

12.42 Uhr.**Jetzt FFF ... Löw**

KLEINE FORMATE GANZ GROSS

Ein einfacher, aber verspielter Liveticker erhält den Henri-Nannen-Preis. Ein unkonventionelles Videoblog zum Eurovision Song Contest erregt mehr Aufmerksamkeit als manch ein TV-Beitrag. Mit einem Blogbeitrag verhaselt ein Journalist der Deutschen Post die Einführung des E-Briefs. Eine Fülle neuer Formen und Formate hat sich im Internet ausgebreitet – nicht alles funktioniert, nicht alles ist streng durchfinanziert. Aber dank zunehmender Vernetzung können auch kleine Ideen auf große Resonanz stoßen.

von Christian Bartels

„12.42 Uhr. Jetzt FFF ... Löw. Hatte ordentlich Spaß bei der WM, sagt er. Lasst mich in Ruhe ihr blöden Journalisten, ich hab eigentlich Urlaub, meint er.“ Um Live-Übertragungen von DFB-Pressekonferenzen interessant zu finden, muss man schon ein sehr großer Fußballfan sein. Tickern sie aber die Macher von 11Freunde live auf ihrer Website, lassen sich diese Konferenzen geradezu genießen. Dann kommt sogar das im Fernsehen so auffällige Geräusch zur Geltung, das sich in herkömmlichen Berichten nicht in Worte fassen lässt: das erstaunlich regelmäßige Pusten des Bundestrainers Jogi Löw in das vor ihm aufgestellte Mikrofon. „FFF“.

Vier Journalisten der Zeitschrift 11Freunde gewannen im Mai einen Henri-Nannen-Preis für ein neues, aber ziemlich schlichtes Internet-Textformat – ganz ohne Bewegtbild und Musik: einen Liveticker, der das alte Fußball-Ticker-Prinzip der kargen Information um das Moment der Ironie bereicherte. Die Liveticker werden tatsächlich vor allem live gelesen, sagt Chefredakteur Philipp Köster. Bei der WM 2010 waren es bis zu 50.000 Nutzer, die „den sportiven Charakter“ der Ticker schätzten. Also das notwendig schnelle, originelle Schreiben unter Echtzeit-Bedingungen. Im Nachhinein, als „verkappter Spielbericht“, wurden die Texte immer noch 20.000-mal angeklickt und auch gedruckt noch verwertet. Das WM-Heft enthielt ein Ticker-Best-of.

Im Spätsommer 2010 herrscht hierzulande viel Unsicherheit, wenn es ums Internet geht. Was ist von Street View zu halten? Haben Weichenstellungen zur Netzneutralität, die Google in den USA vornimmt, künftig Einfluss auf die Datenströme? Dazu gibt es wenig gesichertes Wissen und viele Meinungen. Die Datenmenge, um die das Internet pro Tag wächst, lässt sich kaum erahnen. Gigantische Zahlen kursieren: Anfang 2010 meldete YouTube, dass

11FREUNDE.de MAGAZIN FÜR FUSSBALL-KULTUR

WIKI, RANGLISTEN, INTERVIEW, GASTARTIKEL, DEUTSCHE, PREMIERE, COME

11FREUNDE.de ist ein unabhängiges Magazin für Fußball-Kultur. Wir berichten über die Hintergründe des Sports, die Leidenschaft der Fans und die Geschichten der Spieler. Unser Team besteht aus Journalisten, Autoren und Fotografen, die sich für den Fußball begeistern.

Unsere Inhalte umfassen:

- Interviews mit Stars des Fußballs
- Exklusive Hintergrundberichte
- Analysen und Kommentare zu aktuellen Ereignissen
- Porträts von Spielern und Trainern
- Historische Rückblicke auf wichtige Momente

11FREUNDE.de/liveticker

Henri-Nannen-Preis 2010

Gutjahr's blog

Der E-Postbrief – Die Gelbe Gefahr?

11.07.2010 10:00

12.07.2010 10:00

13.07.2010 10:00

14.07.2010 10:00

15.07.2010 10:00

16.07.2010 10:00

17.07.2010 10:00

18.07.2010 10:00

19.07.2010 10:00

20.07.2010 10:00

21.07.2010 10:00

22.07.2010 10:00

23.07.2010 10:00

24.07.2010 10:00

25.07.2010 10:00

26.07.2010 10:00

27.07.2010 10:00

28.07.2010 10:00

29.07.2010 10:00

30.07.2010 10:00

31.07.2010 10:00

01.08.2010 10:00

02.08.2010 10:00

03.08.2010 10:00

04.08.2010 10:00

05.08.2010 10:00

06.08.2010 10:00

07.08.2010 10:00

08.08.2010 10:00

09.08.2010 10:00

10.08.2010 10:00

11.08.2010 10:00

12.08.2010 10:00

13.08.2010 10:00

14.08.2010 10:00

15.08.2010 10:00

16.08.2010 10:00

17.08.2010 10:00

18.08.2010 10:00

19.08.2010 10:00

20.08.2010 10:00

21.08.2010 10:00

22.08.2010 10:00

23.08.2010 10:00

24.08.2010 10:00

25.08.2010 10:00

26.08.2010 10:00

27.08.2010 10:00

28.08.2010 10:00

29.08.2010 10:00

30.08.2010 10:00

31.08.2010 10:00

01.09.2010 10:00

02.09.2010 10:00

03.09.2010 10:00

04.09.2010 10:00

05.09.2010 10:00

06.09.2010 10:00

07.09.2010 10:00

08.09.2010 10:00

09.09.2010 10:00

10.09.2010 10:00

11.09.2010 10:00

12.09.2010 10:00

13.09.2010 10:00

14.09.2010 10:00

15.09.2010 10:00

16.09.2010 10:00

17.09.2010 10:00

18.09.2010 10:00

19.09.2010 10:00

20.09.2010 10:00

21.09.2010 10:00

22.09.2010 10:00

23.09.2010 10:00

24.09.2010 10:00

25.09.2010 10:00

26.09.2010 10:00

27.09.2010 10:00

28.09.2010 10:00

29.09.2010 10:00

30.09.2010 10:00

01.10.2010 10:00

02.10.2010 10:00

03.10.2010 10:00

04.10.2010 10:00

05.10.2010 10:00

06.10.2010 10:00

07.10.2010 10:00

08.10.2010 10:00

09.10.2010 10:00

10.10.2010 10:00

11.10.2010 10:00

12.10.2010 10:00

13.10.2010 10:00

14.10.2010 10:00

15.10.2010 10:00

16.10.2010 10:00

17.10.2010 10:00

18.10.2010 10:00

19.10.2010 10:00

20.10.2010 10:00

21.10.2010 10:00

22.10.2010 10:00

23.10.2010 10:00

24.10.2010 10:00

25.10.2010 10:00

26.10.2010 10:00

27.10.2010 10:00

28.10.2010 10:00

29.10.2010 10:00

30.10.2010 10:00

31.10.2010 10:00

01.11.2010 10:00

02.11.2010 10:00

03.11.2010 10:00

04.11.2010 10:00

05.11.2010 10:00

06.11.2010 10:00

07.11.2010 10:00

08.11.2010 10:00

09.11.2010 10:00

10.11.2010 10:00

11.11.2010 10:00

12.11.2010 10:00

13.11.2010 10:00

14.11.2010 10:00

15.11.2010 10:00

16.11.2010 10:00

17.11.2010 10:00

18.11.2010 10:00

19.11.2010 10:00

20.11.2010 10:00

21.11.2010 10:00

22.11.2010 10:00

23.11.2010 10:00

24.11.2010 10:00

25.11.2010 10:00

26.11.2010 10:00

27.11.2010 10:00

28.11.2010 10:00

29.11.2010 10:00

30.11.2010 10:00

31.11.2010 10:00

01.12.2010 10:00

02.12.2010 10:00

03.12.2010 10:00

04.12.2010 10:00

05.12.2010 10:00

06.12.2010 10:00

07.12.2010 10:00

08.12.2010 10:00

09.12.2010 10:00

10.12.2010 10:00

11.12.2010 10:00

12.12.2010 10:00

13.12.2010 10:00

14.12.2010 10:00

15.12.2010 10:00

16.12.2010 10:00

17.12.2010 10:00

18.12.2010 10:00

19.12.2010 10:00

20.12.2010 10:00

21.12.2010 10:00

22.12.2010 10:00

23.12.2010 10:00

24.12.2010 10:00

25.12.2010 10:00

26.12.2010 10:00

27.12.2010 10:00

28.12.2010 10:00

29.12.2010 10:00

30.12.2010 10:00

31.12.2010 10:00

„Die Gelbe Gefahr“

3.500 Retweets

Gutjahr's Blog

seine Nutzer rund 24 Stunden Videomaterial pro Minute ins Netz stellen; 2009 waren es erst 15 Stunden. Facebook hat weltweit mehr als 500 Millionen Nutzer. Mehr als 133 Millionen Blogs zählte die Blogsuchmaschine Technorati im Jahr 2009. „Wir steuern auf einen Zustand digitaler Adipositas zu“, schrieb Kommunikationswissenschaftlerin Miriam Meckel im August pessimistisch in der FAZ. Neigt das Internet zur Fettleibigkeit? Daten aller Art werden erst einmal gespeichert. Bearbeitet, ausgewertet, in lesbare Geschichten umgewandelt werden sie vielleicht im nächsten Schritt. Das ist längst der aufwendigere Teil. Am besten versinnbildlicht diese Entwicklung der Coup von Wikileaks, 92.000 Dokumente vor der globalen Veröffentlichung drei Printredaktionen exklusiv zur Verfügung zu stellen – damit sie etwas daraus machen (siehe Seite 24).

Slideshow oder sogar noch interaktiver?

Sicher ist trotz Unsicherheit: Das Internet ist längst Leitmedium. Was es nicht nur für Journalisten reizvoll macht, sind die Menschen, die täglich im Netz arbeiten, schreiben und zum Teil auch leben. Eine Fülle von Formaten, die alte Formen weiterdrehen wie die „Vuvox-Collage“, bei der Videosequenzen in Foto-Bilderstreifen mit Tonspur integriert werden. Sie erscheinen zum Beispiel im mehrfach preisgekrönten soukmagazine.de. Selbst Audioslideshow-Experte Matthias Eberl fällt es dabei schwer, einzuschätzen, ob es sich um Audioslideshows oder um eine noch interaktivere Medienform handelt. Text, Ton, bewegte und unbewegte Bilder fließen selbstverständlich zusammen. Diese Darstellungsformen machen Freude, verursachen Ärger, sind oder scheinen spannend – wie Michalis Pantelouris' Live-Reportage (siehe Seite 12), sind durchfinanziert oder eher

nicht. Und finden manchmal rasant ungeahnte Verbreitung. Immer mehr Inhalte lassen sich kommentieren oder – per Klick auf einen Button – allen vernetzten Freunden empfehlen.

„Ich finde das ganz wunderbar, das macht das Internet noch wertvoller“, sagt Frank Schmiechen. Der 47-Jährige ist stellvertretender Chefredakteur der Welt-Gruppe und hat die Tabloidzeitung Welt kompakt entwickelt. Eigentlich gebe es „drei Internets“, zählt er auf: „das Boris-Internet, bei dem es um das ‚Ich bin drin‘ ging; das Google-Internet, die durch eine Liste von Ergebnissen mehr oder weniger beantwortet wurde. Und das Social-Media-Netz.“ Während das Boris-Becker-Netz fast schon verschwunden sei und das Google-Netz abgelöst werde, bildeten sich im Social-Media-Netz „auf den Spuren der Freunde in der unüberschaubaren Topographie des Internets Pfade, Straßen – eine soziale Landkarte, die wächst und wächst.“

Hilfe, wir drucken das Internet

Die breitesten Pfade schlägt Facebook, das in Welt kompakt ziemlich häufig vorkommt. Zum Beispiel, wenn es auf der Seite Vermischtes um einen Flugbegleiter mit mehr als 40.000 Facebook-Fans geht. Ist Facebook also ein Indiz für Relevanz in der internetaffinen Zielgruppe? „Ein Indiz für Popularität. Relevanz ist etwas anderes“, sagt Schmiechen. Die habe aber jeder in der Hand, sie hänge davon ab, „wie man sich seine Freunde zusammenstellt: Wenn man sich zum Beispiel Absender wie Welt Online und Spiegel Online, Jeff Jarvis und Robert Basic aussucht und sich von denen posten lässt, hat man einen relevanten Stream.“

Mit der Titelzeile „Hilfe, wir drucken das Internet“ erregte Welt kompakt am 1. Juli Aufsehen. Die Texte stammen von Bloggern und erschienen nicht spaltenweise wie sonst in Zeitungen. Daher hieß die Ausgabe „Scroll-Edition“. Die Blogosphäre diskutierte, Schmiechen machte mit, steckte kräftig ein und teilte aus. „Ich kommentiere in vielen Blogs. Wenn mir der Ton nicht gefällt, kommentiere ich aber nur ungern, um das Blog nicht aufzuwerten.“ Wenn etwa ein Blogger von ihm nur einen Blog-Kommentar und die letzten drei Tweets gelesen hat, aber meint, ihn auf dieser Basis als Person kritisieren zu können, dann ruft Schmiechen lieber schon mal an. Der Zeitungsmann Schmiechen twittert nicht nur seit Frühjahr 2008. Er bloggt auch selbst. Überschrift: „Was noch weg musste.“ Die Umgangsformen im Netz beschäftigen ihn sehr.

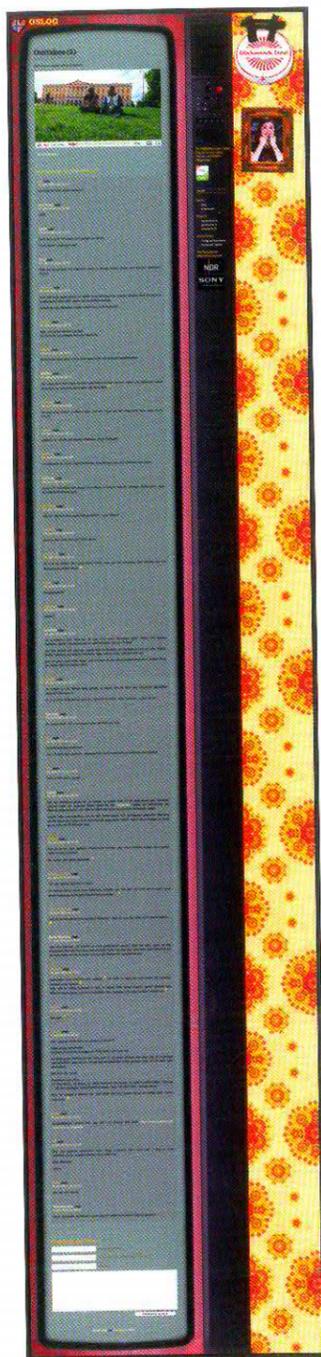
Der Ton ist rau im Social-Media-Netz. „Ich kann gar nicht zum Ausdruck bringen, wie groß meine Verachtung gegenüber der Pressestelle der Deutschen Post ist.“ Mit diesem Satz beginnt ein Blogbeitrag, der im Juli für deutschsprachige Verhältnisse sensationelle Verbreitung fand. Mehr als 3.500 Retweets, also Weiterempfehlungen, allein via Twitter, zeigt der Twitter-Button für „Der E-Postbrief – Die Gelbe Gefahr?“ an. Ob dieser Zahl zu trauen ist, weiß Journalist Richard Gutjahr nicht genau. Eine der digitalen Zahlenfragen, die sich kaum klären lassen. Gemessen an rund 50.000 Klicks in einer Woche könnte es aber hinkommen.

Die Formulierung mit der „Verachtung“, das würde er „mit vier Wochen Distanz nicht mehr so schreiben“, erzählt der Münchner. Aber da habe sich eben eine Menge angestaut, und Blogs sollten ja auch persönlich sein. Er habe diesen Eintrag lange vorbereitet, „doch die Post wollte mir kein Interview geben. Ich hatte gesagt, dass ich auch für die ARD arbeite, aber als Blogger anrufe. Wenn ich ‚Blogger‘ sage, legen viele Leute schnell wieder auf.“

Gutjahr schrieb dann eben seine Erfahrungen mit der Presse- und PR-Abteilung der Post auf, sprach mit Bloggerkollege Udo Vetter (lawblog.de) über kritische Aspekte des E-Postbriefs und band diesen Dialog als Audio-datei in seinen Artikel ein. „Bis zum letzten Moment“ habe er gewartet, ob die Post noch reagieren würde, erst im Taxi zum Flughafen hat er den Beitrag veröffentlicht. Im August lernte er nämlich in Tel Aviv Hebräisch. Das tut nichts zur Sache – lässt sich aber online nachverfolgen. Denn Richard Gutjahr ist einer jener Blogger, die viel von ihrem Leben mitteilen. Und das konsequent multimedial.

Die Genießer-Variante: viel Aufwand, wenig Nutzen

Ein wenig globale Berühmtheit erlangte Gutjahr im April, als er nach 20-stündigem Warten in New York das allererste verkaufte iPad ergatterte. Natürlich hat er auch das in einem Videobeitrag festgehalten. Weil er täglich 20 bis 30 Minuten für die Kommunikation mit Lesern, Freunden, Followern in seinen Tagesablauf integriert hat, kamen schnell Fragen, ob denn so ein iPad etwas taue. Er antwortete probeweise mit drei Varianten: einer „für Eilige (10 Sekunden)“ auf wenigen Zeilen, einer „für Interessierte (3 Minuten)“, die auf seinen Artikel in der Abendzeitung verlinkte, einer „für Genießer (5 Minuten)“, die auf ein Radiointerview mit ihm verwies. Die Genießer-Variante wurde am wenigsten geklickt. „Bei einer besonders intensiven Beschäftigung steht die Nutzung in keinem Verhältnis zum Aufwand“, sagt Gutjahr.



oslog.tv

Ein kostengedeckter Spaß



facebook/FHM

31.620 Personen

gefällt das

Über Fragen des Aufwands macht sich der Absolvent der Deutschen Journalistenschule durchaus Gedanken. „Ich bin privilegiert. Ich kann mir das Bloggen leisten, weil ich einen Hauptarbeitgeber habe.“ Für den Bayerischen Rundfunk moderiert er zweiwöchentlich die „Rundschau Nacht“. In seinem Blog experimentiert er mit Finanzierungsmodellen: den Micropayment-Angeboten Flattr und Kachingle sowie dem „Kaffeekassenknopf“, der Spendewillige direkt zu PayPal führt. Auf diesem Weg kämen häufiger „Einzelbeträge bis zu zehn Euro. Das kann in der Summe relativ schnell das toppen, was in einer Woche über Google AdWords kommt“ – Googles weitverbreitetes Werbeprogramm. „Wenn es gut läuft, kommen vom Bloggen 100 bis 200 Euro im Monat zusammen. Mühsam nährt sich das Eichhörnchen“, sagt Gutjahr.

Stefan Niggemeier zählt zu den bekanntesten deutschen Bloggern. Im Mai überraschte er mit oslog.tv: ein gemeinsam mit Lukas Heinser gedrehtes Videoblog rund um den Eurovision Song Contest aus Oslo. Die beiden Medienjournalisten agierten selbst vor der Kamera und montierten daraus flott geschnittene Filme von kurzer Dauer, naturgemäß mit viel Musik. Keine ganz neue Form. Die 11 Freunde zum Beispiel drehen schon lange dialogische Videos und verdienen Geld damit. Aber ein Spaß – nicht nur, weil Lena Meyer-Landrut den Wettbewerb am Ende gewann, sondern auch wegen Niggemeiers und Heinsers Mix aus Sympathie fürs und ironischer Distanz zum Geschehen.

Ein kommerzielles Unternehmen war das Oslo ebenfalls, „freundlich unterstützt“ von NDR, Sony und einem Reklamepartner. An den sei Niggemeier über einen Freund mit PR-Agentur gekommen. Der schlug einen Süßwarenhersteller als Sponsor vor. „Wir haben gemeinsam Ideen entwickelt, wie die Marke auf der Seite und in den

Videos präsent sein kann, ohne dass sie aufdringlich ist“, sagt Niggemeier. „Unsere Kosten wurden mehr oder weniger gedeckt, unser Zeitaufwand aber nicht wirklich bezahlt.“

Das Projekt soll keine Ausnahme bleiben. Beim nächsten Mal könnte die Finanzierung etwas leichter fallen, hofft Niggemeier. Gehören solche Auftritte inzwischen zum Onlinejournalismus? Das sei eine Gratwanderung. „Ich möchte nicht zu einem eiteln Journalisten-Selbstdarsteller werden.“ Er sei aber überrascht gewesen, wie viel Spaß ihm auch das Agieren vor der Kamera macht: „Insofern war oslog.tv auch ein Ausprobieren in dieser Richtung.“

Den wohl größten denkbaren Gegensatz zum Oslo bildet es, wenn carta.info Podiumsdiskussionen zu Themen wie Filesharing oder Leistungsschutzrecht streamt. Zwei Stunden können die Veranstaltungen dauern, die Video-Übertragung ist weder durch Musik aufgepeppt noch gibt es einen Wechsel der Kameraperspektive.

Spielen Livestreams eine ökonomische Rolle für Carta? Nein, sagt Robin Meyer-Lucht, Gründer und Mitherausgeber des Non-Profit-Projekts. „Sie sind ein Format, das uns Spaß macht und durch das wir mit einfachen Mitteln etwas Besonderes anbieten können. Wir zeigen Veranstaltungen, zu denen wir sowieso gehen.“ Das Equipment passe in einen Rucksack – und bringe bis zu 250 Live-Zuschauer. Später, wenn das Video in einen Text eingebunden weiter abrufbar ist, wird es weniger geklickt.

Auch Carta läuft nebenbei

Carta ist „ein Autorenblog für Politik, Ökonomie und digitale Öffentlichkeit“, dessen Autoren gerne Diskussionen übers Internet und die Zukunft des Journalismus führen. Für Meyer-Lucht ist es eine Nebenbeschäftigung, hauptberuflich betreibt er als Strategieberater das Berlin Institute. Auch daher hat er immer viele Zahlen parat. Etwa Zahlen zu Einnahmen im Netz. Da bezifferten Gutachten zu den Drei-Stufen-Tests von ARD und ZDF den Wert eines Visits bei einem Verlagsangebot auf durchschnittlich 0,0168 Euro. „Wenn ein Surfer vorbeischaut, verdient der Verlag also mit dem Visit 1,68 Cent an Werbeeinnahmen. Rechnet man sechs Page Impressions pro Visit, verdienen Verlagsangebote derzeit 2,80 Euro pro 1.000 Klicks“, erläutert Meyer-Lucht. Und bestätigt anhand der rund 200.000 Visits im Monat, auf die Carta derzeit kommt, dass die Rechnung grob zutrifft: „Mit solchen Werten müssen wir uns herumschlagen.“ Im Internet sei der Journalismus „nur noch ein prominenter Zaungast“, sagt Meyer-Lucht. „Als Werbeumfeld wird er eher

mittelmäßig bewertet.“ Beliebter seien konsumnahe Angebote. Ein Trost: Viel schlimmer könne es nicht mehr kommen, selbst wenn neue Wettbewerber auftauchen.

Website abgeschaltet und auf Facebook gesetzt

Als neuen Wettbewerber im Onlinewerbemarkt fürchten Verlage vor allem Facebook, das seine gewaltige Marktmacht erst noch kapitalisieren muss. Im Juli unternahm das Männermagazin FHM den in Deutschland einzigartigen Schritt, seine Website abzuschalten und online nur noch bei Facebook aufzutreten. „Damit folgen wir einem Trend aus den USA, wo Filme, CDs und auch ganze Kampagnen nur noch auf Facebook stattfinden“, sagt Chefredakteur Christian Kallenberg. „Grundsätzlich versuchen wir, unsere Konsumenten dort abzuholen, wo sie sich ohnehin schon aufhalten. Das ist zurzeit nun mal überwiegend bei Facebook.“ Allerdings habe die wirtschaftliche Entwicklung von fhm-online.de die Entscheidung erleichtert. Kallenberg glaubt, dass weitere Verlage mit derselben Idee liebäugeln.

Berater Meyer-Lucht zeigt Verständnis dafür, dass Verlage neue Netzformate nicht als Selbstzweck betrachten, sondern auf solche mit kommerzieller Perspektive setzen. Einige groß angekündigte Video-Offensiven seien ja schnell wieder versandet, da Videos teurer zu produzieren und schwieriger zu vermarkten sind als Texte. Die wichtigste Form des Internets bleibe „die Nutzung der Vernetzung“, meint er: zu zeigen, dass man „nur ein Element in einer tiefergehenden Verarbeitungskette ist“, und seine Quellen transparent zu machen. Da stimmt Niggemeier zu: „Der Link zu einer Quelle ist die elementarste Möglichkeit, die das Publizieren im Internet bietet.“ Selbst die bilde bei deutschen Verlagsseiten eher die Ausnahme. Blogger Richard Gutjahr dagegen hat das Gefühl, die deutschen Medien seien langsam auf dem richtigen Weg. „Sie ermöglichen durch Social-Media-Buttons, dass kostenlos Werbung für sie gemacht werden kann, und inzwischen gibt es überall Kommentarfunktionen.“ Was sich daraus entwickeln kann, habe er gerade in Israel gesehen: „Da reicht es, die Überschrift zu publizieren, und schon geht die Debatte darunter los.“

Christian Bartels arbeitet als Medienjournalist in Berlin. ■

Ein Best-of von neuen journalistischen Web-Formaten finden Sie auf [journalist ONLINE](#).



RECHERCHE-LECK

Das Internet fordert von Journalisten nicht nur, mit neuen Darstellungsformen umzugehen. Auch die Recherchemöglichkeiten erfahren eine neue Dimension. Prominentestes Beispiel: die Dokumentenplattform Wikileaks. Hierzulande wirken die Redaktionen jedoch überfordert.

von Christian Jakubetz

Wenn man so will, war es der journalistische Ritterschlag für Wikileaks. Die Spiegel-Redaktion veröffentlichte Ende Juli gleichzeitig mit der New York Times und dem britischen Guardian ihre Analysen von mehr als 90.000 als geheim eingestufte Dokumente aus dem Afghanistankrieg. Bereitgestellt hat das Material Julian Assange, Chef von Wikileaks. Zur selben Zeit machten seine Mitarbeiter die Dokumente auf wikileaks.org für jedermann verfügbar. Wenn drei als Investigativ-Institutionen anerkannte Redaktionen diese Dokumente prüfen und sich dann gemeinsam entschließen, große Geschichten darüber zu veröffentlichen, dann stellt sich die Frage nach Relevanz und Echtheit der Afghanistan-Dokumente nicht mehr.

Noch nie hat eine Onlineplattform die Medienwelt derart gespalten, wie es momentan Wikileaks tut. Für die einen hat sich das Projekt schon jetzt unschätzbare Verdienste erworben, für die anderen birgt es deutlich mehr Gefahren als Chancen. Sicher ist aber schon jetzt – allen Kritikern zum Trotz: Wikileaks verändert den Journalismus.

Bereits vor vier Jahren gründete der gebürtige Australier Julian Assange die Website. Wikileaks nutzt undichte Stellen, Leaks (leaks), um an geheime Dokumente zu kommen. Assange will ausdrücklich nichts veröffentlichen, was auch nur halbwegs zugänglich ist. Wikileaks betreibt also keine konventionelle Recherche. Wikileaks ist eine Platt-

form für onlinebasiertes und anonymes Veröffentlichen von Geheimnissen. „Investigativjournalismus“ ohne Journalismus. Aufdecken ohne Aufdecker. Namen werden nicht genannt, es gibt keine Autorenzeilen und keine Quellenangaben. Eine riesige Aktenmappe, in der die Akten zwar fein säuberlich eingelegt sind, es aber keine Erläuterung gibt, wie welche Unterlagen in einen inhaltlichen Zusammenhang zu bringen sind. Einfach nur Blätter. Chronologisch, unreflektiert. Wikileaks ordnet nicht ein, Wikileaks sortiert nicht.

Die Geschichte spektakulärer Veröffentlichungen begann vor drei Jahren. 2007 erschien auf der Website ein Handbuch mit den Richtlinien der US-Armee für den Umgang mit Gefangenen in Guantanamo. Was in den USA immer bestritten wurde, konnten diese Dokumente erstmals belegen: Verletzungen der Menschenrechte und der Genfer Konventionen. Die Folgen waren beträchtlich, die USA kamen in erhebliche Erklärungsnot. Auch die Schweizer Bank Julius Bär und die umstrittene British National Party wurden bereits „Opfer“ eines Leaks. Für Entsetzen sorgte die Veröffentlichung eines Videos, das dokumentiert, wie amerikanische Soldaten aus einem Hubschrauber heraus zwölf Zivilisten im Irak töteten. Die Afghanistan-Dokumente und die Veröffentlichungen in Spiegel, New York Times und Guardian ließen Wikileaks' Bekanntheitsgrad rasant anwachsen.

Eine Geschichte der gegenseitigen Abhängigkeit. Wikileaks und Journalisten sind zwar keineswegs nichts ohne den jeweils anderen, gemeinsam aber kann ihre Arbeit eine völlig neue Dimension erreichen.

Inzwischen gibt es auf wikileaks.org auch ein umfangreiches Dossier aus Deutschland: Seit dem 20. August stehen zahlreiche Dokumente aus den Jahren 2007 bis

Tür zum Verrat

Auf den Servern der schwedischen Internetfirma PRQ liegen die geheimen Dokumente zu Afghanistan, Duisburg, Julius Bär.

Ebenso gefragt wie umstritten
Wikileaks-Gründer Julian Assange bei einem Vortrag in Stockholm im August 2010.



BILD – paul/du/Bertil Ericson

2010 über die Loveparade in Duisburg online. Es handelt sich um Kartenmaterial, Sitzungsprotokolle und Schreiben der Polizei an die örtliche Feuerwehr. Letztlich ist nahezu der gesamte Genehmigungsprozess für die Veranstaltung nachzuvollziehen, bei der 21 Menschen ums Leben kamen und mehr als 500 verletzt wurden. Teile dieses Materials hat der Spiegel bereits für seine Titelgeschichte zwei Wochen vorher verwendet.

Danach kamen auch andere Player ins Spiel. Die meisten Redaktionen kannten diese Websites bisher nicht mal vom Namen her. Die kleine Nachrichtensite Xtranews aus dem Ruhrgebiet brachte eine ganze Reihe interner Dokumente an die Öffentlichkeit. Die Stadt Duisburg versuchte, mit einer Abmahnung dagegen vorzugehen, vergrößerte den Imageschaden damit noch mehr – und musste zusammen mit anderen Redaktionen zusehen, wie die Dokumente auch ohne Xtranews weitere Kreise zogen, etwa über die Plattform Rapidshare. Die neuen Strukturen benötigen nicht unbedingt große Redaktionen. Das Material ist da.

„Ungeprüfter Rohstoff“

Ob Großbank, Partei, Pentagon oder Duisburg: Plötzlich tauchen Dokumente auf, die das Innenleben von ansonsten sehr verschwiegenen Bereichen offenlegen. Gerade das macht die Site so heftig umstritten. Diejenigen, deren Geheimnisse auf Wikileaks auftauchen, halten das naturgemäß mindestens für Verrat, manche werfen der Plattform sogar strafbares Handeln vor. Nicht umsonst versucht etwa das Pentagon mit einigem Nachdruck herauszufinden, wer die Afghanistan-Dokumente an Wikileaks übermittelt hat. Und auch die Warnungen an die Wikileaks-Betreiber sind deutlich. Das einzig verantwortliche Vorgehen für Wiki-

leaks sei es, „alle gestohlenen Dokumente von ihrer Website zu entfernen und alles geheime Material aus ihren Computern zu löschen“. Die Publizierung weiterer Geheimnisse wäre eine „Verantwortungslosigkeit“, schickte das Pentagon an die Adresse von Wikileaks.

Gefahr oder Zukunft des investigativen Journalismus? „Wikileaks ist kein Hexenwerk, aber es bietet Publikationschancen und Transparenzoptionen, die im digitalen Zeitalter längst überfällig waren“, sagt der Passauer Medienwissenschaftler Ralf Hohlfeld. Wenn man die Freiheit der Medien als essenziell betrachte, so Hohlfeld weiter, dann sei Wikileaks zunächst einmal als Tool und als Plattform „uneingeschränkt positiv“ zu bewerten. Zumal viele Medien inzwischen aufgewacht seien, nachdem sie zuvor von Wikileaks „am Nasenring durch die Manege gezogen“ worden seien. Hohlfeld: „Die sollten sich freuen, dass ihnen all die Leaks eine Erweiterung des Recherche-repertoires bieten.“

Wäre man bössartig, könnte man sagen: Wikileaks ist nur für diejenigen interessant, die auch recherchieren. Kein Wunder also, dass das Afghanistan-Thema zuerst bei den Medien lief, die für Recherche und Investigation stehen. Das gar nicht mal, weil Wikileaks nur mit bestimmten Redaktionen kooperieren würde. Die größere Rolle spielt, dass Wikileaks nur die Basis für Eigen- beziehungsweise Gegenrecherche sein kann. Auch die Redaktionen, die die Afghanistan-Dokumente veröffentlichten, taten dies erst, nachdem sie sich lange und intensiv mit ihnen auseinandergesetzt hatten.

Ralf Hohlfeld geht noch ein gutes Stück weiter: „Es wird nicht mehr lange dauern, bis auch Regierungen dieses Tool nutzen und mit gefälschten Dokumenten arbeiten.“ Für den Passauer Professor dennoch kein Grund,

Wikileaks infrage zu stellen. Wikileaks biete ungeprüften Rohstoff – aber den, so Hohlfeld, „benötigen freie und demokratische Gesellschaften nun mal“.

Vor Wikileaks sind alle gleich

Ein für Journalistenverhältnisse eigenartiges Schweigen macht sich indessen breit, wenn man die Investigativen des Landes nach ihrem Umgang mit Wikileaks befragt: Von den angefragten Journalisten wollte sich gegenüber dem *journalist* niemand zum Thema äußern – die meisten ohne Begründung. Lediglich das Auslandsressort des Spiegels antwortete. Es verwies auf die aktuellen Ermittlungen gegen Wikileaks und wollte deshalb aktuell keine Stellung beziehen.

Dass es bei Wikileaks bereits auch gefälschte Dokumente gab, ist unbestritten und wird auch von den Betreibern selbst eingeräumt. Kritiker monieren vor allem die Anonymität und die fehlende Kontrolle der Inhalte, was letztlich zur Veröffentlichung von Fälschungen führe. Wikileaks hält solcher Kritik zweierlei entgegen: Zum einen werde das Material vor Veröffentlichung von spezialisierten Journalisten untersucht. Und zum anderen würden Dokumente, die man als Fälschung entlarvt habe, auch ganz klar als Fälschung gekennzeichnet. Warum sie dann dennoch online bleiben, ist zumindest fraglich. Bis heute ist ein vermeintliches Schreiben der Schweizer Bank Julius Bär nachzulesen, in dem einem Kunden in erschütternd schlechtem Englisch nahegelegt wird, wegen Unstimmigkeiten bei einer Überweisung das Konto bei Julius Bär baldmöglichst zu kündigen. Der Kunde war angeblich Angela Merkel. Wikileaks räumt auf seiner Website ein, es sehe doch ganz so aus, als sei dieses Schreiben eine Fälschung.

Wenn es um Kriege geht, um Staatsgeheimnisse, dann sehen Kritiker des Projekts einen Unterschied, ob man Material aus totalitären Staaten oder von einer demokratisch legitimierten Regierung veröffentlicht. Auch hier setzt Wikileaks auf einen radikalen Ansatz: Im Fall der Fälle würde man alle gleich behandeln – egal ob Angela Merkel oder Kim Jong Il.

Die Website „ermutigt zum Verrat“

Ralf Hohlfeld rät den Wikileaks-Machern dringend, einen besseren Umgang mit den Informanten zu gewährleisten und die Quellen zu schützen. „Informantenschutz ist bei Wikileaks genauso essenziell wie im investigativen Journalismus“, sagt der Medienwissenschaftler. Es habe sich gezeigt, dass Wikileaks mit seinem Material teils fahrlässig umgehe. Unabhängig davon hält Hohlfeld den Einfluss von Wikileaks auf den Journalismus für erfreulich: Websites wie diese würden neugierig machen – und, so hofft Hohlfeld, weiterhin zum „Verrat“ ermutigen.

Christian Jakubetz ist freier Journalist, Buchautor und Dozent an der Deutschen Journalistenschule. ■