Workshops und Konferenz
in Berlin 2013/2014 –
Ein Bericht

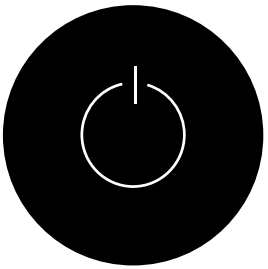
Groundbreaking Journalism

»Journalistische Werte in Code übersetzen«
S. 22

Was ist eigentlich Roboterjournalismus?
S. 36

Was darf ein Drohnenjournalist?
S. 47

Groundbreaking Journalism



iRIGHTS lab

Vodafone Institut
für Gesellschaft
und Kommunikation

Inhalt

Vorwort

S. 5

Einleitung

S. 6

INTERVIEW
»Das Publikum für Journalismus ist so groß wie noch nie«

S. 8

COMPUTATIONAL JOURNALISM
Welche Software braucht der Journalismus?

S. 13

RECHERCHE
Die Story im Datenhaufen finden

S. 16

SCHLAGLICHTER: IDEEN FÜR MEDIEN IM WANDEL

TAME
»Journalistische Werte in Code übersetzen«

S. 22

HOSTWRITER.ORG
»Ohne Kooperation geht viel verloren«

S. 24

SUBSTANZ
»Am liebsten würden wir den ganzen Tag nur an Geschichten herumschrauben«

S. 27

LOKALER
»Redaktionen sitzen auf Unmengen an Daten«

S. 30

EXPOSING THE INVISIBLE
Recherche kann viele Formen haben

S. 32

AUTOMATISIERUNG
Was ist eigentlich Roboterjournalismus?
S. 36

ALGORITHMEN UND REDAKTIONEN
Mein Kollege, der Roboter
S. 40

TECHNOLOGIE
Wozu Drohnenjournalismus?
S. 44

DROHNEN UND RECHT
Was darf ein Drohnenjournalist?
S. 47

BERICHTE AUS DEN WORKSHOPS

DIGITALER QUELLENSCHUTZ
»Ich bringe meine eigene Hardware in die Redaktion«
S. 54

KOOPERATION
Die Internationalisierung der Recherche und wie sie finanziert werden kann
S. 56

DROHNENJOURNALISMUS
Zivile Datensammler in Aktion
S. 58

GLOSSAR
S. 60

Über das iRights.Lab
S. 70

Über das Vodafone Institut für Gesellschaft und Kommunikation
S. 71

Vorwort

Es ist inzwischen nahezu banal festzustellen, dass Digitalisierung für den Journalismus gleichermaßen Herausforderung und Chance darstellt. Die Überführung von Geschäftsmodellen und Wertschöpfungsketten in ein digitales Zeitalter und neue digitale Werkzeuge, mit denen sich Darstellungsformen und Inhalte weiterentwickeln lassen, zeigen dies sehr eindrucksvoll. In vielen Bereichen wird inzwischen deutlich, dass es nicht nur um eine neue Infrastruktur geht, sondern um eine grundsätzliche Neuorientierung des Journalismus. Die Reihe »Groundbreaking Journalism« vom iRights.Lab und dem Vodafone Institut hat eine Plattform zur Diskussion dieses Themas geboten.

Gemeinsames Ziel dabei war, die Aufmerksamkeit auf den »Maschinenraum« des Journalismus zu lenken, wo die Formate und Inhalte entstehen, deren Produktion sich durch digitale Werkzeuge grundlegend ändert. Es freut mich, dass mit dem vorliegenden Band eine zusammenfassende Betrachtung des Themas vorliegt. Die Beiträge zeigen, wie vielfältig die Herausforderungen sind – und wie viel kreatives Potential die Digitalisierung im Journalismus freizusetzen vermag.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Dr. Mark Speich
Vodafone Institut für Gesellschaft
und Kommunikation

Einleitung

»Die Zukunft ist bereits angekommen – sie ist nur nicht sehr gleichmäßig verteilt.« Diesen Aphorismus des Science-Fiction-Autors William Gibson haben das iRights.Lab und das Vodafone Institut als Motto der Veranstaltungsreihe »Groundbreaking Journalism« gewählt, weil er die Situation auf den Punkt bringt, die derzeit im Journalismus herrscht: Einige Redaktionen setzen die neuesten Technologien ein oder entwickeln sie sogar selbst, um den Journalismus besser zu machen. Andere Redaktionen haben offenbar Schwierigkeiten damit, auch nur die Tatsache zu akzeptieren, dass Digitalisierung und Internet nicht mehr verschwinden werden.

Wir haben entschieden, uns mit deren Chancen und Möglichkeiten für den Journalismus zu befassen. Nicht aus einem naiven Fortschrittsglauben heraus, sondern weil es zum einen genug Veranstaltungen gibt, bei denen der Untergang des Journalismus wegen des Internets beschworen wird. Zum anderen, weil zwar viel über die Zukunft des Journalismus gesprochen wird, aber oft vage bleibt, wie der technologische Wandel konkret aussieht, der diese Zukunft prägt.

Klar ist, dass die herkömmlichen Finanzierungsmodelle für Redaktionen durch das Internet bedroht sind oder bereits teilweise zerstört wurden: indem Inhalte entbündelt wurden und der Sportteil nicht mehr die Politikberichterstattung »subventioniert«, weil Verlage Stellenmärkte und Kleinanzeigen verloren haben, weil die Menschen immer mehr im Internet lesen und dort die Anzeigenpreise weit niedriger liegen.

Doch zeigt die Diskussion über diese Themen nicht die Chancen auf, die in den technischen und konzeptionellen Entwicklungen stecken, die Digitalisierung und Internet ausmachen:

— die Möglichkeit, Daten und Informationen automatisiert zu verarbeiten und neue Wege für Recherche, Auswertung und Darstellung zu entwickeln (Daten- und Roboterjournalismus);
— journalistische Zusammenarbeit über Ländergrenzen und sogar Kontinente hinweg zu organisieren;
— neue Werkzeuge wie Fluggeräte und Sensoren einzusetzen, um Daten zu sammeln, die bisher dem Journalismus nicht zur Verfügung standen;
— neue Darstellungsformen und Erzählweisen zu entwickeln, die die Loslösung vom Druckerzeug-

nis zu ihrem Vorteil nutzen, statt alte Formen schlicht ins Netz zu übertragen.

Eine Bedrohung des Journalismus allerdings, die nichts mit Geschäftsmodellen und Finanzierung zu tun hat, konnten und wollten wir nicht außen vor lassen: die Bedrohung der Pressefreiheit, die von der umfassenden Bespitzelung durch Geheimdienste ausgeht, deren Aufdeckung mitten in die Vorbereitung zur Veranstaltungsreihe platzte. Ihr haben wir einen eigenen Workshop gewidmet; dass er ausgerechnet auf den 11. September 2013 fiel, war nicht dem symbolischen Datum geschuldet, sondern der Terminlage der Referenten.

Die gesamte Reihe war aufgeteilt in drei kleinere Workshops, die nur auf Einladung besucht werden konnten, und eine internationale Konferenz, die allen Interessierten kostenfrei offen stand. Wir haben damit versucht, zwei Ziele unter einen Hut zu bringen: zum einen intensive Debatten ohne Zeitdruck zu führen, zum anderen einer großen Öffentlichkeit zu ermöglichen, sich einen Überblick über den neuesten Stand der Entwicklungen zu verschaffen und mitzureden.

Diese Aufteilung bildet sich in diesem Band dadurch ab, dass er einerseits Berichte von den Workshops versammelt, andererseits Reports von der Konferenz, ergänzt durch Hintergrundtexte zu bestimmten Themengebieten, die wir für besonders hilfreich halten. Videos der Konferenz-Podien und Präsentationen sind im Web unter *groundbreaking-journalism.com* abrufbar.

»Die Zukunft« wird immer ungleichmäßig verteilt sein. Wir hoffen aber, sie durch die Groundbreaking-Journalism-Reihe und diese Publikation ein wenig gleichmäßiger verteilt zu haben. Wenn Sie Kommentare dazu haben oder mit uns in Kontakt treten möchten, schreiben Sie uns an *groundbreaking@iRights-Lab.de*.

Matthias Spielkamp
Kurator

David Pachali
Konzept und Redaktion

INTERVIEW

»Das Publikum für Journalismus ist so groß wie noch nie«

Ludovic Blecher

LUDOVIC BLECHER
Direktor des Innovations-Fonds
FINP

Während die Verlagswelt sich im wirtschaftlichen Umbruch befindet, sucht der Innovationsfonds FINP – »Fonds Google–AIPG pour l'Innovation Numérique de la presse« – nach neuen konzeptionellen und technologischen Ansätzen im Journalismus. Ein Gespräch über nationale Nischen im internationalen Werbemarkt und Journalisten als Unternehmer.

MATTHIAS SPIELKAMP: Der deutsche und der französische Medienmarkt haben vieles gemeinsam: In beiden Ländern gibt es die großen Verlage, denen es wirtschaftlich relativ gut geht, und kleine Nischen-Publikationen, für die es ebenfalls gut läuft. Doch dazwischen gibt es ein breites Feld mittelgroßer Medienhäuser und Publikationen, die seit längerer Zeit arg kämpfen müssen. Dennoch sagen Sie, der Journalismus sei noch nie so stark gewesen wie jetzt. Wie kann das sein, wenn doch so viele Verlage unter großem wirtschaftlichen Druck stehen?

LUDOVIC BLECHER: Die eigentlichen Nachrichten finden heutzutage ihren Weg zu den Nutzern auch sehr gut ohne die Medienindustrie, etwa durch die sozialen Netzwerke. Nachrichten finden also eine sehr hohe Verbreitung. Zudem gibt es längst neue Nachrichten-Anbieter, die nicht aus dem Journalismus stammen. Viele Unternehmen produzieren Inhalte; es gibt in vielen Bereichen Experten, die zum Beispiel Blogs unterhalten und sich mit Journalisten oder Medien zusammentun. Und es gibt ein riesiges Publikum, das Nachrichtensites nutzt – so groß wie noch nie, würde ich sagen. Diese beiden Aspekte machen den Journalismus als solchen sehr stark.

MATTHIAS SPIELKAMP: Sie waren Chefredakteur der Onlineausgabe von »Libération«, eines sehr berühmten Nachrichtenmediums. Jetzt machen Sie als Geschäftsführer des Innovations-Fonds FINP etwas ganz anderes. Zeigt sich auch in Ihrem persönlichen Werdegang der Wandel des Journalismus als Geschäft?

LUDOVIC BLECHER: Mein Wechsel war und ist eine rein persönliche Entscheidung; ich glaube nicht, dass sich darin etwas spiegelt. Doch wir dürfen uns als Journalisten nicht mehr auf die redaktionelle Seite des Arbeitsprozesses beschränken. Wir müssen besser mit den anderen Beteiligten zusammenarbeiten – mit Designern, Entwicklern, Technikern. Nur so können wir verstehen, welche Modelle funktionieren, woher das Geld im Journalismus kommen kann und wie man die Leser für die eigene Medienmarke gewinnt. Gewiss kann man sich auf die Inhalte konzentrieren, aber man sollte nicht ignorieren, was sich um einen herum verändert.

MATTHIAS SPIELKAMP: Aus Ihren jüngsten Erfahrungen heraus sagen Sie, dass in Ihrem Umfeld zwar schon einige Verlage und Journalisten experimentieren, aber trotzdem noch viel zu wenig passiert. Sie sind in die USA gereist, haben die Journalismus-Labore der Nieman Foundation an der Harvard-Universität besucht, in denen hervorragende Projekte entstehen. Derzeit sind »Quartz«, »Circa« und »Medium« als zukunftsträchtige Modelle in aller Munde. Diese Angebote erreichen sehr schnell eine breite Leserschaft; in Deutschland oder in Frankreich wäre das mit Angeboten in der jeweiligen Landessprache nur mit großen Mühen möglich. Sind Medienmarken wie etwa »Libération« wirklich konkurrenzfähig, wenn es um globale Werbegelder geht?

LUDOVIC BLECHER: Das ist ein wichtiger Punkt. Wir können uns gerne mit der »New York Times« beschäftigen und uns davon inspirieren lassen, wie sie Journalismus verkauft. Aber nur ganz wenige können mit ihr in einen Wettbewerb treten, weil der Markt für englischsprachigen Journalismus viel größer ist. Vielleicht können eines Tages spanischsprachige Zeitungen mithalten, weil auch sie einen weltweiten Markt bedienen.

MATTHIAS SPIELKAMP
Partner des iRights.Lab

Doch wer auf den französischen Markt fokussiert ist, der muss dort seine Nische finden. Aus der Perspektive Frankreichs ist das dann vielleicht Mainstream, aus globaler Perspektive ist es eine Nische. Unser Markt ist vergleichsweise winzig. Daran können wir nichts ändern.

MATTHIAS SPIELKAMP: Die Preise für Online-Werbung sind und bleiben niedrig – und zwar weltweit. Mit wachsenden Leserzahlen sollten eigentlich auch die Werbepreise steigen. Erwarten Sie das in naher Zukunft?

LUDOVIC BLECHER: Beim Display Advertising werden die Preise niedrig bleiben – und das ist für kleine Märkte ein großes Problem. Doch es gibt weitere Möglichkeiten für Werbung, die man nutzen kann. Etwa zielgerichtete Werbung auf der Basis von Nutzerdaten. Oder auch Native Advertising, da sind wir gerade erst am Anfang, diese neuen Formen in den digitalen Medien zu nutzen. Wir müssen bei Werbung kreativ und innovativ sein, um den Lesern interessante neue journalistische Angebote machen zu können. Sehr wichtig für die Redaktionen ist es dabei, den Lesern transparent zu machen, was eigene Inhalte und was bezahlte Werbeinhalte sind. Doch Native Ads bieten gute Möglichkeiten, das Publikum stärker einzubeziehen, denn Werbung kann auf ihre Art sehr kreativ und interessant sein.

MATTHIAS SPIELKAMP: Sie sagten, Journalisten sollten deutlich mehr über Geschäftsmodelle wissen; darüber, was durchführbar ist und wie man ein Publikum aufbaut. Darüber reden wir auch in Deutschland sehr viel. Aber würde das nicht die jahrhundertealte Trennung zwischen Redaktion und Verlag beenden? Ist es wirklich der Job eines Journalisten, Geschäftsmodelle für

ein Medienunternehmen zu entwickeln, das ihn beschäftigt? Sollten das nicht die Medienmanager tun?

LUDOVIC BLECHER: Nicht jeder Journalist muss zum Spezialisten für Geschäftsmodelle oder zum Business-Manager des Newsrooms werden. Doch die meisten Journalisten sollten heute Unternehmer sein. Wenn man einen Markt adressiert, muss man diesen gut kennen, dafür benötigt man Marktdaten. Und wenn man eine Nachrichten-App entwickeln will, muss man sich mit Interface-Designern zusammensetzen. Dafür braucht man als Journalist neue Kenntnisse und Fähigkeiten, die nichts mit den redaktionellen Tätigkeiten zu tun haben.

MATTHIAS SPIELKAMP: Ich kann mir vorstellen, dass Journalisten, die sich auch mit Marketing beschäftigen, um ihre Unabhängigkeit und ihre Glaubwürdigkeit fürchten.

LUDOVIC BLECHER: Das sehe ich nicht wirklich als Problem: In dem Moment, wo man an seinem nächsten Stück schreibt, handelt man nach wie vor als Journalist. Man checkt die Fakten, holt Stellungnahmen ein und macht, was nötig ist, um Geschichten und interessante Menschen zu finden. Aber mit dem Blick für Märkte und Geschäftsmodelle kann man zu einem besseren Journalisten werden.

MATTHIAS SPIELKAMP: Journalisten sollen also Ihrer Auffassung nach mehr experimentieren. Gleichzeitig erwarten Sie, dass die Vorschläge, die bei Ihrem Fonds eingereicht werden, tragfähige Geschäftsmodelle vorweisen. Ein Widerspruch?

LUDOVIC BLECHER: Das könnte sein, aber für den Fonds ist das die Bedingung. Wir wollen nicht einfach nur Geld verteilen. Wir wollen zuvor sehen, welches Geschäftsmodell mit einer eingereichten Idee verbunden ist und verfolgen sehr genau, wie die von uns geförderten Projekte dann verlaufen. •

GROUNDBREAKING JOURNALISM
iRIGHTS
VODAFONE INSTITUTE
#gbj14
WELCOMING REMARKS ...
@vf_institute
@lblecher
LUDOVIC BLECHER
REINVENT JOURNALISM?
THERE'S NO OTHER WAY BUT FORWARD
Le Monde
BIG PLAYERS ARE GOING TO SURVIVE ...
LESSONS FROM THE NIEMAN JOURNALISM LAB...
QZ.COM
SLATE
VICE NEWS
THE REACTION TO DIGITAL DISRUPTION HAS BEEN TO GIVE CONTENT AWAY FOR FREE
MIDDLE-SIZED PLAYERS FEEL THE SQUEEZE
DON'T PUT ALL YOUR EGGS IN ONE BASKET!
PAYWALLS WERE A TEMPORARY SOLUTION ... BUT THEY'VE HIT A WALL
NICHE PUBLICATIONS WILL THRIVE
BRANDING
ENGAGING CONTENT
ENGAGE THE AUDIENCE!
NEW BUSINESS MODELS
EXPERIMENT! & INNOVATE!
!!!
IS JOURNALISM REALLY STRONG?
CAN IT OPPOSE POPULIST MOVEMENTS SUCH AS FRONT NATIONAL?
STATE FUNDING REMAINS IMPORTANT TO FUEL JOURNALISM INNOVATION
RECORDED BY: Julian Kücklich (@playability)

COMPUTATIONAL JOURNALISM

Welche Software braucht der Journalismus?

David Pachali

JONATHAN STRAY
Leiter des Overview-Projekts bei AP

Das Projekt »Overview« von Associated Press soll Journalisten dabei unterstützen, umfangreiche Dokumenten-Sammlungen auszuwerten. Doch im Alltag der Newsrooms sind software-gestützte Auswertungen noch nicht angekommen. Entwickler-Journalisten wie Jonathan Stray wollen diese Kluft schließen.

5.000 Seiten, die ausgedruckt einen Papierstapel von knapp einem Meter Höhe ergeben würden – etwa drei Wochen müsste ein Journalist an den Berichten des US-Außenministeriums über den Einsatz von Sicherheitsfirmen im Irak lesen, um die Papiere durchzuarbeiten. Anhand solcher Dokumentenberge demonstriert Jonathan Stray, warum der Journalismus neue Software benötige. Stray – Journalist, Informatiker und Fellow am Tow Center für digitalen

Journalismus der Columbia-Universität – leitet das Projekt »Overview« von AP.

Füttert man das gleichnamige Programm mit einem solchen Stapel, untersucht es den Inhalt, sortiert die Dokumente und erzeugt eine Baumstruktur von Ordnern und Unterordnern anhand von Schlagworten. Hat es die Dokumente sortiert, kann der Nutzer sich von Schlagwort zu Schlagwort hangeln und die Dokumente in Augenschein nehmen. Ein Ordner kann etwa das Schlagwort »Wahlen« tragen, der nächste »Detonation« – je nachdem, welche markanten Begriffe in den Dokumenten häufig vorkommen.

Die Idee für »Overview« entstand während der journalistischen Arbeit selbst: Stray durchforstete die von Wikileaks veröffentlichten »Iraq war logs« – 391.832 Militärdokumente zum Irakkrieg, ein noch größerer Berg als die Berichte des Außenministeriums. Wo sollte er anfangen?

Stray programmierte eine Visualisierung, die die Dokumente als Punkte zeigte – solche mit ähnlichen Inhalten verbanden sich zu Clustern. So fanden sich in den Dokumenten Muster, darunter einige hundert Erwähnungen von Vorfällen mit Tanklastzügen. Der Vergleich mit dem AP-Archiv ergab: Nur die Hälfte war dort dokumentiert. Stray drängte sich die Frage auf: »Läuft es jeden Tag wie in den Meldungen?«

Rechnergestützte Auswertung: Nur schöne Theorie?

Drei Wochen arbeitete Stray an der Visualisierung – ein Aufwand, den sich kaum eine Redaktion leisten kann. Eben das soll das »Overview«-Projekt abkürzen und Analyse-Werkzeuge anbieten. Dass hinter solcher Auswertungssoftware mathematische Modelle wie die »multinomiale Dirichlet-Verteilung« oder die »inverse Dokumentenfrequenz nach TF-IDF-Gewichtung« stecken, erwähnt Stray beiläufig. Entsprechende Algorithmen kommen in vielen Bereichen zum Einsatz – bei Suchmaschinen oder Buch-Empfehlungen etwa. Für Stray gehören sie aber ebenso zum Werkzeugkasten des »Computational Journalism«, der nach seinem Verständnis vier Dinge leistet: Rechnergestützt nach möglichen Geschichten zu schürfen, die Informationsflut zu bändigen, eine Geschichte durch Visualisierungen zu erzählen, die Verbreitung von Informationen nachzuvollziehen.

»The revolution will be comma-delimited« steht auf dem Aufkleber seines Laptops; die Revolution wird kommagetrennt sein. Entwickler-Journalisten wie Stray lieben das Dateiformat »kommagetrennte Werte«, das Austausch und Analyse durch klar strukturierte Daten einfach macht und mit Excel ebenso wie mit Spezialanwendungen kompatibel ist. Doch solch »saubere« Daten sind eher selten anzutreffen. So fördert eine Informationsfreiheitsanfrage meist ausgedruckte und wieder eingescannte E-Mails zutage. Software-gestützter Journalismus: Eine schöne, aber graue Theorie? »Es gibt eine riesige Lücke zwischen dem, was im Labor des Journalismus möglich ist und dem, was im Newsroom auch umsetzbar ist«, räumt Stray ein. Auch die Technikgemeinde habe daran Anteil: Sie kümmere sich zu wenig darum, ihre schönen Entwicklungen auch praktisch einsatzfähig zu bekommen.

Die Suche nach dem Einhorn

Dass Software speziell für den journalistischen Einsatz entwickelt wird, ist ohnehin ein Sonderfall. Vorangetrieben wird die rechnergestützte Auswertung nicht von Medienhäusern, sondern in anderen Bereichen. Zum Beispiel in der Medizin oder der Werbung, aber auch in den IT-Abteilungen von Geheimdiensten, wo die Datenberge am größten sind. Sind die Programme frei verwendbar und quelloffen, können sie für journalistische Zwecke angepasst und weiterentwickelt werden, merkt Stray an.

ANNETTE LESSMÖLLMANN
Karsruher Institut für Technologie

MICHAEL KREIL
Entwickler bei Opendatacity

Aber nicht jeder Journalist müsse deshalb programmieren lernen, meint Michael Kreil, Entwickler bei der Datenagentur Opendatacity. »Der beste Ansatz liegt in der Zusammenarbeit«. Kleine Teams von Journalisten und Entwicklern hält er für das beste Modell. Medienhäuser müssten sich daher nicht nur fragen: Welche Software brauchen wir? Sondern auch: Welche Software-Entwickler brauchen wir? Für Jonathan Stray ist das leichter gesagt als getan. Hochspezialisierte Datenarbeiter zu finden, die auch journalistisch versiert sind, gleiche »der Suche nach dem Einhorn«.

Wichtig sei ein permanenter Austausch zwischen Journalisten und Entwicklern, der über »Bau mir das!« hinausgeht, sagt auch Annette Leßmöllmann, Professorin für Wissenschaftskommunikation am Karlsruher Institut für Technologie. Doch davon sei der Alltag im Newsroom noch weit entfernt. »Man muss erst einmal die Legende von den ›Digital Natives‹ überwinden«. In der Journalisten-Ausbildung an Hochschulen zeige sich: Nach der Einführung in journalistische Arbeitsweisen müsse man mit Grundlagen wie Twitter beginnen; erst Semester später sei dann noch Platz für den harten Stoff – wenn überhaupt.

Doch trotz aller neuen Techniken und Programme: Hergebrachte Arbeitsweisen werden durch sie nicht obsolet. Stray, der auch in Hongkong lehrt, erklärt seinen Studenten ebenso: Das Telefon ist eine Datenquelle. Nicht nur, aber gerade in China, wo deutlich weniger Daten offen zugänglich sind, muss man zum Hörer greifen. Auch die Verifizierung nehmen Programme wie »Overview« nicht ab. »Nur weil es Daten sind, sind sie noch nicht wahr. Da gelten immer noch die journalistischen Standards«. •

RECHERCHE

Die Story im Datenhaufen finden

Jan Lukas Strozyk

Verräterische Klimaanlagen, zweideutige Stellenanzeigen, millionenschwere Bauaufträge: Wer richtig sucht, findet auch in Hunderttausenden von Daten eine Geschichte. Wie für die Recherche »Geheimer Krieg« von NDR und »Süddeutscher Zeitung« Daten ausgewertet wurden.

Es war eine einzelne Zeile im schier endlosen Datenstrom. Ein Auftrag, den wir eigentlich gar nicht gesucht hatten. Auf einmal sahen wir: »Procurement Identifier: FA945107C0196; Contracting Office Agency Name: Dept. of the Air Force; Vendor Name: University Stuttgart, Product/Service Code AC53; Description: Weapons (Advanced)«. Dazu eine paar weitere komplizierte Zeichenketten und am Ende ein Betrag: 38.000 US-Dollar.

Übersetzt steht dort, dass die Universität Stuttgart Waffenforschung für die Luftwaffe der USA betrieben hat. Für uns war diese Zeile der Anlass, bei zahlreichen deutschen Hochschulen anzuklopfen, weitere Datenberge zu durchforsten und letztlich eine Debatte um militärische Gelder im deutschen Forschungsbetrieb zu entfachen.

Unser Projekt »Geheimer Krieg« lebte stets von klassischer Recherche: rausgehen, mit den Menschen vor Ort sprechen, Kontakte pflegen, hier und da etwas gesteckt bekommen. Ohne diese Art der journalistischen Arbeit hätte es den Film nicht gegeben, und auch die Beiträge in der »Süddeutschen Zeitung« und auf der Website geheimerkrieg.de wären nicht erschienen.

Auftragsdatenbank FDPS zeichnet detailliertes Bild

Gleichzeitig haben wir aber versucht, unsere Thesen systematisch mit Daten zu belegen und aus den Daten neue Ansätze zu gewinnen – wie im genannten Beispiel. Dabei half uns eine amerikanische Attitüde: In den USA ist es selbstverständlich, dass die Regierung sich gegenüber dem Bürger (insbesondere dem Steuerzahler) rechtfertigt. Und das heißt vor allen Dingen: Ausgaben erklärt. Im Jahr 1966 haben die USA den sogenannten »Freedom of Information Act« verabschiedet, schon 20 Jahre zuvor den »Ad-

ministrative Procedure Act« – zwei von einer ganzen Reihe von Gesetzen, die US-Bürgern und zum Teil auch Ausländern direkten Zugriff auf Informationen und Daten im Besitz des Staates geben und somit eine transparentere Demokratie ermöglichen sollen.

Ein Weg, sich über die Staatsausgaben zu informieren, ist die Datenbank des »Federal Procurement Data System«, kurz FPDS. Hinter dem kryptischen Namen verbirgt sich eine Sammelstelle für Aufträge aus öffentlicher Hand – fast jeder Dollar, den die US-Regierung bezahlt, findet sich hier wieder. Abgesehen von einigen Ausnahmen, wie Kleinaufträgen unter 3.000 US-Dollar oder als geheim eingestufte Verträge, findet sich hier ein Eintrag für alles, was die US-Regierung sich und ihrem Land leistet. Wir interessierten uns naturgemäß vor allem für Deutschland. Und schnell wurde klar: Mit den Daten aus FPDS lässt sich ein detailliertes Bild der US-Staatsausgaben in unserem Land zeichnen, der größte Teil davon Ausgaben von Militär und Sicherheitseinrichtungen.

Mit Hilfe der Programmierer von der Berliner Firma Opendatacity konnten wir die Datenbank des FPDS für unsere Zwecke »scrapen«, also eine lokale Kopie erzeugen. Dazu haben wir zunächst die komplette Datenbank in einer Volltextsuche nach relevanten Einträgen durchsucht. Relevant bedeutet in dem Fall, dass eines der von uns festgelegten Suchwörter darin vorkommt, zum Beispiel »Darmstadt« oder »Stuttgart«. Durch unsere Recherchen wussten wir zudem von einigen wichtigen Militäreinheiten in Deutschland und ihren Abkürzungen. So landete zum Beispiel der Code »66MI« für die 66. »Military Intelligence«-Brigade auf der Liste unserer Suchbegriffe. Die so erzeugte Kopie ließ sich deutlich zügiger und komfortabler bearbeiten, als einzelne Abfragen an den FPDS- Server es je zugelassen hätten.

Dokumente mit »Open Refine« durchsucht und sortiert

Das Ergebnis hat uns alle überrascht: Über 150.000 Einträge hat die Liste der Aufträge und Auftragsänderungen der vergangenen zehn Jahre – allein für Deutschland. Das heißt, dass die US-Regierung jeden Tag im Schnitt rund 42 Aufträge abschließt, die einen Bezug zur Bundesrepublik haben. Allein 2012 hat die US-Regierung in Deutschland drei Milliarden US-Dollar ausgegeben – nur nach Afghanistan floss mehr Geld. Freilich weckt nicht jeder Eintrag sofort das journalistische Interesse. Wer hat schon Lust, einer Toilettenpapier-Bestellung der Kasernen in Heidelberg hinterher zu recherchieren? Schnell stellt sich also in Anbetracht einer derartigen Masse an Daten die Frage, wie man daraus die relevanten Informationen ableitet.

Um die Daten-Spreu vom Daten-Weizen zu trennen, benutzten wir unter anderem das Programm »Open Refine«. Die Software ist als Open Source lizenziert, frei verfügbar und eignet sich auch für Anfänger gut, um Daten-Durcheinander zu sortieren. An dieser Stelle sei erwähnt, dass die hier vorgestellte Recherche kein »Best Practice«-Beispiel sein soll. Vielmehr haben wir uns Schritt für Schritt herangetastet. Bestimmt haben wir dabei vermeidbare Umwege genommen, am Ende ließen sich die 150.000 Einträge aber ganz gut verarbeiten.

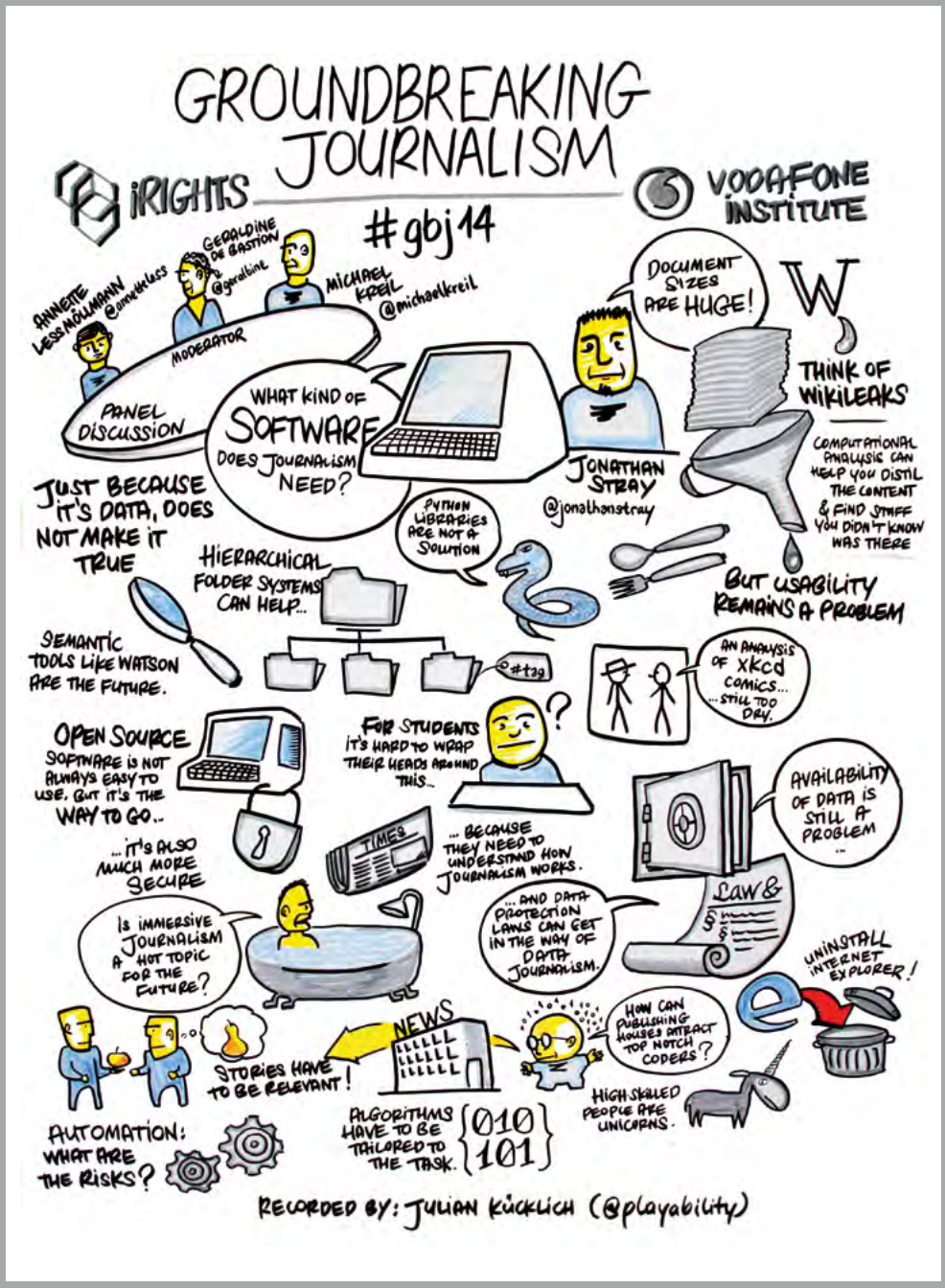
Mit »Open Refine« konnten wir aus dem Daten-Steinbruch handlichere Stücke abtragen. Je nach Recherche-Ansatz konnten wir so neue, präzisere Listen erstellen und durchstöbern: Nur Aufträge mit Bezug zum US Africa Command, nur Bauaufträge, nur Aufträge mit einem Wert von mindestens einer Million US-Dollar und so weiter. Die so herausgearbeiteten Daten nutzten wir als Grundlage für weitere Recherchen und um unsere eigenen Thesen zu überprüfen. Und letztlich auch, um unsere Leser zur Recherche

zu animieren. Dazu haben wir die Daten bereinigt und auf der Website geheimer-krieg.de zur Verfügung gestellt. So kann jeder Nutzer selbst auf die Suche gehen: Arbeitet mein Arbeitgeber mit den Amerikanern zusammen? Gibt es in meiner Heimatregion einen wichtigen Stützpunkt?

Puzzleteile aus sozialen Netzwerken und Jobbörsen

Natürlich macht eine Datenbank noch keine Geschichte. Aber ein paar Zeilen unter Hunderttausenden können manchmal das entscheidende Puzzleteil sein, und sie zu finden, hat den Reiz ausgemacht. Ähnlich wie wir mit den FPDS-Daten verfahren sind, haben wir weitere Quellen systematisch durchsucht und ausgewertet: Job-Börsen und Business-Netzwerke wie Monster, Linkedin oder Xing und eine weitere Auftragsdatenbank namens »Federal Business Opportunities«. Dazu immer wieder Telefonate, Treffen, E- Mails. Am Ende ist »Geheimer Krieg« für uns beides gewesen: ein klassisches Rechercheprojekt und ein erfolgreiches datenjournalistisches Experiment. •

Teilnehmer
der Konferenz


GROUNDBREAKING JOURNALISM
iRIGHTS
#gbj14
VODAFONE INSTITUTE
ANNETTE LESSMÖLLMANN @annewless
GERALDINE DE BASTION @geraldinet
MICHAEL KREIL @michaelkreil
MODERATOR
PANEL DISCUSSION
WHAT KIND OF SOFTWARE DOES JOURNALISM NEED?
DOCUMENT SIZES ARE HUGE!
JONATHAN STRAY @jonathanstray
THINK OF WIKILEAKS
COMPUTATIONAL ANALYSIS CAN HELP YOU DISTIL THE CONTENT & FIND STUFF YOU DIDN'T KNOW WAS THERE
JUST BECAUSE IT'S DATA, DOES NOT MAKE IT TRUE
PYTHON LIBRARIES ARE NOT A SOLUTION
HIERARCHICAL FOLDER SYSTEMS CAN HELP...
#tag
BUT USABILITY REMAINS A PROBLEM
SEMANTIC TOOLS LIKE WATSON ARE THE FUTURE.
AN ANALYSIS OF XKCD COMICS... ...STILL TOO DRY.
OPEN SOURCE SOFTWARE IS NOT ALWAYS EASY TO USE. BUT IT'S THE WAY TO GO..
FOR STUDENTS IT'S HARD TO WRAP THEIR HEADS AROUND THIS..
AVAILABILITY OF DATA IS STILL A PROBLEM
...IT'S ALSO MUCH MORE SECURE
TIMES
... BECAUSE THEY NEED TO UNDERSTAND HOW JOURNALISM WORKS.
Law &
... AND DATA PROTECTION LAWS CAN GET IN THE WAY OF DATA JOURNALISM.
UNINSTALL INTERNET EXPLORER!
IS IMMERSIVE JOURNALISM A HOT TOPIC FOR THE FUTURE?
NEWS
HOW CAN PUBLISHING HOUSES ATTRACT TOP NOTCH CODERS?
STORIES HAVE TO BE RELEVANT!
HIGH SKILLED PEOPLE ARE UNICORNS.
AUTOMATION: WHAT ARE THE RISKS?
ALGORITHMS HAVE TO BE TAILORED TO THE TASK.
010
101
RECORDED BY: JULIAN KÜCKLICH (@playability)

Diskussion auf der Konferenz
am 3. April in Berlin

SCHLAGLICHTER: IDEEN FÜR MEDIEN IM WANDEL

TAME

»Journalistische Werte in Code übersetzen«

Frederik Fischer

FREDERIK FISCHER
Journalist und Gründer von »Tame«

Der Dienst des Berliner Start-ups Tazaldoo wertet Kurznachrichten auf Twitter aus und erstellt eine Übersicht über vieldiskutierte Themen, zentrale Twitternutzer und häufig geteilte Links.

http://tame.it

Algorithmen sind nicht neutral, sie folgen Interessen. Was Google für relevant hält, entspricht immer seltener meinen Relevanzkriterien. Hinzu kommt: Google hat nur sehr eingeschränkten Zugriff auf Echtzeitinformationen. Diese Beobachtungen gehören zur Idee von Tame. Meine Vision ist es, eine Alternative zu Google zu entwickeln, die sich auf Echtzeitinformationen konzentriert und journalistische Werte in Code übersetzt.

Mit Tame wollen wir zeigen, dass Journalismus nicht mehr nur als Produktion von Inhalten verstanden werden darf. Immer häufiger übernimmt Software journalistische Funktionen. Google als Gatekeeper ist dabei nur eines unter vielen Beispielen. In einer Welt, die mehr und mehr durch Software geprägt ist, müssen journalistische Standards und Werte in Code übersetzt werden – andernfalls wird Journalismus in der digitalen Welt weiter an Relevanz verlieren.

Vor zwei Jahren mussten wir noch sehr umfassend erklären, warum es eine journalistische Alternative zu Google braucht und wie wichtig die Analyse von Echtzeitinformationen für Journalisten ist. Zwei Jahre später ist das Thema in nahezu allen Redaktionen angekommen. Tame wird rund um die Welt genutzt – von großen Marken wie der »New York Times«, BBC und »Washington Post« ebenso wie von Bloggern und Studenten.

Wie bei allen Start-ups war, ist und bleibt die Finanzierung eine Herausforderung. Da wir den Großteil unserer Ressourcen in die Entwicklung stecken, bleibt wenig übrig für Werbung. Und ohne Werbebudget ist es mühsam, sich im täglichen Kampf um Aufmerksamkeit zu behaupten.

Vor der Gründung von Tame habe ich als freier Journalist mit den Schwerpunkten Pop- und Netzkultur für Fernsehen, Print und Online gearbeitet. Heute hat sich der Journalismusbegriff, den ich noch in der Ausbildung gelernt habe, für mich vollständig aufgelöst und ist obsolet geworden. Für mich ist Journalismus heute ein Prozess und ein Service am Leser, am Zuschauer, am Nutzer – sowie an der Gesellschaft allgemein. Da traditionelle Medien und Rezeptionsformen eine immer geringere Rolle spielen, müssen Journalisten Möglichkeiten finden, ihre Dienstleistung diesen Veränderungen anzupassen. •

HOSTWRITER.ORG

»Ohne Kooperation geht viel verloren«

Tamara Anthony

TAMARA ANTHONY
Journalistin und Mitgründer von
»hostwriter.org«

Die Non-profit-Plattform hostwriter.org will Journalisten länderübergreifend vernetzen. Eines der Mittel dabei: Couchsurfing. »Find a story – find a colleague – find a couch!«, lautet der Slogan. Seit Mai 2014 ist die Plattform in einer Beta-Version freigeschaltet.

http://hostwriter.org

Die Idee hinter hostwriter.org ist denkbar einfach: Es ist oft sehr sinnvoll, wenn Journalisten zusammenarbeiten. Wenn Journalisten beispielsweise für Medien in unterschiedlichen Ländern berichten, gibt es nicht einmal eine Konkurrenzsituation. Es schadet niemandem, aber hilft sehr, wenn man sich mit Tipps, Telefonnummern und Hintergrundinformationen austauscht oder sogar zusammen an einer Geschichte schreibt.

Aus diesem Gedanken der Kooperation haben wir im Rahmen des Vereins »Journalists Network« viele Recherchereisen für Journalisten organisiert. Dann kam die Idee des Couchsurfings für Journalisten hinzu: Man erfährt viel mehr über ein Land, wenn man bei einem Journalisten zu Hause übernachtet, statt im Hotel. Eine unserer Gründerinnen, Tabea Grzeszyk, war mit Couchsurfing unterwegs und hatte sehr gute Erfahrungen gemacht. Couchsurfing ist aber nur einer von mehreren Aspekten von hostwriter.org. Wir wollen die Plattform des Austauschs unter Journalisten sein.

Im Hauptberuf bin ich Fernsehjournalistin, angestellt beim Norddeutschen Rundfunk und arbeite als Fernsehkorrespondentin im ARD-Hauptstadtstudio für die Tagesschau und die Tagesthemen. Hostwriter.org ist ein ehrenamtliches Projekt neben der hauptberuflichen Arbeit.

Die Wirtschaft globalisiert sich – Journalismus sollte sich auch globalisieren (siehe den Bericht auf S. 56 in diesem Band). Da es aber nicht mehr Geld für den Journalismus geben wird, braucht es andere Wege, als Journalist internationaler zu arbeiten. Genau dafür braucht es hostwriter.org: Wir wollen ermöglichen, dass Journalisten mit Quellen vor Ort in Kontakt kommen, leichter an die Orte des Geschehens reisen, öfter mit anderen Journalisten kooperieren, die sich in der Materie auskennen. Bisher gibt es keine Plattform, die solche Kooperation unter Journalisten erleichtert, hostwriter.org wird dies sein!

Noch sind wir nicht online gegangen, aber bereits jetzt gibt es sehr viel und sehr gutes Feedback. Viele Journalisten freuen sich, über die Plattform ein neues Netzwerk der Kooperation und Unterstützung aufbauen zu können – besonders deshalb, weil immer mehr Journalisten frei arbeiten und nicht mehr an die finanzielle und organisatorische Infrastruktur eines großen Verlagshauses oder eines Senders angeschlossen sind, etwa an ein Netz von Auslandskorres-

pondenten. Diese positive Reaktion spiegelt sich auch in vielen Einladungen zu Konferenzen, in Presseartikeln und Interviews wider.

Es ist jedoch auch sehr schwierig, an Gelder zu kommen. Wir sind ein Non-profit-Projekt, das heißt wir wenden uns nicht an Investoren, sondern an Stiftungen auf der Suche nach finanzieller Unterstützung. Da es aber eine innovative Idee ist, die nicht in bereits vorhandene Förderprogramme passt, scheinen wir oft durchs Raster zu fallen. Stiftungen sind offenbar nicht so risikoaffin und damit nicht so innovationsoffen.

Das wenige Geld führt zum einen zu schlaflosen Nächten, denn wir müssen die Programmierung und das Webdesign bezahlen und sind hier ins Risiko gegangen. Zum anderen bedeutet es, dass alles – alles, alles – wir drei Gründerinnen machen müssen und nichts outsourcen können. Andere Aufträge und Freizeit außerhalb von hostwriter.org sind so gut wie unmöglich. Bisher haben wir nicht einmal Geld für unsere Fahrtkostenerstattung. Aber ein großes Problem wäre das nur, wenn die Plattform nicht gut angenommen wird.

Die Arbeit an hostwriter.org hat mich nochmals darin bestärkt, dass mehr Kooperation unter Journalisten sehr sinnvoll und an der Zeit ist. Es gehen zu viele Themen und zu viel Expertise verloren, weil eine Plattform für Kooperationen fehlt und der Gedanke, wie sinnvoll sie sein können. Ich hoffe, dass die Antwort auf die Gefährdung des Qualitätsjournalismus mehr Kooperation ist. •

SUBSTANZ

»Am liebsten würden wir den ganzen Tag nur an Geschichten herumschrauben«

Georg Dahm & Denis Dilba

GEORG DAHM & DENIS DILBA
Wissenschaftsjournalisten und Gründer von »Substanz«

Das von den Wirtschafts- und Wissenschaftsjournalisten
Georg Dahm und Denis Dilba geplante multimediale
Wissenschaftsmagazin soll ausschließlich als App erscheinen.
Im März 2014 schlossen die Gründer
ein Crowdfunding ab.

http://failbetter.biz

»Substanz« zu gründen, war unsere logische Konsequenz aus einer Doppelklatsche: Erst macht Gruner+Jahr uns die deutsche »Financial Times« zu, dann beerdigt der Spiegel-Verlag nach nur sechs Monaten die deutsche Ausgabe des Wissenschaftsmagazins »New Scientist«, für das wir beide arbeiteten. Bevor wir uns beim »New Scientist« wieder begegnet sind, war Georg zuletzt sechseinhalb Jahre Redakteur bei der FTD und ihren Schwestermagazinen »Capital«, »Impulse« und »Business Punk«, wo er viel dem angewandten Wahnsinn frönen durfte. Denis hat als zum freien Journalisten konvertierter Ingenieur für fast alle Medien geschrieben, in die eine Wissenschaftsgeschichte passt.

Nach einer kurzen Wut- und Trauerphase war uns klar: Dann machen wir jetzt unser eigenes Magazin – und wir machen es rein digital. Die Technik ist reif, die Leute wollen große Wissenschaftsgeschichten lesen und die Tabletverkäufe gehen durch die Decke – also lass uns doch diese gewaltige Chance nutzen! Stecken wir unsere Kraft nicht in dieses wahnsinnige Kioskgeschäft, sondern in ein Medium, das uns ganz neue kreative Möglichkeiten bietet!

Journalistisch halten wir zwei Dinge an »Substanz« für bemerkenswert.

Erstens: Es gibt vor allem online viele aktuelle Nachrichten aus der Wissenschaft, aber viel zu wenig große Geschichten, die diese Nachrichten einordnen. »Substanz« soll diese Geschichten erzählen, wir wollen Platz und Ruhe schaffen für großes Magazinhandwerk. Wir wollen Wissenschaft so erzählen, dass die Leser aus Spaß an der Geschichte dranbleiben und am Ende merken: Hoppla, ich hab gerade total viel gelernt.

Zweitens: Der Wissenschaftsjournalismus muss sehr komplexe Zusammenhänge erklären und sehr visuell arbeiten. Da bietet uns die digitale Form viel mehr Möglichkeiten als das Papier – und mit diesen Möglichkeiten wird bisher kaum gespielt. Mit »Substanz« schaffen wir uns eine Spielwiese.

Bei unserer Crowdfunding-Kampagne haben knapp 600 Unterstützer gut 37.000 Euro auf den Tisch gelegt – und das, obwohl sie noch gar nicht das Magazin, sondern nur unser Konzept kannten. Eine schönere Bestätigung könnten wir uns gar nicht vorstellen. Jetzt geben wir alles, um dieses Vertrauen zu rechtfertigen.

Am liebsten würden wir den ganzen Tag nur an Geschichten herumschrauben, müssen als Start-up-Gründer aber eben auch tausend andere Dinge regeln, die uns früher der Verlag abgenommen hat. So muss die Technik sauber laufen: Momentan haben wir zum Beispiel eine Phase, in der unsere Layouterinnen die Programmierer mit den Effekten piesacken, die sie gerne umsetzen würden – ein IT-Projekt hat eben immer viele Baustellen.

Aber »Substanz« ist uns ein Geschenk: Wir dürfen mit Autoren geile Geschichten entwickeln und ganz neue Formen der optischen Umsetzung ausprobieren – wir fragen uns ständig: Ok, im Print hätten wir das so und so gemacht. Aber was wäre denn auf dem Tablet cool?

Unser Verständnis von gutem Magazinjournalismus ist aber letztlich unabhängig von der Plattform: Das Thema muss gut sein; die Autoren müssen sich auskennen, gründlich recherchieren, müssen die Informationen einordnen und die Geschichte dann so aufschreiben, dass sie von vorn bis hinten Spaß macht. Was sich gerade grundlegend ändert, ist unsere Art zu layouten.

Der Bildschirm bietet uns viel mehr Freiraum und verlangt eine ganz andere Dramaturgie als das Papier. Im Print geht es immer darum, wo auf der begrenzten Anzahl von Doppelseiten Texte, Bilder, Kästen platziert werden müssen, damit ein harmonischer Gesamteindruck entsteht. Auf dem Tablet geht es darum, wann der Leser beim Scrollen durch eine Geschichte welche Elemente braucht, damit er bei der Stange bleibt und nicht überfrachtet wird. •

LOKALER

»Redaktionen sitzen auf Unmengen an Daten«

Lorenz Matzat

LORENZ MATZAT
Datenjournalist und Gründer von
»Lokaler«

Die von Lorenz Matzat gegründet Firma »Lokaler« bietet die Geo-Software »AGI Mapware« an, die Informationen auf Karten darstellt, etwa Veranstaltungen oder Lokalnachrichten. Sie setzt auf bestehende Geodaten von Openstreetmap, Google oder Bing Maps auf.

http:// lokaler.de

»Lokaler« und unsere Software »AGI Mapware« ist inspiriert von Webseiten wie »Everyblock« und auch »Frankfurt Gestalten« – Plattformen mit einem Lokalbezug, die über Neues aus einer Stadt oder einer Nachbarschaft informieren und auf denen Bürger Informationen ebenso einstellen wie abrufen können. Die Idee zu »Lokaler« kam etwa um 2010 auf, als klar wurde, dass es mehr und mehr Daten mit solchem Lokalbezug geben wird, nicht zuletzt Open Data. Dafür braucht es adäquate Plattformen, um die Daten abzubilden.

Viele Redaktionen sitzen bereits heute auf Unmengen von lokalen Daten. Neben Artikeln sind das etwa Fotoarchive, aber auch Terminkalender. Wir bieten mit unserer Kartenanwendung die Möglichkeit, diese Inhalte anders und besser zugänglich zu machen; vor allem bei der mobilen Nutzung und als alternative Darstellung zur klassischen Website.

Wir haben einige Kunden aus dem Bereich Bildung und Verlage gewonnen. Zusammen mit den Stadtmagazinen »Tip« und »Zitty« in Berlin werden wir bald unser bislang größtes Projekt umsetzen, ein kartenbasiertes Stadtportal. Unser Eindruck ist, dass wir mit dem richtigen Produkt zum richtigen Zeitpunkt am Start sind: Das Bewusstsein über den Wert von Daten für den Journalismus ist deutlich gestiegen. Für uns zeigt sich aber auch: Softwareentwicklung ist langwierig und damit teuer.

Mein Verständnis von journalistischer Arbeit ist dabei dasselbe geblieben; zuvor habe ich als freier Journalist und als Medienpädagoge gearbeitet. Aber wir haben viele Redaktionen kennengelernt und haben eine deutlichere Vorstellung davon gewonnen, welch hartes Geschäft Journalismus ist. •

EXPOSING THE INVISIBLE

Recherche kann viele Formen haben

Marek Tuszynski

MAREK TUSZYNSKI
Technologie- und Programmleiter beim
Tactical Technology Collective

Die Nichtregierungsorganisation Tactical Technology Collective arbeitet daran, Wissen und Fertigkeiten im Umgang mit Information und Technologie zu vermitteln und richtet sich besonders an Organisationen in Entwicklungs- und Schwellenländern sowie an Aktivisten. Das Projekt »Exposing the Invisible« besteht aus drei Teilen mit je einem Film im Zentrum: »Unseen War«, »From My Point of View« und »Our Currency is Information«.

http://exposingtheinvisible.org

Mit unserem Projekt »Exposing the Invisible« verbindet sich eine doppelte Idee, die bereits im Namen steckt: Recherche und Untersuchung einerseits, Unsichtbarkeit andererseits. Damit sind zwei Fragenkomplexe verbunden.

Erstens: Wie steht es um die Fähigkeit, Recherchen über das Konzept des klassischen investigativen Journalismus hinaus anzustrengen? Wie hat sich Recherche verändert – durch digitale Medien, durch den Zugang zu Informationen und Daten, durch neue Tools und kreative Taktiken?

Zweitens: Warum bleiben bestimmte Themen und Praktiken unsichtbar? Warum lässt sich organisierte Kriminalität so schwer ans Licht bringen? Wie können wir mit der Flut an Videos umgehen, die uns etwa vom Bürgerkrieg in Syrien erreichen? Warum bleiben die Drohneneinsätze in Pakistan unsichtbar und entziehen sich der Transparenz und der Rechenschaft? »Exposing the Invisible« basiert auf dieser Spannung zwischen Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit: Was unsichtbar ist, kann ans Licht der Öffentlichkeit gebracht werden.

»Exposing the Invisible« stellt zugleich Fragen an den Journalismus: Woran bemisst sich guter Journalismus, was macht ihn aus? Geht es darum, komplexe Sachverhalte zu erklären, Rechenschaft zu verlangen und Sichtbarkeit zu schaffen, wenn Menschen getötet werden? Geht es darum, Indizien und Beweise zu finden und zu verstehen? Geht es darum, den Beruf neu zu erfinden? Wer auf eine dieser Fragen mit »Ja« antwortet, sollte sich »Exposing the Invisible« näher ansehen. Unser Projekt zeigt, wie wichtig es ist, mit Menschen zusammenzuarbeiten, die unterschiedliche Fähigkeiten wie visuelle Darstellung, Programmieren oder Schreiben haben; die unterschiedliche Erfahrungen, Sprachen und Wohnorte haben, aber mit der Intention verbunden sind, eine Sache zu verstehen und zu durchdringen.

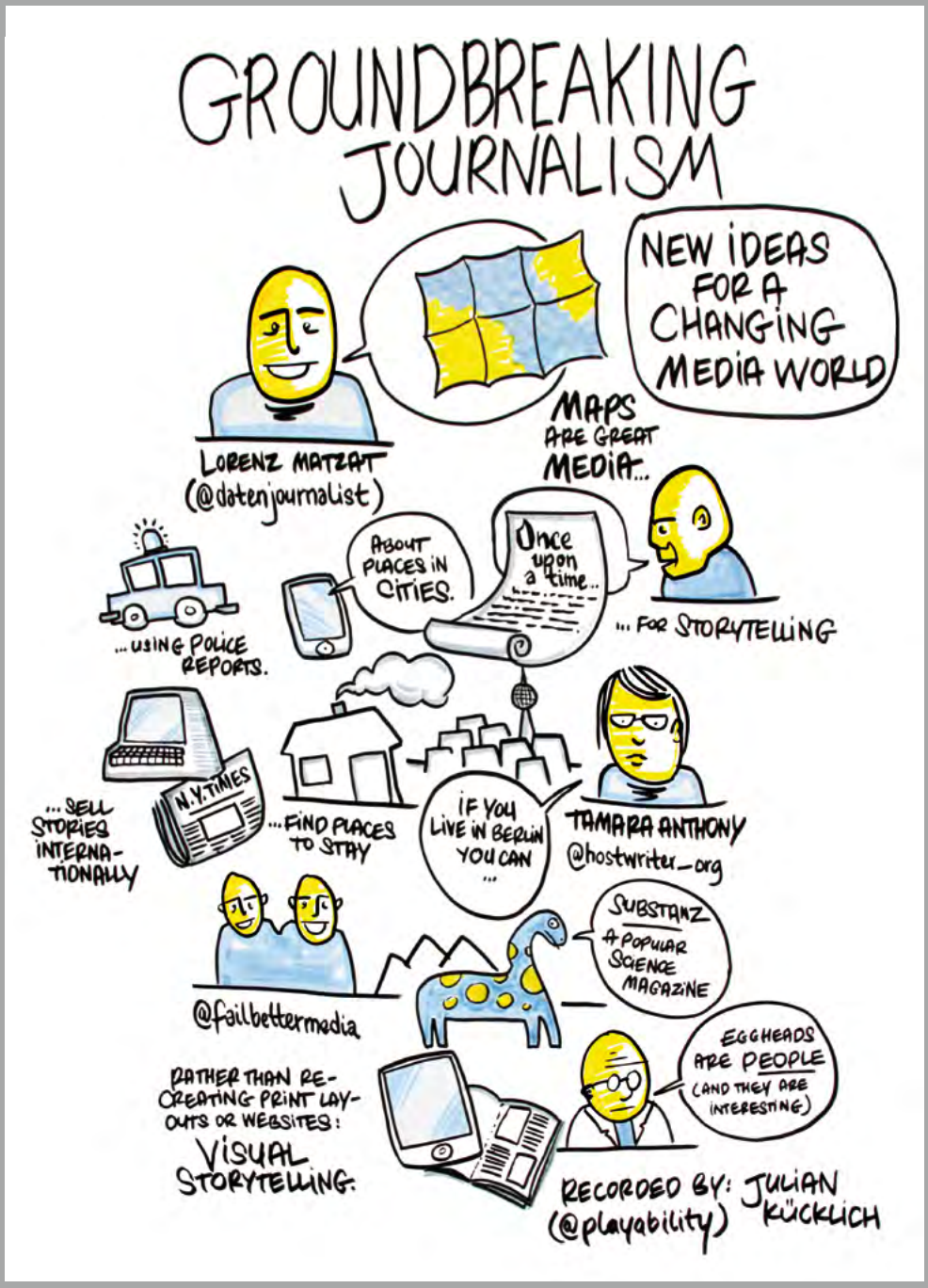
Das belgische Magazin »Mondiaal Nieuws« schrieb: »Wenn Hacker, Aktivisten und Journalisten zusammenarbeiten, schafft das neue Möglichkeiten für den investigativen Journalismus. Mit einer Filmreihe zeigt ›Exposing the Invisible‹, wie der Bereich des investigativen Journalismus durch neue Formen der Kooperation befördert werden kann«. Das ist nur ein Beispiel für eine ganze Reihe an positiven bis enthusiastischen Reaktionen auf das Projekt.

Der Ansatz von »Exposing the Invisible« lässt sich als »problembasiertes Lernen« beschrei-

ben: Wir haben uns entschieden, ein komplexes Feld zu durchdringen und die Frage nach der Recherche mit der physischen, moralischen und politischen Unsichtbarkeit der behandelten Themen zu verbinden. Dafür gibt es drei Formate: Erstens kurze Dokumentarfilme und Videoskizzen, die zu einem neuen Blick auf bekannte Dinge einladen sollen; zweitens Interviews, die einen breiteren Kontext eröffnen und den Hintergrund der Protagonisten darstellen; drittens eine Datenbank, die Ressourcen, Taktiken und Strategien sammelt, die in den Filmen und Interviews gezeigt werden und die in auch anderen Kontexten eingesetzt und ausprobiert werden können.

Dank unseren Unterstützern und freiwilligen Helfern wird jeder Film mit Untertiteln in mindestens sechs Sprachen veröffentlicht. Unsere englischsprachige Website schränkt leider den Nutzerkreis noch ein.

Während der Arbeit an »Exposing the Invisible« haben wir zugleich gelernt, dass Journalisten häufig glauben, die Arbeitsweise und Idee investigativer Recherche gepachtet zu haben. Wenn wir neue Formen der Recherche erwähnten, ernteten wir kritische Blicke und stießen auf eine Verteidigungshaltung – als sei investigativer Journalismus die einzig erlaubte Form und auf dem Irrweg, wer andere Recherche-Formen praktiziert. Noch komplizierter wird es, wenn wir sagen, dass investigativer Journalismus für uns zu den wirkungsvollsten Formen des Aktivismus zählt. Das kommt selten gut an. •


GROUNDBREAKING JOURNALISM
NEW IDEAS FOR A CHANGING MEDIA WORLD
LORENZ MATZAT (@datenjournalist)
MAPS ARE GREAT MEDIA...
ABOUT PLACES IN CITIES.
Once upon a time...
... FOR STORYTELLING
... USING POLICE REPORTS.
N.Y.TIMES
... SELL STORIES INTERNATIONALLY
... FIND PLACES TO STAY
IF YOU LIVE IN BERLIN YOU CAN ...
TAMARA ANTHONY @hostwriter_org
@failbettermedia
SUBSTANZ A POPULAR SCIENCE MAGAZINE
EGGHEADS ARE PEOPLE (AND THEY ARE INTERESTING)
RATHER THAN RE-CREATING PRINT LAYOUTS OR WEBSITES: VISUAL STORYTELLING.
RECORDED BY: JULIAN KÜCKLICH (@playability)

AUTOMATISIERUNG

Was ist eigentlich Roboterjournalismus?

Lorenz Matzat

Noch sehen wir nur Ansätze, aber durch die technologische und ökonomische Entwicklung werden automatisierte Verfahren auch im Journalismus immer stärker Einzug halten. Verschiedene Szenarien sind denkbar: Algorithmen im Wettlauf könnten das Internet zumüllen und manipulieren – oder aber journalistische Qualität unterstützen und anheben.

Auch das noch: Ein weiterer Journalismusbegriff. Nach Datenjournalismus, Drohnenjournalismus und Sensorjournalismus kommt jetzt auch noch Roboterjournalismus. Er dreht sich um Software, die in Teilbereichen des Journalismus selbstständig Artikel und Berichte erstellt. Vornehmlich wird er im Nachrichtenjournalismus stattfinden – und nicht bei Analyse, Kommentar, Interview und Investigation. Bislang geschieht solcherlei nur experimentell, etwa bei »Forbes«. Doch bis 2020 dürften nicht wenige Jobs im Journalismus von Maschinen erledigt werden.

Warum das so ist, will ich hier darstellen. Man mag sich streiten, ob Roboterjournalismus als Begriff taugt. Angesichts einer bislang mangelnden Alternative wird er hier für Algorithmen-Maschinen verwendet, die komplizierte Arbeitsschritte bis zu einem gewissen Grad autark erledigen können.

Roboter als Assistent

In der ersten Phase werden Roboter redaktionelle Assistenz leisten: Bei automatisierter Recherche, bei der Faktenüberprüfung, beim Scannen von Social Media und Sensornetzwerken; beim Mitlesen, -hören, -schauen von Websites, Radio- und TV-Sendern. Entsprechend werden sie in den Redaktionssystemen Gerüste für Beiträge anlegen, die schon Fakten, Satzbausteine, Zitate und Links enthalten. Denkbar ist auch, dass während ein Autor an einem Beitrag arbeitet, Software das bislang Verfasste interpretiert und entsprechend ständig weiteres Material sowie Satzbausteine heranschafft. Software wird zu-

dem auch Bilder vorschlagen, schlichte Diagramme erstellen, Karten- und Videoausschnitte bereitstellen. Ein weiteres Einsatzgebiet dieser Assistenz werden Live-Ticker und Plattformen wie der Twitter-Sammeldienst Storify sein.

Nachrichtenagenturen liefern ihre Texte schon heute recht strukturiert aus, zum Beispiel als NewsML. Diese Inhalte zuzuschneiden und in ein Redaktionssystem einzupassen, ist technisch einfach, weil inhaltlich gar nichts erfasst werden muss. Das allein wäre schlicht Automatenjournalismus. Doch auch die Spracherkennung wird immer besser – man schaue sich die automatisierte Untertitelung englischer Beiträge bei Youtube an. Politikerreden bei »Phoenix«, im Bundestags-TV oder andere Streams zu überwachen, kann Software übernehmen. Mittels semantischer Verfahren, dem Vergleich mit anderen Reden aus Archiven, aber auch durch Auswertung der Resonanz bei sozialen Netzwerken wird Software die Kernaussagen von Reden identifizieren. Damit ließe sich der weitverbreitete »Verlautbarungsjournalismus« automatisieren, der mehr oder minder unterhinterfragt Ausschnitte aus Pressekonferenzen wiedergibt.

Die zweite Phase im Roboterjournalismus wird dann eintreten, wenn die semantischen Fähigkeiten der Algorithmen so weit gediehen sind, dass sie in brauchbarer Qualität Beiträge für eine Vielzahl von Themenbereichen erzeugen können. Die kontrolliert dann noch ein Mensch vor Veröffentlichung und greift gegebenenfalls sprachlich etwas ein. Je mehr Informationen über Schnittstellen (APIs) daherkommen, je mehr Vorgänge gemessen und in Metriken beschrieben werden, umso mehr Bereiche der Berichterstattung werden sich automatisieren lassen. Und die Software wird immer besser werden, weil sie lernt. Es wird nicht zum vielgerühmten Qualitätsjournalismus per Roboter kommen; aber für das, was heute im alltäglichen Nachrichtengeschehen als Journalismus gilt, wird es allemal reichen.

Individualisierung: Nachrichten mit neuem Zuschnitt

Der Clou am Roboterjournalismus ist, dass er Inhalte *on the fly* erzeugen und ständig aktualisieren kann. Eine Individualisierung von Nachrichten wird so auf einem völlig anderen Niveau möglich. Nutzer erhalten anhand ihrer Schwerpunktsetzung auf ihre Hausnummer genau zugeschnittene Nachrichten. Ratsinformationssysteme ihrer Gemeinde, Pressemitteilungen, Agenturticker, Sportergebnisse, Terminkalender, Transkription von Radio, Fernseh- und Videobeiträgen, Wetter- und Verkehrssensoren in ihrer Umgebung und weitere Quellen werden dafür ausgewertet. Anhand dessen werden kurze Berichte verfasst und gegebenenfalls illustriert. Durch Sprachsynthese sind auch Podcasts möglich. Solche Audiostücke können wiederum automatisiert mit Bewegtbild, Fotos und Grafiken zu Videos zusammengeschnitten werden.

Bislang fehlen hierzulande noch die Softwareanbieter, die Roboterjournalisten zur Marktreife gebracht hätten. Im englischsprachigen Raum sind »Narrative Science« und »Automated Insights« in diesem Bereich unterwegs. Auch im deutschsprachigen Raum dürfte es bald Anbieter von solcher Software geben; die Technologie ist zumindest in Ansätzen vorhanden, etwa im Bereich der »Business Intelligence« oder bei Kanzleisystemen. Die Qualität der Roboterjournalisten-Software – der *engine*, die sich ein Medienanbieter leistet oder selbst entwickelt – wird ein Kriterium sein, welche Rolle er im Nachrichtengeschäft spielen wird. Neben Anbietern von Technologieplattformen dürften sich hier auch neue Player etablieren, die keinen klassischen Verlag im Rücken haben. Ebenso können Medienmarken aus anderen Sprachräumen mittels Roboterjournalisten Sprachbarrieren einfacher überwinden.

Hinter dem Hype: Betriebswirtschaftlicher und technologischer Wandel

Rein betriebswirtschaftlich wird sich das Ganze ab einem bestimmten Preispunkt lohnen. Impuls könnte dafür hierzulande nicht zuletzt auch der Mindestlohn sein, weil sich in der ohnehin klammen Branche die Anschaffung von Roboterjournalisten-Software lohnt. Eine neue Stufe der Automatisierung durch Algorithmen und Roboter ist selbstredend nicht auf den Journalismus beschränkt; vielmehr wird dieser Wandel viele Branchen erfassen.

Manche werden das Gerede vom Roboterjournalismus als Technologieoptimismus oder -pessimismus abtun. Klar, Robotik ist ein Hype – spätestens seit das IT-Unternehmen Google in jüngster Zeit reihenweise Robotik-Unternehmen kauft. Doch Trends und Hypes sind nicht per se schlecht oder fabriziert; sie können versanden, können aber auch berechtigter Ausdruck des Zeitgeistes sein und manchmal auf einen epochalen Umbruch verweisen.

Mehr und mehr integrieren sich Redaktion und IT; vor allem wenn das Medium rein digital erscheint. Entwickler und Programmierer erhalten Einzug in die Redaktionsräume – das wird auf Dauer die Kultur in Redaktionen ändern. Programmierer haben meist ein recht pragmatisches Verhältnis zu Informationen, der Kern ihrer Arbeit ist es, Arbeit durch Softwaremaschinen erledigen zu lassen. Und wer je in einer Redaktion gearbeitet hat, dem dürften etliche Arbeitsschritte und Routineaufgaben einfallen, die sich dort noch automatisieren lassen dürften. Constanze Kurz und Frank Rieger schreiben im Epilog ihres Buches »Arbeitsfrei«: »Je weniger spezielle Talente und Fähigkeiten ein Arbeitsplatz erfordert, je besser sich Resultate messen, analysieren und quantifizieren lassen, desto direkter und unmittelbarer ist der Wettlauf mit den Maschinen«.

Apropos: »Race against the machine« hieß ein dünnes Büchlein, das Erik Brynjolfsson und Andrew McAfee vor gut zwei Jahren veröffentlichten. Ende 2013 haben die Ökonomen vom MIT ein weiteres Buch nachgelegt: »The Second Machine Age«. Man muss ihre doch sehr technologie-positivistische Sicht nicht teilen, die gesellschaftliche und soziale Fragen lediglich oberflächlich streift. Dennoch ist die Herleitung lesenswert, weshalb sie eine »zweite Industrialisierung« heraufdämmern sehen. Ihrer Meinung nach ist die Geschwindigkeit, in der die Digitalisierung dank immer besserer und günstigerer Technologie voranschreitet, schneller als weitläufig angenommen. Die Kombination aus Forschung und Entwicklung in verwandten Gebieten sei im Begriff, durch ihre Synergie einen Technologieschub auszulösen. Vielleicht ist die Google-Street-View-Technologie, die mittlerweile fast fehlerfrei Texterkennungs-Aufgaben (Captchas) löst, ein Indiz für diese These.

Strukturierte Informationen, Sensoren und das Internet der Dinge

Roboterjournalismus wäre uninteressant, wenn er nur dazu dienen könnte, Sportergebnisse zu verschriftlichen. Doch immer mehr Informationen liegen strukturiert vor oder werden in solche Form umgewandelt. Roboterjournalisten können direkt an das sagenumwobene »semantische Netz« andocken – siehe das Wikidata-Projekt, den Schema.org-Standard oder das Vorhaben der BBC, ihre Inhalte granular adressieren zu können. Zudem wächst das »Internet der Dinge« heran – vielleicht viel langsamer und organischer, als die regelmäßigen Hype-Runden glauben machen wollen.

Unstrittig ist, dass die Zahl der Sensoren und mit dem Internet verbundenen Geräte stetig enorm steigt. Roboterjournalisten können jede Regung und jeden Vorgang in dem entstehen-

den massiven Sensornetzwerk registrieren und gegebenenfalls beschreiben. Sie werden aus Bereichen berichten können, die Menschen gar nicht zugänglich sind. Vielleicht entstehen hier sogar neue journalistische Genres.

Kampf der Algorithmen

Selbstredend birgt – wie jede Technologie – auch Roboterjournalismus Gefahren und kann missbraucht werden. Das große Vorbild Narrative Science wird von einem Risikokapital-Arm des US-Geheimdienstes CIA mitfinanziert. Die deutsche Firma Aexea verdient ihr Geld unter anderem mit Suchmaschinenoptimierung (SEO) und dürfte ihre Technologie ursprünglich auch in diesem Bereich entwickelt haben. SEO ist letztlich ein spezieller Bereich der Werbewirtschaft, der mit lauteren oder unlauteren Mitteln die Position von Websites bei den Ergebnissen von Suchmaschinen beeinflusst oder manipuliert. Hier herrscht ein ständiger Kampf der Algorithmen von Google und Co. mit denen der SEO-Firmen, die teilweise auf automatisch generierte Inhalte für »Linkfarmen« setzen oder auf halbautomatische Prozesse, wie bei den Plattformen des Unternehmens »Demand Media«.

Das heißt: Die Methoden des Roboterjournalismus könnten beispielsweise eingesetzt werden, um eine automatisierte Schleife zum *fact checking* für Beiträge vor Veröffentlichung einzuführen; sie könnten helfen, die Qualität anzuheben. Sie könnten andererseits auch dazu dienen, das Internet zuzumüllen oder gar systematisch und anhaltend Fakten zu verzerren oder weitflächig zu manipulieren. Etwa durch koordiniertes und nimmermüdes Bearbeiten der Wikipedia auch über Sprachräume hinweg.

Neben den Auswirkungen der Roboter auf den Arbeitsmarkt nicht nur der Journalisten – denen sich Gewerkschaften und Politik beginnen sollten zu widmen – braucht es auch andere Vereinbarungen. Vielleicht ein Zertifikat oder eine Clearingstelle für Roboterjournalismus-Software, die ihr ein journalistisches Verfahren bescheinigt, einen Presseausweis ausstellt. Der Pressekodex könnte Maßstab für die Modellierung der Algorithmen sein, die unmittelbar für das Erstellen und Anreichern von Texten zuständig sind. Letztlich bräuchte es so simple und klare Regeln wie die drei Robotergesetze von Asimov. •

ALGORITHMEN UND REDAKTIONEN

Mein Kollege, der Roboter

Stefan Mey

Programme, die beim Vorbereiten oder Verbreiten eines Artikels helfen, sind bereits heute breit im Einsatz; auch zum automatischen Verfassen gibt es erste Ansätze. Je stärker der journalistische Arbeitsprozess von Automatisierung geprägt werden wird, desto wichtiger wird die Frage, wer die dabei eingesetzten Algorithmen kontrolliert.

Mitte März 2014 hatte sich eine kleine Sensation ereignet. Wenige Minuten nach einem Erdbeben in Los Angeles erschien ein kurzer Artikel dazu auf der Webseite der Tageszeitung »Los Angeles Times«. Der stammte nicht wie üblich von einem Journalisten. Verfasst hatte ihn ein Algorithmus, den ein Redakteur der Zeitung entworfen hatte. Das Programm »Quakebot« hatte Geodaten analysiert. Als diese auf ein Erdbeben hinwiesen, generierte er mithilfe von Textbausteinen eine kurze Nachricht. Der Redakteur war vom Erdbeben wach geworden, überflog den Text und veröffentlichte ihn dann.

Für Frederik Fischer ist das ein extremes Beispiel, wie Maschinen journalistische Aufgaben übernehmen können. Fischer ist selbst Journalist und Gründer von Tame. Der Dienst analysiert Twitter, um aus dem Rauschen der Tweets relevante Trends und Meinungen herauszufiltern (siehe den Beitrag von Frederik Fischer auf Seite 22).

Er glaubt, dass Technologie den journalistischen Prozess unterstützen kann: »Es gibt keinen Grund, weshalb wir Maschinen nicht für die Erledigung banaler Aufgaben nutzen sollten, sodass wir den Kopf für die interessanteren Dinge freibekommen.« Für verschiedene klassisch journalistische Aufgaben existieren bereits heute technologische Helferlein. »Talkwalker« etwa hilft bei der Beobachtung von Themen. Mit dem Dienst lassen sich Neuigkeiten zu individuell definierbaren Suchbegriffen verfolgen. Bei der Distribution von Inhalten hilft die App »Buffer«, die einen günstigen Zeitpunkt für die Veröffentlichung von Beiträgen in sozialen Netzwerken zu ermitteln verspricht.

Und dann gibt es auch noch ein Start-up namens Narrative Science. Dessen Textgenerator lässt im großen Stil Artikel von Robotern schreiben. Dabei werden Ergebnisse von Footballspielen oder Unternehmensdaten in vorproduzierte Textbausteine eingefügt. Das Wirtschaftsmagazin »Forbes« lässt so beispielsweise Unternehmensporträts verfassen.

SOLANA LARSEN
Chefredakteurin von
»Global Voices«

DOMENIKA AHLRICHS
stellvertretende Chefredakteurin
»Zeit Online«

LORENZ MATZAT
Datenjournalist und Gründer von
»Lokaler«

Maschinen bereiten nur vor, die Deutungshoheit liegt bei der Redaktion

Domenika Ahlrichs, stellvertretende Chefredakteurin von »Zeit Online«, würden solche Einsatzszenarien zu weit gehen. Maschinen könnten Redaktionen zwar bei der Vorbereitung von Geschichten helfen. Dann aber müsse menschliche Intelligenz übernehmen.

Ein weiteres Szenario für die maschinell unterstützte Recherche sind datenjournalistische Stories. Als aktuelles Beispiel nennt Ahlrichs eine Visualisierung der ärztlichen Versorgung in Deutschland: »Wir haben Daten über spezialisierte Ärzte per Scraping gesammelt und sie dem Einkommen der Leute vor Ort gegenübergestellt. Aus dieser Kombination ergab sich eine interessante Geschichte über die ungerechte Verteilung von Ärzten in Deutschland.«

Dass Datensätze aber die Themenauswahl auf »Zeit Online« übernehmen, schließt sie aus: »Wir nutzen natürlich Echtzeit-Statistiken über das Lese- und Klickverhalten bei Artikeln. Auf dieser Grundlage können wir leichte Anpassungen vornehmen, beispielsweise an den Überschriften. Wir wollen aber immer noch selbst entscheiden, welcher Artikel gut für unsere Web-

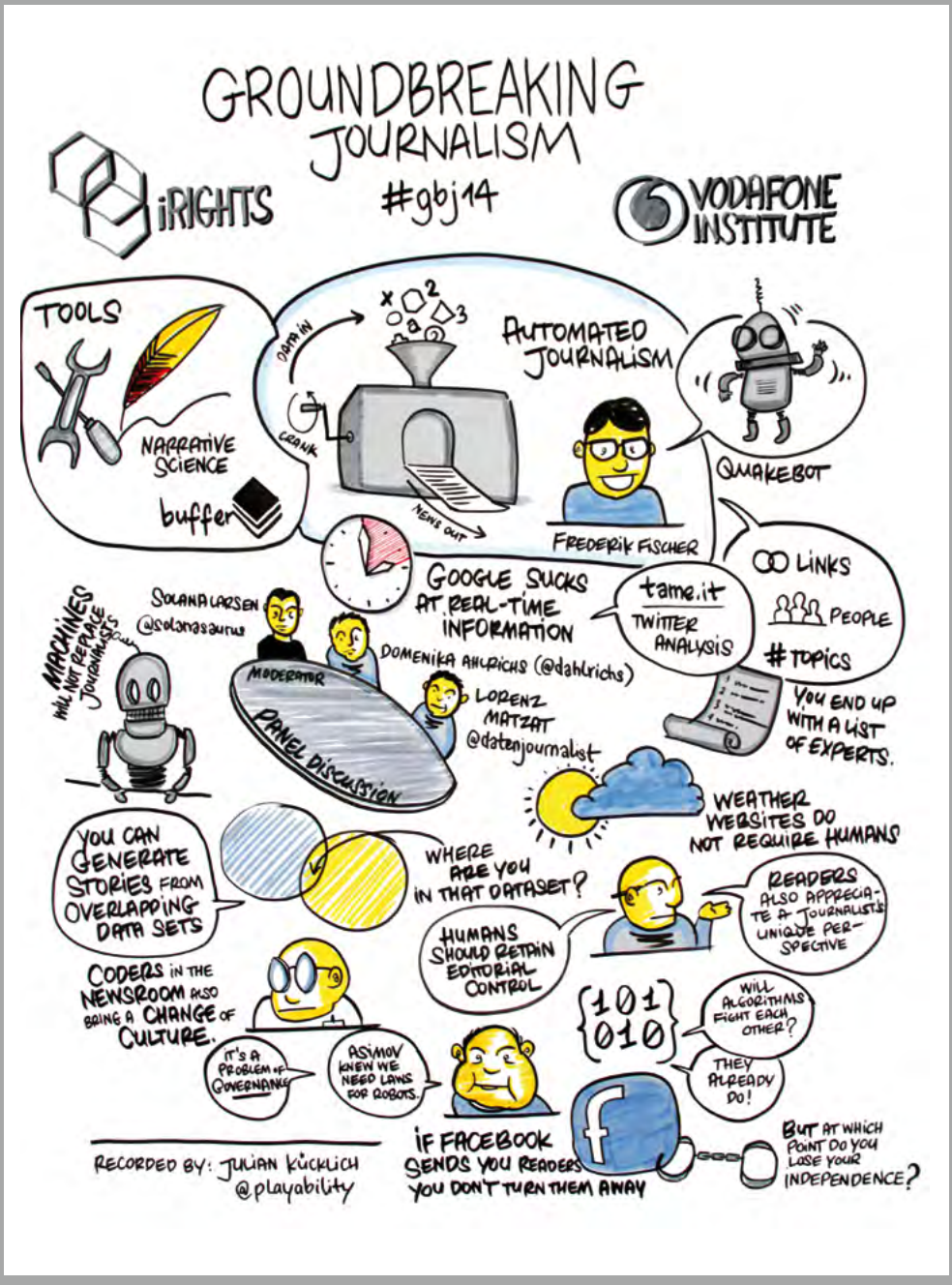
seite ist.« Diesen eigenständigen Blick auf die Welt würde das Publikum von »Zeit Online« auch erwarten.

Im Jahr 2011 hatte der Datenjournalist Lorenz Matzat für »Zeit Online« eine Visualisierung zur Vorratsdatenspeicherung erstellt, die mit einem Grimme-Online-Award und dem Online Journalism Award ausgezeichnet wurde. Matzats aktuelles Projekt ist »Lokaler«, eine Software, die Daten auf Karten abbildet. Für die Berliner Stadtmagazine »Zitty« und »Tip« bereitet er deren Datenbank zu Veranstaltungen und Locations auf. Seine Erfahrungen mit Redaktionen fasst er folgendermaßen zusammen: »Programmierer, die in eine Redaktion kommen, bringen eine andere Kultur mit. Der Kern ihres Jobs ist es, Prozesse zu automatisieren. Diese Automatisierung wird kommen. Das lässt sich nicht aufhalten.« (Siehe dazu den Beitrag auf S. 36.)

Wer kontrolliert die Algorithmen?

In der Diskussion taucht immer wieder eine Frage auf: Wer kontrolliert dann eigentlich die Algorithmen, wenn sie eine so große Bedeutung im Journalismus erlangen? Stichwort: Algorithm Accountability. Wenn Algorithmen in Redaktionen Einzug halten und selbstständig Artikel schreiben, brauchen wir gut durchdachte Regeln für automatisierten Journalismus. Die Frage nach der Kontrolle von Algorithmen stellt sich auch an einem anderen Punkt: Sollten Firmen ihre einflussreichen Algorithmen offenlegen müssen, auch wenn das deren Geschäftsinteressen widerspricht?

Frederik Fischer sieht hier vor allem ein Regulierungsproblem. Globale politische Strukturen fehlen, die große Firmen wie Google oder Facebook zu Transparenz zwingen könnten. Matzat hofft, dass bald eine Art Amnesty International diesen Job übernehmen könnte: »Wir brauchen eine NGO, die als Clearingstelle für die Kontrolle von Algorithmen fungieren kann.« Mit anderen Worten: Auch wenn Journalismus und Algorithmen zusammenwirken, sollte in der Partnerschaft der Mensch doch immer das letzte Wort haben. •


GROUNDBREAKING JOURNALISM
#gbj14
iRIGHTS
VODAFONE INSTITUTE
TOOLS
NARRATIVE SCIENCE
buffer
DATA IN
CRANK
NEWS OUT
AUTOMATED JOURNALISM
FREDERIK FISCHER
QUAKEBOT
GOOGLE SUCKS AT REAL-TIME INFORMATION
tame.it
TWITTER ANALYSIS
LINKS
PEOPLE
#TOPICS
YOU END UP WITH A LIST OF EXPERTS.
MACHINES WILL NOT REPLACE JOURNALISTS
SOLANA LARSEN @solanaslarsen
MODERATOR
PANEL DISCUSSION
DOMENIKA AHLRICHS (@dahlrichs)
LORENZ MATZAT @datenjournalist
WEATHER WEBSITES DO NOT REQUIRE HUMANS
YOU CAN GENERATE STORIES FROM OVERLAPPING DATA SETS
WHERE ARE YOU IN THAT DATASET?
READERS ALSO APPRECIATE A JOURNALISTS UNIQUE PERSPECTIVE
HUMANS SHOULD RETAIN EDITORIAL CONTROL
CODERS IN THE NEWSROOM ALSO BRING A CHANGE OF CULTURE.
IT'S A PROBLEM OF GOVERNANCE
ASIMOV KNEW WE NEED LAWS FOR ROBOTS.
101 010
WILL ALGORITHMS FIGHT EACH OTHER?
THEY ALREADY DO!
IF FACEBOOK SENDS YOU READERS YOU DON'T TURN THEM AWAY
BUT AT WHICH POINT DO YOU LOSE YOUR INDEPENDENCE?
RECORDED BY: JULIAN KÜCKLICH @playability

TECHNOLOGIE

Wozu Drohnenjournalismus?

Stefan Mey

BEN KREIMER
Mitarbeiter am Drone Journalism Lab
Universität Nebraska-Lincoln

Bei der technologischen Entwicklung von Drohnen zeigen sich zwei Entwicklungslinien – der militärischen steht die zivile Nutzung gegenüber, und immer günstiger werden die Mini-Drohnen auch für den Journalismus. Vorübergehender Hype oder Beginn eines neuen Genres? Zumindest bieten Drohnen im Journalismus ganz wörtlich neue Perspektiven.

Ben Kreimer könnte man als Visionär des Drohnenjournalismus bezeichnen. Er forscht am Drone Journalism Lab der Universität Nebraska-Lincoln. Das Labor ist eines von zwei Universitäts-Programmen, die sich den journalistischen Möglichkeiten der kleinen, unbemannten Fluggeräte widmen. Diese Mini-Drohnen sind heute nicht mehr unerschwinglich, schwärmt Kreimer. »Die Technologie ist mittlerweile sehr viel billiger geworden. Und für den Preis können sie unglaublich viel.« Nur noch etwa 1.400 US-Dollar koste die komplette Ausrüstung, bestehend aus Drohne, Kamera, Batterien und einem tragbaren Monitor.

Als im Sommer 2012 der Fluss Platte River in Nebraska komplett ausgetrocknet war, machte Kreimer mit seiner Drohne Luftaufnahmen, die das ganze Ausmaß des Desasters zeigten. Für andere Bilder flog er um die Welt. In Indien erstellte er Ende 2013 Luftaufnahmen eines Fußballspiels, die auch die Zeitung »Times of India« veröffentlichte. Als seinen größten Coup präsentiert er Aufnahmen in einem Naturschutzgebiet in Kenia: die Kamera überflog atemberaubende Landschaften und filmte Nashörner und Giraffen auf Augenhöhe aus wenigen Metern Entfernung.

»Bilder von Drohnen bieten eine zusätzliche Perspektive für journalistische Geschichten«, meint Kreimer. Auch Infrarotbilder und Nachtsichtaufnahmen sind möglich, ebenso Videos im Zeitraffer, die Umweltveränderungen dokumentieren. Drohnen könnten auch einen Geigerzähler tragen und radioaktive Messwerte sammeln. In Krisengebieten machen sie zudem unabhängiger – zum Beispiel von Armee-Hubschraubern, die Journalisten nur das sehen lassen, was sie sehen sollen.

Regulierung zeigt die Schwierigkeiten mit Dual-Use-Technologien

In Deutschland ist der Einsatz kleiner Drohnen relativ klar reguliert, berichtet die IT-Juristin Ramak Molavi. Die Luftverkehrs-Ordnung regelt die »erlaubnisbedürftige Nutzung des Luftraums«, gezielte Überwachungen von Menschen und Porträtaufnahmen ohne Einwilligung der Betroffenen sind verboten. Die Lage in den USA ist dagegen weniger eindeutig. Es gibt bislang keine explizite gesetzliche Regelung (ausführlich zur Rechtslage siehe den Beitrag von Ramak Molavi auf S. 47).

Der Aktivist Marek Tuszynski vom Tactical Technology Collective hat zwei technologische Entwicklungslinien und Einsatzszenarien im Blick, die mit dem Begriff »Drohnen« belegt sind. Journalisten können mit den fliegenden Hilfsmitteln nicht nur fast alles dokumentieren, Umweltprobleme aufdecken und Beweise sichern. Dieser wünschenswerten Nutzung steht der Einsatz von Drohnen im militärischen Kontext entgegen. Ferngesteuerte Fluggeräte werden genutzt, um Menschen gezielt aus der Luft zu töten. Die beiden Anwendungsgebiete beeinflussen sich gegenseitig, meint Tuszynski: »Wenn der Einsatz von Drohnen im militärischen Kontext reguliert wird, wird das schnell auf den zivilen Einsatz übertragen werden.« Bekannt ist das aus der Diskussion um Dual-Use-Technologien, die auf doppelte Weise verwendet werden können.

Ist der Einsatz von Drohnen aber etwas substanziell Neues? Tuszynski betont, dass allein

RAMAK MOLAVI
Rechtsanwältin bei iRights.Law

MAREK TUSZYNSKI
Technologie- und Programmleiter beim
Tactical Technology Collective

MATTHIAS SPIELKAMP
Partner des iRights.Lab

der Blick von oben eine neue Situation für Journalisten schaffe. Eine Fragestellerin im Publikum ärgert sich über allzu hohe Erwartungen: Journalismus sei mehr als das neueste technische Spielzeug zu verwenden. Ben Kreimer verweist darauf, dass wir heute noch nicht unbedingt wissen können, was Drohnenjournalismus bedeutet. Er ist überzeugt: Worüber wir heute reden, ist nichts im Vergleich zu dem, worüber wir in fünf Jahren diskutieren. Dann sieht die Welt möglicherweise ganz anders aus. Vielleicht wird Drohnenjournalismus nicht mehr nur an zwei US-Universitäten gelehrt, sondern in vielen Ländern. Vielleicht redet auch niemand mehr darüber, wenn das Interesse am Neuen abgeflaut ist – oder wenn die Technik zum ganz unspektakulären Werkzeugkasten eines Journalisten gehört. Und über eine andere technische Innovation wird dann gesagt, dass sie den Journalismus neu erfindet. •

DROHNEN UND RECHT

Was darf ein Drohnenjournalist?

Ramak Molavi

Wie Drohnen im Journalismus eingesetzt werden dürfen, dafür sind die Regeln klarer, als es zunächst den Anschein haben mag – jedenfalls in Deutschland. Neben den allgemeinen gesetzlichen Vorgaben ist vor allem die Luftverkehrs-Ordnung maßgeblich, daneben die Grundsätze journalistischen Arbeitens.

Auf technologische Neuheiten reagieren wir oft mit einem bestimmten Reflex: Wir nehmen an, es handle sich um eine völlig neuartige und daher »rechtsfreie Zone«, in der alles möglich sei. Alternativ: um ein Gebiet, in dem dringend eine neue Regulierung erforderlich sei.

Tatsächlich aber ist es nichts grundlegend Neues, wenn Journalisten Aufnahmen aus der Luft anfertigen und Drohnen mit Kameras oder anderer Sensorik einsetzen. Neu ist jedoch, dass Drohnen als Hilfsmittel sich immer weiter verbreiten – und die daraus resultierende Notwendigkeit, sich mit dem Thema näher zu befassen und die Rechtslage aufzuklären.

Die Nutzung von Drohnen ist bereits weitgehend reguliert. Zum einen gibt es spezielle Regeln, die man kennen muss; zum anderen gelten allgemeine Regeln meist entsprechend, wenn besondere fehlen. Eine weitergehende Rechtsprechung und neue Normen, die speziell auf Drohnen zugeschnitten sind, werden sich in Zukunft herausbilden, aber reguliert ist vieles schon jetzt. In diesem Artikel verstehe ich unter Drohnen Kopter mit Foto-, Film-, oder Sensor-Ausrüstung bis zu einem Gewicht von 25 Kilogramm. Es geht explizit nicht um bewaffnete Kampfdrohnen aus dem Militär oder geheimdienstlich eingesetzte Drohnen, die leider den gleichen Namen tragen. Im internationalen Vergleich können die bestehenden Regelungen allerdings sehr unterschiedlich ausfallen. Hier geht es um eine kurze Darstellung des deutschen »Drohnenrechts« und einen kurzen Blick auf die Rechtslage in den USA.

Drohnen in Deutschland

Seit etwa vier Jahren sind Drohnen ausdrücklich in der Luftverkehrs-Ordnung benannt. Es

gibt damit einen klaren Rechtsrahmen für die Drohnennutzung: Gewerbliche Nutzer – damit sind alle Nutzer gemeint, die keinen Aufstieg zu Sport- oder Freizeitzwecken planen – brauchen immer eine Aufstiegserlaubnis. Bei einem Drohnengewicht von unter 5 Kilogramm geht es hier um eine generelle, etwa zwei Jahre gültige Aufstiegserlaubnis, bei einem höheren Gewicht um eine Einzelfallerlaubnis. Die Einzelfallerlaubnis kann unpraktisch sein, wenn man Spontanflüge plant, da es rund zwei Monate dauern kann, bis die Genehmigung erteilt wird.

Zuständig dafür ist die jeweilige Luftfahrtbehörde des Bundeslandes. Bei einer generellen Aufstiegserlaubnis ist der Wohnsitz des Antragstellers maßgeblich, bei einer Einzelfallgenehmigung kann der Ort des geplanten Aufstiegs entscheidend sein. Diese und weitere Fragen vor einem Drohneneinsatz lassen sich mit einem kurzen Anruf bei der Luftfahrtbehörde des jeweiligen Bundeslandes klären. Das empfiehlt sich auch deshalb, weil die Behörden zwar nach gemeinsamen Grundsätzen handeln, je nach zuständiger Behörde aber Abweichungen möglich sind, etwa bei Gebühren und Wartezeiten.

Versicherung, Kontrollierbarkeit und Flugverbotszonen beachten

Besondere Fähigkeiten nach Art eines »Drohnenführerscheins« sind nicht nachzuweisen. Eine wichtige Voraussetzung ist allerdings der Nachweis einer Haftpflichtversicherung. Da die meisten Versicherungen Drohnenschäden in ihren Geschäftsbedingungen ausschließen, muss eine Spezialversicherung abgeschlossen werden. Momentan ist es damit noch relativ einfach, eine Genehmigung zum Aufstieg zu erhalten. Es ist aber anzunehmen, dass es in Zukunft strengere Regeln geben wird, sobald sich erste Vorfälle ereignen und die Zahl der Drohnen im Luftraum zunimmt.

Die wichtigste Regel für die Nutzung einer Drohne ist die Kontrollierbarkeit. Daraus ergibt sich, dass Flüge nur in tatsächlicher Sichtweite des Steuernden stattfinden dürfen, optische Hilfsmittel wie ein Fernglas nicht eingerechnet. Die Flughöhe darf höchstens 30 bis 100 Meter betragen. Über Menschenansammlungen ist ein Drohnenflug meistens untersagt – und natürlich ebenfalls über Flugverbotszonen. Solche Zonen sind in der Regel immer Flughäfen und das angrenzende Gebiet im Umkreis von 1,5 Kilometern. Regierungsviertel und Militärzonen dürfen ebenfalls nie überflogen werden. Welche lokalen Flugverbotszonen es darüber hinaus gibt, lässt sich der Webseite der Bundesaufsicht für Flugsicherung (BAF) entnehmen.

Allgemeine Vorgaben und journalistische Grundsätze

Erteilt die zuständige Luftfahrtbehörde einmal die Genehmigung, steht dem Drohnenflug nichts mehr im Wege. Die Drohne als Arbeitsmittel ist dann für eine gewisse Zeit oder einen einzelnen Aufstieg zugelassen.

Wichtig zu beachten ist jedoch: Die Genehmigung betrifft nur den luftfahrtbehördlich relevanten Bereich. Es folgt daraus nicht, man dürfe alles, was mit der Drohne technisch machbar wäre, auch tatsächlich tun. Auch hier gelten die üblichen Grundsätze journalistischen Arbeitens und allgemeine gesetzliche Vorgaben. Zudem bedarf es stets einer Interessensabwägung im Einzelfall. Für Investigativjournalisten ist darüber hinaus der Hinweis wichtig, dass für nicht rechtmäßig angefertigte Aufnahmen das Beweisverwertungsverbot gilt; diese also nicht in möglichen Prozessen verwendet werden dürfen.

Zu den wichtigsten allgemeinen Regelungen gehören auch beim Einsatz von Drohnen im Journalismus:

Das Urheberrecht.
Bei Foto- oder Filmaufnahmen sind grundsätzlich etwaige Urheberrechte von Architekten,

BEN KREIMER
Mitarbeiter am Drone Journalism Lab,
Universität Nebraska-Lincoln

Künstlern oder anderen Betroffenen zu beachten und im Vorfeld eine Zustimmung aller Rechteinhaber einzuholen. Im Einzelfall und nach entsprechender Interessensabwägung kann im Rahmen der urheberrechtlichen Schranke zur »Berichterstattung über Tagesereignisse« diese Zustimmungspflicht entfallen. Weiterhin kann die Ausnahme der Panoramafreiheit greifen, nach der Aufnahmen von Bauwerken, Skulpturen oder anderen bleibenden Kunstwerken, die sich auf Straßen oder Plätzen befinden, auch ohne Genehmigung des Urhebers erlaubt sein können.

Diese Ausnahmevorschrift ist jedoch eng auszulegen und gilt nach derzeitiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs dann nicht mehr, wenn für die Aufnahmen Hilfsmittel wie lange Stative oder Leitern eingesetzt wurden. Wenn die Drohne bei der Aufnahme eine höhere Position haben soll als das menschliche Auge (ab etwa zwei Metern Höhe), gilt die Panoramafreiheit nicht – und damit die Pflicht, eine Genehmigung einzuholen.

Recht am Bild

Die allgemeinen Persönlichkeitsrechte und insbesondere das Recht am eigenen Bild verbieten es, Aufnahmen ohne vorherige Einwilligung der Betroffenen zu machen, auf denen diese klar erkennbar sind. Das öffentliche Interesse kann im Einzelfall überwiegen und das Erfordernis aufheben – eine Abwägung, die aus der journalistischen Arbeit allgemein bekannt ist.

Informationelle Selbstbestimmung

Das Recht auf informationelle Selbstbestimmung wiederum verbietet die Überwachung von Personen. Das Datenschutzrecht sieht hier sogar

eine Freiheitsstrafe von bis zu zwei Jahren vor, wenn die Beteiligten für die Überwachung eine Vergütung erhalten haben.

Drohnen in den USA: klare Vorgaben fehlen

Wie unterschiedlich die Rahmenbedingungen für einen Einsatz von Drohnen im Journalismus sein können, zeigt der Blick in die USA. Die dortige Luftfahrtbehörde FAA (Federal Aviation Administration) hat es bislang versäumt, den Einsatz von Drohnen zu regulieren, die erste Frist ist 2010 verstrichen. Die Obama-Regierung hat der FAA nun eine Frist bis 2015 gesetzt. Obwohl damit klare Normen fehlen, hat die FAA in der Vergangenheit mehrfach Unterlassungserklärungen verschickt und hohe Geldbußen angedroht.

Der bekannteste Fall ist der des Drohnenpiloten Raphael Pirker, der mit seinem Team »Blacksheep« hochwertige Filme an ungewöhnlichen Orten mit seinem Quadkopter dreht. In diesem Fall ging es nicht um journalistische Aufnahmen, sondern um einen Werbefilm, welcher über der Universität von Virginia gedreht wurde. Diese waghalsigen Aufnahmen sind der FAA aufgefallen und gegen Pirker wurde eine Geldstrafe in Höhe von 10.000 Dollar festgesetzt, weil er den Grundsatz des allgemeinen Drohnenflugverbots für kommerzielle Zwecke missachtet haben soll.

Ein solches Verbot findet sich zwar nicht direkt im Gesetz, es lässt sich aber den Guidelines der FAA entnehmen. Diese sind jedoch nach Auffassung vieler US-Juristen nicht rechtlich durchsetzbar. Anfang März 2014 hat das zuständige Gericht im ersten Verfahren dieser Art entschieden, dass die Richtlinien der FAA nicht rechtsdurchsetzbar sind und die Geldstrafe aufgehoben. Bis zu einer ordentlichen Regelung herrscht somit in den USA vorübergehend Unsicherheit bei der gewerblichen Drohnennutzung.

Auch Journalistenverbände sind gefragt

Unabhängig von der jeweiligen Rechtsordnung sollten sich Journalisten über ein grundlegendes Merkmal des Drohneneinsatzes im Klaren sein: Es besteht immer eine asymmetrische Situation zwischen dem Drohnennutzer und einer gefilmten oder fotografierten Person, besonders wenn zuvor keine Genehmigung eingeholt wurde. Der Betroffene kann oft nicht erkennen, wer die Drohne lenkt und was damit aufgenommen wurde oder wird. Aus dieser Anonymität heraus kann es leicht zum Missbrauch kommen.

Klar ist: Als Gesellschaft haben wir die Wahl, in welche Richtung sich eine neue Technologie entwickeln sollte. Dies gilt nicht nur für die Frage, ob Drohnen-Technologie militärisch oder zivil eingesetzt wird. Auch Journalisten haben die Wahl, ob sie Drohnen für Paparazzi-Szenarien einsetzen oder dafür, sinnvolle Recherchen zu unterstützen oder zu ermöglichen. Journalisten und ihre Verbände sollten das Thema Drohnenjournalismus daher auf ihre Agenda nehmen und entscheiden, was sie mit Drohnen tun oder lassen wollen. Denkbar ist es etwa, eine entsprechende Charta oder Guidelines zu entwickeln. Dies ist auch deshalb sinnvoll, weil der Gesetzgeber solche Dokumente zumindest berücksichtigt, wenn es um eine mögliche weitere Regulierung beim zivilen Einsatz von Drohnen geht. •

GROUNDBREAKING JOURNALISM
3 APRIL 14
#gbj14
iRIGHTS
VODAFONE INSTITUTE
IT'S NOT JUST ABOUT PHOTOGRAPHY
YOU CAN ALSO ADD ALL KINDS OF SENSORS...
...AND YOU CAN NETWORK THEM WIRELESSLY
ARE DRONES A JOURNALIST'S BEST FRIEND?
BEN KREIMER
@benkreimer
CAPTURE SOCCER GAMES FROM ABOVE... (IT'S NOT A PROBLEM IN INDIA)
... OR WILDLIFE IN KENYA. (ELEPHANTS DO NOT LIKE UAVs)
GO AWAY!
@info_activism
MAREK TUSZYNSKI
IF YOU WANT TO FLY A DRONE IN GERMANY
RAMAK MOLAVI (SHE'S A LAWYER & A DRONE EXPERT...)
LICENSE
1 YOU NEED A LICENSE
2 YOU HAVE TO WATCH IT.
3 AND YOU NEED INSURANCE (IN CASE OF ACCIDENT)
A NEW LEGAL SITUATION
LAW
WHAT ABOUT PRIVACY CONCERNS?
THERE'S MILITARY USE OF DRONES AS WELL...
...AND IT CANNOT BE ENTIRELY SEPARATED FROM CIVILIAN USES.
WE HAVE GROWN USED TO SURVEILLANCE
GET OUT OF MY WAY...!
GET OUT OF MY WAY!
WHAT IF EVERYBODY BECAME A DRONE JOURNALIST?
REGULATION EXISTS, BUT IT'S GETTING HARDER TO ENFORCE.
Code of Ethics
JOURNALISTS SHOULD SELF-REGULATE
TRAVELLING W LITHIUM BATTERIES FOR DRONES CAN BE A CHALLENGE
THERE IS NOTHING FLUFFY ABOUT DRONES
RECORDED BY: JULIAN KÜCKLICH (@playability)

Workshop
»Digitaler Quellenschutz«

BERICHTE
AUS DEN WORKSHOPS

DIGITALER QUELLENSCHUTZ

»Ich bringe meine eigene Hardware in die Redaktion«

David Pachali

Der erste Workshop behandelte die Frage, was Quellenschutz bei digitaler Kommunikation bedeutet und was Journalisten und Redaktionen tun müssen, um Sicherheit zu gewährleisten.

Die Späh-Affäre macht es deutlich: Journalisten und Medienhäuser müssen sich Gedanken über die Sicherheit ihrer Kommunikation machen und neue Strategien entwickeln. Nicht nur sind sie – wie auch alle anderen Bürger – davon betroffen, dass ihre digitale Kommunikation flächendeckend überwacht wird. Sie haben auch die Verantwortung dafür, die Sicherheit ihrer Informanten zu schützen.

In den jüngsten Enthüllungen über die Ausspähung durch Geheimdienste liegt ein Paradox: Zwar zeigen sie, wie umfassend es den Diensten möglich geworden ist, digitale Kommunikation abzufischen und auszuwerten – selbst auf Wegen, die bislang als vergleichsweise sicher galten. Aber gerade die Tatsache, dass wir nun davon wissen, zeigt, dass sich Journalisten nach wie vor schützen können: Hätten Laura Poitras und Glenn Greenwald nicht verschlüsselt und weitere Maßnahmen ergriffen, wüssten wir vermutlich nichts von den Dokumenten Edward Snowdens.

Mathematik, Recht und Politik

Für Jacob Appelbaum, Aktivist und Entwickler beim Tor Project, sind die Enthüllungen daher Beweis, dass freie Software und starke Kryptografie Journalisten schützen und Geheimdienste in die Schranken weisen könnten. Von Politik und Recht erwartet er wenig. »Am Ende kommt es auf Mathematik an, und nur auf Mathematik«, sagt er und referiert, welche Verschlüsselungsmodelle noch als sicher gelten könnten.

Muss jeder Journalist nun die Feinheiten von »Elliptic Curve Cryptography« und »Diffie-Hellman« kennen? Für Appelbaum gehört das zu den Kernfragen – und er kritisiert deutlich die Berichte der »New York Times« über Angriffe der US-Dienste auf kryptografische Verfahren, weil sie wichtige Details bewusst auslassen. Genau dadurch werde eine Atmosphäre der Skepsis erzeugt, aber zugleich verschwiegen, welche Anbieter und welche Technologien die

Nutzer konkret meiden müssten. Bei Journalisten gelte es aber zunächst, überhaupt ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass schon Verbindungsdaten ausreichten, um Quellen zu kompromittieren. »Wenn man einen sozialen Graphen erstellen kann, dann lässt sich keine Sicherheit mehr versprechen.«

Daher müssten nicht nur der einzelne Journalist, sondern Medienhäuser und ihre IT-Abteilungen Lösungen entwickeln, die übers individuelle Verschlüsseln hinausgehen und privacy by design als Standard integrierten, fordert Appelbaum und lobt dabei die »Zeit«, deren anonymes Postfach für Hinweisgeber vorbildlich umgesetzt sei. Eine Zeitung könnte solche sicheren Kontaktmöglichkeiten auch täglich per QR-Code abdrucken, regt Appelbaum an. Der unter Sicherheitsaspekten stets schwierige Erstkontakt mit Whistleblowern könne so verbessert werden.

Redaktionen hinken bei der Sicherheit hinterher

Sebastian Mondial, Datenjournalist beim NDR, reizt das zum Widerspruch: Da die Leseprogramme für solche Codes meist selbst Daten sammelten und an Hersteller übertrugen, sei das keine gute Idee. Mondial, der an der Auswertung der Daten bei den Offshore-Leaks maßgeblich beteiligt war, attestiert Verlagen ein »systematisches Versäumnis" in puncto Datensicherheit und hat daraus bereits Konsequenzen gezogen. »Meine Sicherheitsstrategie ist: Ich bringe meinen eigenen Kram, meine eigene Hardware mit in die Redaktion«, sagt er.

Strategien für Redaktionen müssten sich daran orientieren, welche Besonderheiten der konkrete Fall, die konkrete Recherche aufweist: Was kann im schlimmsten Fall passieren, was sind die Folgen, wenn Datenlecks auftreten? Auf solche Fragen müssten in allen Phasen der Arbeit Antworten gefunden werden – gerade auch die Situation nach einer Veröffentlichung werde dabei oftmals vernachlässigt. Wo PGP-verschlüsselte Mails nicht weit verbreitet oder akzeptiert sind, könnte für die Zusammenarbeit der Journalisten etwa eine lokal in der Redaktion installierte Forensoftware geeigneter sein.

Wie sieht eine Sicherheitskultur im Newsroom aus?

Wie eine »Kultur der Sicherheit" auch im journalistischen Alltag aussehen kann, gehört dann zu den Kernfragen der Diskussion im Berliner Münzsalon. »Man muss erkennen können, wer besonderen Schutz benötigt«, so Mondial im Hinblick auf Entscheider in Redaktionen und Verlagen. Die eine Lösung für alles werde es dabei nicht geben, merkt Appelbaum an; *compartmentalization* sei als Grundsatz der Informationssicherheit gefragt: Nicht alles über einen Kanal abwickeln, schon beim Design von Systemen Trennungen einbauen; der Erste schreibt den Code, der Zweite prüft ihn, und so weiter.

Dass die Antworten mit den jüngsten Überwachungs-Enthüllungen nicht gerade leichter geworden sind, macht die Diskussion ebenfalls deutlich. »Praktisch jeder kann heute zum target, zum Ziel der Überwachung, werden, die Politik aber kann mit dieser neuen Situation nicht schnell genug umgehen«, merkt Mondial an. Doch auch der Markt selbst werde beschädigt, ergänzte Appelbaum. Unter Gesetzen wie FISA könnten Diensteanbieter nur Sicherheitsversprechen machen, die sie dann auf Druck der Ermittler wieder brechen müssen – ohne das aber öffentlich machen zu können, weil sie sich damit strafbar machen würden. Unter diesen Bedingungen sei es genau nicht vorstellbar, dass ein Markt für sichere Kommunikationstechnologien entsteht. Deutlich wird in der Veranstaltung, dass Journalismus in der Überwachungsgesellschaft vor Herausforderungen steht, die er gerade erst beginnt zu erkennen. •

KOOPERATION

Die Internationalisierung der Recherche und wie sie finanziert werden kann

David Pachali

Während Wirtschaft, Handel, Arbeit und vieles mehr schon lange im globalen Maßstab stattfinden, ist der Journalismus noch weithin an nationale Grenzen gebunden. Organisationen wie das International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ) wollen das ändern.

Zwar gibt es weltweite Verlage und einzelne Medien mit grenzüberschreitender Strahlkraft wie den »Guardian«, die »New York Times« oder Al Jazeera. Recherchen und redaktionelle Arbeit aber bleiben meist im nationalen Rahmen.

Erst in den letzten Jahren wird die Tendenz erkennbar, auch die Recherche in internationaler Kooperation zu organisieren. Etwa bei den Offshore-Leaks, den Diplomatendepeschen oder im aktuellen Überwachungs- und Spionageskandal. Das ist auch nötig, denn die Ereignisse und ihre Auswirkungen sind global, die Öffentlichkeit aber noch nicht. Zudem steht dem Journalismus immer weniger Geld zur Verfügung; und auch in Demokratien wie Großbritannien steht es um die Pressefreiheit seit den Snowden-Enthüllungen schlechter. Da wird Journalisten womöglich kaum etwas anderes übrig bleiben, als Kräfte verschiedener Redaktionen zu bündeln, um ihrem Auftrag nachzukommen.

ZDF: Task Forces statt Recherche-Team

Dabei stehen sie vor verschiedenen Herausforderungen. Für eine Redaktion, die bislang auf ihr eigenes Blatt oder ihre eigene Sendung konzentriert ist, bedeutet es zunächst einmal: Perspektivenwechsel. Gerade bei einer 50 Jahre alten Einrichtung sei das nicht zu vernachlässigen, sagt Elmar Theveßen, stellvertretender Chefredakteur des ZDF und Leiter der »Aktuelles"-Redaktion. Dabei scheinen Organisationen wie das ZDF mit weltweit 19 Auslands- und 16 Inlandsstudios eigentlich wie gemacht für die Internationalisierung der Recherche.

Um die dort gesammelte Expertise zu nutzen, setzt das ZDF bislang auf wechselnde Task Forces: unterschiedliche Konstellationen von Redakteurinnen und Redakteuren, die einen Teil ihrer Arbeit auf die jeweilige Geschichte verwenden und etwa zur Vogelgrippe, zu Terror-

verbindungen oder zum Dopingskandal recherchieren – statt separater Recherche-Teams wie in vielen Zeitungen. Und wenn es um Vogelgrippe geht, kann auch mal ein Arzt dazugehören, daneben freie Journalisten als Fachexperten, wie Theveßen berichtet.

Konkurrenz oder Zusammenarbeit?

Auch die Jagd nach dem Scoop scheint solchen Kooperationen Grenzen zu setzen: Welche Redaktion will schon die exklusive Geschichte mit der Konkurrenz teilen? Doch die Arbeit des International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ) zeigt, wie Kooperationen angestoßen und unterstützt werden können. Mehr als 160 Journalisten aus aller Welt gehören zum ICIJ-Netzwerk. Sie helfen den wenigen Festangestellten dabei, Kontakte zu Redaktionen herzustellen und sie davon zu überzeugen, dass eine Geschichte es wert ist, recherchiert zu werden. So können Storys auch international bearbeitet werden. In einigen Fällen kann das überwiegend stiftungsfinanzierte ICIJ dann Journalisten mit Stipendien versorgen, sodass sie kontinuierlich an bestimmten Geschichten arbeiten können, wie Direktor Gerard Ryle erläutert.

Die Diskussion macht auch deutlich: Wo es um investigative Arbeit geht, die sich über die halbe Welt verstreut, braucht es Vertrauen. Zum einen zwischen Whistleblowern und Redaktionen: Anonyme Postfächer sind das eine, ein Vier-Augen-Gespräch das andere. Gerade das ist für viele Hinweisgeber in Zeiten der Überwachung entscheidend, aber zu oft treffen sie auf taube Ohren, so Gerard Ryle. »Viele Medienhäuser haben die Leute entlassen, mit denen die Menschen von draußen einen ersten Kontakt aufnehmen können, an der Rezeption und in der Assistenz. Aber man verschenkt als journalistische Institution viele Chancen, wenn 99 von 100 Anrufern nicht durchkommen.« Ryle erinnert daran, dass Chelsea Manning gleich mehrere Redaktionen angesprochen hatte, um ihnen die Informationen zur Verfügung zu stellen, aber immer abgewimmelt wurde. Erst später wandte sie sich an Wikileaks, wo sie schließlich ernst genommen wurde.

Woher das Geld kommt

Einen weiteren Schwerpunkt der Diskussion bildet die Finanzierung derartiger Projekte. Soll das ICIJ Geschichten an Redaktionen verkaufen? »Die einzige Währung, die ich für Reporter habe, ist eine gute Geschichte«, sagt Ryle; eine Nachrichtenagentur sei das ICIJ nicht und wolle es auch nicht sein. Für institutionelle Mitglieder denkt Ryle aber jetzt über ein Gebührenmodell nach. Sein Job als Direktor des ICIJ bestehe zu einem Großteil daraus, mit möglichen Geldgebern zu sprechen. Regierungsgeld nimmt die Organisation nicht; derzeit wird sie von einigen großen Stiftungen finanziert, wie der holländischen Adessium Foundation, der britischen Open Society Foundation von George Soros und der Ford Foundation aus den USA.

Für die öffentlich-rechtlichen Sender stellt sich die Frage naturgemäß anders. »Wir könnten auch mehr mit Verlagen zusammenarbeiten und würden das auch gern tun«, sagt Elmar Theveßen. So könnte ein Sender Bewegtbild zu einer Geschichte liefern, Verlage die Textversion. Bewusst skizziert er ein Gegenmodell zur medienpolitischen Schlacht der letzten Jahre. Vor solchen Unternehmungen aber stehen enorme Hürden: Wettbewerbs- und Beihilferecht setzen den Kooperationen enge Grenzen.

An anderen Enden bewegt sich dennoch etwas, wenn auch im kleinen Maßstab: Der Wahlkampf-Faktencheck zusammen mit Wikipedia-Autoren zeige, wie man Recherche-Prozesse öffnen und Erfahrungen sammeln kann. »Das ist neu für uns«, sagt Theveßen. Es ist ein Satz, der an diesem Nachmittag im Berliner Münzsalon mehrmals fällt. •

DROHNENJOURNALISMUS

Zivile Datensammler in Aktion

David Pachali

Wird Drohnenjournalismus zum eigenen Genre, sind neue Formate möglich? Werden Medienhäuser unbemannte Flugobjekte bald gleich schwarmweise einsetzen? Und muss es eine Drohnen-Ethik geben? Beim Workshop zum Thema gab es viele Antworten, aber auch etliche neue Fragen.

Eine Drohne im Stadtbild bietet in der Regel noch einen ungewohnten Anblick. Die Faszination für die von den unbemannten Flugobjekten angefertigten Bilder aber ist vielleicht gar nicht so neu. Sie bieten den »Gottesblick«, für den wir auch auf Berge steigen und Flugzeuge bauen, sagt der Journalist und Kommunikationswissenschaftler Max Ruppert. Mit sinkenden Preisen wird dieser Blick nun für immer mehr Einsatzgebiete interessant, auch für den Journalismus.

Dabei war es nicht der Journalismus, der die entscheidenden Anstöße in der Entwicklung der Drohnentechnik gab. Wie bei vielen anderen Technologien, sind es militärische Szenarien, die die unbemannte Flugtechnik ursprünglich vorangetrieben haben. Weil das Wort »Drohne« bei vielen auch eher kriegerische Assoziationen hervorruft, spricht Ruppert lieber von »Koptern«. Ein Quadrokopter mit Kamera – also eine von vier Rotoren angetriebene Drohne – ist mittlerweile für unter 100 Euro in der einfachsten Variante im Handel erhältlich.

Neues Werkzeug – neues Genre?

Wofür diese sich im Journalismus einsetzen lassen, wird derzeit von noch wenigen Pionieren erprobt. Für den Datenjournalisten Lorenz Matzat sind sie vor allem als Datensammler interessant: Mit weiteren Sensoren ausgerüstet, könnten Drohnen etwa Mülldeponien oder Atomkraftwerke überfliegen und offizielle Messwerte überprüfen. Nicht nur als Flugobjekt, sondern auch zu Wasser und zu Lande sieht er Einsatzmöglichkeiten. »Wir werden viel mehr automatisierten Journalismus sehen, bei dem Algorithmen Berichte aus Daten generieren, die Drohnen gesammelt haben«, prognostiziert Matzat (siehe den Beitrag auf S. 36).

Drohnenpilot Fabian Werba demonstriert einen Quadrokopter-Flug im Berliner Münzsalon. Das Luftfahrzeug erreicht eine Geschwindigkeit von 50 Stundenkilometern und kann etwa 15 Minuten lang Livebilder übertragen.

Doch gibt es einen Drohnenjournalismus als eigenes Genre? Oder sind Drohnen einfach ein weiterer Baustein im journalistischen Werkzeugkasten? Anschauungsmaterial liefert etwa der RBB, der eine Drohne einsetzt, um Stadtporträts in seiner Reihe »Brandenburg von oben« zu erstellen. Max Ruppert sieht hier noch viel Potenzial für neuartige Erzählweisen. Dafür brauche es auch Mut in den Redaktionen, von alteingeübten Formaten und Einstellungen abzuweichen.

Auch Liveaufnahmen bieten ein Anwendungsgebiet, wie Matzat ausführt: Eine Drohne über einem Castor-Transport oder einer Demonstration kreisen zu lassen, könnte Journalisten nicht nur einen ersten Überblick verschaffen. Der Journalismus würde so auch im technischen Wettrennen mit Sicherheits- und Ordnungsorganen mithalten, die Drohnen hier bereits zu Überwachungszwecken einsetzen. Eine Verweigerung gegenüber den neuen Techniken – so ein Argument in der Diskussionsrunde – würde hingegen die Tendenz bestärken, Drohnen-Nutzung als »Herrschaftswissen« in den Händen weniger zu belassen.

Günstige Drohnen, schwierige Rechtslage

Wie sich der Einsatz von Drohnen im Journalismus entwickeln wird, wird auch von wirtschaftlichen und technischen Parametern abhängen. Bei weiter sinkenden Preisen könnte ein Medienhaus bald einen ganzen Schwarm ausschicken oder in Bereitschaft halten, der Verlust einer einzelnen Drohne werde verkraftbar, so das diskutierte Szenario. Doch selbst bei professionellen Modellen gibt es noch einige Schwierigkeiten: Die Akkus reichen im Moment nur für etwa 20 Minuten Flugzeit. Auch werden Drohnen oft von einem Piloten und einem Kameramann gesteuert, also gleich zwei menschlichen Begleitern – der Personalaufwand wird nicht automatisch geringer, nur weil Drohnen im Einsatz sind.

Rechtlich stoßen viele Drohnen in ungeklärtes Gebiet vor. Szenarien wie ein investigativer Patrouillen-Flug über fremdem Gelände oder Veranstaltungen sind zunächst schlicht verboten. Gewerbliche Nutzer benötigen zudem stets eine Aufstiegserlaubnis der zuständigen Luftfahrtbehörden (siehe den Beitrag von Ramak Molavi auf S. 47). »Während man in Berlin einen Zeitraum angibt, muss man in anderen Bundesländern für jeden Aufstieg eine Genehmigung bekommen«, schildert Fabian Werba die Praxis. Mit der von ihm gegründeten Firma macht der Mediengestalter Drohnen-Aufnahmen für Film und Fernsehen. Doch wo es nur Einzelfall-Erlaubnisse gibt, sind Live-Einsätze nahezu unmöglich. Nur Hobby-Nutzer haben es da einfacher.

Schließlich diskutiert die Runde im Berliner Münzsalon, wie Privatsphäre und Persönlichkeitsrechte geschützt werden können. Paparazzi-Journalisten etwa ignorieren oft bestehende Regelungen – so wirft auch der zivile Drohnen-Einsatz alte Fragen neu auf. Erste Ansätze für eine Drohnen-Ethik werden im Journalismus ebenfalls diskutiert. Daneben wird auch das technische Wettrennen weitergehen: Falls Journalisten bald zunehmend eine mobile Kameradrohne im Rucksack tragen sollten, könnte auch der passende Störsender – zum Beispiel für Prominente – zur Standardausrüstung werden. •

Glossar

A

Algorithmus
Algorithmen sind Vorschriften und Schrittfolgen, nach denen Computer Prozesse abarbeiten und Aufgaben lösen, vergleichbar einem Kochrezept. Dienste wie Google News oder Rivva erstellen so eine automatisierte Nachrichten-Übersicht, beim US-Unternehmen → Narrative Science werden ganze Texte erstellt.

Algorithm Accountability
Seit → Algorithmen eine immer größere Bedeutung gewinnen, wird unter dem Schlagwort »Algorithm Accountability« die Forderung diskutiert, ihre genaue Funktionsweise überprüfbar zu machen. Journalisten sollten zum Beispiel deren Ein- und Ausgaben genau beobachten oder mit Ingenieuren sprechen, schlägt ein Bericht des Tow Center für digitalen Journalismus der Columbia-Universität vor.
http://towcenter.org/algorithmic-accountability-2/

B

Buffer
Buffer ist ein Webdienst, um Beiträge auf sozialen Netzwerken zu verbreiten. Der Dienst verspricht unter anderem, selbsttätig einen optimalen Zeitpunkt für das Verbreiten zu finden und damit die Aufmerksamkeit für Inhalte zu erhöhen.
http://bufferapp.com

C

Circa
Die US-Firma Circa bietet eine gleichnamige App an, die Nachrichten auf wenige Kernaussagen herunterbricht. Diese »Points« genannten Informations-Häppchen bestehen aus einem Bild und wenigen Sätzen und haben auf dem Bildschirm eines Smartphones Platz. Nutzer können einer »Storyline« folgen und werden bei Updates benachrichtigt.
http://cir.ca

Crowdfunding
Bei diesem Finanzierungsmodell geben Unterstützer oder zukünftige Nutzer unterschiedlich hohe Beträge für ein zukünftiges Projekt, ein konkretes Produkt oder ein Start-up. Oft wird die »Schwarmfinanzierung« über Online-Plattformen wie Startnext oder Kickstarter vermittelt, wobei die Macher ein konkretes Finanzierungsziel vorgeben. Beispiele für Crowdfunding im Journalismus sind das holländische Webmagazin »De Correspondent« oder das deutsche Projekt »Krautreporter«.

D

Datenjournalismus
Eine mögliche Definition des Datenjournalismus liegt darin, dass Daten als Quelle einer Geschichte dienen, eine Geschichte mit ihrer Hilfe erzählt wird – oder beide Aspekte zusammenkommen. Oft geht es darum, aus großen Datenmengen relevante Informationen herauszufiltern, Zusammenhänge zu erkennen und in Form von Visualisierungen aufzubereiten.

Diffie-Hellman
Das nach seinen Entwicklern benannte Diffie-Hellman-Verfahren bezeichnet eine Methode der →Kryptografie, mit der sich zwei Parteien auf einen gemeinsamen (»symmetrischen«) Schlüssel verständigen. Das dahinterliegende mathematische Modell basiert auf der Aufgabe, diesen gemeinsamen Schlüssel über zunächst ungesicherte Verbindungen auszuhandeln. Das Verfahren kommt beispielsweise zum Einsatz, wenn Webdienste eine sichere Verbindung aufbauen.

Display Advertising
Diese Form von Onlinewerbung verwendet grafische Werbemittel wie Bilder, Illustrationen und Videos; am weitesten verbreitet ist Bannerwerbung. Das klassische Gegenstück sind rein textbasierte Anzeigen, beispielsweise auf Trefferseiten von Suchmaschinen oder in Form von Google-Ads.

Drohnen
Unter Drohnen werden zumeist unbemannte Luftfahrzeuge verstanden. Bekannt ist der militärische Einsatz von Kampfdrohnen. Daneben werden sie zum Beispiel in der Wissenschaft und im Sicherheitsbereich eingesetzt, etwa für Luftbilder. Kleine Drohnen für Filmaufnahmen werden häufig als → Kopter bezeichnet. Drohnen müssen nicht immer fliegen, auch Fahrzeuge zu Wasser oder zu Lande können unbemannt sein.

Drohnenjournalismus
Unbemannte Fahrzeuge können mit Kameras ausgestattet werden und so preiswerte Luftaufnahmen oder neue Perspektiven liefern. Sie können auch Sensoren tragen, beispielsweise einen Geigerzähler. Kritiker des Begriffs bemängeln, dass es sich nicht um einen eigenen Journalismus-Typ handelt, sondern dabei nur ein neues Werkzeug zum Einsatz kommt.

Drone Journalism Lab
Das 2011 gegründete Drone Journalism Lab an der University von Nebraska-Lincoln ist eines von zwei US-Hochschul-Programmen, die sich mit der Erforschung der Möglichkeiten des Drohnenjournalismus beschäftigen. Ein vergleichbares Projekt ist das Drohnenjournalismus-Programm an der Universität Missouri.
http://dronejournalismlab.org
http:// missouridronejournalism.com

Dual Use
Im weitesten Verständnis beschreibt Dual Use den Sachverhalt, dass Technologie und Wissen sowohl zivil als auch militärisch genutzt werden können. Ein Beispiel ist die Entwicklung der → Drohnen-Technologie. Im engeren Sinne spielt »Dual Use« in der Exportpolitik eine Rolle; wenn Technologie auch für militärische Zwecke genutzt werden kann, ist ihre Ausfuhr oft genehmigungspflichtig oder mit Sanktionen belegt. Bis in die Neunzigerjahre fiel auch die Verschlüsselungssoftware → PGP darunter.

E

Elliptic Curve Cryptography
Bezeichnet einen mathematischen Ansatz der → Kryptografie; er basiert auf besonderen Eigenschaften elliptischer Kurven. Das Modell kommt in der sogenannten asymmetrischen Verschlüsselung zum Einsatz, die auf einem öffentlichen und einem privaten Schlüssel beruht. Verfahren wie → Diffie-Hellman können ebenfalls darauf zurückgreifen. Der relativ junge Ansatz gilt als effektiv und schnell; Fachleute vermuteten aber zuletzt, dass einzelne Umsetzungen nicht mehr vertrauenswürdig seien.

F

FISA
Der »Foreign Intelligence Surveillance Act« ist ein Gesetz, das die Befugnisse US-amerikanischer Sicherheitsbehörden und Nachrichtendienste bei der Auslandsüberwachung regelt. Es kann auch auf Inländer angewendet werden und liefert die Grundlage für die Kommunikationsüberwachung durch die NSA. Über konkrete Genehmigungen entscheidet ein geheim tagendes Gericht. US-Journalistenverbände und Medienhäuser kritisieren im Besonderen fehlenden Quellenschutz durch das Gesetz; eine Klage für den Zugang zu FISA-Gerichtsdokumenten ist derzeit beim Obersten US-Gerichtshof anhängig.

FINP
Der 2013 in Frankreich gestartete »Fonds Google-AIPG pour l'Innovation Numérique de la presse« geht auf eine Einigung im Streit um Werbeeinnahmen zwischen Google und dem französischen Verlegerverband AIPG zurück. Das Geld kommt von Google. Über einen Zeitraum von drei Jahren werden innovative Online-Medienprojekte mit insgesamt 60 Millionen Euro gefördert.
http://finp.fr

G

Geheimer Krieg
Wie der »Krieg gegen den Terror« auch von Deutschland aus geführt wird, untersuchte ein Investigativ-Team des NDR und der »Süddeutschen Zeitung«, darunter unter anderen die Journalisten John Goetz und Christian Fuchs. Die Ergebnisse der Recherchen wurden in verschiedenen Formen veröffentlicht – als Fernseh-Dokumentation, in Artikeln und Radiobeiträgen, als Buch und auf einer Website. *http://geheimerkrieg.de*

Geodaten
Zu den Geodaten oder Geoinformationen werden zumeist amtliche und weitere Landkarten, topografische Informationen, Luftbilder oder auch dreidimensionale digitale Modelle gezählt. Zum Teil werden Geodaten als →Open Data zur weiteren Nutzung freigegeben. Im Datenjournalismus werden Geodaten häufig mit anderen Daten kombiniert.

sozialer Graph
Bezeichnet eine Repräsentation des Beziehungsgeflechts zwischen Menschen oder Gruppen und kann zum Beispiel als Diagramm dargestellt werden. Der Begriff wurde besonders durch Facebook-Gründer Mark Zuckerberg popularisiert, der damit den Wert der Facebook-Daten für andere Webdienste und Anwendungen hervorkehren wollte.

K

Kopter
Kopter sind kleine unbemannte Flugobjekte und auch als Drohnen bekannt. Ein Quadrokopter hat vier, ein Oktokopter acht Propeller. Meist werden sie ähnlich wie ein Modellflugzeug vom Boden aus ferngesteuert. Sie können zum Beispiel Kameras tragen und so Luftaufnahmen erstellen.

Kryptografie
Beschäftigt sich mit der Sicherheit von Kommunikation und Informationen, vor allem durch Verschlüsselung. Sie dient dem Schutz

von Informationen vor der Kenntnisnahme durch Dritte. Man unterscheidet unter anderem zwischen symmetrischer Verschlüsselung, bei der Sender und Empfänger mit dem gleichen Schlüssel arbeiten, und asymmetrischer Verschlüsselung, die auf öffentlichen und privaten Schlüsseln basiert, zum Beispiel → PGP.

L

Leak
Bezeichnet die Veröffentlichung von Informationen, die dafür nicht vorgesehen waren. Der Begriff »Leak« zielt besonders auf Originaldokumente. Ein Beispiel sind die rund 250.000 Depeschen US-amerikanischer Botschaften, die Wikileaks Ende 2010 veröffentlichte, ein weiteres die Offshore-Leaks über die Flucht in Steueroasen, denen eine an das International Consortium of Investigative Journalists zugespielte und in Teilen veröffentlichte Datenbank zugrunde liegt.

M

Medium (Plattform)
Medium ist eine Blogging- und Veröffentlichungs-Plattform, die von den Twitter-Gründern Evan Williams und Biz Stone gestartet wurde. Der Fokus liegt auf einfacher und schneller Bedien- und Lesbarkeit; Nutzer registrieren sich über ihre Twitter- oder Facebook-Accounts. Zugleich gibt es ein Redaktionsteam, das Beiträge auswählt, verfasst oder beauftragt. Manche nennen eine solche Mischung aus »publisher« und »platform« seitdem auch »platisher«.
http://medium.com

N

Narrative Science
Die US-Firma bietet mit ihrem Produkt »Quill« die Möglichkeit, automatisiert einfache Artikel verfassen zu lassen. Dabei werden Textbausteine mit Zahlen und Fakten angereichert. Ein deutsches Pendant ist das Texterstellungs-Programm AX der Stuttgarter Firma Aexea.
http://narrativescience.com
http://aexea.de

Native Advertising
Bezeichnet Werbung, die wie ein redaktioneller Inhalt wirkt. Eine Ausprägung ist das Advertorial, das einem journalistischen Artikel ähnlich sieht, daneben existieren viele weitere Formen. Für Werbetreibende verspricht Native Advertising unter anderem, von Nutzern besser wahrgenommen zu werden. Rechtlich und in Redaktionen ist es umstritten, weil die Trennung zum redaktionellen Inhalt in der Regel weniger klar ist als bei klassischen Anzeigen.

NewsML
Das vom International Press Telecommunications Council (IPTC) entwickelte Datenformat NewsML dient der Übertragung von Nachrichten und Beiträgen, vor allem zwischen Medien und Agenturen. Es strukturiert Elemente wie Text-, Foto-, Video- und Metainformationen und macht sie maschinenlesbar.

O

Open Data
Bezeichnet allgemein Datenbestände, die frei verfügbar und nutzbar sind. Wenn große Datensätze zur Nutzung freigegeben werden, können sie durchsucht, journalistisch ausgewertet und aufbereitet werden. Deutsche Open-Data-Aktivisten sehen noch einen großen Nachholbedarf, beispielsweise bei der Freigabe von statistischen Datenbanken, Bahn-Fahrplänen oder Umwelt-Messwerten.

Overview
Das unter dem Dach von Associated Press entwickelte Programm ermöglicht die Analyse großer Daten- und Textmengen. Es ordnet die vorliegenden Dokumente nach Themengebieten und bietet Suchfunktionen sowie Visualisierungs-Möglichkeiten. Das von der Knight

Foundation unterstützte Projekt steht als kostenlose Webanwendung bereit.
http://overviewproject.org

P

Paywall
Bezahlschranken machen Onlineinhalte nur für zahlende Leser zugänglich. Bei einer »harten Bezahlschranke« gibt es keinerlei kostenlose Inhalte, beim »Freemium«-Modell frei zugängliche und kostenpflichtige Inhalte, beim »metered model« ist die Zahl der frei zugänglichen Artikel begrenzt.

PGP
»Pretty good Privacy« ist eine gängige Technologie zur Verschlüsselung von E-Mails. Dabei existiert auf der einen Seite ein öffentlicher Schlüssel, mit dem ausgehende Nachrichten verschlüsselt werden. Entziffert werden sie durch einen privaten Schlüssel, den nur der jeweilige Empfänger selbst kennt. Solche Verschlüsselung über alle Stationen hinweg wird auch Ende-zu-Ende-Verschlüsselung genannt.

Privacy by design
Bei diesem Ansatz in der Technologie-Entwicklung geht es darum, Mechanismen für Datenschutz und Datensicherheit von Anfang an und über die gesamte Entwicklungsphase von Technologien, Diensten, Software oder Hardware zu berücksichtigen, statt sie erst nachträglich in ein schon bestehendes System zu implementieren.

Q

Quartz
Die englischsprachige Nachrichtenseite wurde 2012 vom US-Verlag Atlantic Media gegründet. Sie ist auf die Nutzung mit Tablets und Smartphones ausgerichtet. Eine Besonderheit liegt darin, dass die Themen nicht in klassischen Ressorts behandelt werden, sondern innerhalb wechselnder Überthemen (»obsessions« genannt), etwa »Krise in der Ukraine«.
http://qz.com

R

Robotergesetze
Der Science-Fiction-Autor Isaac Asimov stellte im Jahr 1942 drei Robotergesetze auf: Erstens dürfe ein Roboter keinem Menschen Schaden zufügen, zweitens müsse er Menschen gehorchen, drittens müsse er sich selbst schützen, solange das nicht mit den ersten beiden Regeln kollidiert. Die Regeln werden auch heute auf dem Gebiet der Roboterethik diskutiert.

S

Schema.org
Die von Google, Yahoo und Bing 2011 gestartete Initiative stellt eine Reihe standardisierter Vokabeln bereit, mit denen Webseiten-Inhalte so markiert werden können, dass Maschinen erfassen können, um welchen Informations-Typ es sich jeweils handelt. Informationen lassen sich auf diese Art beispielsweise als Familienname oder Farbe ausweisen. Schema.org bietet für verschiedene Bereiche und Branchen solche in der Informationswissenschaft als »Ontologien« bekannten Sammlungen an.
http://schema.org

Scraping
Die für eine Geschichte benötigten Daten sind häufig über verschiedene Internetquellen verteilt oder lassen sich nur schwer herunterladen und verarbeiten. Beim »Scraping« werden sie mithilfe des Computers eingesammelt, meist mit speziellen Programmen oder Browser-Erweiterungen.

T

Talkwalker
Talkwalker ist ein Monitoring-Unternehmen und -Dienst, der Onlinemedien und soziale Netzwerke beobachtet. So können etwa Firmen die Wahrnehmung ihrer Marke im Blick behalten. Es lässt sich auch als Recherchewerkzeug von Journalisten nutzen.
http://talkwalker.com

Tor
Die Software Tor ermöglicht anonymes Surfen im Internet. Eine Internet-Verbindung wird dabei über mehrere zufällig ausgewählte Ecken geleitet, wodurch der Ausgangspunkt der Verbindung verschleiert wird. Daneben lässt sich über Tor auch eine Internet-Zensur umgehen. Eingesetzt wird Tor zum Beispiel in vielen Ländern von Journalisten und Bloggern, aber auch von Managern oder einfachen Nutzern.
http://torproject.org

W

Whistleblower
Whistleblower tragen geheime Informationen von Regierungen, Firmen oder Organisationen an die Öffentlichkeit, um beispielsweise Fehlverhalten oder Missstände bekannt zu machen. Damit begeben sie sich oft auf juristisches Glatteis oder machen sich strafbar. Beim Kontakt zwischen Whistleblowern und Journalisten oder Enthüllungsplattformen spielen Verschlüsselungstechnologien wie → PGP, Werkzeuge wie → Tor oder spezielle Postfächer eine zentrale Rolle.

Wikidata
Die unter Obhut des deutschen Wikimedia-Vereins entwickelte quelloffene Datenbank sammelt Daten in maschinenlesbarer Form, sodass sie von anderen Systemen leicht weiterverwendet werden können. Wikidata wurde vor allem für die Wikipedia entwickelt. Dort kann die Datenbank beispielsweise dabei helfen, Angaben über die Einwohnerzahlen von Ländern zwischen verschiedenen Sprachversionen und Artikeln abzugleichen.
http://wikidata.org

Über das iRights.Lab

Das iRights.Lab ist zu Beginn des Jahres 2012 als unabhängiger Think Tank gegründet worden. Wir entwickeln Strategien für den Umgang mit den Veränderungen in der digitalen Welt. Das iRights.Lab forscht, entwirft Strategien für Unternehmen, Politik und die öffentliche Hand, gestaltet Veränderungsprozesse und stellt einen geschützten Raum zum interdisziplinären fachlichen Austausch zwischen Experten bereit. Unser Leitbild ist, die Möglichkeiten der Digitalisierung und des Netzes zum Vorteil der Öffentlichkeit und der Gesellschaft zu nutzen. Das iRights.Lab ist weder parteipolitisch noch an Unternehmen gebunden. Vielmehr werden Fragestellungen entwickelt und die möglichen Antworten erforscht – interdisziplinär, unabhängig, verständlich, ergebnisoffen.

http://irights-lab.de

iRIGHTS *lab*

Über das Vodafone Institut für Gesellschaft und Kommunikation

Das Vodafone Institut für Gesellschaft und Kommunikation beschäftigt sich mit der Frage, wie digitale und mobile Technologien politische, soziale und ökonomische Teilhabe erhöhen sowie den Zugang zu Bildung eröffnen. Als Think-and-Do-Tank fördert das Institut den Dialog zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Politik. Hierzu entwickelt es eigene Projekte, initiiert Forschungskooperationen, publiziert Studien und praktische Handlungsempfehlungen. Auf Veranstaltungen und in digitalen Medien bietet das Institut Raum für öffentliche Debatten.

http://vodafone-institut.de

Vodafone Institut
für Gesellschaft
und Kommunikation

Impressum

Herausgeber
Matthias Spielkamp, Mark Speich, David Pachali

Redaktion
David Pachali

Beiträge
Tamara Anthony, Georg Dahm/Denis Dilba, Frederik Fischer, Lorenz Matzat, Stefan Mey, Ramak Molavi, David Pachali, Matthias Spielkamp/Ludovic Blecher, Jan Lukas Strozyk, Marek Tuszynski

Glossar
Stefan Mey

Mitarbeit
Jörg Garbers, Henry Steinhau

Gestaltung
Romy Steinberger

Fotos
David Jacob

Graphic Recordings
Julian Kücklich

Lizenz & Nachweise

Soweit nicht im Folgenden anders vermerkt, stehen die Texte und Fotos dieser Publikation unter der Creative-Commons-Lizenz »Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen« (CC BY-SA). Das bedeutet, dass Sie die Inhalte bei Nennung der Autoren und der Quelle und bei Erhaltung der Lizenz in jedwedem Format oder Medium vervielfältigen und weiterverbreiten dürfen. Wenn Sie die Inhalte abwandeln, verändern oder anderweitig direkt darauf aufbauen, dürfen Sie sie nur unter derselben Lizenz wie das Original verbreiten. Den verbindlichen Lizenztext finden Sie unter *http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode*.

Der Beitrag zum Roboterjournalismus von Lorenz Matzat erschien zuerst in zwei Teilen bei datenjournalist.de und wurde für diese Publikation bearbeitet und gekürzt. Der Beitrag von Jan Lukas Strozyk erschien zuerst in »Message – Internationale Zeitschrift für Journalismus«, Nr. 2/2014 und steht unter der Creative-Commons-Lizenz »Namensnennung – Nicht-kommerziell – Keine Bearbeitung« (CC BY-NC-ND). Diese Lizenz gilt auch für die Graphic Recordings von Julian Kücklich. Den verbindlichen Lizenztext finden Sie unter *http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/legalcode*.

Verlag

iRIGHTS media

Eine Publikation von iRights.Media, Juni 2014

V.i.S.d.P.
Matthias Spielkamp
iRights.Lab
Almstadtstr. 9/11
D-10119 Berlin

An der Konferenz und Veranstaltungsreihe »Groundbreaking Journalism« haben mitgewirkt:
Dr. David Deißner (Leiter Strategie und Programme Vodafone Institut), Dr. Kerstin Goldbeck (Projektmanagement Workshops, iRights.Lab), Hanka Holzapfel (Öffentlichkeitsarbeit, iRights.Lab), David Jacob (Fotografie), Susanne Janetzki (Event Management, iRights.Lab), Julian Kücklich (Graphic Facilitation), Jana Maire (Projektmanagement Konferenz, iRights.Lab), Jost Neumann (Mitarbeit Strategie und Programme, Vodafone Institut), Susanna Ott (Mitarbeit Event Management, iRights.Lab), Philipp Otto (Partner iRights.Lab), David Pachali (Konzeption und Redaktion, iRights.Lab), Christian Rapp (Pressesprecher Vodafone Institut), Simonié Schlombs (Mitarbeit Event Management, iRights.Lab), Dr. Mark Speich (Geschäftsführer Vodafone Institut), Matthias Spielkamp (Partner iRights.Lab), Romy Steinberger (Design), Vinzenz Vietzke (Webentwicklung)

WEATHER WEBSITES DO NOT REQUIRE HU
WHERE AE ARE YOU
DATASET?
READERS
ALSO APPRE
TE A JOURNA
UNIQUE PER
SPECTIVE
101
010
WILL ALGORITHMS FIGHT EACH OTHER?

iRIGHTS
lab

Vodafone Institut
für Gesellschaft
und Kommunikation