

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-