

**Inputpapier zum Symposium am 10. Dezember 2018 im Umweltbundesamt Berlin Bismarckplatz**

**Im Rahmen einer Sondierungsstudie des Umweltbundesamtes**

## **„Impact-Journalismus und zielgenaues Storytelling für gesellschaftlichen Wandel“**

*Dieses Papier besteht aus zwei Teilen: Im ersten Teil wird aus der Perspektive eines Journalisten, der seit Jahren zu Umweltthemen, Fragen nachhaltiger Entwicklung und Transformation schreibt, gefragt, ob unter der Dringlichkeit von Klimawandel, Überschreitung planetarischer Leitplanken und eines überdimensionierten ökologischen Fußabdrucks nicht besondere Formen des Journalismus benötigt werden, um Handlungen und Bewegungen auszulösen bzw. zu befördern. Der zweite Teil schaut aus der Perspektive eines transdisziplinär arbeitenden Wissenschaftlers auf Kommunikationsformate, die aus seiner Erfahrung hilfreich und geeignet wären, um Nachhaltigkeit und die zu ihr nötige Transformation handlungsauslösend zu erzählen. Favorisiert werden narrative Formen.*

*Mit der Expertise des Symposiums werden beide Zugänge zu einem gemeinsamen, begründeten Positionspapier zusammengefügt und Ende Januar 2019 fertiggestellt.*

## **Impact-Journalismus - Die Ausgangslage**

Manfred Ronzheimer

Den Medien kommt eine wichtige Rolle für die Zukunft des gesamten Planeten zu: Informationen zu verbreiten und Bewusstsein zu schaffen, damit die Belastungsgrenzen des Planeten nicht weiter überschritten werden, sondern ein ernsthafter und tiefgreifender Wandel zur Nachhaltigkeit stattfindet.

Das Fatale: Die Medien sind heute nicht adäquat verfasst, aufgestellt und vor allem ausgerichtet, um diese Große Transformation aktiv voranzutreiben oder sie kurativ mit den Transformationsakteuren des Wandels engagiert zu begleiten. Eine Reihe von Faktoren erweisen sich als Fußfesseln beim Ausfüllen der oben genannten wichtigen Rolle. Zu diesen Gründen gehören die ökonomische Situation des sich massiv und permanent wandelnden Mediensystems, der Leser\*innenschwund bzw. das veränderte Mediennutzungsverhalten, der Information Overload, verbunden mit „Junk News“ und „FakeNews“, sowie ein tradiertes, unzeitgemäßes Rollenverständnis der Journalist\*innen. Vieles verlangt nach einer Neu-, mindestens Ergänzungsausrichtung mit zeitgemäßer Zielbeschreibung und Kooperation.

Die Bestandsaufnahme zeigt: Wenn der Journalismus (in unserer Betrachtung fokussiert auf eine zentrale Akteursgruppe innerhalb des Mediensystems: die Content-Produzent\*innen) eine wirkliche Rolle beim Projekt „Weltrettung“ spielen will, dann muss er sich und seine Arbeitsweise radikal neu erfinden. Diese Medienwende ist ein selbst großes Transformationsprojekt, das unter den zahlreichen Transformations-Arenen (Energiewende, Verkehrswende, Agrarwende etc.) jedoch erstaunlich wenig Beachtung findet.

### **Die Idee**

Dieses Papier und der darauf aufbauende Workshop will daher einen besonderen Aspekt in den Mittelpunkt stellen, der bisher noch nirgends vertiefend behandelt worden ist: Der von uns so bezeichnete „Impact-Journalismus“. Darunter wird eine Erweiterung des bisherigen Journalismus um ein zusätzliches Tätigkeitselement verstanden, das es im journalistischen Berufsbild heute noch nicht gibt. Zwar gibt es Ansätze für eine thematische Umorientierung (konstruktiver Journalismus, transformativer Journalismus), allerdings liegt hierbei der Schwerpunkt auf den Inhalten und nicht auf ihrer Verbreitung. Neu am Konzept des Impact-Journalismus ist daher, dass Journalist\*innen, die bisher nur Content produzierten, sich künftig auch um die Verbreitung der erstellten Informations-Produkte (Dissemination) wie auch um ihre Wirkung (Impact) kümmern sollten. Es geht dabei um diejenigen Verbreitungswege, die die größte Wirksamkeit und die nicht größte Aufmerksamkeit erreichen.

Impact-Journalismus fokussiert ein Problem der neuen Informationsgesellschaft, das es im Zeitalter der klassischen Massenmedien (Presse und Rundfunk) nicht gab: Damals waren Informationen

überwiegend ein knappes Gut; heute herrscht ein Überangebot von Informationen, in dem die Nutzer\*innen zu versinken drohen (Information Overload, Information Obesity). Die „Kuratierung“ von Themen wird in der Neuausrichtung des Journalismus immer wichtiger. Das bedeutet, dass ein bestimmtes Thema (z. B. das Insektensterben) beginnend von den ersten Berichten – die auch durch eigene Pionier-Recherchen generiert werden können – darüber kontinuierlich weiter begleitet wird: durch neue Interviews sowie Folge-Beiträge zur Vertiefung von Einzelaspekten. Das ist bis hierhin noch dem klassischen kritischen Journalismus zuzuordnen. Zu ihm gehört der Aufbau einer eigenen Bewertungs-Kompetenz auf medialer Seite sowie die Erstellung entsprechender Artikel und Sendungen, über deren allgemein zugängliche Verbreitung dann gesellschaftliche Öffentlichkeit erzeugt wird, die ihrerseits unter anderem zu politischer Wirkung führen kann.

Der Impact-Journalist und die Impact-Journalistin gehen nun einen Schritt weiter. Sie nehmen ihre Artikel quasi „selbst in die Hand“ und verbreiten sie „im Direktversand“ an diejenigen Stellen (Institutionen, Personen), von denen bekannt ist, dass sie sich für das Thema interessieren und die Positionen innehaben, in denen sie auch Entscheidungen treffen können, um bei bestimmten Problemlagen entsprechende Lösungen zu generieren. Das geschieht in einer ersten Stufe zunächst informell. Hier werden z. B. die Adressen angeschrieben, zu denen in der Recherchephase Kontakt aufgenommen worden war. Hier besteht überdurchschnittliches Interesse an den daraus entstandenen Medienberichten.

In einer zweiten, dann bereits elaborierten Stufe stehen den Impact-Journalist\*innen Verbreitungskanäle zur Verfügung, die zuvor als Infrastruktur für verschiedene Themenbereiche (z. B. die 17 SDGs) erstellt wurden. In diesen Verzeichnissen sind Adressen und Ansprechpartner\*innen aus den Bereichen Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und zivilgesellschaftliche Organisationen aggregiert, die prioritär informiert und einbezogen werden sollen.

Ein Beispiel: Ein/Eine Journalist\*in hat mit einer Bürgerforschungs-Gruppe von Insektenkundlern einen Bericht über neue Erkenntnisse zur Lage der Insekten in einer bestimmten Region verfasst, der unter anderem auch Forderungen nach Veränderungen in der landwirtschaftlichen Praxis enthält. Dieser Artikel wird dann über mail-Verzeichnisse unter anderem an die entomologischen Forschungseinrichtungen und Citizen Science-Gruppen in Deutschland, an die Bauernverbände in den Bundesländern, die Umwelt-NGOs, die naturschutz- und landwirtschaftspolitischen Sprecher\*innen der Bundestags- und Landtagsfraktionen geschickt. Dies zugleich mit der Bitte um Stellungnahme, was in ihrem Tätigkeitsbereich zur Verbesserung des Insektenschutzes unternommen wird oder werden kann. Dem Impact-Journalismus geht es um die Generierung von Wirkungen, von Veränderungen. Wenn diese ausbleiben, werden in einer nächsten Berichts-Schleife die Gründe der Blockaden thematisiert.

### **Impact-Journalismus benötigt mehrere Elemente, um Wirkung zu erzielen.**

An erster Stelle steht das subjektive Engagement der Journalist\*innen, sich in die aktive Verbreitung ihrer Artikel zu begeben. Diese Bereitschaft kann durch verschiedene Gratifikationsmodelle unterstützt werden.

Zweitens sollte die Verbreitung durch organisatorische Kooperation mit Netzwerken (Verbänden) und technischen Infrastrukturen (Datenplattformen, Datenjournalismus) so einfach wie möglich ablaufen können.

Drittens sind auch Bedarfe seitens der Gesellschaft („Darüber müsste geschrieben werden“, Aktion „Der blinde Fleck“) in Impact-Aktionen umzumünzen. Dazu werden über-individuelle Austausch-Möglichkeiten (Börsen) benötigt.

Viertens ist eine Wirkungsforschung aufzubauen, die evaluiert, ob es tatsächlich Effekte der Veränderung gegeben hat, wenn ja, wie stark bei welchem Vorgehen, oder ob alles wie vorher geblieben ist.

Für die Umsetzung dieser Vorstellungen in Form von „Real-Laboren“ sind Ansätze zu prüfen, die drei Elemente enthalten müssen:

1. Die Content-Produzent\*innen
2. Die Adressaten, die diese Informationen erhalten sollen
3. Neue Vermittlungsplattformen zwischen beiden Gruppen aus (technisch, finanziell wie auch sozial-kollaborativ)

### **Wie Impact-Journalismus ablaufen kann – Modelle im Test**

Für ein oder mehrere „Real-Labore“ werden Themen definiert und Artikel / Sendungen ausgewählt, die eine schnelle und wirkungsvolle Verbreitung finden sollen.

Auf der lokalen Ebene könnte zum Beispiel ein Bericht über ein örtliches Umweltproblem am Anfang stehen. Dann wird in einer ersten Schleife dieser Bericht an 40-50 Akteure und Entscheider\*innen in Politik, Verwaltung, Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Wissenschaft geschickt, mit zwei Bitten: 1. um sachliche Ergänzungen, 2. Beantwortung der Frage: Was muss nach Lage der Dinge nun geschehen und was können Sie persönlich hierzu tun? Die Rückmeldungen werden gematcht und zum Teil „crossover“ an andere Akteure weitergeleitet (Zum Beispiel: Wenn Repräsentant\*innen kommunaler Institutionen, wie Stadtverordnetenversammlung oder Parlamentsfraktion, die Auffassung vertreten: „Wir können das Thema erst in zwei Monaten behandeln“. Dann müsste das die Bürgerinitiative, die sich mit dem Umweltproblem befasst, sofort erfahren, um etwa Unterschriften für eine Sondersitzung des Parlaments sammeln zu können). Impact-Journalismus will nicht nur Informationen über Probleme und Lösungen zielgenauer verbreiten. Er will auch zu einer Beschleunigung von lösungsorientiertem Handeln beitragen.

Es kommt dann zu einer zweiten Schleife, die zunächst in einem Artikel die bisherigen Entwicklungen (durch Impact der 1. Runde) zusammenfasst. Dieser Artikel kann in einem öffentlichen Medium erscheinen, um gesellschaftliche Öffentlichkeit und Awareness zu dem Thema zu erzeugen. Die Informationen werden parallel in einer zweiten Verbreitungsschleife ebenfalls wieder an zentrale Akteure geschickt.

Impact Journalismus benötigt, bevor er selbst Wirkung entfalten kann, in einem ersten Schritt Übungsräume (Real-Labore), in denen sich seine Praktikabilität testen lässt. Die gewonnenen Erkenntnisse der Praxiserfahrung werden zur Verbesserung des konzeptionellen Ansatzes beitragen.

## Das Potenzial von Narrationen im Impact-Journalismus

Joachim Borner

### Gründe für Narrationen

Den Impulsen in der Nachhaltigkeitsdebatte (WBGU-Gutachten, SDGs) ist gemein, dass sie a) ebenso komplex sind wie die Nachhaltigkeitskonzepte und b) dass sie den Umbau (große Transformation) der Gesellschaft als das Gemeinschaftswerk einer informierten Bürgergesellschaft sehen. Zu einer solchen Mobilisierung bedarf es neuer Narrative der Weltsicht und des Wandels. Die entsprechende Kommunikation hat also nicht nur Nachhaltigkeitsthemen an Menschen zu vermitteln und das agenda setting für die „große Transformation“ zu betreiben, sondern auch Partizipation an gesellschaftlichen Such-, Lern- und Gestaltungsprozessen anzustiften, in Bewegung zu setzen bzw. Bewegungen zu befördern. Bei solch einem Anspruch geht es aber über die Aufgabe hinaus, kognitiv orientierte Informationen und Appelle über Nachhaltigkeit und Transformation gezielt, handlungs- und politikrelevant und wirksamkeitsorientiert zu vermitteln. Es geht darum, die Zielgruppen über Emotionen, Personalisierung und Alltagsbezug anzusprechen. *Geschichten stellen Wirklichkeit her und helfen uns, die Welt zu verstehen, indem sie Ideen über Charaktere und Situationen beispielhaft in konkrete Erlebniswelten übertragen.* Geschichten können leichter als Informationen die Veränderbarkeit (Möglichkeitssinn) von Welt und die möglichen Handlungslogiken transparent machen. Wir nehmen Anteil daran, wie das Handeln von Personen den Lauf der Dinge beeinflusst hat und beeinflussen kann. Erzählt wird mit einem roten Faden und mit Personen in Handlungssituationen, durch die der Rezipient nicht nur Wissen über die Veränderbarkeit aufnimmt, sondern sich identifiziert. Dieses Erzählen liefert den Stützrahmen (Gerüst/Narrativ), in den Details (Informationen) und Intentionen des Erzählers eingewoben werden können. Soll heißen, der grobe Rahmen wird über die Geschichte vorgezeichnet (Subtext), der es erlaubt, Details besser einzuordnen und damit besser zu verstehen. (Negrete und Lartigue 2004; National Research Council 1999)

Diese, im Journalismus bekannte und benutzte Arbeitsweise bekommt eine **neue Bedeutung durch zwei Prozesse und eine Herausforderung:**

1. In den vergangenen Jahren nahmen die wissenschaftlichen Erkenntnisse und Erklärungen über Themen wie Klimawandel, Meeresverschmutzung, Extremwetter u. a. stark zu und wurden entsprechend in den Medien kommuniziert. Die „Details“ im Nachhaltigkeitskontext wurden klarer und eindeutiger – der Rahmen, also das systemische Verständnis der Schnittmengen zwischen den Details aber wurde unklarer und bewirkte eher eine Verunsicherung über Entwicklungspfade nachhaltigen Fortschritts und ihrer Chancen.
2. Wir haben mit den Zustandsbeschreibungen des Anthropozäns z. B. mittels der planetarischen Leitplanken, des ökologischen Fußabdrucks oder des Metamorphoseansatzes von Ulrich Beck und szenarischen Zukunftsperspektiven durch die Wissenschaft eine normative Deutungsform, die eindrücklich darstellt, was wir nicht tun sollten. Denn

überschreiten wir diese Grenzen, bekommen wir die möglichen Folgen dargestellt. Bislang vor allem in ökologischen und geologischen Systemen – sehr selten in den sozialen Systemen. Hier besteht ein großes Manko – vor allem in der Diskussion konkreter regionaler/lokaler Folgewirkungen. Aber das ist ein Wissensdefizit (!), das auch mit den sozialen Wissenschaften zu tun hat.

Viel grundsätzlicher jedoch ist das Manko an **Beschreibungen darüber, wie innerhalb der Leitplanken gelebt** werden kann, wie z. B. eine Klimakultur im Alltag aussehen könnte. Ohne **wissensbasierte Zukunftsbildern** fehlt uns heute der Referenzrahmen für wirksame Transformationspfade und für deren Akzeptanz in den unterschiedlichen Interessengruppen der Gesellschaft. (Die Erfahrungen aus Reallaboren zur Energiewende und Klimaanpassung sowie des Programms Zukunftsstadt weisen darauf hin.)

Zukunftsorientiertes, szenarisches Erzählen ist ein Erzählen aus der Zukunft heraus (siehe das Projekt Futur 2), welches einem konzeptionellen Ansatz folgt und das Variationen und Ausprägungen in den Bereichen Kontext, Verlauf, Inhalt und Kanal vorsieht (Lugmayr et al. 2016). Wenn Impact-(Journalismus)-Kommunikation entsprechend der Nachfrage aus regionalen Umbruchprozessen bzw. thematischen Handlungsschwerpunkten nach Erzählungen der jeweiligen Transformationen breit gefasst werden muss, dann bedeutet das, dass **genreübergreifende Variationen des Erzählens** entstehen sollten. (Cathrine Gyldensted: *From Mirrors to Movers: Five Elements of Positive Psychology in Constructive Journalism*. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015)

3. Immer wieder haben sozialwissenschaftliche Studien einerseits und die empirische Bildungsforschung andererseits gezeigt, dass die tief verwurzelten Weltanschauungen/Weltsichten der Menschen, also ihre grundlegenden Vorstellungen darüber, wie Gesellschaften in ihren Umwelten organisiert werden sollten, ihre Einstellungen gegenüber Phänomen wie z. B. Klimawandel beeinflussen. Diese Weltanschauungen verkörpern sich in **Narrativen**. (*Ein Narrativ ist eine sinnstiftende Erzählung, die Einfluss hat auf die Art, wie die Umwelt wahrgenommen wird. Es transportiert Werte und Emotionen, ist in der Regel auf einen bestimmten Kulturkreis bezogen und unterliegt dem zeitlichen Wandel. In diesem Sinne sind Narrative keine beliebigen Geschichten, sondern etablierte Erzählungen, die schlüssig und mit einer Legitimität versehen sind. Narrative geben gesellschaftliche Orientierung und können Zuversicht vermitteln.*) Nachhaltige Entwicklung und ihre große Transformation brauchen, wenn sie wirksam sein sollen, ihre eigenen Narrative, die in den öffentlichen Diskursen angestoßen, initiiert und weitererzählt werden. Das Fehlen dieser neuen Narrative zeigt sich in der Energiewende (insbesondere in der Braunkohlefrage), in der Verkehrs-, aber auch in der Agrarwende. Bildung und Wissen hängen – so eine Reihe von Studien – negativ mit der Akzeptanz von Wissenschaft zusammen. Dann ist es aber unwahrscheinlich, dass individuelle und institutionelle Einstellungen und Narrative durch zusätzliche Fakten zu verändern sind. (S.10 Lewandowski). Es sind eher Erzählungen, die sich für die Vermittlung der Weltsicht nachhaltiger Entwicklung eignen.

Erzählungen haben das ureigene Potenzial, die Risiken und die mit ihnen verbundenen Folgen und Konflikte zu verdeutlichen. Persönliche Risikowahrnehmungen haben in der Regel einen höheren Einfluss auf Handlungsmotivation. Erzählungen, die die persönliche Bedeutsamkeit der Veränderungen aufzeigen, regionale oder soziokulturelle Hintergründe und Sozialordnungen aufmachen und die Szenarien und gegenwärtige Anzeichen verbinden, sind wirkungsmächtiger als Fakten. (Anbinden an wichtige Personen, Dinge, Aspekte für die Zielgruppen). (Grothmann; climate outreach)

Beispiel: Wenn der britische Ökonom Nicholas Stern den Klimawandel als das „[Ergebnis des größten Marktversagens, das die Welt gesehen hat](#)“ bezeichnet, bringt er die Personen, die sich emotional und intellektuell mit der freien Marktwirtschaft/dem reinen Kapitalismus identifizieren, in ein Dilemma: Sie müssen entweder akzeptieren, dass die Wissenschaft richtig liegt und dass unregulierte Märkte zu Problemen führen, die staatliche Intervention nötig machen. Oder sie lehnen wissenschaftliche Erkenntnisse ab und bleiben bei ihrer Überzeugung, dass unregulierte Märkte am besten Wohlstand schaffen können.

## Offene Liste narrativer Kommunikationsansätze und -formate für Impact-Journalismus

### Rahmung

- Programmatisches oder co-designtes, handlungsanleitendes Erzählen von Zukünften ist im ersten Schritt die Umformulierung sprachlicher **Frames** (Platzhalter für Narrative; Wiedererkennbarkeit dahinterliegender Argumente und eben auch narrative Arrangements) zugunsten der Weltsicht und den Handlungsaufforderungen aus nachhaltiger Entwicklung. (Hajer 1995, S.62)
- Der zweite Schritt in der Konzentration auf narrativen Journalismus betrifft den **Diskurs** und seine Initiierung (thematische, Sprecherintentionen entkoppelte Aussagesysteme). Nach Viehöfer sind Narrative als strukturierende Kraft auf der Hinterbühne von Diskursen erst zu rekonstruieren. Sie sind nicht einfach in Reinform da in Texten oder Bildern, sondern sind immer mit anderen Sprachformen und Themen/Phänomenen/Problemen vermischt und darüber in die Diskurse „eingewoben“. (Viehöfer 2012a, S.86). Aber über die Diskurse werden sie gegenseitig erzählt, bestätigt, angepasst. Erzähler und Hörer gleichermaßen sichern sich den gemeinsamen Weltbezug, Weltsicht und Deutungsrahmen.
- Wichtig dabei ist die Episodenstruktur und das emplotment, d. h. das sinnhafte Auf-einander-Beziehen und dadurch das An- und Zuordnen von Ereignissen. Maarten Hajer hat in den 1990er Jahren gezeigt, wie die Geschichte vom Sauren Regen eine wichtige Rolle bei der Etablierung eines neuen Verständnisses systematisch-präventiver (nicht mehr fallbezogen-reagierender/ end of the pipe) ökologischer Industriepolitik gespielt hat. (M. Rivera)

- Über das „narrative Personal“ (Held, Antiheld, Helfer) erfährt man unmittelbar das, was das Erzählen von Argumentationen abhebt: ein Nachzeichnen von menschlichem Handeln (und innerer Handlungslogik), also von Motivzusammenhängen statt bloßer Ereignisketten. Die dramatische Komponente ist es, die Motivation, Werte und Identität der handelnden Personen zusammenbringen und über soziales Handeln und das Lernen darin, erzählen wenn sie in den politischen Raum hineinwirken sollen. Gerade in Veränderungsprozessen muss der Weltbezug (Narrativ) als gemeinsamer Resonanz- und Designraum immer neu erzeugt und erstritten werden. Insofern sind Narrative konstitutiv für das Politische. (Brunner 1991, S.17)
- Die kausale Konfiguration von Ereignissen, die durch den Akteurs- und Motivationsbezug begründet wird, wird zentral, wenn wir uns für die Wirkmächtigkeit von Narrativen interessieren. Welches Handlungsgerüst und welche thematischen Weichenstellungen ermöglichen oder befördern eine höhere Narrativität, ein passenderes Erzählen? Wie stark ist der Akteur zu betonen, um Subjekt zu bleiben und nicht nur zum Objekt (Opfer) von Veränderung zu werden.
- Wenn man die Idee (Bruno Latour) aufgreift, wonach ein neuer Akteur in unser Leben und seine Veränderungsprozesse eingetreten ist (der Klimawandel, ...) und der ernsthaft als Akteur der Veränderung in den gesellschaftlichen Entwicklungsprozessen agiert – wie, durch welche neuen Erzählweisen sind diese Akteure als Handelnde darzustellen? Mit geläufigen Erzählmustern ist das nicht zu machen.
- In konstruktiven Erzählungen fehlen nicht die Akteure, aber meist die Anti-Helden. Damit wird den Lern- und Auseinandersetzungprozessen das Konfliktmoment und die Kontroverse genommen, die aber der wesentliche Kern von Transformationsprozessen sind.
- Angenehme Emotionen sind es vor allem, die zum Handeln motivieren (Ästhetik des Widerstandes /P.Weiss/A. Jarr). Hoffnung, Neugier, Freude, Stolz sind solche Emotionen, die a) in (szenarischen) Visionen (Zukunftsbilder) Gestaltungsräume öffnen und b) Wirksamkeitsüberzeugungen entwickeln, die die Gestaltungsräume mit eigenem Handeln füllen. Diese Resonanzräume müssen identifiziert bzw. erstritten werden. c) Auseinandersetzung wie Gestaltung brauchen – neben der individuellen Wirksamkeit – vor allem kollektive Wirksamkeitsüberzeugungen und -erfahrungen (Grothmann). Das braucht soziale Identitäten, die Ziele verfolgen, die gemeinsam bestimmt werden.

## Formate

Gleich vorweg: Die Formatfrage ist keine Eigenart des Impact-Journalismus. Sie gilt prinzipiell hinsichtlich des Zwecks und der Zielgruppe von journalistischer Kommunikation und bekommt natürlich durch die Digitalisierung einen eigenen Zuschnitt. Aber es gibt Formatentwicklungen, die sich in besonderer Weise für impact-journalistisches Arbeiten anbieten:

### Trend 1: neue Funktionen

- andere Aufgaben, als klassisches Fakten-Reportieren und Analysieren. Für das abgeschlossene Webprojekt „This is South Africa“ nutzten die Journalist\*innen Social-Media-Plattformen, um die besten und interessantesten Einträge aus Facebook, Twitter, Flickr und Co. auszuwählen und in einer ansprechenden Darstellung zu präsentieren. Zusätzliche Interviews führten sie per Chat.
- Selektieren, das heißt anhand nachvollziehbarer Kriterien die Spreu vom Weizen von Onlineportalen und Berichten zu trennen. Es ist ein Service: Nicht jeder Journalist recherchiert, ob die Aussagen wissenschaftlichen Kriterien genügen. Deshalb ist ein kompetenter Wegweiser zu vertrauenswürdigen Journalismus im Netz wahrscheinlich wichtiger als die x-te neue Fach-Webseite.
- Kuratieren, das heißt einordnendes Empfehlen. Ebenso wie ein Museumskurator Werke auswählt, thematisch gruppiert und dadurch Themen und Zusammenhänge betont, sollten sich auch Journalist\*innen und Medien angesichts der immer stärker anschwellenden Flut von minderwertigen und gleichförmigen Inhalten im Netz stärker darauf besinnen, zu finden und sichtbar zu machen, was andere, egal ob Amateur oder journalistischer Profi, an Berichtenswertem bereits veröffentlicht haben. Im Extremfall sortiert sich das Wissen des Schwarms sogar weitgehend selbst. (Beispiel „Guttenplag“-Wiki, eine Plattform auf der kollaboratives Wissen sichtbar gemacht wird.)

### Trend 2: Datenjournalismus

Das Dossier „Was Vorratsdaten über uns verraten“ (Zeit Online) will die gesellschaftliche Debatte über die Vorratsdatenspeicherung anregen. Das gelingt dank einer exzellent animierten Grafik (in Kombination mit einem linearen Einstiegstext). Das Beispiel zeigt, dass Datensätze in geeigneter Visualisierung in manchen Fällen eine Thematik (hier das Bedrohungspotenzial einer staatlich erzwungenen informationellen Entblößung) eindringlicher vermitteln können als ein linear erzählter Bericht. (siehe auch CityVis Wettbewerb „Visualisierung der Entwicklung in Städten“/Story hinter der Grafik)

Die Erzählung via Grafik selbst ist mit den Wirkungs-Erfahrungen des hockeystick-graphs und der Darstellungsformen von Al Gore intensiver als bisher zu erschließen.

**Trend 3: Grenzen verschwimmen.**

Anhand der Auszeichnungen des Grimme Online Award zeigt sich deutlich, dass die Grenzen zwischen professionellem Journalismus und anderen gestalterischen Berufen verschwimmen. Johannes Klaus ist Fotograf und Webdesigner. Doch was er während seiner Weltreise auf seinem nominierten Blog „Reisedepesche“ präsentiert, ist nicht nur visuell erstklassig gestaltet. Er versteht es, seine persönlichen und subjektiv geschilderten Erlebnisse in einen gesellschaftlichen Kontext zu stellen. So wird aus einem Webtagebuch innovativer Reisejournalismus im Netz.

**Trend 4: Nutzer involvieren.**

Die interaktive Webdokumentation „Prison Valley“ von Arte zeigt aus vielen Perspektiven, wie eine gottverlassene Region im US-Staat Colorado fast ausschließlich vom Wirtschaftsfaktor Strafvollzug lebt.

**Trend 5: Echtzeit-Episoden bündeln hin zur Metaerzählung**

Miriam Opresnik hat mit der seriellen Reportage „Ich werde grün“ ihren Selbstversuch begleitet. Ähnlich angelegt ist Petra Pinzlers Buch „Vier fürs Klima“. In Brasilien gibt es ein journalistisches Projekt, in dem täglich hunderte Bewohner des Amazonas-Gebietes kurze Tagesepisoden via Smartfon auf einen Blog stellen.

**Trend 6: Transmediales, serielles und multiperspektivisches Erzählen**

Diese Erzählweisen finden sich im Hörfunk (z.B. „Die Frage“), in Scrolltelling Formaten und beim digital storytelling.

**Trend 7: Aktivierende Geschichte, die während des Storyverlaufs tatsächlich eine Wirkung erzielt.**



Manfred Ronzheimer, freier Wissenschaftsjournalist in Berlin. Dipl.Pol.wiss. (Uni Marburg), Volontariat Frankfurter Rundschau. Mitarbeit Tagesspiegel, AP, VDI-Nachrichten, Dt.Univ.Zeitung, RIAS, DLF, Berliner Morgenpost, taz uam. Aufbau Uni Radio Berlin-Brandenburg der Berliner Hochschulen, Sprecher der Senatsumweltverwaltung. Schwerpunkt auf Entwicklung eines Transformationsjournalismus. Aufsatz Pol.Ökologie 2014, Initiierung und Konzipierung der Konferenzreihe "Große Transformation und die Medien" mit FU Berlin und Ev.Akademie Berlin 2015-17, Workshop für

Transformationsjournalismus bei der Konferenz Wachstum im Wandel Wien

2016, aus der die österreich-deutsche Mediengenossenschaft Cooppa.at hervorging mit Schwerpunkt auf Nachhaltigkeits-Themen. Beteiligung an Sommeruniversitäten von KMGNE in Karnitz und zwei Narrations-Konferenzen in Berlin 2017 und Darmstadt (Schader-Stiftung) 2018.

e.mail: Ronzheimer@t-online.de



Dr. Joachim Borner ist wissenschaftlicher Direktor des KMGNE und Leiter der Internationalen Sommeruniversität/CCCLab „Transmediales Storytelling für Nachhaltigkeit“ Santiago de Chile/Berlin. Er hat eine Professur für Nachhaltigkeitskommunikation an der Universidad Academia de Humanismo Cristiano in Santiago de Chile. Joachim Borner war Mitglied der Enquetekommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ des Deutschen Bundestages, Mitglied der AG Informelles Lernen in der BNE-Dekade und ist Sprecher des Partnernetzwerk Medien und Mitglied des Fachforums Informelles Lernen (NAP). Er forscht zu Themen der Kommunikation in

Transformationsprozessen, zu Reallaboren und transdisziplinärem Lernen.

e.mail: jborner@kmgne.de