage in Zukunft immer stärker „Bewegtbilder“ anbieten, um Konsumenten an sich binden?***

Ja, aber nur bei aus Nutzersicht relevanten Inhalten. Beispielsweise wird eine Lokalzeitung im Internet durch die Übernahme des Newsfeeds von Reuters keine neuen Nutzer gewinnen. Gemäß ihrer Marke und ihrer Nutzergruppen muss sie sich mit lokalen Videobeiträgen positionieren. Außerdem wird Online zunehmend Imagewerbung geschaltet, die sich vor allem der Videoform bedient. Dies bedingt, dass der Internetauftritt des Verlages auch ein Bewegtbildumfeld bieten kann.

***Kostenfrei, durch Werbung finanziert, per Abo oder eine ganz andere Strategie – was ist ihrer Meinung nach das erfolgsversprechendste Geschäftsmodell?***

Das werbefinanzierte Geschäftsmodell hat sich als einzig tragfähiger Weg herausgestellt. Bezahlmodelle lassen sich nur bei sehr „spitzen“ Zielgruppen und/oder bei „must have“ Inhalten etablieren. Beispiele hierfür sind Fachverlage oder wirklich exklusive Inhalte.

***Inwiefern werden die kommenden Monate und Jahre durch Kooperationspoker bestimmt sein?***

Im Sinne der oben angesprochenen Werbefinanzierung muss die Reichweite der Online Site maximiert werden. Dazu ist eine ständige Aggregation relevanter Inhalte und Services notwendig. Eigenständig kann im Regelfall ein Medienunternehmen dies nicht schaffen. Kooperationen oder Akquisitionen mit/von Inhaltepartnern und Technologieanbietern sind notwendig.

***In der aktuellen Diskussion Öffentlich-Rechtlich vs. Private: Inwieweit soll Ihrer Meinung nach jeder Anbieter unbegrenzt online Inhalte publizieren dürfen?***

Zur Rolle der öffentlich-rechtlichen Anstalten ist ein politischer Konsens notwendig, den ich momentan in Deutschland nicht sehe. Trotz aller Unterschiede in den Rahmenbedingungen ist ein Blick nach Großbritannien sehr hilfreich. Durch die Etablierung des BBC Trusts und der professionellen Entscheidungsvorbereitung ist der Auftrag der BBC geklärt worden und somit die Basis geschaffen worden für die Umgestaltung zu einem zukunftsfähigen Medienanbieter.

***Was sind Ihrer Meinung nach die Chancen und die Gefahr der Digitalisierung?***

Die große Chance für ein traditionelles Medienunternehmen ist neben der Qualität der redaktionellen Inhalte die Stärke der eigenen Marke. Als Leuchtturm kann sie auf digitalen Plattformen die Nutzer an das eigene Angebot binden und auch neue Nutzergruppen erschließen. Die Herausforderung ist, dass sich das traditionelle Medienunternehmen ganz neue Kompetenzen erschließen muss. Z.B. muss die Technologiekompetenz aufgebaut, die Schnelligkeit des Internets antizipiert und sich der Konkurrenz ganz neuer Marktteilnehmer erwehrt werden.

## **Deutsche Mattscheibe – Schwarze Flecken der Auslandsberichterstattung**

### **Lean Journalism – Medienmanagement heute**

Thema:

Am Gängelband der Controller? Sparzwang, Stellenabbau, Ressourcenminimierung: Wo nackte Zahlen die Medien regieren, wird journalistische Qualität sekundär – nur gibt das niemand zu. Oder kann es tatsächlich gelingen, Journalismus kosteneffizient und gleichzeitig qualitativ hochwertig zu produzieren?

Teilnehmer:

**Josef Depenbrock**, Jahrgang 1961, ist Chefredakteur der Berliner Zeitung sowie Vorsitzender der Geschäftsführung der BV Deutsche Zeitungsholding. Depenbrock war 1983 bis 1985 Volontär der Westfälischen Nachrichten in Münster und bis 1990 Lokalredakteur dieser Zeitung. Bis 1991 arbeitete er als Produktionsredakteur der Hamburg-Ausgabe von BILD und ging anschließend zum Berliner Kurier, wo er Produktionschef und Chef vom Dienst wurde. Von 1993 bis 2000 war Depenbrock Chefredakteur des Kapitalanlage- und Vertriebsmagazins Cash und von 2000 bis 2006 Chefredakteur und Geschäftsführer der Hamburger Morgenpost. Von der Investorengruppe des Briten David Montgomery wurde Depenbrock im Mai 2006 zum Chefredakteur der Berliner Zeitung berufen.

**Horst Röper**, Medienforscher. Horst Röper gründete 1982 gemeinsam mit Prof. Dr. Ulrich Pätzold das unabhängige Medienforschungsinstitut Formatt in Dortmund. Für seine akribische Arbeit über die deutschen Medienmärkte wurde Röper vor einigen Jahren mit dem Bert-Donnepp-Preis (gestiftet vom Verein der „Freunde des Adolf-Grimme-Preises“) ausgezeichnet.

**Nikolaus Brender**, ZDF-Chefredakteur. Nikolaus Brender ist am 24. Januar 1949 in Freiburg/Breisgau geboren. Nach dem Studium der Rechts- und Politikwissenschaften an Universitäten in Freiburg, München und Hamburg, sammelte er ab 1978 erste journalistische Erfahrung durch ein Volontariat und als freier Mitarbeiter beim Südwestfunk Baden-Baden und der Wochenzeitung „Die Zeit“ in Hamburg. Ab 1980 arbeitete er als Redakteur und Reporter für die Landesschau und Abendschau Baden-Württemberg beim SWF, ehe er 1982 verantwortlicher Redakteur und Reporter für die ARD „Tagesthemen“-Redaktion wurde. 1984 ging er als ARD-Fernsehkorrespondent nach Buenos Aires, ehe er 1989 beim WDR Auslandschef und Moderator des „Weltspiegel“ wurde. 1994 wurde er Chefredakteur des Programmbereichs Politik und Zeitgeschehen, bevor er 1997 zum Fernsehprogrammchef des WDR ernannt wurde. Im April 2000 wechselte Nikolaus Brender als Chefredakteur zum ZDF.

**Lutz Schumacher**, geb. 1968, Dipl.-Kaufmann (FH), Journalist und Medienmacher, ist seit Nov. 2007 Verlagsgeschäftsführer beim Nordkurier in Neubrandenburg. Sein Werdegang: Pauschalist WAZ; Volontariat Deutscher Depeschen Dienst Berlin; Redakteur/CvD Deutscher Depeschendienst Bonn; Geschäftsführer Pressebüro Vega Dortmund; Chefredakteur und stellv. Geschäftsführer Neue Medien ProSieben Media AG. Schumacher leitete von 1999 bis 2005 die Berliner Nachrichtenagentur "ddp Deutscher Depeschendienst" als Geschäftsführer und Chefredakteur. Anschließend wurde er als

Verlagsgeschäftsführer der Münstersche Zeitung eingesetzt und war Mitglied der Chefredaktion der Dortmunder "Ruhr Nachrichten".

**Moderation: Sabine Adler, Leiterin Deutschlandradio-Hauptstadtstudio**

geboren 1963, arbeitet seit 1987 als Rundfunkjournalistin. Seit 2007 leitet sie das Hauptstadtstudio des Deutschlandradios.

Nach einem Zeitungs-Volontariat studierte Sabine Adler in Leipzig Journalismus und arbeitete danach als Hörfunk-Redakteurin in Magdeburg. Nach weiteren Stationen kam sie 1997 zum Deutschlandradio – zuerst ins Funkhaus Köln als Redakteurin beim Zeitfunk. Von 1999 bis 2004 berichtete sie für den Nationalen Hörfunk als Korrespondentin aus Moskau; seit 2005 arbeitet sie in Berlin im Hauptstadtstudio. Sabine Adler ist Autorin des Buches „Ich sollte als Schwarze Witwe sterben“ (DVA-Verlag, 2005).

**Informationsfreiheitsgesetz:**  
**Fallbeispiele und Fallstricke aus der Recherchepraxis**

Thema:

Die Lufthansa kassiert für das Essen an Bord Agrarexportsubventionen und der Energieriese RWE bekommt Landwirtschaftsförderung für die Rekultivierung von Braunkohletagebauen - zwei Geschichten, die dank Informationsfreiheitsgesetz (IFG) öffentlich geworden sind. Zweieinhalb Jahre nach Inkrafttreten des neuen Transparenzgesetzes sollen Erfolge vorgestellt, die Hürden beschrieben und praktische Tipps für den IFG-Antrag gegeben werden.

Teilnehmer:

**Hans-Martin Tillack**, Stern

**Diethelm Gerhold**, Referatsleiter beim Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit

**Dr. Manfred Redelfs**, Netzwerk Recherche

Moderation: Brigitte Alfter, nr

**Kulturwandel in der Verwaltung lässt noch auf sich warten - 10 Thesen zum IFG von Dr. Manfred Redelfs, nr und Leiter der Recherche-Abteilung von Greenpeace**

1) Die Verabschiedung des IFG war überfällig, denn Deutschland hatte sich mit seinem Festhalten am Grundsatz der Amtsverschwiegenheit international längst isoliert. Allerdings hat die Regelung – erwartungsgemäß - noch nicht zu anderen Verwaltungskultur geführt: Das neue Gesetz wird eher restriktiv ausgelegt, so dass es für Antragsteller oft schwierig ist, an die gewünschten Informationen zu kommen.

2) Der geringe Stellenwert der Transparenz in der deutschen Verwaltungskultur ist auch daran abzulesen, dass das neue Bürgerrecht ein „gut gehütetes Geheimnis“ ist: Der breiteren Öffentlichkeit ist das Gesetz unbekannt – und selbst in den Behörden müssen mitunter die Antragsteller den verdutzten Mitarbeitern erklären, auf welche Rechtsgrundlage sie ihr Informationsbegehren stützen.

3) Das IFG ist wegen des erheblichen politischen Widerstandes aus der Verwaltung, der Wirtschaft, der Union und selbst Teilen des damaligen Regierungslagers ein typisches Kompromissgesetz geworden: Die breiten, unspezifischen Ausnahmeklauseln vom Grundsatz der Transparenz sind ein Einfallstor für abwehrendes Behördenverhalten.

- 4) Als fatal erweist sich vor allem die schlechte Regelung bei den Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen: Hier fehlt eine Abwägungsklausel zwischen den Schutzinteressen privater Firmen auf der einen Seite und den Interessen der Öffentlichkeit auf der anderen. Deutschland ist mit seinem Gesetz gerade an diesem Punkt hinter internationale Standards zurückgefallen.
- 5) Trotz aller Schwächen ist das IFG ein Fortschritt, denn es leitet einen langsamen Umdenkungsprozess in den Verwaltungen ein und bietet Antragstellern erstmals einen Hebel, bestimmte Informationen notfalls vor dem Verwaltungsgericht zu erstreiten (z.B. Offenlegung der Spitzenempfänger von EU-Agrarsubventionen). Ohne dieses Gesetz könnte der Legitimationsdruck auf die Verwaltung gar nicht erhöht werden, und für eine Klage würde jede juristische Grundlage fehlen.
- 6) Die Horrorszenarien der IFG-Gegner haben sich als falsch erwiesen: Die Lahmlegung der deutschen Bundesverwaltung durch eine „Antragsflut“ ist ausgeblieben – wie in allen Ländern mit derartigen Regelungen. Stattdessen hat sich gezeigt, dass die Bürger sehr gezielt von dem neuen Recht Gebrauch gemacht haben (rund 2.300 Anträge im ersten Jahr, ca. 1.300 im zweiten). Die zusätzliche Belastung der Verwaltung ist also minimal.
- 7) Journalisten gehören bisher nicht zu den Hauptnutzern des IFG (92 eindeutig zuzuordnende Anträge im ersten Jahr; allerdings muss der Hintergrund einer Anfrage nicht offen gelegt werden, so dass einige Journalisten möglicherweise als Privatpersonen gezählt wurden). Offenbar ist der Auskunftsanspruch nach den Landespressegesetzen den meisten Journalisten geläufiger und deren Anwendung funktioniert reibungsloser.
- 8) Für Journalisten gibt es gleichwohl Vorteile des IFG gegenüber dem Anspruch nach den Landespressegesetzen: Sie können Dokumente im Original einsehen statt sich mit einer Auskunft der Pressestelle abspesen zu lassen. Vor allem für freie Journalisten ist zudem von Vorteil, dass sie im Konfliktfall die Vermittlung des Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit kostenlos in Anspruch nehmen können, während eine Klage vor dem Verwaltungsgericht wegen einer Informationsverweigerung nach dem presserechtlichen Anspruch sofort zu Kosten führt.
- 9) Die Rolle der Journalistenorganisationen besteht jetzt darin, die Recherchemöglichkeiten nach dem IFG bekannt zu machen und die Erfahrungen mit dem Gesetz zu dokumentieren. Bei der anstehenden Evaluierung nach drei Jahren sollten sie sich entsprechend zu Wort melden. Wichtig ist in der Anlaufphase auch, dass zumindest Verlage und Rundfunkanstalten, die aufgrund ihrer Größe problemlos dazu in der Lage sind, strategische Musterprozesse führen, um die Reichweite des Gesetzes auszuloten. Aufgrund der Schwammigkeit vieler Formulierungen im Gesetzestext ist es nötig, Klarheit durch Grundsatzurteile zu schaffen.
- 10) Das IFG ist als „Einstiegsgesetz“ zu betrachten. Nach den Praxiserfahrungen bedarf es einer Überarbeitung, die es vom stumpfen zum scharfen Schwert macht. Ein solcher „Entwicklungsprozess“ ist allerdings im internationalen Vergleich nichts Ungewöhnliches: Auch der Freedom of Information Act in den USA hatte große Schwächen, als er 1966 in Kraft trat, und ist erst im Verlauf mehrerer Reformen zu einem wirksamen Kontrollinstrument gereift.

#### **Zum Weiterlesen über das IFG:**

Hintergrundtexte auf der Homepage von Netzwerk Recherche:  
<http://www.netzwerkrecherche.de/projekte/index.php?pageid=5>

Kurzanleitung:  
[http://www.netzwerkrecherche.de/docs/message\\_werkstatt\\_4-2005.pdf](http://www.netzwerkrecherche.de/docs/message_werkstatt_4-2005.pdf)

**Leitfragen an Panel-Teilnehmer Diethelm Gerhold,**

## Referatsleiter beim Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit

*1. Welche Erfahrungen mit dem Informationsfreiheitsgesetz (IFG) haben Sie beim Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit als Ombudsstelle gesammelt? Wie wird das Gesetz genutzt und wo liegen die Hauptprobleme, deretwegen sich Antragsteller mit der Bitte um Vermittlung an das Bundesamt wenden?*

Nach meiner Einschätzung ist das Gesetz gut angenommen worden, wird aber bei Weitem noch nicht so genutzt, wie viele gehofft und manche befürchtet haben. Allerdings beschäftigt sich der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit nur mit den Problemfällen. Von Informationsersuchen, die zur Zufriedenheit der Antragsteller erfüllt werden, erlangt er überhaupt keine Kenntnis. Am Anfang sind unerwartet viele Beschwerden eingegangen, inzwischen ist ein Rückgang festzustellen, was aber nicht Desinteresse der Bürgerinnen und Bürger signalisieren muss, sondern auch ein Indiz dafür sein kann, dass die Behörden in ihrem Auskunftsverhalten bürgerfreundlicher geworden sind. Hauptprobleme bei den Beschwerden waren neben den üblichen Anfangsschwierigkeiten vor allem die Auskunftsverweigerung wegen Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen Dritter.

*2. Bei der Gesetzesberatung gab es von Seiten der Kritiker immer wieder die Befürchtung, die Ämter würden lahm gelegt und mit unsinnigen Anträgen von so genannten Querulanten überflutet. Wie ist Ihre Bilanz anhand der Praxiserfahrung?*

Diese Befürchtungen haben sich überhaupt nicht bestätigt. Zwar hat es vereinzelt auch Fälle gegeben, die in diese Richtung gingen, die Verwaltungen konnten damit aber nach meiner Erfahrung sehr gut umgehen.

*3. Was kann der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit konkret für die Antragsteller tun?*

Zunächst kann er ihn - schon im Vorfeld einer Antragstellung - über seine Rechte informieren und beraten, wie er konkret seinen Antrag am besten stellt. Verweigert eine Bundesbehörde ganz oder teilweise die gewünschte Akteneinsicht oder Auskunft, kann er im Gespräch mit der Behörde das tatsächliche Vorliegen der gesetzlichen Ausnahmen überprüfen und Kompromissmöglichkeiten ausloten. Obwohl der Bundesbeauftragte kein Weisungsrecht und keine wirklichen Sanktionsmöglichkeiten hat, ist es so gelungen, in der überwiegenden Zahl der Beschwerden eine für den Antragsteller günstige Lösung zu erreichen.

*4. Journalisten gehören bisher nicht zu den Hauptnutzern des Gesetzes. Woran liegt deren Zurückhaltung Ihrer Meinung nach?*

Zunächst ist das Gesetz nicht speziell für Journalisten gemacht worden, sondern in erster Linie für die Bürgerinnen und Bürger. Außerdem sind die neuen Ansprüche nur eine Recherchemöglichkeit neben vielen anderen, so hat es immer schon Auskunftsansprüche nach den Landespressegesetzen gegeben. Vielleicht besteht auch im Einzelfall die Sorge, die Behörden durch Anträge nach dem IFG „aufzuschrecken“ und so die eigene Recherche eher zu behindern.

*5. Welche Tipps für den Antrag und den Umgang mit den Behörden können Sie insbesondere Journalisten geben?*

Die Anträge sollten so präzise wie möglich gestellt werden. Außerdem sollte man sich bereits im Vorfeld mit möglichen gesetzlichen Ablehnungsgründen vertraut machen und den Antrag entsprechend anpassen, um es den Behörden bei der Ablehnung nicht zu einfach zu machen.

Da gerade in der Anfangsphase noch viele Rechtsfragen ungeklärt sind und überall große Unsicherheit festzustellen ist, sollte auch von den Möglichkeiten, den Bundesbeauftragten einzuschalten oder Rechtsmittel einzulegen, Gebrauch gemacht werden.

**Leitfragen an Panel-Teilnehmer Hans-Martin Tillack,  
Reporter im Hauptstadtbüro des „stern“**

*1. Für den „stern“ haben Sie das IFG genutzt, um über Sponsoring von Bundesministerien und über die Spitzenempfänger von Agrarsubventionen zu recherchieren. Welche Erfahrungen mit den Behörden haben Sie dabei gemacht?*

Der Fall des Sponsoring war der bisher einzige, bei dem meine Anfragen nach dem IFG ein journalistisch verwertbares Ergebnis gebracht haben. Ich hatte seit dem 2. Januar 2006 – also seit Inkrafttreten des IFG – mehrere Dutzend IFG-Anfragen an verschiedene Bundesministerien gerichtet. Alle – außer beim Sponsoring – wurden entweder zurückgewiesen oder nur so beantwortet, dass die Ergebnisse keinen großen Erkenntnisgewinn erbracht haben.

Beim Thema Sponsoring war dies anders, aber wohl vor allem deshalb, weil die Bundesregierung laut geltenden Richtlinien ohnehin verpflichtet gewesen wäre, die Namen der Sponsoren zu veröffentlichen. Die meisten Ministerien hatten daher bereits das Einverständnis der Sponsoren vorliegen, ihre Namen zu nennen. Trotzdem versuchten selbst hier einige Ministerien zunächst zu argumentieren, die Sponsorennamen seien eventuell „Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse“. Die Möglichkeit, auf „Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse“ zu verweisen, ist eine der gravierendsten Ausnahmestimmungen des geltenden IFG, mit Hilfe derer die Veröffentlichung von Informationen immer wieder verweigert wird. Auf dieser Basis wurden mir sogar die Beschaffungskosten für die Dienstwagen des Kanzleramtes verweigert. Mehrere Behörden versuchten mit diesem Argument auch die Nennung der Namen ihrer Sponsoren von deren Einwilligung abhängig zu machen.

Siehe dazu auch meine Erfahrungsberichte auf [stern.de](http://stern.de):

[www.stern.de/blog/6\\_hans-martin\\_tillack/archive/841\\_auf\\_der\\_spur\\_der\\_regierungssponsoren.html](http://www.stern.de/blog/6_hans-martin_tillack/archive/841_auf_der_spur_der_regierungssponsoren.html)

[www.stern.de/wirtschaft/unternehmen/unternehmen/601794.html?id=601794](http://www.stern.de/wirtschaft/unternehmen/unternehmen/601794.html?id=601794)

*2. Haben Sie weitere Beispiele, wie sich das IFG für die journalistische Arbeit nutzen lässt?*

Generell ist mein Eindruck, dass die Chancen begrenzt sind, auf Basis des jetzigen IFG wertvolle Informationen zu erlangen. Aber es kann im Einzelfall möglich sein. Der Versuch lohnt in vielen Fällen, zumal ein Erstantrag nicht sehr aufwendig ist.

*3. Sie haben sich bei Schwierigkeiten mit den Ämtern auch an den Informationsfreiheitsbeauftragten gewandt. Wie erfolgreich war die Einschaltung des Ombudsmannes?*

Mein Eindruck ist, dass die Bundesministerien durch Nachfragen des Bundesbeauftragten durchaus sensibilisiert werden können, besonders wenn er ihnen das Risiko einer öffentlichen Rüge vor Augen führen kann. Das hat mir bereits in mehreren Fällen geholfen. Ich habe aber auch Fälle erlebt, in denen der Bundesbeauftragte mit seinen Argumenten für eine Veröffentlichung nicht durchdrang. Ein spezielles Problem sind die Verwaltungsgerichte bzw. die Länge der Verfahren dort. Auf Basis von zwei Anträgen, die ich im Januar 2006 eingereicht hatte, sind wir vor Gericht gegangen. Die Verfahren sind heute – mehr als zwei Jahre später – gerade mal in der zweiten Instanz. Bis man seinen

# RECHERCHE @ REPORTAGE – Freitag, 13. Juni 2008

10:00 10:30	<b>Anmeldung, Kaffee &amp; Kommunikation</b> <b>Begrüßung</b> , Dr. Thomas Leif, nr / Stephan Lebert, ReporterForum		<b>ZAPP-ERZÄHLCAFÉ</b> jede volle Stunde in einem Café	<b>RECHERCHE-ONLINE</b> jede volle Stunde im CAR-room von 11 - 17 Uhr
11:00 - 13:00	<b>Der Bettler vor der Haustür – Wie finde ich ein Reportage-Thema?</b> Henning Sußebach, Die ZEIT	<b>Zwischen Essay und Reportage – Über den Umgang mit Subjektivität</b> Johanna Romberg, GEO	<b>Reportage und Recherche im Hörfunk</b> Prof. Jörg Hafkemeyer, freier Autor TV, Radio Karin Erdmann, freie Autorin NDR Axel Schröder, freier Autor Hamburg Moderation: Peter Marx, Redakteur Reportage Deutschlandradio	11:00 Uhr <b>Politische und wirtschaftliche Einflüsse auf lokale Tageszeitungsredaktionen</b> Ralf Garmatter, Freier Journalist Axel Wiczorke, Dokumentarfilmer Moderation: Wolfgang Messner, Stuttgarter Zeitung
13:00 - 14:30	<b>Mittagspause</b>			
14:30 - 16:00	<b>Die Reportage als Portrait</b> Alexander Osang, Spiegel	<b>Recherchieren für Reporter.</b> Stefan Willeke, Die ZEIT	<b>„Örtliche Betäubung“ – Lokaljournalismus in Not</b> Susanne Öttl, Passauer Neue Presse Joachim Braun, Projektteam Lokaljournalismus Paul-Josef Raue, Chefredakteur Braunschweiger Zeitung Thomas Brackvogel, Geschäftsführer Südwest Presse, Ulm Wolfram Kiwit, Chefredakteur und Geschäftsführer Ruhr-Nachrichten Moderation: Rebecca Kresse, Hamburger Abendblatt	12:00 Uhr <b>„Handbuch der verschwundenen Informationen“ – Was der neoliberale Konsens in den Medien verschweigt</b> Gabriele Gillen, Autorin (WDR) Walter van Rossum, Autor Moderation: Dr. Nicola Schuldt-Baumgart
16:00 - 16:30	<b>Pause</b>			
16:30 - 18:30	<b>Sportjournalismus zwischen Vertrauen und Generalverdacht</b> Elmar Theveßen, stellv. Chefredakteur ZDF Jens Weinreich, freier Journalist/sportnetzwerk Freddie Röckenhaus, Autor Moderation: N.N.	<b>Text-Workshop</b> Stephan Lebert, Die ZEIT	<b>Text-Workshop*</b> Ralf Hoppe, Der Spiegel	14:30 Uhr <b>Rechtsabbieger – Recherchen im rechts-extremen Milieu</b> Christine Kröger, Weser-Kurier, Theodor-Wolff-Preis 2006; Stefan Schölermann, NDR Info Moderation: Gabriele Heise, NDR Info
16:30 - 18:30	<b>Forum Moral in den Medien – Moral der Medien: Hans Leyendecker vs. Prof. Dr. Josef Wieland (DNWE) – Moderation: Michael Behrent</b>			
18:30 - 20:00	<b>Mitgliederversammlung „nr“ – Vortrag: Prof. Dr. Klaus Kocks zur Rolle der Pressesprecher</b>		<b>Abendessen – Musikalische Begleitung: Damenorchester Salome</b>	
20:00	<b>Günther Wallraff – Undercover Recherchen</b>	<b>„Haus der Journalisten“ – Wie kann in Deutschland ein Zentrum für politisch verfolgte Journalisten etabliert werden? – N. N., Diskussion</b>		Kooperationspartner: ReporterFORUM

Tagesmoderation: Anja Reschke, NDR, Panorama

# WIR KÖNN(T)EN AUCH ANDERS: WENN RECHERCHE WIEDER WICHTIG WIRD – Samstag, 14. Juni 2008

09:00	<b>Anmeldung – Kaffee &amp; Kommunikation mit dem Damenorchester Salome</b>		09:30 - 10:00	<b>Begrüßung: Dr. Thomas Leif, nr und Lutz Marmor</b> , Intendant des NDR	10:00 - 10:40	<b>Rede: Zur Lage des Journalismus: Friedrich Küppersbusch</b>		
10:45 - 12:00	<b>Wer ist heute Leitmedium? Mit: Nikolaus Brender, ZDF; Dr. Nicolaus Fest, BILD; Hans-Werner Kitz, Süddeutsche Zeitung; Christoph Dernbach, dpa, Thomas Hinrichs, tagesthemen; Nicolaus Fest, Bild; Moderation: Fritz Frey, SWR</b>	10:45 - 12:00	<b>Macht Schreiben arm? – Gabriele Bärtels, freie Autorin; Felix Zimmermann, Initiative „frei sein“; Michael Anger, DJV Buvo; Benno Stieber, Initiative „Freischreiber“; Paul-Josef Raue, CR Braunschweiger Zeitung, Moderation: Gottlob Schober, SWR</b>		12:00 - 13:00	<b>Recherche-Organisation-Tipps &amp; Tricks: mit Georg Mascolo, Dieter Wonka, Patricia Schliesinger Moderation: Anja Reschke, NDR</b>		
13:00 - 14:15	<b>Mittagspause</b>							
14:30 - 14:45	<b>Verleihung der „Verschlossenen Auster“ und Laudatio: Preisträger wird kurzfristig bekannt gegeben – Laudator: N.N.</b>							
14:45 - 16:00	<b>Wer darf online? Wer gewinnt den Medienkrieg?</b> Dr. Bernd Buchholz, Verlag Gruner+Jahr Fritz Raff, ARD-Vorsitzender Jörg Sadrozinski, Leiter tagesschau.de Frank Syré, Chefredakteur zoomer.de Klaus Böhm, Deloitte Senior Medien-Manager Moderation: Prof. Dr. Hansjürgen Rosenbauer	<b>Deutsche Mattscheibe – Schwarze Flecken der Auslandsberichterstattung</b> Marcus Bensmann, Korrespondent Zentralasien David Crawford, Wall Street Journal Dr. Richard Kiessler, Sonderkorrespondent Außenpolitik WAZ-Gruppe Florian Hassel, Korrespondent Frankfurter Rundschau, Moskau Ulrich Tilgner, Schweizer Fernsehen (SF) Moderation: Prof. Dr. Roland Schröder	<b>Lean Journalism – Medienmanagement heute.</b> Josef Depenbrock, Chefredakteur und GF Berliner Zeitung Nikolaus Brender, ZDF-Chefredakteur Horst Röper, Format-Institut Dortmund, Medienforscher Lutz Schumacher, GF Nordkurier Moderation: Sabine Adler, Deutschlandradio	14:45 - 16:00 Uhr <b>Informationsfreiheitsgesetz: Fallbeispiele und Fallstricke aus der Recherchepraxis</b> Hans-Martin Tillack, Stern Diethelm Gerhold, Bereichsleiter Bundesdatenschutz-Bauftragter Dr. Manfred Redelfs, nr Moderation: Brigitte Alfter, nr	14:45 - 16:00 Uhr <b>Persönlichkeitsrechte und Journalismus – Instrument gegen die Pressefreiheit?</b> Dr. Christian Schertz, Rechtsanwalt  mit aktiver Publikumsbeteiligung	<b>LESSONS to be learned jede volle Stunde in einem Salon</b> Format: 40 Minuten konzentrierter Vortrag – 20 Minuten konzentrierte Fragen 11:00 Uhr <b>Als freier Korrespondent im Ausland</b> Clemens Bomsdorf, Weltreporter, Kopenhagen Marcus Bensmann, Weltreporter, Zentralasien Moderation: David Schraven 12:00 Uhr <b>Perspektiven des Campus-Journalismus</b> Dominik Betz, Chefredakteur „halbstark“ 14:00 Uhr <b>Denglisch im Journalismus</b> Prof. Dr. Walter Krämer, TU Dortmund 15:00 Uhr <b>Mythos Einschaltquote</b> Tilmann Gangloff, Medienkritiker 16:00 Uhr <b>Wie recherchiert man Skandale in der Pharma-Industrie?</b> Markus Grill, Stern 17:00 Uhr <b>Das Einmaleins des investigativen Verbraucherjournalismus</b> Marcus Lindemann, autoren(werk) 18:00 Uhr <b>Bilanzen journalistisch lesen</b> Jens Albers, Steuerberater	<b>ZAPP-ERZÄHLCAFÉ jede volle Stunde in einem Café</b> Format: 15 Minuten Vortrag nach Leitfragen – 45 Minuten intensiv moderierte Diskussion 14:45 Uhr <b>Unter tödlichem Verdacht – Bayer und sein „Wundermittel“</b> Trasyol Ingolf Gritschneider, WDR 15:45 Uhr <b>Versunken, vergessen, verdrängt – Quellen und Methoden der historischen Recherche</b> Johannes K. Soyener, Autor 16:45 Uhr <b>„Wer hat, dem wird gegeben“ – Über Landwirtschaftssubventionen der EU</b> Brigitte Alfter, fr. Journalistin Hans-Martin Tillack, Stern 17:45 Uhr <b>„Not für die Welt“ – Internationale Globalisierungsrecherche</b> Michaela Schießl, Der Spiegel 18:45 Uhr <b>Der Fall Lidl</b> Markus Grill / Malte Arnsperger, Der Stern	<b>RECHERCHE-ONLINE jede volle Stunde im CAR-room</b> Format: Rechercheworkshop mit online-Experten aus Theorie und Praxis – im Stundentakt von 11:00 bis 17:00 Uhr 11:00 Uhr <b>Entenjagd – Quellenprüfung Online – Albrecht Ude</b> (fr. Journalist) 12:00 Uhr <b>Social Network Analysis für Journalisten</b> Haiko Lietz 13:00 Uhr <b>Google für Fortgeschrittene</b> Marcus Lindemann, recherche-info.de 14:00 Uhr <b>Suchmaschinenoptimierung als journalistischer Erfolgsfaktor</b> Peter Schink, Welt online 15:00 Uhr <b>Alternativen zu Google</b> Dirk Lewandowski Hochschule für angewandte Wissenschaften 16:00 Uhr <b>Internet-Monopoly, Konsequenzen &amp; Alternativen</b> Dr. Wolfgang Sander-Buermann SuMa-eV 17:00 Uhr <b>RSS-Feeds: Die Informationsflut kanalisieren</b> Christina Elmer, dpa-RegioData
16:00 - 16:30	<b>Kaffee &amp; Kommunikation</b>							
16:30 - 18:00	<b>Das Wirken der Anderen – Geheimdienste und Journalismus</b> Ernst Uhrlau, BND-Präsident Georg Mascolo, Chefredakteur „Der Spiegel“ Moderation: Dr. Thomas Leif, nr	<b>Fit für die Zukunft? Nachwuchsjournalisten zwischen Journalismus und PR</b> Prof. Dr. Siegfried Weischenberg (Uni HH), Direktor des Instituts für Journalistik und Kommunikationswissenschaft Prof. Dr. Kurt Weichler, Direktor des Instituts für Journalismus und PR, FH Gelsenkirchen York Pijahn, Redakteur, PR-Publikation „Hamburg – das Magazin der Hansestadt“ Greta Taubert, freie Journalistin, Leipzig Moderation: Henrik Schmitz, epd medien	<b>Instrumentalisierung von Journalisten durch die Bundeswehr in Kriegsgebieten</b> Ulrich Tilgner, Schweizer Fernsehen (SF) Matthias Gebauer, Spiegel Dr. Thomas Hanitzsch, Uni Zürich Dirk Schulze, Autor Moderation: Steffen Grimberg, taz	16:30 - 17:30 Uhr <b>Wenn der Pressesprecher mauert: Das Recht der Informationsbeschaffung</b> Prof. Dr. Udo Branahl, Medienrechtler TU Dortmund Gast: Holger Schmale, Berliner Zeitung  * die nr-Studie zum Thema ist unter www.netzwerkrecherche.de abrufbar.	16:30 - 17:30 Uhr <b>Krise des Hauptstadt-Journalismus* Ergebnisse einer nr-Studie</b> Dr. Stephan Weichert, Leif Kramp, Medienwissenschaftler Gast: Holger Schmale, Berliner Zeitung	17:45 - 19:00 Uhr <b>Den Behörden in die Karten schauen: Das Informationsfreiheitsgesetz als Rechercheinstrument</b> Dr. Manfred Redelfs, nr	17:45 - 19:00 Uhr <b>Recherche zu giftigen Chemikalien in der Ruhr</b> David Schraven, Die Welt	
18:00 - 19:30	<b>Chronisten oder Kampagnenmacher? Die Medienmacher in Berlin.*</b> Tissy Bruns, Tagesspiegel Dieter Wonka, Leipziger Volkszeitung Prof. Dr. Joachim Raschke, (em.) Politikwissenschaftler, Uni Hamburg Prof. Dr. Gerd Langguth, Politikwissenschaftler, Uni Bonn Moderation: Peter Ehrlich, FTD (angefr.)  * die nr-Studie zum Thema ist unter www.netzwerkrecherche.de abrufbar.	<b>Zwischen Katastrophe und Hysterie – Wie berichten Journalisten über den Klimawandel?</b> Prof. Dr. Stefan Rahmstorf, Klimaforscher Olaf Stampf, Spiegel, Ressortleiter Jan Lublinski, freier Wissenschafts-Journalist Michael Müller, Staatssekretär Umweltministerium, Malte Kreutzfeldt, taz; Moderation: Prof. Holger Wormer, TU Dortmund  Anschl.: Verleihung des Peter Hans Hofschneider-Recherchepreises	<b>Personenbeschreibung: Georg Stefan Troller Das Geheimnis der Reportage</b> Moderation: Bodo Witzke, ZDF	17:45 - 19:00 Uhr <b>Den Behörden in die Karten schauen: Das Informationsfreiheitsgesetz als Rechercheinstrument</b> Dr. Manfred Redelfs, nr	17:45 - 19:00 Uhr <b>Recherche zu giftigen Chemikalien in der Ruhr</b> David Schraven, Die Welt	17:45 - 19:00 Uhr <b>Recherche zu giftigen Chemikalien in der Ruhr</b> David Schraven, Die Welt	18:00 Uhr <b>Bilanzen journalistisch lesen</b> Jens Albers, Steuerberater	
<b>Ausklang</b>								

– Programmänderungen möglich –

Tagesmoderation: Kuno Haberbusch, NDR, Redaktion Zapp

Anspruch auf diesem Weg durchgeklagt hat, ist das journalistische Thema unter Umständen schon lange tot und der betreffende Minister nicht mehr im Amt.

*4. Welche Vorteile bietet das IFG gegenüber dem Auskunftsanspruch nach den Landespressegesetzen – und welche Nachteile hat es?*

Der Vorteil ist, dass das IFG explizit ein Recht auf Zugang zu Dokumenten verankert. Das bieten die Landespressegesetze – so weit ich sehe – nicht. Und es gibt im Fall des IFG eine Beschwerdeinstanz wie den Bundesbeauftragten, was eine Beschwerde einfacher (und billiger) möglich macht, als der Weg über die Verwaltungsgerichte, der im Fall der Pressegesetze der einzige Beschwerdeweg ist – und überdies sehr langwierig, siehe oben.

*5. Welche Tipps können Sie Kollegen für die Antragstellung und den Umgang mit den Behörden geben?*

Keine Scheu haben. Ein Antrag ist rasch eingereicht. Zur Not einfach eine E-Mail schreiben und sehen, was passiert!

**Persönlichkeitsrechte und Journalismus – Instrument gegen die Pressefreiheit?**

Workshop mit Dr. Christian Schertz, Rechtsanwalt

Thema: Spätestens seit dem „Caroline-Urteil“ ist das Spannungsfeld zwischen Persönlichkeitsrechten auf der einen und Pressefreiheit auf der anderen Seite vermehrt ins Bewusstsein gerückt. Wie werden die Rechte in aktuellen Entscheidungen austariert und was bedeutet das für die Berichterstattung? Der Berliner Rechtsanwalt Dr. Christian Schertz vertritt sowohl Medienunternehmen wie auch Prominente. Als Experte für Persönlichkeitsrecht erläutert er neuere Fallentscheidungen.

Kurzbiographie:

Dr. Christian Schertz von der Berliner Kanzlei Schertz Bergmann ist Rechtsanwalt mit dem Schwerpunkt Presse- und Persönlichkeitsrecht. Zu seinen Mandanten zählen sowohl Unternehmen und Verlage als auch zahlreiche Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens. Neben seiner Anwaltstätigkeit ist er als Lehrbeauftragter für Medienrecht und als Autor und Herausgeber zahlreicher Fachveröffentlichungen tätig.

**Nachmittag, 16.30 bis 18.00 Uhr**

**Das Wirken der Anderen – Geheimdienste und Journalismus**

Thema:

Teilnehmer: Ernst Uhrlau, BND-Präsident u.a.

Moderation: Steffen Hallaschka, NDR

**„Fit für die Zukunft? Nachwuchsjournalisten zwischen Journalismus und PR“**

Thema:

In der Ausbildung von Nachwuchsjournalisten verschwimmen zunehmend die Grenzen zwischen Journalismus und Public Relations: An zahlreichen Fachhochschulen sprießen Studiengänge, die die Ausbildung zum Journalisten und die Ausbildung zum PR-Profi im Curriculum miteinander verknüpfen; Journalismus-Studierende entwickeln PR-Konzepte für Unternehmen und lernen Marketing, statt Recherche oder das Schreiben einer Reportage zu trainieren; Journalistenschüler hospitieren in Pressestellen und arbeiten für Kundenmagazine oder Mitarbeiterzeitschriften. Führt dieser Trend zu einer Desensibilisierung gegenüber dem heiklen Verhältnis von Auftragskommunikation und Journalismus – oder hilft die Doppelqualifikation dem Nachwuchs auf dem umkämpften Markt?

Teilnehmer:

**Prof. Dr. Siegfried Weischenberg** ist seit 2001 Direktor des Instituts für Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Hamburg. Zuvor war er Professor für Medientheorie und Medienpraxis an der Universität Münster. Von 1976 bis 1982 beteiligte sich Weischenberg am Aufbau des Modellstudiengangs Journalistik an der Universität Dortmund. Davor und danach arbeitete er als Tageszeitungsredakteur und Journalist für Presse, Rundfunk und Agenturen. Von 1999 bis 2001 leitete er als Bundesvorsitzender den Deutschen Journalisten-Verband. Zu seinen rund 20 Büchern gehören "Die Souffleure der Mediengesellschaft" (mit Malik und Scholl) sowie das dreibändige Lehrbuch "Journalistik".

**Greta Taubert** ist freie Journalistin in Leipzig. Sie hat bei der Berliner Zeitung volontiert und beendet derzeit ihr Studium der Journalistik und Politikwissenschaft an der Universität Leipzig. Sie ist außerdem Stipendiatin der Journalistenakademie der Konrad-Adenauer-Stiftung. Aus Ostdeutschland und Osteuropa berichtet sie unter anderem für FAZ, Die Zeit und Spiegel Online.

**Prof. Dr. Kurt Weichler** ist seit 2003 Direktor des Instituts für Journalismus und Public Relations an der Fachhochschule Gelsenkirchen. Zuvor hat er frei für Zeitschriften, Hörfunk und Buchverlage gearbeitet. Er war Vertretungsprofessor für Journalistik an der Universität Hamburg, Chefredakteur der Zeitschriften „Prinz“ und „Wiener“ sowie Verlagsleiter im Heinrich Bauer Programmzeitschriften-Verlag. Kurt Weichler hat 18 Fachbücher geschrieben. Darunter: Redaktionsmanagement, Konstanz: UVK 2003. Handbuch Freie Journalisten, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2003. Die Kundenzeitschrift, Konstanz: UVK, 2005.

**York Pijahn**, 35, leitet das Hamburg Magazin der Hamburg Marketing als Chefredakteur. Er wurde an der Henri-Nannen-Schule ausgebildet, arbeitete als Redakteur bei GEO und bei der Frauenzeitschrift WOMAN. Neben seinem Hamburg-Magazin-Job arbeitet York Pijahn als Kolumnist, TV-Reporter und gelegentlich als Co-Autor für Fernsehdokumentationen.

Moderation: Henrik Schmitz, epd Medien

Leitfragen und Antworten:

### **Antworten von Prof. Dr. Siegfried Weischenberg, Universität Hamburg**

*1) Partner oder Gegner – in welchem Verhältnis stehen Journalisten und PR-Profis Ihrer Ansicht nach?*

Partner sollten sie auf keinen Fall sein. Ob sie Gegner sind, hängt nicht nur vom Rollenselbstverständnis, sondern auch vom konkreten Berichterstattungsfall ab.

*2) Wie beurteilen Sie die Versuche, die Ausbildung zum Journalisten und die Ausbildung zum PR-Fachmann in einer Ausbildung miteinander zu verknüpfen?*

Ich halte davon nichts. Ich halte aber viel davon, künftige Journalistinnen und Journalisten mit den Praktiken der PR vertraut zu machen und mit Ihnen die einschlägige Forschung durchzuführen.

*3) Inwieweit müssen Nachwuchsjournalisten in ihrer Ausbildung auch die Instrumente der PR kennen lernen, um das Handeln der „Gegenseite“ und die PR-Zulieferungen im journalistischen Alltag besser einordnen zu können?*

Genau diesem Ziel dient das, was unter 2) steht. Aus der Sicht der Journalistik ist "kennen lernen" aber wörtlich zu nehmen.

*4) Welche Konsequenzen hat die Verzahnung von Journalismus und PR in der Ausbildung für das Rollenselbstverständnis der Nachwuchsjournalisten und das Profil des Berufes?*

Eine "Verzahnung" ist das Gegenteil von dem, was hier (gesellschaftlich) wünschenswert wäre. In der Konsequenz führt sie zu einer geradezu schizophrenen 'Doppelrolle'.

*5) Welche Fähigkeiten, Kenntnisse und Einstellungen sind für junge Journalisten heute besonders wichtig, um sich auf einem schwierigen Markt zu behaupten?*

An den Basiskompetenzen (Sachkompetenz, Fachkompetenz, Vermittlungskompetenz) hat sich so viel nicht geändert. Gewiss aber wird heute verlangt, den Journalismus als Geschäft zu verstehen, und sich flexibel auf neue Herausforderungen (etwa im Online-Bereich) einzustellen.

*6) An welchem Leitbild sollte sich die Journalistenausbildung orientieren?*

Leitbild für die Journalistenausbildung ist das, was normativ vom Journalismus erwartet werden kann. Und dies kreist – nach wie vor und mehr denn je – um die (im Spiegel-Urteil beschriebene) "öffentliche Aufgabe".

### **Antworten von Greta Taubert, freie Journalistin, Leipzig**

*1) Partner oder Gegner – in welchem Verhältnis stehen Journalisten und PR-Profis Ihrer Ansicht nach?*

In solchen harten Kategorien denke ich nicht. Natürlich betonen PR-Leute gern den symbiotischen Charakter und erzeugen gern eine kumpelhafte Atmosphäre. Darauf sollte man aber nicht mit völlig ideologischer Verweigerung reagieren, sondern mit handwerklicher Professionalität. Pressesprecher und Öffentlichkeitsarbeiter sind für eine Recherche eine der möglichen Quellen. Und denen sollte man sich als Journalist generell weder als Freund noch als Feind nähern. Sondern mit dem Anspruch der Neutralität.

*2) Wie beurteilen Sie die Versuche, die Ausbildung zum Journalisten und die Ausbildung zum PR-Fachmann in einer Ausbildung miteinander zu verknüpfen?*

Diese Entwicklung empfinde ich als unerträglich. Die FH Gelsenkirchen begründet die Einrichtung des Studienganges Journalismus-PR damit, dass „der engen Verzahnung von Journalismus und Public Relations im Alltag Rechnung“ getragen wird. Diese Verwebungen sind aber weder wünschenswert geschweige denn akademisch förderungswürdig. Universitäten und auch Fachhochschulen müssen gerade in solchen desolaten Zeiten ihre normative Kraft bewahren. Eine gekoppelte Ausbildung von Journalismus und PR reduziert beide Bereiche auf ihre handwerklichen Komponenten.

*3) Inwieweit müssen Nachwuchsjournalisten in ihrer Ausbildung auch die Instrumente der PR kennen lernen, um das Handeln der „Gegenseite“ und die PR-Zulieferungen im journalistischen Alltag besser einordnen zu können?*

Hintergrundwissen schadet nie. Die Methoden und Techniken der PR lassen sich aber auch in einem

Wochenendseminar oder einer einzelnen Veranstaltung im Studium bündeln. Dafür braucht man wirklich kein Studium zu teilen!

*4) Welche Konsequenzen hat die Verzahnung von Journalismus und PR in der Ausbildung für das Rollenselbstverständnis der Nachwuchsjournalisten und das Profil des Berufes?*

Das hängt sowohl von der Ausbildung als auch vom Individuum ab. Es macht aber sicher einen Unterschied, ob man mehrere Jahre an einer Journalistenschule zusammen mit zwanzig anderen Journalisten sich mit Journalismus beschäftigt hat. Oder ob man vom ersten Studientag an einen Hybridtitel vor sich herumträgt. In diesem Spannungsverhältnis möchte ich persönlich nicht gefangen sein.

*5) Welche Fähigkeiten, Kenntnisse und Einstellungen sind für junge Journalisten heute besonders wichtig, um sich auf einem schwierigen Markt zu behaupten?*

Das würde mich auch interessieren.

*6) An welchem Leitbild sollte sich die Journalistenausbildung orientieren?*

Henri Nannen hat gesagt: „Ich finde, wenn man Journalist ist, dann will man doch die Welt ein bisschen durchsichtiger, ein bisschen verständlicher, ein bisschen weniger gemein, ein bisschen offener machen.“ Das sollte auch schon in der Ausbildung so sein. Und das passt mit PR leider nicht zusammen.

#### **Antworten von Prof. Dr. Kurt Weichler, Institut für Journalismus und Public Relations, FH Gelsenkirchen**

*1) Partner oder Gegner - in welchem Verhältnis stehen Journalisten und PR-Profis Ihrer Ansicht nach?*

Das kann im Alltag variieren. Überwiegend dürfte das Verhältnis partnerschaftlich geprägt sein.

*2) Wie beurteilen Sie die Versuche, die Ausbildung zum Journalisten und die Ausbildung zum PR-Fachmann in einer Ausbildung miteinander zu verknüpfen?*

Positiv, da das zu Grunde liegende Handwerk in beiden Berufsfeldern in weiten Teilen das gleiche ist. Die Ausbildung muss aber spürbar vermitteln, dass Journalismus und PR nicht identische Ziele verfolgen. PR ist Auftragskommunikation für einen einzigen Absender und Journalismus ist Kommunikation, die dem öffentlichen Interesse und ethisch-moralischen Maßstäben verpflichtet ist.

*3) Inwieweit müssen Nachwuchsjournalisten in ihrer Ausbildung auch die Instrumente der PR kennen lernen, um das Handeln der „Gegenseite“ und die PR-Zulieferungen im journalistischen Alltag besser einordnen zu können?*

Eine Journalistenausbildung, die die Instrumente der PR in ihrem Curriculum vernachlässigt, verdient diesen Namen nicht.

*4) Welche Konsequenzen hat die Verzahnung von Journalismus und PR in der Ausbildung für das Rollenselbstverständnis der Nachwuchsjournalisten und das Profil des Berufes?*

Dadurch, dass Journalisten aufgrund ihrer Ausbildung mit den Methoden der PR vertraut sind, können sie ihre aktive Rolle als Kritiker und Kontrolleure wesentlich effizienter ausüben.

*5) Welche Fähigkeiten, Kenntnisse und Einstellungen sind für junge Journalisten heute besonders wichtig, um sich auf einem schwierigen Markt zu behaupten?*

Junge wie alte Journalisten brauchen Neugier, Leidenschaft, Integrität, Misstrauen und die Beherrschung des journalistischen Handwerks, um sich im Markt zu behaupten. Da die Konkurrenz und der Anteil der Freiberufler wachsen, sind zudem Vermarktungsfähigkeiten unabdingbar.

### **Antworten von York Pijahn, PR-Redakteur und freier Journalist**

*1) Partner oder Gegner – in welchem Verhältnis stehen Journalisten und PR-Profis Ihrer Ansicht nach?*

Tendenziell sind sie weder Gegner noch Partner. Ich habe das Gefühl, PR und Journalismus sind Geschwister – und auf keinen Fall Zwillinge. Man ist sich ähnlich, hebt aber gerade deshalb peinlich genau die Unterschiede hervor.

*2) Wie beurteilen Sie die Versuche, die Ausbildung zum Journalisten und die Ausbildung zum PR-Fachmann in einer Ausbildung miteinander zu verknüpfen?*

Ich kann mir das nur sehr schwer vorstellen, weil die Ausbildung zum Journalisten auch an den Top-Schulen wie der HNS die Bereiche wie Online, TV und Radio nur kurz streift. Will sagen: Man hat jetzt schon zu wenig Zeit, wie soll das gehen, wenn man dazu auch noch PR-Strategien lehrt?

*3) Inwieweit müssen Nachwuchsjournalisten in ihrer Ausbildung auch die Instrumente der PR kennen lernen, um das Handeln der „Gegenseite“ und die PR-Zulieferungen im journalistischen Alltag besser einordnen zu können?*

Ich hätte in der Ausbildung gern einem PR-Profi auf die Finger geschaut, um zu sehen, wie sie Journalisten versuchen zu manipulieren.

*4) Welche Konsequenzen hat die Verzahnung von Journalismus und PR in der Ausbildung für das Rollenselbstverständnis der Nachwuchsjournalisten und das Profil des Berufes?*

Ich glaube, dass durch die Verzahnung „Unabhängigkeit“ ein immer höheres Gut wird.

*5) Welche Fähigkeiten, Kenntnisse und Einstellungen sind für junge Journalisten heute besonders wichtig, um sich auf einem schwierigen Markt zu behaupten?*

Flexibilität, Bereitschaft für unterschiedliche Tonlagen in Texten. Außerdem ist es sicher gut, die Vermarktbarkeit von Texten gleich mitzudenken.

*6) An welchem Leitbild sollte sich die Journalistenausbildung orientieren?*

Unabhängigkeit und Objektivität. Wenn man die später über Bord wirft, weiß man wenigstens, um was es sich handelt.

### **Bundeswehr-Panel**

Thema:

Teilnehmer:

**Dirk Schulze** war Bundeswehroffizier, nahm an mehreren Auslandseinsätzen teil und war Angehöriger der ISAF-Vorauskräfte in Afghanistan. Zuletzt war er als Hauptmann und Presseoffizier tätig. Heute arbeitet er als Autor in Hamburg. Zusammen mit Achim Wohlgetan hat Dirk Schulze das Buch „Endstation Kabul: Als Deutscher Soldat in Afghanistan - ein Insiderbericht“ verfasst.

**Matthias Gebauer** sammelte nach dem Abitur als Polizeireporter bei „Bild“ in Berlin erste journalistische Erfahrungen. 1996 wechselte er zur „Berliner Zeitung“. Ab Mai 1998 besuchte Matthias Gebauer die Henri-Nannen-Schule in Hamburg. Seit dem 1. Dezember 2000 arbeitet er bei SPIEGEL ONLINE als Redakteur in der Berliner Redaktionsvertretung. Gebauer berichtet vor allem aus Krisenregionen in Afghanistan, Pakistan und dem Irak.

**Ulrich Tilgner** ist Korrespondent des Schweizer Fernsehens und berichtet seit den achtziger Jahren aus dem Orient. Er beschäftigt sich vor allem mit den politischen Konflikten der Region und ihren wirtschaftlichen und kulturellen Hintergründen. Ulrich Tilgner hat in Freiburg und Tübingen Kulturwissenschaften, Politik und Wirtschaftsgeschichte studiert. Nach der Islamischen Revolution war er in Teheran als Korrespondent akkreditiert, von 1985 bis 2000 unterhielt er ein Büro in Amman/Jordanien und von 2002 bis 2008 leitete er das ZDF-Büro in Teheran. Sein Berichtsgebiet umfasst Irak, Iran und Afghanistan. Neben Beiträgen mit aktuellen Informationen aus den Kriegs- und Krisengebieten fertigt Tilgner Dokumentationen über die Region. Für seine Berichterstattung über den Irak-Krieg erhielt Ulrich Tilgner den Hanns-Joachim-Friedrich-Preis für Fernsehjournalismus 2003. Er habe „unter den extremen Bedingungen der Kriegsberichterstattung seine professionelle Qualität und seine journalistische Unabhängigkeit bewahrt und bewiesen“.

**Dr. Thomas Hanitzsch**, geb. 1969 in Dresden, ist Oberassistent am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich. Nach einem Pressevolontariat bei den „Dresdner Neuesten Nachrichten“ studierte er Journalistik, Arabistik und Orientalische Philologie sowie Indonesistik an der Universität Leipzig und der Universitas Gadjah Mada in Indonesien. Im Jahr 2004 promovierte er zum Dr. phil. an der Technischen Universität Ilmenau, wo er zwischen 2002 und 2006 als wissenschaftlicher Mitarbeiter und Assistent tätig war. Ebenfalls 2004 gründete Dr. Hanitzsch die Journalism Studies Interest Group (heute: Division) bei der International Communication Association. Er ist Mitherausgeber des Journal for Global Mass Communication. Zu seinen Spezialgebieten gehört Kriegs- und Krisenkommunikation.

Workshop **Das Recht der Informationsbeschaffung**  
mit Prof. Dr. Udo Branahl, Medienrechtler TU Dortmund

Welche Informationsansprüche haben Journalisten gegenüber Behörden und wie können sie durchgesetzt werden? Was ist bei der Vorort-Recherche zu beachten, z.B. wenn man fremde Grundstücke betritt? Prof. Dr. Udo Branahl, Medienrechtler an der TU Dortmund, erklärt die Rechtslage anhand von Fallbeispielen.

Kurzbiographie:

Prof. Dr. Udo Branahl ist Universitätsprofessor für Medienrecht im Institut für Journalistik der Technischen Universität Dortmund. Zu seinen Arbeitsschwerpunkten in Forschung und Lehre gehören die Rechte und Pflichten von Journalisten, Probleme der Gerichtsberichtsberichterstattung und das Verhältnis von Polizei und Presse. Neben seiner Hochschultätigkeit wirkt er an der Aus- und Fortbildung von Volontären und Redakteuren mit. Außerdem arbeitet er mit Prüferinnen und Prüfern der juristischen Staatsprüfungen an deren Validierung.

**Krise des Hauptstadt-Journalismus**

Dr. Stephan Weichert/Leif Kramp (Institut für Medien- und Kommunikationspolitik)

**Holger Schmale**, geb. 1953 in Hamburg, hat Publizistik, Geschichte und Politische Wissenschaften studiert. Ab 1978 Redakteur der Deutschen Presse-Agentur in West- und Ost-Berlin, ab 1987 Korrespondent im Bundesbüro der dpa in Bonn. 1997-2001 USA-Korrespondent der dpa in Washington. 2001 Wechsel als politischer Korrespondent zur „Berliner Zeitung“, jetzt Leiter des

Bundesbüros. Buchveröffentlichung: Arntz, Jochen / Schmale, Holger: John Kerry. Kandidat gegen Bush - Amerika vor der Entscheidung, Kiepenheuer und Witsch, 2004.

## Früher Abend, 18.00 Uhr bis 19.30 Uhr

### Chronisten oder Kampagnenmacher? Medien in Berlin

Thema:

Teilnehmer:

**Tissy Bruns**, geboren 1951, leitet das Tagesspiegel-Parlamentsbüro. Im ersten Beruf war sie Lehrerin für Mathematik und Geschichte, seit 1981 arbeitet sie als Journalistin. Von 1991 bis zum Umzug nach Berlin im Sommer 1999 war Bruns Parlamentskorrespondentin in Bonn, schrieb zunächst für die taz, später für den Stern, die Wochenpost und den Tagesspiegel. Ab April 2001 leitete sie das Berliner Korrespondentenbüro der Welt und wechselte 2003 zum Tagesspiegel. Von 1999 bis 2003 war sie - als erste Frau in diesem Amt - Vorsitzende der Bundespressekonferenz. 2007 erschien ihr Buch "Republik der Wichtigtuer - Ein Bericht aus Berlin".

**Prof. Dr. Gerd Langguth**, Jahrgang 1946, lehrt als Professor für Politikwissenschaft an der Universität Bonn. Während des Studiums war Langguth von 1970 bis 1974 Bundesvorsitzender des RCDS, von 1976 bis 1980 Bundestagsabgeordneter der CDU. Er war Mitglied des CDU-Bundesvorstandes und zweier Grundsatzprogrammkommissionen der Union, zwischen 1981 und 1985 Direktor der Bundeszentrale für politische Bildung in Bonn. Von 1986 bis 1987 war er Staatssekretär und Bevollmächtigter des Landes Berlin beim Bund. Anschließend wurde er von 1988 bis 1993 Leiter der Vertretung der EG-Kommission in der Bundesrepublik Deutschland, Bonn. Zwischen 1993 und 1997 war Gerd Langguth geschäftsführender Vorsitzender der Konrad-Adenauer-Stiftung, Sankt Augustin. 2003/04 engagierte er sich als Geschäftsführender Vorstand beim Verein Bürgerkonvent. 2007 erschien sein Buch „Angela Merkel - Aufstieg zur Macht“.

**Prof. Dr. Joachim Raschke (em.)**, Jahrgang 1938, ist Parteienforscher und war bis 2003 Professor für politische Wissenschaften an der Universität Hamburg. Nach seinem Diplom 1965 arbeitete er als Redakteur an einer Schriftenreihe bei der Zeitschrift Politik und Zeitgeschichte. 1972 schrieb er seine Doktorarbeit über "Innerparteiliche Opposition". 1973 ging Raschke an die Universität Hamburg, wo er später Professor wurde. Sein wissenschaftliches Interesse galt den sozialen Bewegungen und der Entwicklung der Parteien. Er schrieb zahlreiche Bücher, darunter „Die Grünen - Wie sie wurden, was sie sind“ und „So kann man nicht regieren - Die Zukunft der Grünen“.

**Dieter Wonka**, geboren 1954, ist Leiter des Hauptstadt-Büros und Ressortleiter Politik der Leipziger Volkszeitung. Abgeschlossenes Studium der Soziologie und Politologie in München und Regensburg. Journalistische Stationen in Stuttgart, Kiel, Wiesbaden, Hannover, Bonn und Berlin für verschiedene Tageszeitungen und Magazine. Seit 16 Jahren für die Leipziger Volkszeitung tätig.

### Flotte Kurven, dünne Daten. Qualitätskontrolle im Wissenschaftsjournalismus.

Thema:

Manche Medienberichte dramatisieren, andere verharmlosen den Klimawandel. Der Klimaforscher Stefan Rahmstorf bemängelt, dass die öffentliche Wahrnehmung der wissenschaftlichen Debatte dadurch massiv verzerrt werde. Er und viele seiner Kollegen fürchten um die Glaubwürdigkeit der Wissenschaft und die Legitimation für Klimapolitik. Wie kommt es zu dieser Polarisierung? Wo

beginnt, wo endet die journalistische Freiheit? Spielt die politische Ausrichtung der jeweiligen Medien eine Rolle? Ein Streitgespräch mit praktischen Tipps für die Qualitätskontrolle bei der Auswahl von Experten.

Teilnehmer:

**Stefan Rahmstorf**, Klimaforscher (Prof. für Physik der Ozeane) am Potsdam Institut für Klimafolgenforschung, einer der Hauptautoren des letzten IPCC-Berichts

**Olaf Stampf**, Ressortleiter Wissenschaft und Technik, Der SPIEGEL, Autor der Titelgeschichte zur „Klima-Hysterie“

**Malte Kreutzfeld**, Ressortleiter Wirtschaft und Umwelt, tageszeitung (taz)

**Michael Müller** (SPD), Staatssekretär im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit

**Jan Lublinski**, freier Wissenschaftsjournalist (u.a. Deutschlandfunk und Bild der Wissenschaft), Mit-Autor des Buches „Fakt, Fiktion, Fälschung: Trends im Wissenschaftsjournalismus“

Leitfragen und Antworten:

**Antworten von Stefan Rahmstorf**, Klimaforscher (Prof. für Physik der Ozeane) am Potsdam Institut für Klimafolgenforschung, einer der Hauptautoren des letzten IPCC-Berichts

*1) Wie groß ist der Einfluss der Medien auf die Beurteilung des Klimawandels in der Bevölkerung und in der Politik?*

Sehr groß – die Mehrheit der Menschen hat ihre Informationen dazu fast nur aus den Medien. In der Politik sieht es etwas besser aus, da z.B. der Umweltminister durch Experten aus dem eigenen Hause beraten wird, die die Originaldokumente (z.B. IPCC, Stern Review, WBGU-Gutachten etc.) auswerten und sich nicht nur auf die Vermittlung durch Medien verlassen.

*2) Haben die deutschen Medien die Gefahren, die durch den Klimawandel drohen, in letzter Zeit eher dramatisiert oder eher verharmlost?*

Beides ist zu beobachten. Auf der einen Seite z.B. BILD: „Wir haben noch 13 Jahre, sonst wird die Menschheit sich auslöschen, unter entsetzlichen Qualen“ (was allerdings wohl kaum ein Leser ernst nehmen dürfte). Auf der anderen Seite Autoren wie Dirk Maxeiner, Uli Kulke usw. Wenn man genauer hinschaut ist die Situation aber nicht symmetrisch, also auf der einen Seite Über-, auf der anderen Untertreibung, sodass es „im Mittel“ in etwa stimmt.

Die „Dramatisierungen“ betreffen meist die Folgen des Klimawandels, z.B. Wirbelstürme, Artensterben, Meeresspiegel etc., die nach wie vor nur unsicher abzuschätzen sind und wo auch innerhalb der Forschung ein recht breites Spektrum in der Einschätzung vorliegt. Mal abgesehen von dem oben zitierten BILD-Bericht sind „Dramatisierungen“ häufig von der Art, dass ein tatsächlich in der Wissenschaft diskutiertes „worst case scenario“ (z.B. 2 Meter Meeresspiegelanstieg bis 2100) so dargestellt wird, als sei es eine Prognose und so gut wie sicher. Verharmlosungen der Folgen gibt es natürlich auch – meist sind auch die aber durch Aussagen von einzelnen Wissenschaftlern gedeckt (wobei allerdings manchmal Wissenschaftler herangezogen werden, die überhaupt nicht zum Thema forschen). Eine ganz andere Qualität haben die „Verharmlosungen“ mit der Aussage, der Klimawandel sei gar nicht anthropogen (Stichwort „Klimaschwindel“ etc.), eine Verschwörung der Klimaforscher übertreibe absichtlich aus Eigennutz, etc – siehe Frage 3

*3) In einigen Medien wird immer noch in Zweifel gezogen, dass menschliche Aktivitäten die maßgebliche Ursache für die globale Erwärmung sind. Wird dabei der Stand der wissenschaftlichen Debatte korrekt wiedergegeben?*

Nein. In der seriösen Fachwelt gibt es eine solche Debatte schon lange nicht mehr, denn die anthropogene Ursache der globalen Erwärmung ist nach menschlichem Ermessen gesichert. Die Frage kann natürlich neu eröffnet werden, wenn neue Evidenz auftaucht – Sendungen wie der „Klimaschwindel“-Film oder die von mir seinerzeit kritisierten Zeitungsartikel diskutieren aber keine neue Evidenz, sondern sie „belegen“ ihre These einfach mit krassen Falschbehauptungen (hier könnte ich zahlreiche Beispiele geben - gefälschte Datenkurven, falsche Zahlen etc.), die keiner Überprüfung standhalten und die oft schon seit 15 Jahren alle paar Monate wieder durchs Dorf getrieben werden.

*4) Können solche „klimawandel-skeptischen“ Berichte die Legitimation für politische Maßnahmen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen gefährden?*

Ja – es ist ja auch ihr Ziel, diese Legitimation zu untergraben. Die Autoren haben in der Regel nicht ein Problem mit der Klimawissenschaft an sich – sie haben etwas gegen die Klimaschutzmaßnahmen. Zur Wirkung solcher Artikel braucht man sich nur unter Laien umzuhören. Viele sind verwirrt und glauben, der anthropogene Klimawandel sei noch umstritten, es sei gar nicht sicher, dass der Mensch verantwortlich ist, und sie unterstützen deshalb bestenfalls „win-win“ Klimaschutzmaßnahmen, die sie nichts kosten. Die politische Unterstützung für den Klimaschutz wird natürlich erst dann auf die Probe gestellt, wenn es um unpopuläre Maßnahmen geht, die etwas kosten. Dann wird diese Legitimation sehr wichtig werden. Man sieht bereits jetzt, wie schwierig die Umsetzung des in Meseberg beschlossenen Klimaschutzprogramms der Bundesregierung wird.

*5) Könnten neue Forschungsergebnisse dazu führen, die These der menschlichen Verursachung des Klimawandels neu zu überdenken?*

Im Prinzip ja – Naturwissenschaft kann grundsätzlich nie etwas für alle Zeiten beweisen wie etwa die Mathematik. Alles Wissen ist in dem Sinne vorläufig. Wenn man genauer darüber nachdenkt, welche Art von Forschungsergebnissen das tun könnten, dann wird es allerdings schwer vorstellbar, ohne elementare Physik anzuzweifeln. In unserem Buch „Der Klimawandel“ haben wir dieses Gedankenexperiment gemacht.

*6) Was in den Zusammenfassungen der Berichte des „Weltklimarats“ IPCC steht, wird vorher von Regierungsvertretern aller Nationen abgenickt. Leidet darunter nicht die Glaubwürdigkeit der IPCC-Berichte?*

Nein. Der volle Bericht ist ja für jedermann im Netz verfügbar, und der ist unbeeinflusst von der Politik. Wer etwas genauer wissen will, sollte sich ohnehin nicht auf die kurze Zusammenfassung verlassen, die in der Tat in den Plenarsitzungen mit den Regierungsvertretern in den Formulierungen oft noch abgeschwächt wird. Falsches steht trotzdem nicht drin, denn die Regierungsexperten können da natürlich nichts hineinschreiben, was nicht durch den Haupttext gedeckt ist – sie können nur Formulierungen etwas schwächer oder klarer fassen.

*7) Wenn Sie als leitender Redakteur oder Journalist einen Experten oder Interviewpartner zum Thema Klimawandel befragen: Wie prüfen Sie seine Glaubwürdigkeit und die Glaubwürdigkeit seiner Argumente?*

Erstens würde ich einen Experten danach auswählen, dass er tatsächlich zum Thema arbeitet und da etwas vorzuweisen hat. Wenn ich etwa wissen will, wie der Klimawandel sich auf Eisbären auswirkt, würde ich die Leute fragen, die über Eisbären forschen und das durch entsprechende Fachpublikationen belegen können. Das kann man ja sehr leicht im Web of Science herausfinden. Zu Herzfehlern etwa würde ich zum Beispiel einen Herzchirurgen fragen – und nicht einen Zahnarzt, nur weil der behauptet, was alle Herzchirurgen sagen, sei Unsinn.

Die Glaubwürdigkeit der Argumente kann man natürlich am besten beurteilen, wenn man die Vorgeschichte des Diskurses kennt. Dazu braucht es Fachjournalisten, die kontinuierlich an einem Thema arbeiten.

*8) Sollten Qualitätsmedien ausgewogener über den Klimawandel berichten – oder dürfen auch Sie zuspitzen und vereinfachen, um eine höhere Auflage zu erreichen?*

Zuspitzen und Vereinfachen ist nicht das Gegenteil von ausgewogener Berichterstattung. Gute populärwissenschaftliche Autoren zeichnen sich ja gerade dadurch aus, dass sie Dinge so vereinfachen und zuspitzen können, dass sie trotzdem nicht falsch werden.

*9) Energieversorger und Automobilhersteller haben in der Vergangenheit starken Druck auf politische Akteure ausgeübt, um Maßnahmen zur Verringerung von Treibhausgasen abzuschwächen. Glauben Sie, dass diese Unternehmen auch auf einige Medien Druck ausüben und dadurch versuchen, die Berichterstattung über den Klimawandel zu beeinflussen?*

Kann ich nicht beurteilen – dazu habe ich keine Informationen.

*10) Steht die politisch-ideologische Ausrichtung eines Mediums in Zusammenhang mit der Darstellung der wissenschaftlichen Erkenntnisse über den Klimawandel?*

Nach meiner Meinung ja. Die Berichterstattung der Welt zu diesem Thema könnte man sich nicht in der taz vorstellen, und umgekehrt. Allerdings kann man das sicher nicht an einem einfachen Rechts-Links-Schema festmachen – wie zum Beispiel ein Vergleich der Berichterstattung von Spiegel und Focus zeigt.

**Antworten von Olaf Stampf**, Ressortleiter Wissenschaft und Technik, Der SPIEGEL, Autor der Titelgeschichte zur „Klima-Hysterie“

*1) Wie groß ist der Einfluss der Medien auf die Beurteilung des Klimawandels in der Bevölkerung und in der Politik?*

Der eigene Einfluss ist naturgemäß schwer zu beurteilen. Fest steht hingegen, dass einzelne Klimaforscher heute einen beachtlichen Einfluss als Regierungsberater haben – so etwas ist Fachwissenschaftlern nie zuvor gelungen.

*2) Haben die deutschen Medien die Gefahren, die durch den Klimawandel drohen, in letzter Zeit eher dramatisiert oder eher verharmlost?*

In ihrer großen Mehrheit neigen die deutschen Medien eindeutig zur Dramatisierung. Der Klimawandel wird fast ausschließlich als Klimakatastrophe dargestellt. Dabei lässt sich seriös noch gar nicht im Detail vorhersagen, wie schlimm die Folgen der Erwärmung wirklich sein werden. Zu einer ehrlichen Bilanz gehört zudem dazu, dass es auch Gewinner des Klimawandels geben wird – doch das wird aus Gründen der politischen Korrektheit meist verschwiegen.

*3) In einigen Medien wird immer noch in Zweifel gezogen, dass menschliche Aktivitäten die maßgebliche Ursache für die globale Erwärmung sind. Wird dabei der Stand der wissenschaftlichen Debatte korrekt wiedergegeben?*

Nein, denn aus wissenschaftlicher Sicht lässt sich inzwischen nicht mehr bestreiten, dass die Treibhausgasemissionen in den vergangenen 100 Jahren zu einer spürbaren Erwärmung geführt haben. Noch nicht restlos geklärt ist allerdings, welchen Anteil an der bisherigen Erwärmung natürliche Faktoren haben, etwa die zyklische Schwankung der Solaraktivität. Aber sofern die

Computersimulationen stimmen, wird der menschliche Einfluss aufs Klima in den kommenden Jahrzehnten immer stärker sichtbar werden.

*4) Können solche „klimawandel-skeptischen“ Berichte die Legitimation für politische Maßnahmen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen gefährden?*

Nein, dazu erscheinen viel zu selten Artikel, die den anthropogenen Treibhauseffekt grundsätzlich in Zweifel ziehen. Gefährlicher sind Denkverbote von der anderen Seite: Leider wird kaum kritisch hinterfragt, wie sinnvoll etwa eine schnelle drastische Verringerung der Treibhausgasemissionen wirklich ist.

*5) Könnten neue Forschungsergebnisse dazu führen, die These der menschlichen Verursachung des Klimawandels neu zu überdenken?*

Der anthropogene Treibhauseffekt an sich ist eine physikalische Realität. Allenfalls könnten Klimaforscher noch auf bislang unentdeckte natürliche Prozesse stoßen, die den Treibhauseffekt stärker abschwächen als bislang gedacht.

*6) Was in den Zusammenfassungen der Berichte des „Weltklimarats“ IPCC steht, wird vorher von Regierungsvertretern aller Nationen abgenickt. Leidet darunter nicht die Glaubwürdigkeit der IPCC-Berichte?*

Nein, die wissenschaftlichen Kernaussagen bleiben unangetastet.

*7) Wenn Sie als leitender Redakteur oder Journalist einen Experten oder Interviewpartner zum Thema Klimawandel befragen: Wie prüfen Sie seine Glaubwürdigkeit und die Glaubwürdigkeit seiner Argumente?*

Wie bei allen anderen Wissenschaftlern auch: Hat der betreffende Klimaforscher bereits in angesehenen Fachmagazinen veröffentlicht? Ist er unter seinen Kollegen als Kapazität anerkannt? Wie plausibel sind seine Thesen?

*8) Sollten Qualitätsmedien ausgewogener über den Klimawandel berichten – oder dürfen auch Sie zuspitzen und vereinfachen, um eine höhere Auflage zu erreichen?*

Ganz ohne Zuspitzung und Vereinfachung geht es nicht. Aber wir sollten uns davor hüten, wissenschaftlichen Stuss zu verbreiten – zumal man mit dem ausgelutschten Klimathema ohnehin keine hohe Auflage mehr erzielen kann.

*9) Energieversorger und Automobilhersteller haben in der Vergangenheit starken Druck auf politische Akteure ausgeübt, um Maßnahmen zur Verringerung von Treibhausgasen abzuschwächen. Glauben Sie, dass diese Unternehmen auch auf einige Medien Druck ausüben und dadurch versuchen, die Berichterstattung über den Klimawandel zu beeinflussen?*

Zumindest beim SPIEGEL hat es von Seiten der Industrie bisher noch nie den Versuch gegeben, die Klima-Berichterstattung zu beeinflussen – in welche Richtung auch immer.

*10) Steht die politisch-ideologische Ausrichtung eines Mediums in Zusammenhang mit der Darstellung der wissenschaftlichen Erkenntnisse über den Klimawandel?*

Zumindest die meisten Wissenschaftsredakteure sind immun gegen die tatsächliche oder vermeintliche Ausrichtung ihres Mediums.

*1) Wie groß ist der Einfluss der Medien auf die Beurteilung des Klimawandels in der Bevölkerung und in der Politik?*

Anders als in den neunziger Jahren war die Berichterstattung in den Medien besser. Es ist gleichsam die dritte Phase der Berichterstattung. Ende der achtziger Jahre war das Thema noch unbeackert. Die Informationen der Klima-Enquete des Deutschen Bundestages wurden breit aufgegriffen und fair umgesetzt. In der Politik herrschte allerdings auch ein gefestigter Konsens zum Klimaschutz. In den neunziger Jahren drehte sich das Bild, die Interessengruppen gewannen mit ihren Desinformationskampagnen an Einfluss. Zudem bekamen andere Themen eine höhere Aufmerksamkeit. Erst 2007 mit den vier Berichten des IPCC kam ein neuer Durchbruch, mehr denn je rückte der Klimawandel ins Zentrum. Zwar verstärkten auch die Klimaskeptiker ihre in der Regel längst widerlegten Behauptungen, aber deren Wirkung blieb trotz merkwürdiger Artikel in Cicero, Spiegel und Welt gering.

*2) Haben die deutschen Medien die Gefahren, die durch den Klimawandel drohen, in letzter Zeit eher dramatisiert oder eher verharmlost?*

Natürlich besteht bei einem „Katastrophenthema“ immer die Gefahr der Dramatisierung, siehe die Bild Überschrift „Noch 13 Jahre“. Aber wie kann man ein Thema noch dramatisieren, wenn im gebeutelten Afrika bei einer Erwärmung um 2 Grad Celsius gegenüber 1990 die Ernte mit hoher Wahrscheinlichkeit um rund 50 Prozent zurückgehen wird.

*3) In einigen Medien wird immer noch in Zweifel gezogen, dass menschliche Aktivitäten die maßgebliche Ursache für die globale Erwärmung sind. Wird dabei der Stand der wissenschaftlichen Debatte korrekt wiedergegeben?*

Nein. Seit dem vierten Sachstandsbericht des IPCC, erster Teil zu den wissenschaftlichen Grundlagen, ist die Frage geklärt. Die Kritiker sind stehen geblieben, nehmen die wissenschaftlichen Erkenntnisse nicht zur Kenntnis. In der Fachwissenschaft werden zu über 95 Prozent die Ergebnisse des Weltklimarates geteilt. In den Medien ist der Anteil deutlich geringer,

*4) Können solche „klimawandel-skeptischen“ Berichte die Legitimation für politische Maßnahmen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen gefährden?*

Bisher nicht, auch weil die Bundesregierung in diesen Fragen geschlossen ist. Aber irritierend ist dies für einige schon.

*5) Könnten neue Forschungsergebnisse dazu führen, die These der menschlichen Verursachung des Klimawandels neu zu überdenken?*

Sehe ich nicht. In den letzten 20 Jahren hat sich die These vom anthropogenen Klimawandel verdichtet.

*6) Was in den Zusammenfassungen der Berichte des „Weltklimarats“ IPCC steht, wird vorher von Regierungsvertretern aller Nationen abgenickt. Leidet darunter nicht die Glaubwürdigkeit der IPCC-Berichte?*

Die Berichte haben mehrere Ebenen. Die wissenschaftlichen Berichte bleiben unverändert, sie werden allerdings zu wenig gelesen. Verändert durch intensive Beratungen und Entscheidungen im Konsens-Prinzip werden die Zusammenfassungen für Entscheidungsträger. Zum Beispiel gab es zum dritten Teilbericht schon im Vorfeld 1.500 Stellungnahmen. Auf diesen Sitzungen versucht ein großer Teil der Länderdelegationen, den Bericht zu entschärfen.

*7) Wenn Sie als leitender Redakteur oder Journalist einen Experten oder Interviewpartner zum Thema Klimawandel befragen: Wie prüfen Sie seine Glaubwürdigkeit und die Glaubwürdigkeit seiner Argumente?*

Reputation, wissenschaftliche Seriosität, Veröffentlichungen, Studien internationaler Einrichtungen wie UNO, WMO, EU, etc.. Und natürlich sich selbst bilden bei dieser Menschheitsfrage.

*8) Sollten Qualitätsmedien ausgewogener über den Klimawandel berichten – oder dürfen auch Sie zuspitzen und vereinfachen, um eine höhere Auflage zu erreichen?*

Es geht nicht um eine moralische Bewertung, sondern um die Verantwortung des Journalismus, der Redaktionen und der einzelnen Berichterstatter. Maßstäbe sind Aufklärung, Vernunft und Handlungsbereitschaft.

*9) Energieversorger und Automobilhersteller haben in der Vergangenheit starken Druck auf politische Akteure ausgeübt, um Maßnahmen zur Verringerung von Treibhausgasen abzuschwächen. Glauben Sie, dass diese Unternehmen auch auf einige Medien Druck ausüben und dadurch versuchen, die Berichterstattung über den Klimawandel zu beeinflussen?*

Ja, das ist leider so. Aber oftmals sind es auch die eingefressenen Vorurteile und Seilschaften von Journalisten, vor allem leitenden Redakteuren, die zu problematischen Verhaltensweisen führen.

*10) Steht die politisch-ideologische Ausrichtung eines Mediums in Zusammenhang mit der Darstellung der wissenschaftlichen Erkenntnisse über den Klimawandel?*

Das spielt sicher eine Rolle, aber beim Klimaschutz gibt es eine positive Unterstützung, zumal beispielsweise die Redaktionslinien im Springer-Verlag höchst unterschiedlich sind.

#### **Antworten von Malte Kreutzfeld, Ressortleiter Wirtschaft und Umwelt, tageszeitung (taz)**

*1) Wie groß ist der Einfluss der Medien auf die Beurteilung des Klimawandels in der Bevölkerung und in der Politik?*

Auf die Bevölkerung ist der Einfluss nicht nur groß, sondern entscheidend. Schließlich beziehen die meisten Menschen ihre Informationen zu diesem Thema ausschließlich aus den Medien. Die Politik sollte die Informationen auch auf anderem Wege bekommen – doch die Priorität, die dem Thema eingeräumt wird, hängt natürlich ebenfalls von der Berichterstattung ab.

*2) Haben die deutschen Medien die Gefahren, die durch den Klimawandel drohen, in letzter Zeit eher dramatisiert oder eher verharmlost?*

Bis zum vergangenen Jahr herrschte in vielen Medien eine gewisse Indifferenz vor: Das Thema spielte schlicht kaum eine Rolle. Nach den Berichten von Stern und IPCC gab es einen völligen Hype, in dessen Rahmen teilweise unzulässig dramatisiert wurde (z.B. durch die Verwechslung von Wetter und Klima nach Kyrill oder dem heißen Frühjahr). Anschließend setzte dann zumindest in einigen Medien (Bild, Spiegel) eine Gegenbewegung ein, in deren Rahmen wieder verharmlost wurde.

*3) In einigen Medien wird immer noch in Zweifel gezogen, dass menschliche Aktivitäten die maßgebliche Ursache für die globale Erwärmung sind. Wird dabei der Stand der wissenschaftlichen Debatte korrekt wiedergegeben?*

Natürlich kann man über abweichende Meinungen berichten. Auffällig ist aber, dass das Verhältnis zumindest unausgewogen ist: Die wenigen Naturwissenschaftler, die noch daran zweifeln, sind in den Medien deutlich überproportional präsent.

*4) Können solche „klimawandel-skeptischen“ Berichte die Legitimation für politische Maßnahmen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen gefährden?*

Sofern die Medien wichtig genug sind und die Berichte von relevanten Akteuren ernst genommen werden: Ja. In den USA sind Studien explizit zu diesem Schluss gekommen

*5) Könnten neue Forschungsergebnisse dazu führen, die These der menschlichen Verursachung des Klimawandels neu zu überdenken?*

Natürlich sind neue Erkenntnisse nicht auszuschließen; theoretisch ist alles denkbar. Derzeit spricht allerdings so viel für die These des menschlichen Einflusses, dass extrem viel Neues passieren müsste, um sie hinfällig zu machen.

*6) Was in den Zusammenfassungen der Berichte des „Weltklimarats“ IPCC steht, wird vorher von Regierungsvertretern aller Nationen abgenickt. Leidet darunter nicht die Glaubwürdigkeit der IPCC-Berichte?*

Es ist zumindest ein Hinweis darauf, dass die dort präsentierten Fakten eher vorsichtig als dramatisierend formuliert sind. Zugleich sollte dieser Prozess aber sicherstellen, dass diese Erkenntnisse dann auch wirklich als Konsens behandelt werden – was aber eben nicht immer klappt.

*7) Wenn Sie als leitender Redakteur oder Journalist einen Experten oder Interviewpartner zum Thema Klimawandel befragen: Wie prüfen Sie seine Glaubwürdigkeit und die Glaubwürdigkeit seiner Argumente?*

Bei der Auswahl des Interviewpartners wird im Idealfall überprüft, ob er zum fraglichen Thema selbst geforscht und in einschlägigen Fachmedien publiziert hat; hilfreich sind auch Nachfragen bei anderen Wissenschaftlern, die man als vertrauenswürdig kennt. Wichtig ist zudem die Information, ob er von bestimmten Lobbygruppen finanziert wird. Beim Interview selbst hilft im Zweifelsfall zunächst eine eigene naturwissenschaftliche Vorbildung und der gesunde Menschenverstand. Falls dadurch Zweifel aufkommen, sind dann Nachfragen bei anderen Experten angesagt.

*8) Sollten Qualitätsmedien ausgewogener über den Klimawandel berichten – oder dürfen auch Sie zuspitzen und vereinfachen, um eine höhere Auflage zu erreichen?*

Um Aufmerksamkeit für das Thema zu bekommen, ist Zuspitzen in gewissem Rahmen unvermeidbar. Ein Vereinfachen darf damit einhergehen – ein Verfälschen nicht. Zu reißerischen Schlagzeilen (wie die Bild, die vorhersagte, in 13 Jahren werde sich die Menschheit „unter entsetzlichen Qualen selbst auslöschen“) sind gefährlich und kontraproduktiv.

*9) Energieversorger und Automobilhersteller haben in der Vergangenheit starken Druck auf politische Akteure ausgeübt, um Maßnahmen zur Verringerung von Treibhausgasen abzuschwächen. Glauben Sie, dass diese Unternehmen auch auf einige Medien Druck ausüben und dadurch versuchen, die Berichterstattung über den Klimawandel zu beeinflussen?*

Bei der taz versuchen sie das mangels Erfolgserwartungen vermutlich nicht wirklich... Direkten Druck auf Medien kann ich mir auch anderswo kaum vorstellen, weil das ja eher starke Gegenreflexe auslöst. Aber indirekten Druck – wenn ein wichtiger Kunde einen „interessanten Gesprächspartner“ vermittelt, kommt sicher vor. Und auch fragwürdige Vermischungen von Redaktion und Werbung: So wurde ein „Klima-Spezial“ auf n-tv.de (und auch im Sender) von EnBW als Sponsor präsentiert. Und die EnBW-Fachleute durften dann in den Texten Atomkraft als Lösung fürs Klimaproblem anpreisen...

*10) Steht die politisch-ideologische Ausrichtung eines Mediums in Zusammenhang mit der Darstellung der wissenschaftlichen Erkenntnisse über den Klimawandel?*

Ich denke schon, dass es bei der Auswahl der Experten, die zitiert werden, eine Tendenz gibt, denjenigen mehr Raum zu geben, die zur Grundhaltung des Mediums passende Positionen vertreten. Ein einzelner Skeptiker wird eher wiedergegeben werden, wenn es auch im Medium Skeptiker gibt; anderenfalls wird er als irrelevant behandelt.

**Antworten von Jan Lublinski**, freier Wissenschaftsjournalist (u.a. Deutschlandfunk und Bild der Wissenschaft), Mit-Autor des Buches „Fakt, Fiktion, Fälschung: Trends im Wissenschaftsjournalismus“

*1) Wie groß ist der Einfluss der Medien auf die Beurteilung des Klimawandels in der Bevölkerung und in der Politik?*

Sicher nicht gering, aber man darf auch die vielen anderen Akteure und Einflussfaktoren nicht vergessen: Das persönliche Umfeld der Menschen, PR-Kampagnen, Wissenschaftler, Umweltverbände, usw.

*2) Haben die deutschen Medien die Gefahren, die durch den Klimawandel drohen, in letzter Zeit eher dramatisiert oder eher verharmlost?*

Das ist eine schwierige Entweder-Oder-Frage. Ich habe den Eindruck, dass gerade in den vergangenen beiden Jahren umfangreich und zu einem großen Anteil auch in guter journalistischer Qualität berichtet worden ist. Wer heute etwas über den Klimawandel erfahren will, der findet eine Fülle von Informationsangeboten. Trotzdem tauchen in der Tat immer wieder auch Berichte auf, die extrem dramatisieren oder dramatisch verharmlosen. Da greifen bei manchen Kollegen alte Reflexe, die bei dem Thema nicht angebracht sind.

*3) In einigen Medien wird immer noch in Zweifel gezogen, dass menschliche Aktivitäten die maßgebliche Ursache für die globale Erwärmung sind. Wird dabei der Stand der wissenschaftlichen Debatte korrekt wiedergegeben?*

Sind es wirklich „einige Medien“ oder sind es einzelne Berichte oder einzelne Autoren, die das tun? Ich glaube eher letzteres, und ich denke: Nein, hier wird der Stand der wissenschaftlichen Debatte nicht korrekt wiedergegeben.

*4) Können solche „klimawandel-skeptischen“ Berichte die Legitimation für politische Maßnahmen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen gefährden?*

Ja. Es ist sicher ein Problem, wenn der Eindruck entsteht, die Experten seien sich in der Frage des menschlichen Einflusses nicht einig. Und genau das ist ja das Ziel vieler „klimawandel-skeptischer“ Lobbyisten.

*5) Könnten neue Forschungsergebnisse dazu führen, die These der menschlichen Verursachung des Klimawandels neu zu überdenken?*

Nein. Oder: Das ist extrem unwahrscheinlich. Zwar gilt grundsätzlich, dass wissenschaftliche Erkenntnis immer begrenzt und vorläufig ist. Aber der menschengemachte Klimawandel ist durch eine Vielzahl von Untersuchungen belegt. Eine einzelne neue Fachpublikation würde das alles nicht so ohne weiteres über den Haufen werfen können.

*6) Was in den Zusammenfassungen der Berichte des „Weltklimarats“ IPCC steht, wird vorher von Regierungsvertretern aller Nationen abgenickt. Leidet darunter nicht die Glaubwürdigkeit der IPCC-Berichte?*

Ich habe nicht den Eindruck, dass die IPCC-Berichte ein Glaubwürdigkeitsproblem haben.

*7) Wenn Sie als leitender Redakteur oder Journalist einen Experten oder Interviewpartner zum Thema Klimawandel befragen: Wie prüfen Sie seine Glaubwürdigkeit und die Glaubwürdigkeit seiner Argumente?*

Das ist von Fall zu Fall unterschiedlich. Je steiler die These, desto genauer muss man prüfen. Natürlich bitte ich oft Wissenschaftler, die ich bereits von früheren Interviews kenne, um

Einschätzungen. Ich schaue mir die Publikationen an: Wo und was hat ein Experte veröffentlicht? Und ich achte sehr genau darauf, wie jemand seine eigene Arbeit und die anderer Experten einordnet und beurteilt.

*8) Sollten Qualitätsmedien ausgewogener über den Klimawandel berichten – oder dürfen auch Sie zuspitzen und vereinfachen, um eine höhere Auflage zu erreichen?*

Noch so eine schwierige Entweder-Oder-Frage! Zunächst einmal denke ich, Zuspitzung und Vereinfachung im Journalismus sind wichtig und ein Zeichen für Qualität, wenn sie der Sache angemessen sind. Es ist die Aufgabe von Journalisten, wichtige Trends rechtzeitig zu erkennen, Themen zu setzen und Probleme auf den Punkt zu bringen. Mit dieser Art von Qualitätsberichterstattung kann man auch Auflage machen. Wer aber nur auf Umsatz schießt, setzt nicht nur seine Glaubwürdigkeit aufs Spiel.

*9) Energieversorger und Automobilhersteller haben in der Vergangenheit starken Druck auf politische Akteure ausgeübt, um Maßnahmen zur Verringerung von Treibhausgasen abzuschwächen. Glauben Sie, dass diese Unternehmen auch auf einige Medien Druck ausüben und dadurch versuchen, die Berichterstattung über den Klimawandel zu beeinflussen?*

Ich selbst habe keinen konkreten Fall mitbekommen, aber es würde mich nicht wundern.

*10) Steht die politisch-ideologische Ausrichtung eines Mediums in Zusammenhang mit der Darstellung der wissenschaftlichen Erkenntnisse über den Klimawandel?*

Wenn Sie mich jetzt nach einer Korrelation fragen, dann würde ich sagen, das ist Sache der Kommunikationswissenschaft. Wenn Sie aber wissen wollen, ob ich glaube, dass alle Medien in gleicher Weise über die Ergebnisse der Klimaforschung berichten sollten, dann lautet meine Antwort: Nein. Es gibt viele Zugänge zu diesem Themenbereich, die Publika und Formate sind verschieden. Natürlich müssen die Fakten stimmen. Aber die Frage, wie wir auf den Klimawandel reagieren, ist eine politische Frage, die in einer Demokratie vielfältig diskutiert werden muss.

### **Preisverleihung Recherchepreis Wissenschafts- und Medizinjournalismus**

Mit dem Peter Hans Hofschneider Recherchepreis werden journalistische Arbeiten über Wissenschaft und Forschung ausgezeichnet, die sowohl durch eine saubere Darstellung wissenschaftlicher Fakten als auch durch die Recherche politischer, wissenschaftlicher oder gesellschaftlicher Hintergründe überzeugen. Ausdrücklich erwünscht sind Beiträge, die Struktur und Funktion von Selbstkontrolle und Qualitätssicherung in der Wissenschaft beleuchten.

Der Preis geht auf eine Anregung des Lehrstuhls Wissenschaftsjournalismus an der Universität Dortmund zurück und wird von der Stiftung Experimentelle Biomedizin in Zusammenarbeit mit dem Netzwerk Recherche vergeben. Er ist mit 20 000 Schweizer Franken dotiert. In diesem Jahr geht der Preis an Björn Schwentker (ZEIT Online).

Weitere Informationen: [www.recherchepreis-wissenschaftsjournalismus.ch](http://www.recherchepreis-wissenschaftsjournalismus.ch)

### **Personenbeschreibung: Georg Stefan Troller**

Moderation: Bodo Witzke, ZDF

Den querschnittsgelähmten Krüppel fragt er, wie es mit den Frauen steht, und den versoffenen Dichter lässt er seine Wehmut vortragen. Er verfolgt Bullenreiter auf ihrer Suche nach Glück und Mörder bei dem überraschenden Versuch, das Unglück anderer zu verhindern. **Georg Stefan Troller**, einer der

großen Reporter, die im deutschen Fernsehen gearbeitet haben, begann beim WDR in den Sechziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts mit dem legendären „Pariser Journal“, drehte dann für das ZDF über siebzig „Personenbeschreibungen“ und dazwischen immer wieder szenische Porträts und Rückerinnerungen an das eigene Leben zwischen den Kulturen. Österreicher aus jüdischer Familie, den Nazis nur knapp entkommen, heute als Amerikaner in Paris lebend, fühlt sich Troller dem deutschen Sprachraum zugehörig. Seine Arbeit, sagt Troller, braucht er zum Überleben. Immer sucht er den subjektiven Zugang zu den Menschen vor der Kamera, bügelt die Widersprüchlichkeit der Welt nicht glatt und riskiert einen Blick hinter die Oberfläche, auf das Absurde und Grundsätzliche.

In der Veranstaltung versucht Bodo Witzke herauszufinden, was den großen alten Filmemacher angetrieben hat. Eine Art Life-Recherche mit Filmeinlagen.

Bodo Witzke ist ZDF-Redakteur, hat selbst zahlreiche Reportagen gemacht, das Standardwerk „Die Fernsehreportage“ geschrieben und das Buch „Wir sind alle Menschenfresser. Georg Stefan Troller und die Liebe zum Dokumentarischen“ herausgegeben.

#### Workshop **Das Informationsfreiheitsgesetz als Rechercheinstrument**

mit Dr. Manfred Redelfs, nr

Das Informationsfreiheitsgesetz geht in einigen Aspekten über die Recherchemöglichkeiten nach den Landespressegeseetzen hinaus und ermöglicht z.B. die Akteneinsicht im Amt oder den Zugang zu elektronischen Daten. Doch die Behörden sperren sich oft, so dass Journalisten ihre Rechte gut kennen sollten. Dr. Manfred Redelfs, Leiter der Rechercheabteilung von Greenpeace, der für den nr-Vorstand an den Bundestagsanhörungen zum IFG beteiligt war, erklärt die Regelungen anhand von Praxisbeispielen.

Kurzbiographie:

Dr. Manfred Redelfs leitet die Recherche-Abteilung von Greenpeace. Zuvor hat er für den NDR-Hörfunk gearbeitet. Er engagiert sich im Vorstand von Netzwerk Recherche für die Verbesserung der Rechercherechte in Deutschland und koordiniert die Arbeit zum Informationsfreiheitsgesetz. Als Lehrbeauftragter ist er an der Uni Hamburg, der Hamburg Media School und der Akademie für Publizistik tätig.

#### Workshop **Versunken, vergessen, verdrängt - Quellen und Methoden der historischen Recherche**

mit Johannes K. Soyener

Für seine historischen Romane betreibt der Schriftsteller Johannes K. Soyener eine penible Quellenrecherche, die ihm z.B. bei seinem Buch über den Untergang der „Pamir“ geholfen hat, völlig neue Dokumente zu erschließen. Er erklärt anhand von Beispielen, worauf es bei der historischen Recherche ankommt und schärft dabei auch den Blick für historische Zeugnisse jenseits alter Akten.

Kurzbiographie:

Johannes K. Soyener gilt seit mehr als 20 Jahren u. a. als Spezialist für Schifffahrts- und Seekriegsgeschichte. Zu seinen Publikationen zählen Fach-, dokumentarische- und belletristische Romane, die sich durch intensive Recherchearbeiten auszeichnen. Neben seiner schriftstellerischen Arbeit war Soyener über 30 Jahre leitender Angestellter in der Industrie.

# Haus der Journalisten

Hilfe für politisch Verfolgte

**Letztes Jahr wurden 86 Journalisten ermordet. Rund 900 nahm man fest.** Ihr „Vergehen“: Sie waren kritisch, sagten ihre Meinung und berichteten über Machtmissbrauch und Menschenrechtsverletzungen. Unzählige ihrer Kollegen konnten ihr Leben nur deshalb retten, weil sie flohen. Mit traumatischen Erfahrungen belastet, kommen sie in ein fremdes Land und stehen vor dem Nichts.

Mit dem **HAUS DER JOURNALISTEN** möchten wir diesen verfolgten Journalisten helfen. In Berlin soll ein Zentrum entstehen, in dem sich politisch verfolgte Journalisten wieder sicher fühlen und neu orientieren können. Hier erhalten sie für sechs Monate ein Zimmer, psychologische, rechtliche und berufliche Beratung. Unser Vorbild ist das 2002 gegründete „Maison des Journalistes“ in Paris, das bereits über 100 asylsuchenden JournalistInnen einen Neuanfang ermöglichte.

Wir stellen das **HAUS DER JOURNALISTEN** vor, das in Berlin entstehen soll, und berichten über

- Aufbau
- Struktur
- Ziele
- Kooperationspartner
- Unterstützer

Der Integrationsbeauftragte und der Senat für Soziales, Gesundheit und Verbraucherschutz, Reporter ohne Grenzen und die Gewerkschaften DJV und Ver.di befürworten und unterstützen das Haus der Journalisten. Der Europäische Flüchtlingsfonds hat die finanzielle Förderung in Aussicht gestellt. Wir suchen weitere Unterstützer.

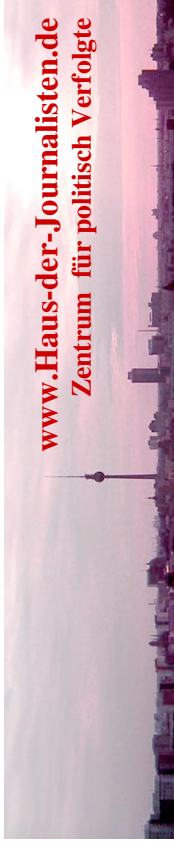
Wie es sich anfühlt, unter Lebensgefahr seine Heimat verlassen zu müssen und sich ohne Familie, Freunde, Arbeit und Wohnung in einem fremden Land wieder zu finden, kann man sich nur schwer vorstellen.

Wir zeigen Ausschnitte aus dem Film *Gefesselte Worte* (arte, 2007) über das *Maison des Journalistes* in Paris, um einen Eindruck vom Haus und seinen Bewohnern zu geben.

Léon Kharomon, kongolesischer Journalist, wird anwesend sein und über seine Erfahrungen im *Maison des Journalistes* berichten. Léon Kharomon fand 2004 im Pariser *Maison des Journalistes* Zuflucht. Nachdem der kongolesische Journalist in Paris einen Journalistenpreis für einen Artikel über Korruption im Kongo entgegen genommen hatte, erfuhr er, dass Agenten des Nachrichtendienstes seine Wohnung und sein Büro durchsucht hatten und nach ihm fahndeten. Kollegen und Freunde warnten ihn. Er kehrte nicht zurück. Heute arbeitet Léon Kharomon als freier Journalist in Paris. Er berichtet von seinen Erlebnissen und davon, wie wichtig es ist, im Zufluchtsland Hilfe und Solidarität zu erfahren.

Cordula Echterhoff und Andree Thorwarth, Gründer und Vorsitzende des Vereins Haus der Journalisten e.V. stellen das Projekt vor.

Für anschließende Fragen stehen Ihnen Léon Kharomon und die Gründer des Vereins gerne zur Verfügung.



- mit den Journalisten in Schulen gehen, damit Jugendliche einen Einblick in die politische Situation anderer Länder erhalten.

**Sie stehen uns zur Seite – unsere Kooperationspartner**

- Reporter ohne Grenzen und der Internationale Journalistenverband prüfen, ob es sich bei den Hilfesuchenden um Journalisten handelt, die wegen der Ausübung ihres Berufs verfolgt werden.
- Der Berliner Senat kümmert sich darum, dass die asylsuchenden Journalisten in Berlin aufgenommen werden. Sie übernehmen die Kosten für eine Wohnung, nachdem die Journalisten das Haus verlassen haben.

**Sie machen sich für uns stark - unsere Unterstützerinnen**

- die renommierten Journalisten Sandra Maischberger, Friedrich Küppersbusch und Heribert Prantl
- die Staatsministerin für Migration, Flüchtlinge und Integration Dr. Maria Böhmer
- die Journalistenverbände DJV und Verdi

**Sie fördern den Zufluchtsort**

Ideelle Unterstützung ist wichtig, reicht allein aber nicht aus. Wir brauchen auch Geld für den Aufbau des Zufluchtsortes und das erste Jahr: 150.000 €. Der Europäische Flüchtlingsfonds (EFF) stellt 50.000 € zur Verfügung. Die Fernsehproduktionsfirmen *probono* und *Vincent Berlin* finanzieren das Projekt bereits, aber das ist noch nicht genug.

**Seien auch Sie dabei**

Unterstützen Sie uns, damit wir verfolgten Journalisten helfen können. Übernehmen Sie z. B. für 10.000 € ein Jahr lang die Patenschaft für ein Zimmer im Haus. Auf ihr Engagement weisen auf unserer Homepage sowie mit einer Plakette auf der Zimmertür hin. Ein Zimmer wird jeweils zwei Sponsoren gewidmet.

**Für Rückfragen, Anregungen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Ihre Ansprechpartnerin CORDULA ECHTERHOFF, 0177-8610315 oder [c.echterhoff@haus-der-journalisten.de](mailto:c.echterhoff@haus-der-journalisten.de) zur Verfügung.**

**Letztes Jahr wurden 86 Journalisten ermordet. Rund 900 nahm man fest.** Ihr „Vergehen“: Sie waren kritisch, sagten ihre Meinung und berichteten über Machtmissbrauch und Menschenrechtsverletzungen. Unzählige ihrer Kollegen konnten ihr Leben nur deshalb retten, weil sie flohen. Mit traumatischen Erfahrungen belastet, kommen sie in ein fremdes Land und stehen vor dem Nichts.

Mit dem **HAUS DER JOURNALISTEN** möchten wir diesen verfolgten Journalisten helfen. In Berlin soll ein Zentrum entstehen, in dem sich politisch verfolgte Journalisten wieder sicher fühlen und neu orientieren können. Hier erhalten sie für sechs Monate ein Zimmer, psychologische, rechtliche und berufliche Beratung. Unser Vorbild ist das 2003 gegründete „Maison des Journalistes“ in Paris, das bereits über 100 asylsuchende JournalistInnen einen Neuanfang ermöglichte.

**Im Berliner Haus helfen wir, indem wir:**

- fünf Zimmer einrichten, in denen die Journalisten ein halbes Jahr wohnen können
- die Journalisten in ihrem Asylverfahren unterstützen
- psychologische Beratung vermitteln
- Arbeitsplätze mit Internetzugang schaffen
- auf unserer Homepage ein Online-Magazin veröffentlichen, damit die Journalisten weiterhin publizieren können
- Fortbildungen bei Medienpartnern, Universitäten und Journalistenschulen vermitteln

Wie sehen es als unsere Pflicht an, Journalisten zu unterstützen, die ihr Leben für Menschenrechte und Meinungsfreiheit eingesetzt haben. Ihre Stimmen dürfen auch in Deutschland nicht ungehört bleiben. Von ihrem Wissen profitieren wir und unsere Gesellschaft.

**Deshalb wollen wir auch:**

- den Austausch zwischen den Bewohnern und deutschen Journalisten fördern
- Veranstaltungen organisieren, auf denen die politisch verfolgten Journalisten von der Situation ihres Landes berichten

---

## ■ DOKUMENTATION

### „Zurück zum Journalismus“

Lutz Hachmeister über Reporter und Redakteure im 21. Jahrhundert

**epd** Der Medienforscher und Dokumentarfilmer Lutz Hachmeister fordert die Medien auf, sich auf den Journalismus zurückzubedenken. Die Medienhäuser bräuchten weniger sogenannte Content Manager als vielmehr leitendes Personal, für das „journalistische Arbeit nicht lästiger Kostenfaktor ist, sondern Garant einer publizistischen Haltung“, sagte Hachmeister am 7. Mai bei der Verleihung des Wächterpreises der Tagespresse in Frankfurt am Main. Die Rede, die wir im Folgenden dokumentieren, wurde epd medien vom Autor in einer überarbeiteten Fassung zur Verfügung gestellt. (Vgl. auch zum selben Themenfeld unsere Dokumentationen neuerer Reden von Bundesinnenminister Wolfgang Schäuble – epd 38–39/08 – und „Welt“-Chefredakteur Thomas Schmid – epd 37/08.)

Der Journalismus befindet sich seit einiger Zeit in einem Wirbelsturm der Untergangsrhetorik: „Newspaper Endgame“, „The End of Journalism“, „the Vanishing Newspaper“ oder schlicht „Out of Print“ – das sind die gern aus den USA übernommenen Vokabeln. Auffällig ist dabei,

dass das vermeintliche Ende des professionellen Journalismus mehr oder weniger mit dem irgendwann für 2030 oder 2040 prognostizierten Verschwinden der gedruckten Zeitung gleichgesetzt wird.

Viele Journalisten beginnen, sich schon jetzt ein wenig wie die berühmten britischen Heizer auf der Elektrolot zu fühlen. Sie werden kleinlaut, ängstlich und missgestimmt. „Nur wenige Leute glauben“, so hat im März dieses Jahres der Journalistik-Professor und überzeugte liberale Kolumnist Eric Alterman im „New Yorker“ geschrieben, „dass Zeitungen in ihrer gegenwärtigen gedruckten Form überleben werden. Zeitungsverlage verlieren Werbekunden, Leser, Marktwert und in einigen Fällen den Sinn für ihre Mission in einer Geschwindigkeit, die noch vor vier Jahren kaum denkbar gewesen wäre.“

#### Nachfrage nach Qualitätsjournalismus

Am 17. April dieses Jahres meldete die New York Times Company für das erste Quartal 2008 im Vergleich zum Vorjahr einen Umsatzverlust von 5,7 Pro-

zent sowie einen Verlust an Anzeigeneinnahmen von 10,6 Prozent. Allerdings konnte die Gruppe eine leichte Auflagensteigerung von 1,9 Prozent melden, obwohl die Preise für die „New York Times“ und den „Boston Globe“ erhöht worden waren.

Die „Süddeutsche Zeitung“ hatte vor zwanzig Jahren eine verkaufte Auflage von 369.000 Exemplaren, heute sind es 450.000, eine Rekordmarke. Die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ verkauft mit ihrer neuen Sonntagszeitung 322.000 Exemplare zusätzlich. Es gibt also keine Anzeichen dafür, dass der „Qualitätsjournalismus“, wie er gerne genannt wird, von den Bürgern weniger nachgefragt wird. Und die deutschen Prestigeblätter sind, im Ganzen gesehen, seit den 1990er Jahren einladender, lesbarer und liberaler geworden. Vielmehr erleben wir seit rund zehn Jahren, dass Texte, Töne und Bilder über einen neuen Vertriebsweg, das Internet, schlicht schneller, preisgünstiger und, zumindest für jüngere Leute, auch attraktiver an den Mann und an die Frau gebracht werden können.

Alan Rusbridger, der Chefredakteur des britischen „Guardian“, sagte es in einem Interview mit der „Süddeutschen“ im März dieses Jahres, ganz unverblümt: „Ich glaube, dass das Papier verschwinden und durch moderne Formen der Übertragung abgelöst wird: den iPod der Zeitungsindustrie. Diese Lösung ist zwingend, denn die Kosten für Herstellung und die Verbreitung von Zeitungen auf Papier werden schlicht nicht mehr zu bezahlen sein.“ WAZ-Geschäftsführer Bodo Hombach erzählt dagegen gern seine Analogie von der Papierzeitung und den analogen Schweizer Uhren, von denen man geraume Zeit annahm, dass sie durch billigere Quarzuhren abgelöst würden. Nun, das wäre ein spannendes Experiment: Wie viele Leute wären bereit, für die Jaeger-Le Coultres und IWCs der Presse, etwa für FAZ und SZ, im Abonnement 1500 bis 3000 Euro pro Jahr auszugeben? So viel kostet eine mittelteure Schweizer Luxusuhr.

### „News and Newsmen“

Ich denke, dass man in den Diskussionen um die Zukunft des Journalismus, der gedruckten Presse und die Wirkungen des „digital lifestyle“ stärker auf die Schärfung der Begriffe und die Konventionen kommunikationstechnischer Umbrüche achten muss. Häufig haben wir es mit Kulturkämpfen zwischen den jeweils meinungsführenden und etablierten publizistischen Institutionen und denjenigen zu tun, die sich mit den Möglichkeiten neuer Medienformen dann auch neue Märkte und veränderte Formen des politisch-publizistischen Einflusses zu erobern trachten.

Die gedruckte Journalistik der französischen Revolution, mit ihrer Gerüchtfabrikation und scharfmachenden Pamphleten, ist in diesem Sinne mit der gegenwärtigen Meinungsproduktion im Internet zu vergleichen – wobei die Bekenntnisprosa im Netz bislang unblutigere Folgen hat. Das Gefühl, es gebe zu viel Gewusel und Geplapper und zu wenig wertvolle Informationen, hat Tradition. Der Lexikograf, Kritiker und Schriftsteller Samuel Johnson schrieb 1758 über „News and Newsmen“:

„The compilation of news-papers is often committed to narrow and mercenary minds, nor qualified for the task of delighting or instructing; who are content to fill their paper, which whatever matter, without industry to gather, or discernment to select. Thus journals are daily multiplied without increase of knowledge. The tale of the morning paper is told again in the evening, and the narratives of the evening are bought again in the morning. These repetitions, indeed, waste time, but they do not shorten it... The writers of news, if they could be confederated, might give more pleasure to the public.“

### „Verschärfte Medienkonkurrenz“

Als gelernter Zeitungsjournalist hänge ich sehr an der gedruckten Presse und gehöre auch zu denen, die nur ungern am Strand mit einem Laptop oder sonstigen elektronischen Werkzeugen herumhantieren. Als Kommunikationsforscher allerdings halte ich es für unwahrscheinlich, dass die Zukunft des professionellen Journalismus von der auf Papier gedruckten Zeitung abhängt, so gerne wir sie auch alle haben und noch lange behalten möchten. Es werden sich über einen längeren Zeitraum ohnehin Mischformen zwischen den älteren Einzelmedien ergeben, auch Resistenzen hergebrachter Zeichenträger – aber man sollte nicht in den Fehler verfallen, das Internet nur für ein zusätzliches Medium oder einen Verbreitungsweg neben anderen zu halten.

Wahrscheinlich können sich gerade die Quality Papers in ihrer Anmutung und in ihrem Auftritt, also als eigene kommunikative Umwelten, noch eine Zeit lang von den Klicks und Bits des Internets abgrenzen. Der Printjournalismus und seine Institutionen stehen in verschärfter Medienkonkurrenz und angesichts unsicherer Kantonisten in der Werbewirtschaft in der Gefahr, ihr Supremat lediglich technologisch und über bestimmte Traditionslinien herzuleiten.

Es ist gefährlich, wenn über das journalistische Metier, von solchen Preisverleihungen und manchen Festreden einmal abgesehen, fast nur noch im Zusammenhang mit Ökonomie und Technologie geredet

wird. Der professionelle Journalismus wird von einem breiten Publikum, und zwar medienunabhängig, vor allem dann wahrgenommen, wenn ihm dieses Publikum abnimmt, dass er ein verlässlicher, spannender und auch amüsanter Taktgeber einer Selbstaufklärung der Gesellschaft sein kann. Es geht vor allem um Vertrauen in die Rollen der Journalisten als Beobachter, Kritiker und Sachwalter der Öffentlichkeit.

In den westlichen Demokratien haben wir es nicht mehr mit dem alten medienpolitischen Muster von Zensur und Reglementierung zu tun. Vielmehr geht es um einen subtileren Modus der Information: Zu welchem Zeitpunkt und in welcher Aufmachung werden Storys und Nachrichten gedruckt und gesendet, werden Recherchen in Auftrag gegeben?

Tom Wicker, ein Veteran der „New York Times“, erzählt in seinem Buch „On the Record“ (2003) – das zuerst den Titel „Lost in Cyberspace“ tragen sollte – die Geschichte von seinem Kollegen Tad Szulc, der bereits im April 1961 an verlässliche Informationen über die bevorstehende Invasion von Exilkubanern in der Schweinebucht gelangt war, die von der CIA gesteuert wurde. Die verantwortlichen Redakteure der „New York Times“ befanden sich in einer zweifellos schwierigen Situation: Was bedeutet es, wenn man das genaue Datum einer Undercover-Operation Presseöffentlich bekanntgibt? Nach einigem Hin und Her erschien schließlich ein wenig prominent platzierter Artikel, der ohne Terminangabe von Planungen für eine solche Operation berichtete. Präsident John F. Kennedy beschwerte sich zunächst über den Geheimnisverrat, war aber später der Meinung, die „New York Times“ hätte deutlicher über die Pläne berichten sollen, dann wäre die gesamte Aktion, der größte Misserfolg während seiner Amtszeit, vielleicht ganz abgeblasen worden.

### „Ökonomische Interessenverflechtungen“

Bei der Schweinebucht-Invasion ging es um die Abwägung journalistischer Prinzipien und nationaler Interessen, ein Konflikt, der sich dann in der Bush-Ära zulasten des Journalismus verschärft hat. Ich glaube, dass es politisch-taktische Erwägungen, ökonomische Interessenverflechtungen der Medienhäuser und die Angst vor substanziellen Recherchen bei vielen Journalisten sind, die das Vertrauen des Publikums in den Wert eines professionellen Journalismus schwächen. Der Journalismus erscheint durch Rücksichtnahmen kontaminiert, und das Publikum ist für solche Verban-delungen heute sensibler denn je. Nicht umsonst argumentieren viele Blogger, Citizen Journalists oder wie sie sonst noch heißen mögen, mit den engen Beziehungen zwischen Politik, Wirtschaft und Medien,

die eine andere Form von Öffentlichkeit notwendig machten.

Dazu ein Fallbeispiel aus der Landespolitik, eine Affäre aus Nordrhein-Westfalen, die ich in ihrem Verlauf persönlich ziemlich gut beobachten konnte. Das HDO-Projekt in Oberhausen, mit rund 100 Millionen Mark aus Bundes- und Landesmitteln gefördert, dann vom High-Definition- zum Trickfilmzentrum mutiert, war in Wirklichkeit eine normale Postproduktionsstätte, mit der hochauflösend öffentliche Mittel in private Taschen umverteilt wurden.

### Es war einmal: die „New Economy“

Beteiligt waren an diesem Projekt in einer wilden Mischung über die Jahre der Philips-Konzern, Ex-DDR-Kader, obskure israelische Finanziere und die nordrhein-westfälische Staatskanzlei. Obwohl allen Insidern in Köln, Düsseldorf und Oberhausen über Jahre bekannt war, dass HDO sich zum Millionengrab entwickelt hatte, berichteten WDR und die Presse in NRW kaum, der „Spiegel“ erst 1998 über die Vorfälle, als die damalige CDU-Opposition längst einen Untersuchungsausschuss im Landtag beantragt hatte. Man muss wissen, dass Spiegel TV über Alexander Kluges dctp in Nordrhein-Westfalen exklusive und für das Unternehmen sehr wertvolle Rundfunklizenzen erhalten hatte.

Ich erinnere mich noch genau an die in vielen Blättern enthusiastische und unkritische Berichterstattung über die sogenannte „New Economy“, von der heute kein Mensch mehr redet. Davon profitierte natürlich auch die gedruckte Presse: Es fluteten Anzeigenaufträge aus der Telekommunikations- und Internetwirtschaft in die Verlage; die Medienindustrie ernährte sich eine Zeit lang prächtig von sich selbst.

Sagt Ihnen das Unternehmen EM.TV noch etwas? Von fast allen Wirtschaftsredaktionen wurde in den 1990er Jahren der Analyst Bernhard Tubeileh von Merrill Lynch als autoritative Größe in Sachen EM.TV zitiert. Es machte den Eindruck, als sei er ein unabhängiger Experte, ein Schamane der neuen Medienökonomie. In Wirklichkeit war EM.TV Kunde von Merrill Lynch. Auch als EM.TV, gemessen an der Marktkapitalisierung, längst größer war als Adidas und die Lufthansa zusammen, empfahl der Merrill-Lynch-Mann den Kauf der Aktie, die noch viel Potenzial habe. Anfang des neuen Jahrtausends brach EM.TV völlig in sich zusammen, dies läutete auch den Konkurs der Kirch-Gruppe ein.

Es war sicher ein erwägenswertes Geschäftsmodell, dass sich Zeitungsverlage auf den Markt der Post-

dienste begeben sollten. Aber die Berichterstattung vieler beteiligter Verlage über die PIN AG war so durchsichtig, dass sie selbst als Druckmittel für die handelnde Politik nicht taugte. Erkennbar von Eigeninteressen gesteuert ist die Kommentierung der Frage, wie sehr sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Internet engagieren darf und soll – ARD, ZDF und die Presseverlage liefern sich hier ein publizistisches Nullsummenspiel.

Niemand kann etwas dagegen haben, wenn Medienunternehmen öffentlich ihre Interessen vertreten – nur sollte das dann nicht unter Journalismus, sondern eben als Unternehmensmitteilung laufen. Nichts ist unwürdiger und frustrierender, als wenn Journalisten als Pressesprecher ihrer Unternehmen herhalten müssen. Man kann hier nur Alfred Harmsworth alias Lord Northcliffe zitieren, der ja kein Kind von Traurigkeit war: Nachrichten sind für Lord Northcliffe „something which someone, somewhere wants to suppress, everything else is just advertising“.

### „Siegeszug der Kybernetik“

Gewiss, die Veränderungen für den Journalismus, für die Medienhäuser, die sich seit den 1990er Jahren ergeben haben, sind drastisch und fundamental. Man kann dafür drei Ebenen benennen. Technologisch hat sich das Internet als Massenmedium durchgesetzt, es verschmilzt zunehmend alle anderen Massenmedien und die mobile Telekommunikation. Es bringt bislang getrennte Bereiche von Produktion, Handel und Information zusammen. Das ist der praktische Siegeszug der Kybernetik.

Mit dem Internet konnten sich Blogs, Wikis, Citizen Journalism als Gegenmodelle zur etablierten Publizistik herausbilden. Ökonomisch hat es zunächst die genannten Mitnahmeeffekte in Zeiten der New Economy gegeben, eine Art Scheinblüte, dann die „Zeitungskrise“, im Grunde eine Erscheinung publizistischer Überproduktion. Media-Agenturen und Werbeplaner entdeckten die Möglichkeiten der Internet-Werbung, angefeuert durch neue „Wissenskonzerne“ wie Google, die nun deutlich als Konkurrenten der älteren Medienindustrie auftreten, aber dennoch von der publizistischen Produktion anderer leben. Wie substanziiell Internet-Werbung wirklich ist, muss sich noch zeigen.

Politisch-biografisch gingen mit Zusammenbruch der alten Ideologien nach 1989 neue Generationen einher, die ohne biografische Schrammen durch Krieg und politisch-dogmatische Konfrontationen aufwachsen konnten. Die gleichzeitig pragmatische und verunsicherte Weltsicht dieser Generationen stellt vor

allem die hergebrachten Parameter des politischen Journalismus infrage.

Rudolf Augstein hat schon Anfang der 1970er Jahre in einem Gespräch mit Joachim Fest formuliert: „Die Generation nach uns wird sich mit der Inhaltsleere abmühen müssen und am Ende an der Langeweile zugrunde gehen. Alles, was ich von ihr weiß und beobachte, nötigt mich zum Bedauern. Anders als Sie und ich hat sie kein Lebensthema! Sie wird sich eines erfinden müssen! Und wer weiß, was dabei herauskommt.“ Was seine Vorhersage angehe, so Fest, habe er, „wie wir als Zeitgenossen der Spaßkultur und des Eventgetues wissen, mehr recht, als irgendjemand damals ahnte“. Nun gab es Spaßkultur und Events auch schon in den 1920er Jahren, sogar im später ernüchternden Übermaß, aber die Ereignisse von 1989, schon gar nicht der punktuell islamistische Terror, können dem tiefen Einfluss gleichgesetzt werden, den Nationalsozialismus und Kommunismus, Weltkriege und Kalter Krieg und der atomare Rüstungswettlauf auf die Zeitgenossen des 20. Jahrhunderts hatten.

### „Ungesunde Beschleunigungstendenzen“

„Christ, how I miss the cold war“, sagt die Chefin des britischen Geheimdienstes im James-Bond-Film „Casino Royale“ aus dem Jahr 2006. Und so wie die James-Bond-Filme, so muss sich auch der Journalismus im 21. Jahrhundert neu erfinden – vielleicht pragmatischer, globaler, thematisch überraschender, aber dennoch mit ähnlicher Härte und Präzision wie der neue James Bond, der den Kalten Krieg überlebt hat.

Wir sollten daher die Erweiterung der Themenspektren, die Auflösung alter Ressort-Hierarchien in den Blättern, die bunteren Titelgeschichten nicht beklagen. Allerdings kann man auch den Eindruck haben, dass aus dem anarchischen „anything goes“ heute vielfach ein „alles egal“ geworden ist. Die ungesunden Beschleunigungstendenzen im Online-Journalismus sind fühlbar, auch die verschärfte Konkurrenz um Pseudo-Nachrichten in der Hauptstadt, wo die wirklich entscheidenden politischen und legislativen Prozesse, die sich auf der Ebene von Ministerialbeamten und Lobbyisten abspielen, zu selten reportiert werden.

Auf der anderen Seite kommt es im Netz zu verstärkter Gerüchtebildung und zu Verschwörungstheorien. Journalistische Texte und Reportagen sind nun in unmittelbarer Nähe, in einem elektronischen Konkubinats mit Blogs und Leserkomentaren, die häufig rein emotionale Augenblicksreaktionen sind – so manch einer wünscht sich den eher elaborierten Leserbrief zurück.

Im Vergleich zur USA fehlen eigene journalistische Marken im Internet wie Huffington Post, slate.com oder salon.com (bei einigen Ansätzen in der Netzeitung), stattdessen finden wir Auftritte wie „Die Achse des Guten“ oder „Bildblog.de“. Die Auseinandersetzungen zwischen den Kollegen Henryk M. Broder und Stefan Niggemeier haben die Tonlage vieler aufgeregter Internet-Scharmützel – Broder schrieb über Niggemeiers Blog: „Es ist nicht Medienkritik, es ist gelebtes Junkietum. Niggemeier ist von Bild fasziniert, so wie die Volkswartbund-Rentner von Schweinkram fasziniert waren, dem sie täglich nachstellten“, Niggemeier antwortete mit „Gehirnfasten mit Henryk M. Broder“, und warf ihm vor, seine Artikel für „Spiegel Online“ zur angeblich fortschreitenden Islamisierung Westeuropas als „fröhliches Copy & Paste“ zu betreiben, es handele sich um „recyclete Textbausteine“. Nichts gegen erfrischende Polemik unter Kollegen, aber hier merkt man doch, wie sehr es um sekundäre Aufbereitungen und, mit Verlaub, eher kindische Abrechnungen geht.

### „Digitaler Kommunismus“

Während Peter Glotz noch den digitalen Kapitalismus analysierte, begegnet uns heute eine Art digitaler Kommunismus: Die neue elektronische Umwelt, die Symbiose von Laptop, Mobiltelefon und World Wide Web ist das technologische 1968 der heutigen Jugend. Sie wehrt sich damit gegen die politischen Festlegungen und Kommentarsicherheiten ihrer Eltern und Großeltern. Dafür steht das hemmungslose Veröffentlichliche privater Details in den sozialen Netzwerken wie Facebook oder MySpace. Ich netzwerke, also bin ich. Volkszählungen werden gar nicht mehr gebraucht, weil das Internet mit allen relevanten Daten freiwillig gespeist wird, und Unternehmen oder Gemeindendienste hier noch die Computer arbeiten lassen müssen: „data mining“, „tracking“, „pattern recognition“ sind die Stichworte.

Neulich war ich zur Gründungsveranstaltung einer „Nationalen Initiative Printmedien“ ins Kanzleramt geladen, mit Minister Neumann, zwei Referaten und elf Begrüßungsreden von Verbandsvertretern der Medienwirtschaft. „Spiegel-Online“ brachte anderntags eine Replik unter der Überschrift: „Wie Deutschlands Jugend dummgeredet wird“. Die Autoren von „Spiegel-Online“ verwiesen darauf, dass in den USA dank des Internets die politische Debatte belebt worden sei, dass zwischen dem Lesen am Bildschirm und dem Lesen eines gedruckten Blattes jedenfalls kein durchgreifender kognitiver Unterschied bestehe, und fragte: „Wie sollen sich die Jungen von einer Politik und einer Presse vertreten fühlen, die sie immer wieder für lesefaul und desinteressiert erklärt?“

Tatsächlich finden wir hier die interessantere Scheidelinie: nicht zwischen Print, Fernsehen und Online – ohnehin eine Trennung aus dem vergangenen Jahrhundert – sondern zwischen Medien, die dem Establishment zugerechnet werden, und denjenigen, die eine Art technologischer Wildheit und ungewöhnliche Resonanzen im elektronischen Dschungel versprechen. Schon heute ist YouTube ästhetisch interessanter als das konventionelle Fernsehen.

### „Menschengemachte Evolution“

Es gibt in der Internet-Ära weder ernsthafte Chancen, die Jugend zu schützen, wovor auch – ich bekenne hier, dass ich „Jugendschutz“ schon immer für eine sinnlose Beschäftigungstherapie älterer Semester und für ein simples Ablenkungsmanöver gehalten habe –, noch werden publizistische Romantik und Mediennostalgie den technologischen Lauf der Dinge, also die zweite, menschengemachte Evolution, verändern. Man kann die Segnungen und Belästigungen, die mit der Ausweitung der Kommunikationstechniken einhergehen, nur intelligent annehmen und an die Traditionen der Aufklärung, des Humanismus und des eleganten Stils koppeln.

In Frankreich gilt manchen Journalisten das Internet sogar als Rettungsanker des Metiers: „Die französische Presse ist am Ende. Nur das Netz kann uns retten“, hat Sylvain Bourmeau, einst Chefredakteur des Blattes „Les Inrockuptibles“, einen Artikel überschrieben, den die FAS am 20. April 2008 in deutscher Übersetzung publizierte. Das Internet sei das einzige Medium, das den Qualitätsjournalismus in Frankreich retten könne, so Bourmeau, der mit 25 weiteren Kollegen das Online-Portal „Médiapart“ gegründet hat, um die „elementaren Prinzipien des Qualitätsjournalismus ins Internet zu übertragen und zugleich Möglichkeiten des multimedialen und partizipativen Schreibens zu öffnen“. In der französischen Presse und Politik ist die zentralistische Elitenverflechtung besonders ausgeprägt, es gibt keine ausgeprägte Tradition regional verankerter Qualitätsblätter.

Ich möchte auch daran erinnern, dass es der prestigereiche US-amerikanische Printjournalismus war – in der Nixon-Ära gestählte Blätter wie die „New York Times“ und die „Washington Post“ – die vor der Irak-Politik des jüngeren Präsidenten Bush und vor dem Propaganda-Apparat seines PR-Chefs Karl Rove in die Knie gingen – jedenfalls über lange, quälende Monate und zu ihrer eigenen späteren Beschämung.

Jeder Kommunikationsforscher weiß, dass die Materialitäten der Kommunikation, also die manifesten Medienformen, auf die Qualität der publizistischen

Produktion Einfluss haben. Und die Atmosphäre einer gediegenen Zeitungsredaktion bringt, im Ganzen gesehen, andere Texte hervor als der solitäre Blogger an seinem PC. Doch der Journalismus in der Spitze des beruflichen Wettbewerbs beruht auf den vier Parametern Zeit, Geld, Recherche und Stil, ganz medienunabhängig. Das eine ist ohne das jeweils andere nicht zu haben. Dies gilt für den Fernsehjournalismus genauso wie für Zeitungen und Magazine und den sich gerade erst entwickelnden Online-Journalismus.

Die Frage ist, wer für stilistisch außergewöhnliche, intensiv recherchierte und zur rechten Zeit veröffentlichte journalistische Arbeiten in Zukunft bezahlt, als Auftraggeber wie als Kunde. Wer gibt also die institutionelle und materielle Garantie für professionellen Journalismus im 21. Jahrhundert ab? Wie kann der Journalismus in einer Zeit, in der es nur noch ein weit gespanntes digitales Netz und verschiedene Displays gibt, weiterhin markant und stilprägend bleiben?

Dazu einige Hinweise in praktischer Absicht. Wir brauchen eine lebendigere Mischung aus Handlung und Reflexion, ein in der Branche akzeptiertes System des wirklichen Austausches zwischen praktischem Journalismus, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Also: ungewöhnliche Einstiege und Ausstiege.

#### „Liebeserklärung an den Journalismus“

Nehmen wir die Karriere von David Halberstam, der im vergangenen Jahr bei einem Autounfall in Berkeley ums Leben kam. Halberstam hatte in Harvard Kunstgeschichte studiert, war dann Reporter bei der kleinsten Zeitung in Mississippi geworden, dann vier Jahre Redakteur beim „Nashville Tennessean“ und ging anschließend als Auslandskorrespondent für die „New York Times“ in den Kongo, nach Vietnam und Polen. 1967 wechselte er zum Monatsblatt „Harper's“. 1972 schrieb er mit „The Best and the Brightest“ eine monumentale Studie über die Kennedy-Ära. 1979 kam dann „The Powers That Be“ heraus, 750 Seiten über „Time“, „New York Times“ und „LA Times“, CBS und die „Washington Post“ – eine große historische Reportage über die US-Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts, eine Art Kollektivbiografie des führenden amerikanischen Journalismus. Halberstam schrieb über den Vietnamkrieg, über die 50er Jahre, die Kennedys, dann aber auch wieder über den Profisport und seine Idole. Mit dem Schreiben von „The Powers That Be“ verbrachte er fünf Jahre; sein Freund Gay Talese veröffentlichte ein ähnlich bahnbrechendes Buch mit „The Kingdom and the Power“ über die Akteure der „New York Times“.

Halberstams mitunter enthusiastisch ausschweifendes Buch ist eine Liebeserklärung an den Journalismus und an seine ungewöhnlichen Bewegter, wie den CBS-Chef Bill Paley, den Reporter Edward Murrow, Phil Graham, den Verleger der „New York Times“ und Henry Robinson Luce, den Mitbegründer von „Time“ und Verfechter des „amerikanischen Jahrhunderts“, von dem wir bei Halberstam erfahren, dass er Sartre für einen Wirrkopf hielt und noch mehr dessen Existenzialismus hasste und alles versuchte, um eine „Time“-Titelgeschichte über den französischen Philosophen und Kommunisten zu verhindern. Und Halberstam fragt auch, warum die amerikanischen Journalisten, Ed Murrow zum Beispiel, es erst 1954 wagten, Joseph McCarthy anzugreifen, als klar wurde, dass es sich der Senator aus Wisconsin mit Präsident Eisenhower, der CIA und der Army verscherzt hatte. Halberstams „The Powers That Be“ ist nie ins Deutsche übersetzt worden.

#### „Aufgeregter Elitejournalismus“

Uns fehlen weiterhin Blätter wie „The New Yorker“, „Atlantic“, „Harper's“, auch „New York Review of Books“ oder das amerikanische „Vanity Fair“, also Leitmagazine für die große Reportage, die wir in Deutschland ab und an noch in den Nachrichtenmagazinen finden. Die Verlage waren hier nicht mutig genug, nehmen wir Ringiers „Cicero“ einmal aus, in neue Kombinationen von Magazinen und Online-Portalen zu investieren und auf kurzfristige Renditen zu verzichten.

Es geht allerdings nicht nur um die Figur des großen Reporters, so gerne wir mehr Tom Wolfes, Gay Taleses, oder bleiben wir im eigenen Land, Dirk Kurbjuweits und Mathias Geyers hätten. 1972 wechselte Ed Goodpaster, den ich kürzlich bei Filmrecherchen in Baltimore traf, seinerzeit Leiter des Washingtoner Büros von „Time“, aus freien Stücken zu einer kleinen Zeitung in Wisconsin, zur „Whitehall Times“ mit einer Auflage von 2500 Exemplaren. Goodpaster wurde dort Eigentümer, Fotograf und Redakteur. Er hatte den aufgeregten Elitejournalismus in Washington satt und wollte wieder mehr mit den einfachen Leuten zusammen sein, über die er berichtete.

Später hat Goodpaster, der schließlich wieder für die „Baltimore Sun“ arbeitete, als Dozent für Journalistik immer wieder darauf hingewiesen, dass der Redakteur, der gegenrecherchiert, Fakten überprüft und Artikel schlankt, in seiner Bedeutung dem Reporter gleichzusetzen ist. Und dass man das journalistische Handwerk am ehesten bei kleinen und mittleren Tageszeitungen lernen kann.

Die Unabhängigkeit des Journalismus von Ökonomie, Public Relations der großen Interessengruppen und den Standpunkten der eigenen Unternehmen ist nach wie vor ein kardinales Problem des Metiers. Ombudsleute und „zweite Meinungen“ werden gerne gefordert, sind im deutschen Journalismus aber nach wie vor kaum zu finden. Verflechtungen von Medienunternehmen und Journalisten mit der politischen und wirtschaftlichen Elite sind seit jeher ein heikles Thema – ein Verleger oder Chefredakteur oder Intendant kann sich nicht eremitär von der ökonomischen Klasse oder Schicht abkoppeln, der er objektiv angehört.

### „Wohlstandsjournalismus“

Journalisten brauchen den Austausch mit den führenden Angehörigen anderer Berufe. Wenn aber beim Publikum der Eindruck entsteht – und dieser ist durch die politischen Fernseh-Talkshows, die Medien- und Politikparties in Berlin eher gefördert worden – die publizistischen Medien verfolgten mit den Machtgruppen aus Politik die Ziele einer gemeinsamen Gewinngemeinschaft – ich habe das „Wohlstandsjournalismus“ genannt – dann werden Zeitungen, Magazine und Fernsehreportagen zu Recht mit dem Grundvorhalt des Misstrauens abgestraft. Ich halte es nicht für klug, wenn sich Medienhäuser an Kampagnen wie „Du bist Deutschland“ beteiligen, so nobel die Intentionen auch sein mögen.

Angesichts der Übernahme von Zeitungsgruppen durch Finanzinvestoren und den Trend zu größeren integrierten Medienkonzernen hat Jürgen Habermas genau vor einem Jahr, zur Rettung der „diskursiven Vitalität“ der Gesellschaft, den Staat dazu ermuntert, das öffentliche Gut der Qualitätspresse „im Einzelfall zu schützen“. Der Gedanke einer Subventionierung von Zeitungen und Zeitschriften, so schrieb er in der „Süddeutschen“, als diese gerade vor dem Verkauf stand, sei sicher „gewöhnungsbedürftig“, zumal erst der Markt die Bühne gebildet habe, auf der „sich subversive Gedanken von staatlicher Unterdrückung emanzipieren“ konnten. Dennoch müsse absehbarem „Marktversagen“ etwas entgegengesetzt werden.

Ich denke nicht, dass es sinnvoll ist, neben einem sehr kräftigen öffentlich-rechtlichen Rundfunksystem auch noch Versuche mit öffentlich-rechtlicher Presse zu starten. Dafür herrscht in Deutschland in vielen Teilen der politischen Klasse immer noch eine strukturkonservative Staatsgläubigkeit vor, die immer wieder in lähmenden Bürokratismus ausartet.

„The survivors among the big newspapers will not be without support from the nonprofit sector“, schreibt Eric Alterman im „New Yorker“ und verweist auf die

Initiative „Pro Publica“ des Ex-„Wall-Street-Journal“-Journalisten Paul Steiger, der mit zehn Millionen Dollar Stiftungsgeld der Milliardäre Herb und Marion Sandler hochrangigen Recherchejournalismus fördern will. Stiftungsmodelle für Medienunternehmen könnten auch in Deutschland stärker konzipiert und gefördert werden. Denkbar wäre auch ein großer nationaler journalistischer Wettbewerb, der staatsfern organisiert, über löbliche Preisverleihungen wie diese hinaus, mit einer hohen Dotierung ähnlich dem deutschen Filmpreis ausgestattet werden könnte, wobei die Gewinnsumme wieder Recherchen und Reportagen zugute kommen soll.

Zurück zum Journalismus, das wird also heißen, zurück zu Namen und Institutionen, die über die Mediengenerationen hinweg auf die Gesellschaft Einfluss nehmen können und wollen. Dazu brauchen wir weniger „Content Manager“, umso mehr leitendes Personal in den Medienhäusern, für die journalistische Arbeit nicht lästiger Kostenfaktor ist, sondern Garant einer publizistischen Haltung, eine kenntliche Instanz intelligenter Fragen einer Gesellschaft an sich selbst. Und vor allem Journalisten, die sich nicht defensiv im technologischen und ökonomischen Nebel verstecken, sondern weiter selbstbewusst an der Grammatik und Poetik ihres Berufes arbeiten, mit welchen Medien auch immer. ■

### ■ NOTIERT

■ „Erkennbar wurde erneut, wie tief gespalten Amerika derzeit ist, wobei die Jüngeren den etablierten, kommerziellen Medien mit grosser Skepsis begegnen. Es gibt eine grosse Sehnsucht, sich in virtuellen Gemeinschaften, aber auch im öffentlichen Interesse zu engagieren – wobei allerdings merkwürdig vage blieb, worin dieses immer wieder beschworene öffentliche Interesse eigentlich besteht. Die meisten Teilnehmer reklamierten den ‚Dienst an der Demokratie‘ umstands- und gedankenlos fürs jeweils eigene Projekt, das sie schon deshalb für gemeinnützig halten, weil sich kein Geld damit verdienen lässt.“ – *Stephan Russ-Mohl in der „Neuen Zürcher Zeitung“.*

## **INTERVIEW-KULTUREN –**

### **Professionelle Interviews als journalistische Qualitätstreiber**

**Fachkonferenz von netzwerk recherche (nr) vom 19.11. – 21.11.2008**

**Professionelle Interviews sind wesentliche Bedingungen und Erfolgsgaranten für alle journalistischen Produkte. Interviews als Werttreiber im Journalismus werden in der Weiterbildung aber oftmals vernachlässigt. Ausgehend von diesem Defizit wollen wir bei der Fachtagung „Interviewkulturen“ mit erfahrenen Profis über ihr Handwerk, die redaktionelle Vorbereitung und Begleitung diskutieren.**

**Bei dieser Fachtagung handelt es sich nicht um eine „Konsum-Konferenz“, die als schnelles Vademecum für „bessere Interviews“ dienen könnte.**

**Voraussetzung für die Teilnahme ist vielmehr eine intensive Vorbereitung der Tagung und eine aktive Mitwirkung während der Konferenz.**

**Termin:** Mittwoch 19.11.2008 bis Freitag 21.11.2008

**Ort:** Berlin, Ev. Medienakademie, Jebensstr. 1 (Nähe Bahnhof Zoo)

**Zielgruppe:** Erfahrene Journalistinnen und Journalisten aller Sparten

**Teilnahme-Voraussetzung:** Aktive Vorbereitung und Übernahme eines Interviewer-Profiles (schriftliche Analyse von Interview-Stilen auf zwei A-4-Seiten)

**Teilnehmerzahl:** max. 40

Teilnehmerbeitrag: 200 Euro

**Tagungsmaterialien:** alle Teilnehmer/innen erhalten v o r der Konferenz einen Tagungs-Reader mit wichtigen Vorbereitungs-Texten und Literatur-Hinweisen (Vorbereitungs-Pflicht)

**Dokumentation der Ergebnisse:** erscheint in Form der nr-Werkstatt „Interview-Kulturen“

**Konzeption und Moderation:** Dr. Thomas Leif

**Veranstalter:** netzwerk recherche (nr) – [www.netzwerkrecherche.de](http://www.netzwerkrecherche.de)

## **PROGRAMM-Verlauf**

### **Mittwoch, 19.11.2008**

11.00 Uhr - Begrüßung und Vorstellung des Tagungskonzepts

Vorstellung der Teilnehmer/innen in wechselnden Intensiv-Interviews

12.00 Uhr - Prof. Dr. Michael Haller, Uni Leipzig

Zur Grammatik des gelungenen Interviews – Vorbereitung, Technik, Tricks und Tipps

13.00 bis 14.00 Uhr – Mittagpause

14.00 Uhr – Sascha Michel, Uni Mainz

Wissenschaftliche Erkenntnisse über Interviews in politischen Talkshows

15.00 Uhr - WERKSTATT I

Anne Will – Das Interview-Profil von Anne Will (ARD)

16.30 Uhr - Andreas Schneider – Vorbereitung der Talk-Gäste, Dramaturgie der Talk-Show. Erfahrungen und Anforderungen vor und hinter der Kamera.

18.00 Uhr - Analyse Seminargruppe: Das Profil der „Sonntags-Talkshow“ samt Analyse der Vorgänger-Sendung

19.00 Uhr - Tagesprotokoll: lessons to be learned – Eine Ergebnis-Bilanz des ersten Tages  
aus Sicht des Tages-Protokollanten  
anschl. Abendessen und Kneipen-Talk

### **Donnerstag, 20.11.2008**

9.00 Uhr - WERKSTATT II

Jörg Thadeusz - Das Interview-Profil von Jörg Thadeusz (rbb u.a.)

10.30 Uhr - Analyse Seminargruppe: Das Profil der rbb Talk-Show Thadeusz

11.00 Uhr - WERKSTATT III

Steffen Hallaschka / NN – Scheitern neuer Sendungen - Analyse von  
jungen, innovativen Talk-Formaten. Beispiele aus „Kanzlerbungalow“

12.30 Uhr bis 13.30 Uhr – Mittagspause

13.30 Uhr – WERKSTATT IV

NN / Redaktion „Hart aber Fair“

Vorbereitung ist alles. Wie funktioniert die Auswahl und Vorbereitung der  
Talk-Gäste und das Briefing des Moderators?

15.00 Uhr - Analyse Seminargruppe: Das Profil von „Hart aber Fair“

17.00 Uhr – Pause – Cafe und Kommunikation

17.30 Uhr - WERKSTATT V

NN und Hans Leyendecker (angefragt)

Good Guy – Bad Guy: Zur Anatomie erfolgreicher Doppel-Interviews

19.30 Uhr - Tages-Protokoll: lessons to be learned

anschl. Abendessen und Vertiefung der Gespräche mit den Referenten  
evtl. Besuch einer Talk Show

### **Freitag, 21.11.2008**

9.00 Uhr - WERKSTATT VI

Arno Luik, Stern– Das lange Interview im Print – Vorbereitung,  
Dramaturgie, Durchführung

10.30 Uhr - WERKSTATT VII

Jochen Spengler, Deutschlandfunk - Das hintergründige Interview  
im Hörfunk

12.00 Uhr – 13.00 Uhr Mittagspause

13.00 Uhr - WERKSTATT VIII

Maybrit Illner – Das Interview-Profil von Maybrit Illner (ZDF)

14.30 Uhr - Analyse Seminargruppe: Das Profil der ZDF Talk-Show

15.00 Uhr – Peter Merseburger (angefragt)

Die Kunst des Interviewens

17.30 Uhr - Tages-Protokoll: lessons to be learned

18.30 Uhr – Auswertung des Seminars – Blitzlicht und Fragebogen  
anschl. Abreise

- Anmeldung: [info@netzwerkrecherche.de](mailto:info@netzwerkrecherche.de)

## PRESSEINFORMATION

### In der Lobby brennt noch Licht...

### Lobbyismus als politisches Schatten-Management

netzwerk recherche Fachkonferenz vom 19. bis 20. September 2008 in Berlin

Alle Staatsgewalt geht vom Volke aus. Aber gilt das auch für die parlamentarische Praxis der Berliner Republik? Eine aktuelle Analyse des Bundesrechnungshofes zeigt, dass Mitarbeiter von Unternehmen, im Rahmen von „Personalaustauschprogrammen“ auf Kosten und im Sinne ihrer Arbeitgeber an Gesetzesvorhaben und Erlassen mitwirken. Auf Kritik an ihrer Macht ohne Mandat und Legitimation reagieren Profis des Lobbygewerbes mit demonstrativem Understatement: „Die Entscheidungen treffen nicht wir, sondern die Politik. Wir informieren nur, und das machen andere auch.“ An dieser Stelle wird darauf verwiesen, dass ja auch Kirchen, Gewerkschaften und Bürgerinitiativen Einfluss auf die Gesetzgebung nehmen. Aber haben die Akteure der Zivilgesellschaft tatsächlich dieselbe Chance, sich mit ihren Anliegen Gehör zu verschaffen? Besteht ein Unterschied zwischen Gemeinwohl-Interessen – etwa von NGOs vertreten – und schlichten Profitinteressen der Industrie?

Diesen Fragen geht die bislang grösste Konferenz zum Thema „Lobbyismus“ Ende September in Berlin nach. Veranstaltet wird die Konferenz von der Journalistenvereinigung netzwerk recherche e.V. in Zusammenarbeit mit dem Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen. Die Konferenz „In der Lobby brennt noch Licht... - Lobbyismus als politisches Schattenmanagement“, fragt auch nach dem Verhältnis zwischen Lobbyisten und Journalisten. Zudem werden die Grauzonen der Gesetzgebung und die Chancen einer demokratischen Kontrolle des Lobbyismus ausgelotet.

Wissenschaftler, Top-Lobbyisten, Journalisten und Politiker werden das öffentlich höchst kontrovers diskutierte Thema „Lobbyismus“ umfassend ausleuchten und neue, empirisch gesicherte Fallstudien präsentieren. Im Zentrum der Debatten stehen die Fragen: reicht ein freiwilliger Verhaltenskodex für Lobbyisten oder brauchen wir ein obligatorisches Lobbyregister? Ist eine „Karenzzeit“ zwischen dem Wechsel vom Parlament in Lobbyfunktionen erforderlich? Muss der Einfluß der Lobbyisten auf Gesetze verbindlich dokumentiert werden? Welche Transparenzregeln sind sinnvoll?

Nach einem Eingangsreferat der Bundesverfassungsrichterin **Christine Hohmann-Dennhardt** werden die Professoren **Gerd Mielke** (Universität Mainz) und **Peter Lösche** (Universität Göttingen) den aktuellen Stand der politikwissenschaftlichen Lobbyismusforschung vorstellen (Freitag, 19. September 14.00 -15.45).

Am Freitag steht zunächst das Verhältnis von Interessenvertretern und Politik im Mittelpunkt (Freitag, 19. September 16.00 -18.00). Dabei beschreibt die neue Geschäftsführerin des Deutschen Zigarettenverbands **Marianne Tritz** die Rolle der Interessensverbände. Die Sicht der Verwaltung und des Parlaments geben der Berliner Finanzsenator **Thilo Sarrazin** und der SPD-Abgeordnete **Lothar Binding** wider. Die SPD-Politiker analysieren, wie Interessenvertreter versuchten die Bahnreform und das Gesetz zum Nichtraucherschutz zu beeinflussen.

Am Samstag widmet sich die Konferenz dem Verhältnis von Lobbyismus und Medien (Samstag, 20. September, 10.00 – 12.30). **Cerstin Gammel** (Süddeutsche Zeitung) und **Nicola Brüning** (BMW Group) diskutieren die Beziehung zwischen Lobbyisten und Journalisten. Darüber hinaus steht die Bedeutung von Internet, Negative Campaigning und Corporate Social Responsibility im Fokus. Wie Lobbyismus in Europa funktioniert, erklären die britischen Politikwissenschaftler **David Miller** und **William Dinan**, sowie der Mitarbeiter der Grünenfraktion im Europaparlament **Axel Singhofen** (Samstag, 20. September, 14.00 – 15.45).

Abschließend diskutieren unter anderen **Jürgen Hogrefe** (Generalbevollmächtigter EnBW), **Norbert Theihs** (Verband der Chemischen Industrie), **Cornelia Yzer** (Verband Forschender Arzneimittelhersteller) und **Ulrich Müller** (LobbyControl e.V.) über Wege zu mehr Transparenz innerhalb des Lobbyismus (Samstag, 20. September, 16.15 – 18.15).

**Anmeldung & Rückfragen:** Tobias Quednau, Sonnenallee 26, 12047 Berlin, 030-42803764, t.quednau@gmx.de  
Weitere Informationen zur Tagung finden Sie unter [www.netzwerkrecherche.de](http://www.netzwerkrecherche.de)

## Fragebogen

Zur Jahrestagung netzwerk recherche am 13. und 14.6.08 in Hamburg (NDR)

Liebe Kolleginnen und Kollegen,  
sehr geehrte Damen und Herren,

die Jahreskonferenz haben wir erfolgreich gestaltet; gleichwohl wollen wir uns bei der Auswertung der aufwendig organisierten Konferenz nicht nur auf die mündlichen Hinweise und unsere eigenen Beobachtungen und Bewertungen verlassen. Deshalb möchten wir Sie bitten diesen bewusst knappen Fragebogen auszufüllen und uns zu übersenden. Sie können sicher sein: wir lesen die feedbacks genau durch und werten Ihre Hinweise gründlich aus. Ihre Zeit ist sinnvoll investiert - denn wir werden aus den Anregungen Honig saugen und gute Ideen in den kommenden Jahren umsetzen.

Danke!

Kuno Haberbusch

Dr. Thomas Leif

Hans Leyendecker

### **Bewertung nach Schulnoten (1 = sehr gut ....6 = ungenügend)**

1. Wie war Ihr Gesamteindruck der Jahreskonferenz?
2. Wie bewerten Sie den Freitag mit dem Schwerpunkt-Thema „Recherche und Reportage.“
3. Wie bewerten Sie die Rede von Friedrich Küppersbusch?
4. Wie bewerten Sie die „Erzählcafes“? (Hervorhebungen möglich)
5. Wie bewerten Sie die CAR-workshops?
6. Wie bewerten Sie die „lessons“?
7. Welche panels und Foren haben ihnen besonders gut gefallen? Wo haben Sie Kritik? (Angabe der Themen)
8. Welche panels sind schlecht oder schwach gelaufen?
9. Wie bewerten Sie die Vergabe der „Verschlossenen Auster und die „Laudatio“?
10. Welche Moderatoren sind Ihnen positiv aufgefallen?
11. Welche Moderatoren waren schlecht?

12. Welche Themen fehlten?
13. Wie hat ihnen die Atmosphäre und der Service im NDR-Konferenzzentrum gefallen?
  - a. Atmosphäre:
  - b. Versorgung:
14. Was soll nr künftig besser machen?
15. Ihre Anregungen für die Zukunft: welche Themen, welche Referenten, welche workshops sollten fürs nächste Jahr geplant werden?
  - a. Ich hätte wesentlich mehr mitgenommen, wenn der Freitag nicht völlig auf Osteuropa fixiert gewesen wäre. Vielleicht freitags Recherche-Workshops oder Lessons anbieten.

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit.

Anworten bitte an :

FAX - 0611-495152  
Post -Netzwerk Recherche, Walkmühltalanlagen 25, 65195  
Wiesbaden

Mailadresse: [info@netzwerkrecherche.de](mailto:info@netzwerkrecherche.de)

Danke für Ihre Mitarbeit.