



Patrick Reichelt

Einführung in den Roboterjournalismus

Bedrohung oder Chance?

Unternehmen (Land)	Gründung	Kunden im Bereich Journalis- mus (soweit bekannt)
Narrative Science (USA)	2010	Forbes, Big Ten Network, Game Changer
Automated Insights (USA)	2007	Associated Press, Yahoo
Yseop (Frankreich)	2007	Keine bekannt
Syllabs (Frankreich)	2006	Le Monde, France bleu
Labsense (Frankreich)	2011	In Verhandlungen
Arria (Großbritan- nien)	2009	MeteoGroup
Retresco (Deutschland)	2008	Radio Hamburg (Fus- siFreunde.de), Goekick.info, Fubanews.org, Transfermarkt
AX Semantics (Deutschland)	2001	Sport-Informations-Dienst
Text-on (Deutsch- land)	2013	Berliner Morgenpost, Finan- zen100.de
Textomatic (Deutschland)	2015	Handelsblatt
2txt NLG (Deutsch- land)	2013	In Verhandlungen
Narrativa (Spanien)	2015	Keine bekannt

Tabelle 2: Anbieter von automatisch generierten Texten im journalistischen Bereich⁴⁴

Derzeit beziehen Medienhäuser ihre Robotertexte überwiegend von den genannten Dienstleistern, doch viele Verlage und Onlinemedien versuchen zunehmend interne Lösungen zu entwickeln.⁴⁵ Tabelle 3 zeigt eine

⁴⁴ Vgl. Dörr 2015, S. 21, Edwards 2016, Eudes 2014.

⁴⁵ Vgl. Zehrt 2016.

Auswahl von Medien, die bereits eigene Projekte im Bereich Roboterjournalismus entwickelt haben. Vorteil: Die Medienhäuser können den Entstehungsprozess der Texte einfacher überwachen und die Textqualität selber schneller anpassen. Nachteilig wirken sich jedoch die Kosten für den eigenen Entwicklungsaufwand und die Einstellung neuer Mitarbeiter aus. Eines der größten Medienunternehmen in Schweden, MittMedia, experimentiert seit 2015 mit einer eigenen Software für Robotertexte im Sportbereich.⁴⁶ Die Nachrichtenorganisation NTB aus Norwegen setzt ebenfalls auf eine eigens entwickelte Plattform.⁴⁷ Mit der Anwendung Heliograf startete 2016 auch die Washington Post eine selbstentwickelte Lösung für die automatische Erstellung von kleineren Nachrichten. Die Software wurde erstmals bei den Olympischen Spielen 2016 eingesetzt und versendete automatisch Nachrichten über die sozialen Netzwerke. Weitere Projekte werden im nachfolgenden Kapitel „Anwendungsgebiete“ vorgestellt.

⁴⁶ Vgl. Miller 2015.

⁴⁷ Vgl. Albeanu 2016.

Unternehmen (Land)	Projektname	Ressort	Start
Yandex (Russland) ⁴⁸	Yandex for media	Verkehr, Wetter	2015
Xinhua News Agency (China) ⁴⁹	Kuaibi Xiaoxi	Sport, Wirtschaft	2015
Tencent (China) ⁵⁰	Dreamwriter	Wirtschaft	2015
MittMedia/United Robots (Schweden) ⁵¹	Rosalinda	Sport	2015
NTB/Bakken & Bæck (Norwegen) ⁵²	-	Sport	2016
Washington Post (USA) ⁵³	Heliograf	Sport/Social Media	2016
Los Angeles Times (USA) ⁵⁴	Quakebot	Umwelt	2011
	Homicide Reports	Blaulicht	2010
Bloomberg (USA) ⁵⁵	-	Wirtschaft	2016
Thomson Reuters (USA) ⁵⁶	News Tracer	Social Media	2014
	-	Wirtschaft	2001
Berliner Morgenpost (Deutschland) ⁵⁷	Feinstaub-Monitor	Umwelt	2014

Tabelle 3: Auswahl von Medienunternehmen mit selbstentwickelten Textgenerierungs-Projekten

⁴⁸ The Moscow Times 2015.

⁴⁹ He 2015b.

⁵⁰ He 2015a.

⁵¹ Capuder 2016.

⁵² Waldal 2016.

⁵³ Maffei 2016.

⁵⁴ Graefe 2016, S. 19.

⁵⁵ Mullin 2016.

⁵⁶ Stray 2016.

⁵⁷ Tröger 2014.

Diese vielen neuen Firmen und ihre Zusammenarbeit mit renommierten Medienhäusern zeigen, dass der Roboterjournalismus bereits in einigen Redaktionen angekommen ist und in die tägliche Arbeit integriert wird. Einige Medienunternehmen und Nachrichtenorganisationen versuchen außerdem eigene Textgenerierungs-Plattformen zu entwickeln, um unabhängiger agieren zu können.

Der Großteil der Verlage und Medienhäuser nutzt jedoch noch keine automatisch erstellten Texte. Das Genre steckt quasi noch in den Kinderschuhen und derzeit wird viel experimentiert. Einige Medien gehen offensiv mit dem Einsatz von Robotertexten um, andere halten sich bedeckt. Dies lässt sich daran festmachen, dass einige journalistische Unternehmen ihre Zusammenarbeit mit Firmen aus dem Bereich der Textautomatisierung geheim halten wollen, indem sie Vertraulichkeitsvereinbarungen abschließen. AX Semantics und Narrative Science haben zum Beispiel, neben den in Tabelle 2 aufgeführten Unternehmen, einige Kunden, welche ihre Zusammenarbeit nicht publik machen wollen.⁵⁸

2.6 Anwendungsgebiete

Im folgenden Kapitel werden einige Ressorts und Themengebiete vorgestellt, für welche bereits Beiträge automatisch generiert werden.

2.6.1 Sport

Ob Basketball, Fußball oder Formel 1 – zu jedem Sportereignis werden unzählige Daten gesammelt und ausgewertet. Die Datenfirma Deltatre erfasst zum Beispiel pro Bundesligaspiel bis zu 2000 Aktionen.⁵⁹ Diese großen Datenmengen prädestinieren die Sportberichterstattung für den Einsatz von Software, welche Texte automatisch generiert.

So entschied sich 2015 die Nachrichtenagentur Associated Press dazu, Artikel über amerikanische College-Sport-Spiele durch einen Algorithmus verfassen zu lassen.⁶⁰ AP nutzt dabei die Software WordSmith des Unternehmens Automated Insights und bekommt die Daten von der National Collegiate Athletic Association (NCAA). AP will durch diesen Schritt

⁵⁸ Vgl. Dörr 2015, S. 21, siehe auch Kapitel 4.4.5, S. 49.

⁵⁹ Vgl. Hoffman 2014.

⁶⁰ Vgl. Colford 2015.

auch die unteren Ligen mit Texten abdecken, um eine höhere Reichweite und somit mehr potentielle Kunden zu erreichen. Laut AP-Mitarbeiter Lou Ferrara kam es bei dem Projekt jedoch zu Komplikationen, da die zugrundeliegenden Daten oft von den Trainern selbst eingegeben wurden und teilweise Fehler enthielten bzw. ungenau waren.⁶¹

Auch in Deutschland werden bereits einige Fußball-Spielberichte durch Software generiert. Das Portal FussiFreunde.de von Radio Hamburg generiert zum Beispiel mithilfe der Firma Retresco zahlreiche Fußballberichte zu den unteren Ligen in Hamburg.⁶² Vermarktet wird die Seite von der SPM Sportplatz Media GmbH, welche auch ähnlich angelegte Plattformen wie Rheinfussball.de betreibt.

2.6.2 Wirtschaft

Ein weiteres Feld für den Einsatz von journalistischen Robotertexten ist die Finanzberichterstattung. Wie bereits unter Punkt 2.5 (S. 19) angeführt, arbeitet die Nachrichtenagentur Associated Press seit 2014 auch im Finanzsektor mit Automated Insights zusammen. Laut AP-Mitarbeiterin Philana Patterson wurde die Einführung von Robotertexten sowohl von den eigenen Mitarbeitern als auch den Kunden sehr positiv aufgenommen. Die Mitarbeiter könnten sich so auf wichtigere Aufgaben konzentrieren und die Kunden könnten aus einer größeren Bandbreite von Artikeln wählen. Zuvor wurden ca. 300 Berichte über Unternehmensgewinne pro Quartal von Redakteuren verfasst. Mithilfe der Software von Automated Insights konnten von nun an über 3.000 Artikel pro Quartal erstellt werden.⁶³ Die Zahl der generierten Artikel ist in den vergangenen Jahren stetig angestiegen.

Das Wirtschaftsmagazin Forbes arbeitet bereits seit 2012 mit Narrative Science zusammen. Mithilfe der Software Quill werden automatische Texte

⁶¹ Vgl. Graefe 2016, S. 22.

⁶² Vgl. Schwizler 2016.

⁶³ Vgl. White 2015.