

TANJA KÖHLER (HG.)

**FAKE NEWS, FRAMING,
FACT-CHECKING
NACHRICHTEN
IM DIGITALEN
ZEITALTER**

EIN HANDBUCH

[transcript] Digitale Gesellschaft

Aus:

Tanja Köhler (Hg.)

**Fake News, Framing, Fact-Checking:
Nachrichten im digitalen Zeitalter**

Ein Handbuch

Mai 2020, 568 S., kart., Klebebindung

39,00 € (DE), 978-3-8376-5025-9

E-Book:

PDF: 38,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-5025-3

Der Nachrichtenjournalismus steht im Zeitalter der Digitalisierung unter besonderem Druck. Digitale Kanäle wie Youtube, Facebook oder Instagram, Künstliche Intelligenz, Fake-News-Vorwürfe und zunehmend fragmentierte Publikumsinteressen haben das Format Nachricht ebenso verändert wie das journalistische Handwerk und die Nachrichtenrezeption. Was bedeutet dieser grundlegende Wandel für Medienschaffende, Redaktionen, Sender und Verlage? Wie verändern Daten und Algorithmen journalistisches Arbeiten im Newsroom und mit welchen neuen Angeboten und Darstellungsformen wird experimentiert? Und was tun Redaktionen gegen Vertrauensverluste, Desinformation und Hass-Kommentare? Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis analysieren in diesem Band den Wandel des Nachrichtenjournalismus.

Tanja Köhler (geb. 1971) ist promovierte Kommunikationswissenschaftlerin und arbeitet in leitender Funktion in der Abteilung »Zentrale Nachrichten« des Deutschlandfunks. Sie hat Bücher und Aufsätze u.a. zu den Themen digitaler Journalismus, Netzaktivismus sowie Unternehmens- und Krisenkommunikation veröffentlicht.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

www.transcript-verlag.de/978-3-8376-5025-9

Inhalt

Vorwort

Stefan Raue..... 11

Chancen und Disruptionen des Nachrichtenjournalismus im Zeitalter der Digitalisierung

Zur Einführung in diesen Band

Tanja Köhler 13

NACHRICHTENJOURNALISMUS UND DIGITALER WANDEL

Nachrichtenjournalismus und die Sicherung der digitalen Öffentlichkeit

Lorenz Lorenz-Meyer 23

Überleben im digitalen Wandel

Zehn Thesen zur Zukunft des Nachrichtenjournalismus

Tanja Köhler 39

Vom Nachrichtentanker zum Schnellboot

Die Tagesschau zwischen öffentlich-rechtlichem Auftrag und
Marktanforderung

Marcus Bornheim..... 67

Veränderung als Graswurzelbewegung

Innovationsmanagement à la taz

Katrin Gottschalk..... 79

FAKE NEWS UND VERIFIKATION

Im Zeitalter von Fake News

Warum sich der (Nachrichten-)Journalismus neu erfinden muss

Alexander Sangerlaub.....99

Fact-Checking und Verifikation

Neue Formen des Faktenprufens im Nachrichtenjournalismus

Jenny Stern..... 119

Wissenschaft in den Nachrichten

Quadratur des Kreises?

Annette Leßmöllmann..... 151

DATEN UND ALGORITHMEN

Künstliche Intelligenz im Journalismus?

Was bedeutet Automatisierung für journalistisches Arbeiten?

Wiebke Loosen und Paul Solbach177

Editorial Analytics

Chancen und Herausforderungen für den
digitalen Nachrichtenjournalismus

Annika Sehl und Maximilian Eder 205

Datenjournalismus

Vom Dilettantismus zum Expertentum

Barnaby Skinner..... 221

SEO im Newsroom

Angriff auf redaktionelle Unabhängigkeit oder Sparringspartner im
Nachrichtenalltag?

Johannes Bornewasser 239

NACHRICHTEN UND SPRACHE

Framing im Nachrichtenjournalismus

Hans-Bernd Brosius und Viorela Dan 265

Zur Notwendigkeit geschlechtergerechter Sprache im Journalismus

Marieke Reimann 283

Inklusiver Journalismus

Teilhabe und Chancengleichheit in der digitalisierten Gesellschaft

Tanja Köhler 297

FORMATE UND PROJEKTE

The Time is Now: Rethink Journalism

Constructive News as the Media Answer to Democratic Trust Meltdown

Ulrik Haagerup 319

News-WG – Nachrichten im Insta-Style

Katrin Pöttsch 333

Die Demokratieexperimente von Zeit Online, oder wie Donald Trump unseren Journalismus verändert hat

Philip Faigle 345

funk – das Content-Netzwerk von ARD & ZDF

Mit Audience Engagement und Distribution via Social Media zu
Relevanz in der Zielgruppe

Viola Granow 363

MEDIEN UND PUBLIKUM

Customer Obsession

Ein Mittel gegen Desinformation?

Tanit Koch.....383

User first

Wenn die Nutzer das journalistische Programm bestimmen

Meinolf Ellers..... 401

Individual- statt Pauschallösungen

Transparenzstrategien im Nachrichtenjournalismus und ihr Zusammenhang mit Rezipierendenvertrauen

Laura Badura, Bernadette Uth und Katherine M. Engelke 425

Journalismusausbildung breiter denken!

Journalismuskompetenz in Zeiten von Digitalisierung und Vertrauenserosion

Markus Beiler, Uwe Krüger und Juliane Pfeiffer 447

REDAKTION UND MANAGEMENT

Leadership first

Redaktionen (gut) führen in der digitalen Medienwelt

Alexandra Borchardt 479

Medienkonvergenz in Newsrooms als permanenter Wandlungsprozess

Sonja Kretzschmar..... 495

News Nerds in der Redaktion

»Von Superjournalist*innen, die zaubern können«

Juliane A. Lischka, Manda Sokic und Julien N. Lattmann 517

Hass im Netz

Strategien im Umgang mit Nutzerkommentaren

Leif Kramp und Stephan Weichert 537

Autorinnen und Autoren 555

Vorwort

Stefan Raue

Ein kluger und sehr sachkundiger Mensch wurde einmal gefragt, wie er sich den Dauererfolg der Tagesschau erkläre. Seit Generationen arbeitet sich die Konkurrenz an dieser Nachrichtensendung im ersten Programm der ARD ab, vergeblich. Ausgerechnet eine tägliche Nachrichtensendung, die in den vergangenen Jahrzehnten nicht gerade durch überraschende Perspektiven, spannende Dramaturgie, Unterhaltsamkeit und mutige Experimente aufgefallen ist. Der Zeitgenosse wagte die Antwort, dass die vielen Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer über die eigentlichen Nachrichten hinaus jeden Abend erfahren, dass sich die Erde noch drehe. Die Form, die Nüchternheit, das Informationsritual, all das macht dem Publikum auch das Beunruhigende begreifbar. Noch 1982 konnte der damalige Nachrichtenchef des Deutschlandfunks, Hanns Gorschenek, behaupten: »Er (der Hörer – Anm. S.R.) reist durch die Informationslandschaft, um abzutasten, ob die Welt noch in Ordnung ist.«

Ob Kriege in der Ferne, Krisen in der Nähe, wirtschaftliche Konjunkturen mit Auf und Ab, große Dramen um Prominente – das ganze Panorama der Ereignisse in wenigen Minuten Nachrichten präsentiert. So wird das große Durcheinander diskutier- und bedenkbar. Soweit die optimistische Sicht auf die Rolle der Nachrichten und der Medien überhaupt.

Allerdings, bei allem Respekt gegenüber denen, die uns im Schichtbetrieb mit großer Professionalität auf dem Laufenden halten wollen, diese Zeiten scheinen vorbei. Denn da gibt es zum einen die Zeitgenossen, die Nachrichten meiden, weil ihnen die vielen unerklärlichen und verstörenden Nachrichten zu nahe treten. Die endlosen Bürgerkriege in Afrika und im Nahen Osten, das unübersehbare politische Unvermögen, Gefahren für die ganze Welt auch global zu begegnen, der Terrorismus nicht zu vergessen, der die Nachricht über sich selbst für seine beabsichtigte Wirkung benötigt, all das verunsichert viele. Und in Abwandlung des alten Merkspruchs könnte es für diese Gruppe

heißen: Nur wenn ich die beunruhigenden Nachrichten ignoriere, kann ich das Gefühl bewahren, dass die Welt sich noch dreht.

Die andere Gegenbewegung gegen die alten Nachrichtengewissheiten entwickelt sich aus den Neuen Medien, aus den globalen Kommunikationsnetzwerken und aus den großen Medienplattformen. Das Problem ist auch hier das der Fülle, der Unübersichtlichkeit. Die Menge an kleinen und großen Ereignissen gab es immer, im globalen Kommunikationsnetzwerk gibt es aber auf den ersten Blick niemand, der das filtert oder sortiert. Nichtiges neben Relevantem, Twitter, Facebook, Youtube oder Instagram bieten fast alles, allerdings anders und fast unscheinbar sortiert. Politik und Relevanz spielen nur eine geringe Rolle, das Sensationelle hat sich als Nachrichten-kategorie in den Vordergrund geschoben. Es gibt in dieser Welt kein Zuwenig an Nachrichten, aber sind wir durch diese Fülle besser informiert? Gelingt es uns besser, uns zu orientieren und mit abgewogenem Urteil zu politischen Entscheidungen zu kommen? Denn darum geht es ja nicht zuletzt.

Ein breites Angebot gefilterter und gewichteter Nachrichten ist eine entscheidende Voraussetzung für die Orientierung und die Meinungsbildung in einer Demokratie. Wir dürfen uns daher nicht darauf beschränken, die Rolle der Nachrichten in der sich dynamisch verändernden Medienwelt zu analysieren. Wir müssen vielmehr im zweiten Schritt darüber nachdenken, wie es gelingen kann, die Nachrichtenberichterstattung so zu modernisieren, dass sie auch unter veränderten Bedingungen ihr Publikum findet.

Ein Buch, in dem Journalismus- und Nachrichtenprofis unterschiedlicher Medien und Institutionen dem Bedeutungswandel der Nachrichten nachgehen, macht sich verdient, weil es Transparenz schafft. Im eigenen Interesse muss aber darüber hinaus versucht werden, eine Antwort darauf zu finden, auf welche Weise die professionelle und dem Gemeinwohl dienende Nachrichtenberichterstattung wieder zu alter Vertrauenswürdigkeit kommen kann. Ein dringend notwendiges Projekt, das alles andere als eine eitle Selbstbespiegelung der Medienbranche sein will.

Chancen und Disruptionen des Nachrichtenjournalismus im Zeitalter der Digitalisierung

Zur Einführung in diesen Band

Tanja Köhler

»Die Zukunft gehört denen, die die
Möglichkeiten erkennen, bevor sie of-
fensichtlich werden.«

Oscar Wilde

Die Digitalisierung durchdringt längst alle gesellschaftlichen Bereiche und verändert die Medienlandschaft ebenso massiv wie den Journalismus selbst. Von diesem grundlegenden Wandel ist der Nachrichtenjournalismus besonders stark betroffen, zumal er schon immer eine exponierte Stellung im Mediensystem hatte. Nachrichten gelten als Keimzelle des Journalismus: Sie bilden das »Rückgrat aller journalistischen Produktion«¹ und sind die »Elementarform journalistischen Mitteilens«². Die Bedeutung von Nachrichten zeigt sich auch in ihrer Verbreitung und Rezeption. Ob Print, Radio, TV oder Online: In allen Medienangeboten machen Nachrichten den größten Anteil in der Berichterstattung aus.³ Nutzerinnen und Nutzer zählen Nachrichten darüber hinaus medienübergreifend zu den wichtigsten Inhalten und nutzen sie im Vergleich zu allen anderen journalistischen Darstellungsformen am meisten.⁴

1 J. Widmann: Plädoyer für qualitätsvollen Journalismus, S. 278.

2 K. Reumann: Journalistische Darstellungsformen, S. 131.

3 J. Voigt: Nachrichtenqualität aus Sicht der Mediennutzer, S. 27.

4 C. Zubayr/S. Geese: Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauer-
sicht, S. 158; S. Hölzig/U. Hasebrink: Reuters Institute Digital News Report 2019.

1. Die Digitalisierung und ihre Folgen

Nachrichten können heutzutage zu jeder Zeit und an jedem Ort gelesen, gehört oder gesehen werden. Sie werden in unterschiedlichsten Ausspielwegen zur Verfügung gestellt, was zu einer unüberschaubaren Menge an Einzelnachrichten führt. Damit hat sich auch das Nutzungsverhalten der Rezipierenden geändert: Immer mehr Menschen informieren sich im Netz und in Sozialen Medien über das aktuelle Nachrichtengeschehen.⁵ Am häufigsten wird dafür inzwischen das Smartphone benutzt.⁶ Insbesondere für jüngere Menschen sind Soziale Medien wie Facebook, Youtube oder Instagram oft die Hauptquelle für nachrichtliche Informationen.⁷ Die veränderten Nutzungsgewohnheiten führen dabei zu einem sich ausdifferenzierenden Publikum und einer wachsenden Heterogenität der Publikumsinteressen.

Hinzu kommt: Die Teilhabemöglichkeiten haben sich massiv verändert. In den frei zugänglichen digitalen Kommunikationsräumen kann prinzipiell jeder zum Sender werden, so dass nachrichtliche Informationen von immer mehr – auch nichtjournalistischen – Kommunikatoren verbreitet werden. Damit einher geht nicht nur eine Vermischung von Fakten und Meinung, sondern auch eine zunehmende Verbreitung von Verschwörungstheorien und Fake News, die sich im Netz oft erfolgreicher verbreiten als seriöse Meldungen traditioneller Nachrichtenanbieter. So hatten im Jahr 2018 die acht erfolgreichsten Fake News auf Facebook mehr Interaktionen als fast alle Artikel der größten Nachrichtenseiten in Deutschland.⁸ Dabei sind Desinformationen in der Regel nicht (sofort) als solche erkennbar, was das Misstrauen in die Glaubwürdigkeit und Qualität von Quellen ebenso steigert wie die Medienskepsis. Diese Glaubwürdigkeits- und Vertrauensverluste bekommen auch etablierte Medien zu spüren. Sie äußern sich in Lücken-, Lügenpresse- und Fake-News-Vorwürfen oder in einer pauschalen Kritik an den »Mainstream-Medien«, der »Systempresse« und dem »Staatsfunk«.

Die veränderten gesellschaftlichen Kommunikationsbedingungen haben auch zu mehr Interaktionen zwischen Publikum und Medienschaffenden und in Teilen zu einem vergifteten Kommunikationsklima geführt. Dieses findet

5 S. Hölzig/U. Hasebrink: Reuters Institute Digital News Report 2019, S. 5.

6 Ebd., S. 37-39.

7 Ebd., S. 6-7.

8 K. Schmehl: Das sind 8 der erfolgreichsten Falschmeldungen auf Facebook 2018.

seinen Ausdruck in Hasskommentaren und verbalen Angriffen, deren Ziel immer häufiger auch Journalistinnen und Journalisten und ihre Berichterstattung sind.

Katharine Viner, die Chefredakteurin des Guardian, schlussfolgert vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen: »The circumstances in which we report, produce, distribute and obtain the news have changed so dramatically that this moment requires nothing less than a serious consideration of what we do and why we do it.«⁹

Nachrichtenorganisationen und -redaktionen befinden sich daher in einem erheblichen und umfassenden Transformationsprozess, um auf den digitalen Wandel zu reagieren. Sie reorganisieren Redaktionsstrukturen und -prozesse, entwickeln neue Ansprache- und Anwendungsformen, verändern Workflows und Arbeitsroutinen, experimentieren mit neuen Verbreitungsformen und Angebotsstrukturen und setzen zunehmend auf künstliche Intelligenz, Daten und Algorithmen in allen Bereichen der Nachrichtenproduktion.

Durch die plattformspezifischen Präsentationsformen werden auch die Grenzen zwischen den journalistischen Darstellungsformen fließender. Nachrichten unterscheiden sich zwar weiterhin von meinungs- und unterhaltungsbetonten Darstellungsformen (wie Kommentaren oder Features) durch ihre strikt tatsachenorientierte Berichterstattung; sie variieren aber weitaus stärker in Aufbau und Länge als in der Vergangenheit, wodurch beispielsweise die Unterscheidung zwischen Meldung und Bericht an Trennschärfe verliert. Hinzu kommt: Es ist zwar immer noch ein – wenn auch zunehmend kleiner werdender – Unterschied, ob Nachrichten in einer Print-, Hörfunk- oder Fernsehredaktion entstehen. Die Grenzen zwischen den einzelnen Medien lösen sich im digitalen Wandel aber zusehends auf. Traditioneller Journalismus ist inzwischen auch digitaler Journalismus.

Nicht zuletzt führt die Digitalisierung zu einem gestiegenen Wettbewerbsdruck. Sinkende Anzeigenerlöse und andere rückläufige klassische Finanzierungsquellen befördern wirtschaftliche Herausforderungen, Sparmaßnahmen sind die Folge. Zeitdruck und mangelnde Ressourcen sind in vielen (Nachrichten-)Redaktionen inzwischen Alltag und wirken sich auf die Qualität und die nachrichtenjournalistische Arbeit aus. Qualitätsjournalismus aber ist im digitalen Zeitalter für funktionierende Demokratien wichtiger denn je, weil er Bürgerinnen und Bürgern mit vertrauenswürdigen Nachrichten Orientierung bieten kann in einem schier endlosen Meer aus

9 K. Viner: A mission for journalism in a time of crises.

Informationen und Desinformation. Die Sicherung und Förderung von Qualitätsjournalismus als »Vierter Gewalt« ist daher eine der zentralen Aufgaben in einer Gesellschaft, die von Disruptionen geprägt wird und in der sich die Kommunikationsbedingungen durch die Digitalisierung grundlegend verändern.

2. Der vorliegende Band

Der Wandel des Nachrichtenjournalismus im Zeitalter der Digitalisierung ist ein komplexes Phänomen, das man nur angemessen erfassen kann, wenn man ihm interdisziplinär begegnet. Der vorliegende Sammelband betrachtet deshalb den Transformationsprozess, in dem sich der Nachrichtenjournalismus befindet, aus verschiedenen Perspektiven und stellt Entwicklungen und Projekte vor, die richtungweisend sein können für die Zukunft von Nachrichtenorganisationen und -redaktionen.

Das Buch versammelt Beiträge von Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis, die sich aus verschiedenen Blickwinkeln dem Thema nähern. Die Perspektiven der Praktikerinnen und Praktiker sind dabei ebenso vielseitig wie das Mediensystem: Sie arbeiten bei öffentlich-rechtlichen wie privaten Rundfunkanstalten, bei etablierten Verlagen und sogenannten »Digital-born-« bzw. »Digital-only«-Portalen. Einen Blick über den Tellerrand liefern diejenigen Autorinnen und Autoren, die nicht originär im klassischen Nachrichtengeschäft tätig sind.

Im ersten Teil des Buches stehen allgemeine Überlegungen zur Theorie und journalistischen Praxis im Mittelpunkt. Lorenz Lorenz-Meyer analysiert die Herausforderungen für den Nachrichtenjournalismus im digitalen Zeitalter, plädiert unter anderem für eine Überprüfung seiner Relevanzkriterien und findet, er müsse vom Erfolg von Google & Co. lernen. Tanja Köhler untersucht, welche Faktoren für Nachrichtenorganisationen und -redaktionen ausschlaggebend sind, um das langfristige Überleben im digitalen Wandel zu sichern. Marcus Bornheim beschreibt, wie die wichtigste Nachrichtenmarke Deutschlands, die Tagesschau, erfolgreich in die Zukunft geführt werden soll, um auch künftig ein großes Publikum mit Qualitätsjournalismus zu erreichen. »Die taz steht an einem entscheidenden Wendepunkt«, schreibt Kattrin Gottschalk, die Zeitung mache sich unabhängig vom Papier. Sie erklärt, welche Veränderungen dafür angestoßen wurden und gibt Einblicke in erfolgreiche neue Projekte der taz.

Der zweite Teil des Buches beschäftigt sich mit Fake News sowie der Verifikation und Beurteilung von Informationen. Dafür betrachtet Alexander Sängerlaub die Wirkung und die politische Dimension von Fake News. Er zeigt, dass etablierte Medien eine zentrale Rolle bei der Verbreitung von Desinformationen spielen und erklärt, wie die Chancen der Digitalisierung für den Nachrichtenjournalismus nutzbar gemacht werden könnten. Wie Desinformationen sowie gefälschte Bilder und Videos erkannt und widerlegt werden können, erläutert Jenny Stern. Sie stellt in ihrem Beitrag neue Formen journalistisch-technischer Verifikation vor und gibt einen Überblick über die dafür zur Verfügung stehenden Tools und deren Einsatz in Nachrichtenredaktionen. Auf die zunehmende Berichterstattung über Wissenschaft und Forschung sowie deren Verbreitung in Sozialen Medien geht Annette Leßmöllmann ein. Sie erläutert in ihrem Beitrag, welchen unterschiedlichen Herausforderungen NachrichtenjournalistInnen gegenüberstehen, um die Qualität von Forschungsergebnissen beurteilen und inhaltlich korrekt über Studien berichten zu können.

Der dritte Teil spürt dem Einfluss und den Auswirkungen von künstlicher Intelligenz, Daten und Algorithmen auf den Nachrichtenjournalismus nach. Wiebke Loosen und Paul Solbach beschreiben in ihrem Beitrag, wie weit künstliche Intelligenz und Automatisierung bereits in alle Phasen journalistischer Aussagengestaltung vorgedrungen ist und was das für journalistisches Arbeiten bedeutet. Annika Sehl und Maximilian Eder geben einen Überblick über das systematische Auswerten von Nutzungsdaten mittels Editorial Analytics und arbeiten dessen Potenziale und Risiken für den Newsroom heraus. Wie sich der Datenjournalismus in den letzten Jahren weiterentwickelt hat, erklärt Barnaby Skinner, der auch erläutert, warum Programmierkenntnisse für Medienschaffende immer wichtiger werden und wie sie selbst und der (Nachrichten-)Journalismus insgesamt davon profitieren. Für Johannes Bornwasser ist eine fehlende Suchmaschinenoptimierung in Nachrichtenorganisationen ein »fahrlässiges Versäumnis«. Er klärt in seinem Beitrag über die Notwendigkeit von SEO auf und beschreibt ihre verschiedenen Ausprägungen und ihren Nutzen für Newsrooms.

Der vierte Teil des Buches rückt das wichtigste Gestaltungsmittel im Nachrichtenjournalismus in den Mittelpunkt: die Sprache. Hans-Bernd Brosius und Viorela Dan untersuchen, wie Nachrichtensprache den Blick auf gesellschaftliche Themen und Ereignisse prägt und welche Rolle Journalistinnen und Journalisten beim Verfassen von Frames spielen. Marieke Reimann erklärt die Notwendigkeit von geschlechtergerechter Sprache im

digitalen Zeitalter und beschreibt die Herausforderungen bei deren Einführung in die Berichterstattung des Onlineportals *ze.tt*, die teils überraschende Auswirkungen hatte – sowohl bei Mitarbeitenden als auch beim Publikum. Tanja Köhler beschäftigt sich in ihrem Beitrag mit inklusivem Journalismus sowie Nachrichten in Leichter und Einfacher Sprache. Mit deren Hilfe soll Menschen, die konventionellen Nachrichtenangeboten nicht folgen können, mehr Teilhabe in einer digitalisierten Gesellschaft ermöglicht werden.

Der fünfte Teil des Buches stellt Projekte und Formate vor, die richtungweisende Impulse geben, wie etablierte Medien auf Vertrauensverluste reagieren und jüngere Zielgruppen erreichen können. »Rethink Journalismus«, fordert Ulrik Haagerup, der erklärt, warum konstruktiver Journalismus eine Antwort auf Glaubwürdigkeits- und Vertrauenserosion sein kann, welche Rolle er international inzwischen spielt und wie sich das Constructive Institute an dessen Verbreitung und Qualitätssicherung beteiligt. Philip Faigle stellt in seinem Beitrag unterschiedliche Projekte und Experimente von Zeit Online vor, die nicht nur ein großer publizistischer Erfolg wurden, sondern auch innerhalb der Redaktion und im Newsroom zu einem veränderten Blick auf den Journalismus geführt haben. Katrin Pötzsch beschreibt, wie der Bayerische Rundfunk ein Projekt startete, um jüngere Menschen (besser) zu erreichen und dabei neue Herangehensweisen bei der Nachrichtenproduktion entwickelte. Viola Granow stellt das Content-Netzwerk *funk* von ARD und ZDF vor und erläutert, wie die Distribution über Soziale Medien und der Einbezug der Zielgruppe dazu führte, junge Menschen mit öffentlich-rechtlichen Angeboten zu erreichen.

Im sechsten Teil stehen Rezipientinnen und Rezipienten im Mittelpunkt. Vor dem Hintergrund von Vertrauensschwund und Desinformation erläutert Tanit Koch, warum der Journalismus verstärkt die Bedürfnisse des Publikums in den Blick nehmen muss und welche Strategien RTL dabei verfolgt. Wie Verlage in Skandinavien die Berichterstattung an (individuelle) Publikumspräferenzen anpassen und damit nicht nur die Reichweite steigern, sondern auch die Redaktionskultur im Newsroom verändern, zeigt Meinolf Ellers, der auch skizziert, welche Anstrengungen deutsche Verlage in dieser Hinsicht unternehmen. Laura Badura, Bernadette Uth und Katherine M. Engelke beschäftigen sich mit Transparenz als neuer journalistischer Norm im digitalen Zeitalter und stellen dar, wie individuelle Transparenzstrategien im Nachrichtenjournalismus zum Aufbau von Vertrauen beim Publikum beitragen können. Markus Beiler, Uwe Krüger und Juliane Pfeiffer erörtern die Notwendigkeit der Vermittlung von Medien- und Nachrichtenkompetenz im digitalen Zeit-

alter und stellen das »Zentrum Journalismus und Demokratie« vor, das die Ausbildung von Medienkompetenz als wichtige gesellschaftliche Aufgabe betrachtet und sich einer breiteren Journalismusausbildung widmet.

Der siebte Teil des Buches umkreist das Thema Redaktionsmanagement. Alexandra Borchardt widmet sich dem oftmals vernachlässigten Bereich von Führung im digitalen Zeitalter und zeigt, welche Führungsqualitäten für ein langfristiges Überleben im digitalen Wandel für Medienhäuser zentral sind. Sonja Kretschmar betrachtet die crossmedialen Entwicklungen im Newsroom und geht der Frage nach, wie Nachrichtenredaktionen auf die neuen Herausforderungen der Medienkonvergenz reagieren. Juliane A. Lischka, Manda Sokic und Julien N. Lattmann reflektieren die Rolle von Technikkompetenzen für die Zukunftsfähigkeit von Nachrichtenorganisationen und beschreiben dabei die neue Berufsgruppe der sogenannten »News Nerds« sowie deren Visionen für den Journalismus. Leif Kramp und Stefan Weichert gehen dem Phänomen von Hass im Netz nach und zeigen Strategien für Redaktionen im Umgang mit destruktiven und emotionsgeladenen Nutzerkommentaren.

3. Dank

Mein herzlicher Dank gilt in erster Linie den Autorinnen und Autoren, ohne die der Sammelband nicht möglich gewesen wäre. Ihnen allen danke ich für die anregende Zusammenarbeit, die mir große Freude gemacht hat. Sie alle haben sich mit viel Engagement und Einsatzbereitschaft an dem vorliegenden Buch beteiligt, wie es nicht selbstverständlich ist.

Ich danke auch den Chefredakteuren und Ressortleiterinnen, die mich während der Vorrecherche zu diesem Buch stets freundlich und offen empfangen. Sie alle nahmen sich auch im aktuellen Tagesgeschäft großzügig Zeit, um ihr Wissen und ihre Erfahrungen mit mir zu teilen und mir Einblicke in ihre Arbeit und ihre Projektideen zu geben. Die zahlreichen persönlichen Gespräche mit ihnen und mit den beteiligten Autorinnen und Autoren haben mir nicht nur wertvolle fachliche Anregungen gegeben, sondern waren auch auf zwischenmenschlicher Ebene überaus angenehm.

Bedanken möchte ich mich ebenfalls bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des transcript Verlags, allen voran Daniel Bonanati und Anke Poppen, die dieses Buchprojekt engagiert betreut haben. Ulf Müller gilt mein Dank für das gewissenhafte Lektorat des Buches, auch in Zeiten enger Deadlines.

Meinen Freundinnen und Freunden Dr. Caroline Bohn, Ulrich Forster und Larissa Mohar danke ich für die liebe Unterstützung und die wertvollen Impulse. Mein größter und innigster Dank gilt Norbert Wank, der sich auf eine Weise an dem Buchprojekt beteiligte, als wäre es sein eigenes.

Literatur

- Hans-Bredow-Institut (Hg.): Medien von A-Z. Wiesbaden: VS-Verlag 2006.
- Hölig, Sascha/Hasebrink, Uwe: Reuters Institute Digital News Survey 2019. Ergebnisse für Deutschland. Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 47. Hamburg: Verlag Hans-Bredow Institut Juni 2019. Siehe: https://hans-bredow-institut.de/uploads/media/default/cms/media/x52wfy2_AP47_RDNR19_Deutschland.pdf
- Reumann, Kurt: »Journalistische Darstellungsformen«, in: Elisabeth Noelle-Neumann/Winfried Schulz/Jürgen Wilke (Hg.), Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt a.M.: Fischer 2009, S. 129-167.
- Schmehl, Karsten: »Das sind 8 der erfolgreichsten Falschmeldungen auf Facebook 2018«, in: Buzzfeed.com, siehe: <https://www.buzzfeed.com/de/karstenschmehl/falschmeldungen-facebook-2018-fakes-luegen-fake-news>
- Viner, Katharine: »A mission for journalism in a time of crises«, in: The Guardian, siehe: <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> vom 16.11.2017.
- Voigt, Juliane: Nachrichtenqualität aus Sicht der Mediennutzer. Wie Rezipienten die Leistung des Journalismus beurteilen können. Wiesbaden: Springer VS 2016.
- Widmann, Joachim: »Plädoyer für qualitätsvollen Journalismus«, in: Claudia Mast (Hg.), ABC des Journalismus. Ein Handbuch. Konstanz: UVK 2008, S. 274-278.
- Zubayr, Camille/Geese, Stefan: »Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht«, in: Media Perspektiven 4 (2009), S. 158-173.