

# Journalistik

## Zeitschrift für Journalismusforschung

Herausgegeben von Stine Eckert, Gabriele Hooffacker, Horst Pöttker,  
Gunter Reus, Tanjev Schultz, Martina Thiele und Mandy Tröger

1 | 2026 | 9. Jahrgang

[www.journalistik.online](http://www.journalistik.online)

### 1 Editorial

- 4 **Call for Papers (CfP)**  
**Journalismus, Medien, Generationen  
und Alter(n)**

#### *Aufsatz*

---

- 6 Inken Thiel und Uwe Krüger  
**Die Rolle von Konstruktivem  
Journalismus bei der Diffusion  
sozialer Innovationen**  
Das Beispiel Solidarische Landwirtschaft
- 27 Marcus Böz  
**Der Journalismus in Finnland im  
Wandel geopolitischer und digitaler  
Rahmenbedingungen**  
Wie erniedrigende Deepfakes in die  
politische Kommunikation eingreifen
- 39 Lea Möller  
**Zwischen Mikrofon und Publikum**  
Erfahrungen von Radiomoderatorinnen in  
der digital vernetzten Interaktion

#### *Forschung in Kürze*

---

- 51 Matteo Emmanuello  
**Think Tanks und Kriegsberichterstattung**  
Zum Umgang ausgewählter deutscher  
Medien mit dem US-Think Tank ISW im  
Kontext des Russland-Ukraine-Kriegs

#### *Forschung in Kürze*

---

- 56 Kaylin Lane und Jennifer M. Proffitt  
**Clickbait-Frevel im Sunshine State**  
Eine feministisch-politökonomische  
Analyse des Phänomens »Florida Man«  
und »Florida Woman«

#### *Initiativen*

---

- 67 Hektor Haarkötter  
**Akute Fälle von Medienversagen**  
Die Initiative Nachrichtenaufklärung (INA)  
e.V. kürt die Top Ten der Vergessenen  
Nachrichten 2026

#### *Bücher*

---

- 72 Martina Thiele und Boris Romahn  
**Buchjournalismus**  
Lesenswerte Bücher von Journalist:innen

#### 83 Rezensionen

HW

# Impressum

Journalistik.  
Zeitschrift für Journalismusforschung

Heft 1/2026

9. Jahrgang

<http://www.journalistik.online>

## Herausgeber:innen

Prof. Dr. Stine Eckert  
Prof. Dr. Gabriele Hooffacker  
Prof. Dr. Horst Pöttker  
Prof. Dr. Gunter Reus  
Prof. Dr. Tanjev Schultz  
Prof. Dr. Martina Thiele  
PD Dr. Mandy Tröger

## Redaktion

Verantwortlich für den Inhalt  
(gem. § 55 Abs. 2 RStV)  
Anna Berneiser, B. A. (v.i.S.d.P.)

## Dank

Wir danken der Stiftung Presse-Haus NRZ in Essen, der Ludwig-Delp-Stiftung sowie der Rudolf Augstein Stiftung für die freundliche Unterstützung.

## Disclaimer

Die Artikel geben nicht unbedingt die Meinung der Herausgeber:innen oder Redaktion wieder.

## Übersetzungen

Die Übersetzungen dieser Ausgabe wurden von den Autor:innen/der Redaktion mit Unterstützung von KI angefertigt.

## Verlag

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft  
mbH & Co. KG  
Boisseréestraße 9-11  
50674 Köln  
Telefon: +49(0)221-9258290  
Telefax: +49(0)221-92582929  
E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

Vertreten durch:  
Herbert von Halem Verlagsges. mbH  
Geschäftsführer: Herbert von Halem  
Registergericht: Köln  
Registernummer: HRB 25647

Registereintrag:  
Eingetragen im Handelsregister.  
Registergericht: Köln  
Registernummer: HRA 13409

Umsatzsteuer-ID:  
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer nach  
§27a Umsatzsteuergesetz:  
DE 172 714 183

## Editorial

# Unsere Rubriken

Liebe Leserinnen und Leser,

in der ersten Ausgabe der *Journalistik* im neunten Jahrgang erwartet Sie eine Reihe von Beiträgen, die mehr oder weniger mit Entwicklungen und Problemen des Journalistenberufs in Zeiten von Digitalisierung und Künstlicher Intelligenz (KI) zu tun haben. Im Beitrag von Inken Thiel und Uwe Krüger spielt die Digitalisierung nur im Hintergrund eine gewisse Rolle, weil bei der Verbreitung von Innovationen wie der Solidarischen Landwirtschaft durch konstruktiven Journalismus Online-Medien offenbar bisher nur eine geringe Bedeutung haben. Aber Marcus Bölz beobachtet Veränderungen im finnischen Journalismus infolge der Auseinandersetzung mit digitalen Desinformationskampagnen Russlands seit dem Beitritt Finnlands zur Nato und Lea Möller untersucht digital vermittelte Kommunikationskontakte von Radiomoderatorinnen mit ihrem Publikum und die positiven, aber auch die negativen Einflüsse auf deren emotionales Erleben.

Diese Beiträge befinden sich in der Rubrik mit der Überschrift *Aufsatz*, wobei Aufsätze in einer wissenschaftlichen Zeitschrift die übliche Darstellungsform sind. Hinzu kommt in dieser Ausgabe u. a. die neue Rubrik *Forschung in Kürze*, unter der wir in knapper Form auf besonders aufschlussreiche Studien hinweisen. Anlass für deren Einführung war die Erfahrung, häufig Manuskriptangebote zu erhalten, die zwar in Form und Argumentationsweise mehr dem Auszug aus einer akademischen Abschlussarbeit als einem Zeitschriftenaufsatz gleichen, die aber zeigen, dass es unter solchen Arbeiten durchaus lohnende gibt, die nicht in der privaten Schublade verschwinden sollten: In dieser Ausgabe die Arbeit von Matteo Emmanuello zum Einfluss von »Think Tanks« auf die Kriegsberichterstattung und die Untersuchung von Kaylin Lane und Jennifer Proffitt zu dem Phänomen »Florida Man« und »Florida Woman« als profitable Ablenkungsstereotypen in us-Nachrichtenmedien.

Auch *Rezensionen* gehören zum inhaltlichen Standard wissenschaftlicher Zeitschriften. Dort weniger erwartbar sind aber einige unserer Rubriken, die vor allem darauf beruhen, dass wir eine wissenschaftliche Zeitschrift für den

Journalistenberuf sind und daher auch dessen charakteristische Qualitäten nicht ganz vernachlässigen sollten. Dazu gehört der *Buchjournalismus*, der sich von klassischen Rezensionen dadurch unterscheidet, dass unter dieser Rubrik in knapper Form über lesenswerte Bücher von Journalistinnen und Journalisten informiert und zu deren Lektüre eingeladen wird. Die dafür zu treffende Auswahl spiegelt das journalistische Qualitätskriterium Wichtigkeit. Die in dieser Ausgabe empfohlenen zehn Bücher haben Martina Thiele und Boris Romahn nicht nur ausgewählt, um sie zu kritisieren, sondern weil sie ein im journalistischen Tagesgeschäft leicht übersehenes Genre repräsentieren, in dem angesichts der kostenlosen und daher wenig einträglichen Nachrichtenschwemme vielleicht sogar eine *ökonomische* Zukunftschance des Journalistenberufs stecken kann.

Auch das neue Rubrum *Initiativen* hat mit der Nähe unserer Zeitschrift zum Journalismus zu tun, weil hier Praxisprojekte vorgestellt werden, die sich mit Problemen und Potentialen befassen, damit Journalistinnen und Journalisten, aber auch das Medienmanagement sie zur Kenntnis nehmen und in ihrer Arbeit berücksichtigen (können). In dieser Ausgabe ist das die »Initiative Nachrichtenaufklärung« (INA), die mit ihrer jährlichen »Top Ten«-Liste auf vernachlässigte und deshalb exklusive Themen hinweist, damit sie von der Berichterstattung aufgegriffen werden.

Journalistisch geprägt sind auch die Rubriken *Essay* und *Debatte*, die wir bisher gepflegt haben und auch in Zukunft pflegen wollen. Der *Essay* ist eine lockere journalistische Darstellungsform, die auf Michel de Montaigne zurückgeht und vom Einfallsreichtum lebt. Wer einen Essay zu einer ihm oder ihr relevant erscheinenden Frage schreibt, muss am Anfang noch nicht wissen, ob er am Ende zu einer Antwort gelangt und welche das gegebenenfalls sein wird. Das macht die spontane Nachvollziehbarkeit, aber auch die anspruchsvolle Schwierigkeit des Genres aus. Denn bei aller Leichtigkeit und daraus herrührenden Verständlichkeit muss auch hier die journalistische Qualität der Richtigkeit, der Übereinstimmung mit wahrnehmbarer Realität und der Stringenz der Gedankenführung eingehalten werden.

*Debatten* sind im Journalismus deshalb so wichtig, weil es hier nicht nur um die zutreffende Wiedergabe wichtiger Ereignisse und Fakten geht, sondern auch um die Zugänglichkeit möglicher Meinungen zu Fakten und denkbarer Beurteilungen von Ereignissen. Da Meinungen und Beurteilungen sich unterscheiden, ja widersprechen können, müssen Divergenzen und Kontroversen offen ausgetragen werden können – nicht nur, um vielleicht zu Übereinstimmungen oder wenigstens Kompromissen zu kommen, sondern auch, um Verständnis und Respekt für die jeweils andere Seite zu wecken, auch wenn man sich ihr nicht anschließt. In früheren Ausgaben haben wir Debattenbeiträge in unterschiedlicher Form vorgestellt, mal kontroverse Positionen innerhalb eines

von mehreren Autoren oder Autorinnen geschriebenen Beitrags, mal in mehreren Beiträgen gegenübergestellte gegensätzliche Positionen, mal auch nur eine prononcierte Position in einem Beitrag, um Widersprüche hervorzurufen.

Es mag merkwürdig erscheinen, ausgerechnet in dieser Ausgabe auf die *Essay*- und *Debatten*-Rubriken hinzuweisen, in der beide aus Mangel an aktuell vorliegenden und dafür geeigneten Texten nicht gefüllt werden. Aber gerade das war der Anlass, es einmal zu tun: Es ist als herzliche Einladung an diejenigen unserer Leserinnen und Leser gedacht, die sich als (potenzielle) Autorinnen und Autoren verstehen, Manuskripte einzureichen, die sich als Essay oder Debattenbeitrag eignen.

Das Gleiche gilt für Manuskripte zu historischen Themen, die in dieser Ausgabe ebenfalls fehlen. Menschengemachte Phänomene, zu denen auch der Journalistenberuf gehört, lassen sich nur erklären und verstehen, wenn man etwas über ihre Gewordenheit, ihre Entwicklung, ihre Geschichte weiß.

Trotz mancher Lücken wünschen wir unseren Leserinnen und Lesern Erkenntnisgewinne und auch Freude bei der Lektüre dieser Ausgabe.

Horst Pöttker

PS: Bitte beachten Sie auch unseren Call for Papers zum kommenden Schwerpunktthema

## Call for Papers (CfP)

# Journalismus, Medien, Generationen und Alter(n)

Journalistische Darstellungen von Generationen, Alter und Altern sind häufig von Stereotypen geprägt. Das betrifft die ältere Generation ebenso wie die Jugend. Bereits 1969 prägte der Soziologe Robert Butler in Anlehnung an Diskriminierungsformen wie Sexismus und Rassismus den Begriff *Ageism* und schloss in diese Form der Ausgrenzung und Benachteiligung aufgrund des Alters alle Altersgruppen ein. Zugleich wurde auch damals schon Alter im Zusammenhang mit anderen sozialen Kategorien diskutiert, also ein intersektionaler Ansatz verfolgt. Beispielsweise wies Susan Sontag 1972 auf den »double standard of aging« hin und kritisierte, dass Frauen von Altersdiskriminierung stärker betroffen sind.

Diese Konzepte sind bis heute aktuell, ebenso die Frage des demografischen Wandels, der Gesellschaften weltweit herausfordert und zugleich neue Perspektiven auf das Alter(n) eröffnet. Denn während Alter lange Zeit mit Defizit und Verfall assoziiert wurde, änderte sich seit den 1980er-Jahren die Sicht auf das höhere Alter und Hand in Hand mit der Werbeindustrie fanden sich auch in journalistischen Medien deutlich positivere Altersbilder. Neue Zielgruppen wurden entdeckt und Marketingbegriffe wie »silver generation« oder »best ager« kreiert. Doch auch »die Jugend« bleibt eine relevante Zielgruppe und journalistisches Dauerthema.

Auffällig ist dabei eine strukturelle Perspektivverzerrung: Häufig schreibt die mittlere Generation über »die Alten« oder »die Jungen«. Diese Konstellation wirft Fragen nach Deutungshoheit, Repräsentation und Verantwortung auf. Journalist:innen prägen Alters- und Generationenbilder und damit auch die gesellschaftliche Wahrnehmung von Altern und dem mehr oder wenig konfliktbehafteten Miteinander oder Gegeneinander der Generationen.

Zugleich stehen journalistische Medien unter wachsendem ökonomischem Druck und sehen sich der Konkurrenz durch nicht-journalistische Social-Media-Angebote und Influencer-Marketing ausgesetzt. Service-Themen gewinnen an Bedeutung, etwa zu Gesundheit, Prävention oder Lebensstil. Begriffe wie

*Longevity* suggerieren, dass Altern vor allem eine Frage der individuellen Arbeit am Selbst ist. Durch solche medialen Narrative entstehen gesellschaftliche Leitbilder eines »gelungenen« Alterns, die Empowerment versprechen, jedoch neue Normierungen und Ausschlüsse mit sich bringen können.

Wir freuen uns für das Doppelheft 3-4/2026 über wissenschaftlich Aufsätze, Essays und Debattenbeiträge, die sich aus der Perspektive des Journalismus und der Journalistik und in Auseinandersetzung mit grundlegenden Begriffen wie Alter, Altern, Jugend, Generation, Kohorte, Lebensphase kritisch mit z. B. folgenden Themen befassen:

- Mediale Konstruktionen von Alter, Altern und Generationen im Kontext des demografischen Wandels
- Ageism und die Vermeidung diskriminierender Alters- und Generationensereotype
- Prävention und Gesundheitsvorsorge als journalistische Themenfelder, *Longevity* als gesellschaftliches Leitbild: zwischen Leistungsimperativ und Gesundheitsorientierung
- Der »double standard of aging« und geschlechtsspezifische Altersbilder
- Inklusion/Exklusion und intersektionale Perspektiven auf Alter und Generationen
- Alter, Generationen und Protestformationen national und international: von *Fridays for Future* und *Letzter Generation* bis zu *Omas gegen Rechts*
- Generationelle Perspektiven im Journalismus: Wer schreibt und spricht über wen mit welchen Folgen
- Verantwortung von Journalist:innen im Umgang mit Alters- und Generationenbildern
- Ökonomischer Druck und seine Auswirkungen auf die Berichterstattung über Alter und Generationen

Bitte senden Sie ihre Beiträge bis zum 1. September 2026 an

[redaktion@journalistik.online](mailto:redaktion@journalistik.online)

## Aufsatz

Inken Thiel und Uwe Krüger

# Die Rolle von Konstruktivem Journalismus bei der Diffusion sozialer Innovationen

Das Beispiel Solidarische Landwirtschaft

**Abstract:** Das alternative Berichterstattungsmuster des Konstruktiven Journalismus ist in den letzten Jahren viel auf seine Wirkungen hin erforscht worden, allerdings vor allem in Form von individualpsychologischer Experimentalforschung. So sind Effekte auf den Gefühlshaushalt und die Handlungsabsichten von Rezipient\*innen gut belegt. Doch inwieweit kann Konstruktiver Journalismus den gesellschaftlichen Fortschritt befördern, etwa zur Verbreitung ökologischer oder sozialer Innovationen beitragen? In dieser Studie erweitern wir die Wirkungsforschung zum Konstruktiven Journalismus, indem wir den theoretischen Ansatz der »Diffusion sozialer Innovationen« für die Fragestellung fruchtbar machen und die Übernehmer\*innen einer bestimmten sozialen Innovation, nämlich der Solidarischen Landwirtschaft (SoLawi), retrospektiv nach den Einflüssen auf ihre Entscheidung befragen. Die quantitative Online-Befragung von 431 Mitgliedern und Betreiber\*innen von SoLawi-Betrieben in Deutschland ergibt, dass konstruktive Medien oder Medienformate keine Rolle bei der Diffusion gespielt haben, sondern dass für den Erstkontakt interpersonale Kommunikation mit SoLawi-Mitgliedern ausschlaggebend war, gefolgt von lokaljournalistischen Print- und TV-Angeboten sowie Werbemitteln und Veranstaltungen von SoLawi-Betrieben. Dies entspricht auch der Diffusionstheorie für spätere Stadien der Innovationsdiffusion. Es ist nicht auszuschließen, dass die Berichterstattung konstruktiver Medien über andere soziale Innovationen (vor allem: jüngere als die SoLawi) eine stärkere Rolle in der jeweiligen Frühphase des Diffusionsprozesses spielt.

**Keywords:** Konstruktiver Journalismus, Medienwirkung, Solidarische Landwirtschaft, soziale Innovation, Innovationsdiffusion, sozial-ökologische Transformation, Dekommodifizierung

## 1. Die Hoffnungen auf Wirkungen des Konstruktiven Journalismus

Seitdem der Konstruktive Journalismus zu Beginn der 2010er-Jahre in der Medienbranche aufgetaucht ist, werden eine Menge Hoffnungen in ihn gesetzt: Er soll der weitverbreiteten Nachrichtenmüdigkeit und -vermeidung entgegenwirken (vgl. Behre et al., 2023, S. 17) und auch der Polarisierung und Lagerbildung in der Gesellschaft (vgl. McIntyre & Gyldensted, 2018, S. 668-669; Constructive Institute, 2022; Alpuim & Ehrenberg, 2024). Er soll ein Instrument für Medienunternehmen zum Erschließen neuer Zielgruppen und zur Stärkung der Rezipient\*innen-Bindung sein sowie ein Weg zur Erhöhung des Medienvertrauens (vgl. Kretschmar et al., 2025, S. 281-282). Er soll »prosoziale Verhaltensintentionen« stärken (vgl. Steinigeweg, 2021) und verhindern, dass Rezipient\*innen angesichts der Weltlage apathisch, zynisch und depressiv werden. Immerhin ist empirisch gut gesichert, dass Konstruktiver Journalismus die Stimmung aufhellt: Laut einer Meta-Studie zu 22 entsprechenden Experimenten löst er positive Emotionen aus oder schwächt negative ab (vgl. McIntyre & Lough, 2023).

Als seien diese Hoffnungen noch nicht genug Last auf den schmalen Schultern des Konstruktiven Journalismus (immerhin sind die auf ihn spezialisierten Medien häufig klein und prekär finanziert), so wird zudem noch erwartet, er möge bitte auch den gesellschaftlichen Fortschritt ganz generell befördern und den Weg in eine bessere Zukunft weisen. Schon seine Initiatoren und Pionierinnen hofften darauf: Der Zukunftsforscher und Publizist Robert Jungk, der mit dem *Good News Bulletin* 1948 in New York das wahrscheinlich erste konstruktive Medium herausgab (vgl. Krüger, 2016, S. 101-102), wollte nicht nur das Bedrohliche und Schlimme in der Welt kritisieren, sondern einen Fokus legen auf »soziale Erfindungen und Experimente, die versuchen anders zu erziehen, anders zu arbeiten, anders zu leben, anders zu bauen, anders Energie zu erzeugen, anders zu informieren« (Jungk, 1990, S. 204). Die Journalistin und *taz*-Mitgründerin Ute Scheub, die (von Robert Jungk inspiriert) schon vor dem Durchbruch der Idee einen »ermutigenden Journalismus« praktizierte, nennt sich »Geburtshelferin ökosozialer Innovationen« (Krüger & Gassner, 2014, S. 25). Und Ulrik Haagerup, Gründer des Constructive Institute an der Universität Aarhus und der wirkmächtigste Multiplikator des Ansatzes in Deutschland (vgl. Krüger et al., 2022, S. 68), erzählt, dass sich tatsächlich Innovationen durch entsprechende Berichterstattung verbreiten: Ein unter seiner Ägide entstandener dänischer Fernsehbericht zum Thema Antibiotikaresistenz bei Menschen durch

Verzehr von antibiotikahaltigem Schweinefleisch habe als Lösungsansatz einen niederländischen Bauern vorgestellt, der in seinem Schweinestall Probiotika statt Antibiotika versprühte – und dies habe viele Schweinezüchter\*innen in Dänemark diese Innovation übernehmen lassen (Haagerup, 2017, S. 91-93).

Diese Studie unternimmt den Versuch, jenseits der bereits experimentell gut erforschten individualpsychologischen und kurzfristigen Effekte des Konstruktiven Journalismus auf Emotionen, Gemüt, Stimmung und Handlungsabsichten der Rezipient\*innen die Wirkungen auf quasi »höherer« Ebene empirisch zu erforschen. Wenn Konstruktiver Journalismus als »Geburtshelfer für öko-soziale Innovationen« gedacht wird und als »Entwicklungskommunikation für westlich-kapitalistische Gesellschaften in der Krise« (Krüger 2021): Schafft er es denn tatsächlich, soziale Praktiken oder ganze sozio-technische Regime (in der Terminologie der *Science and Technology Studies* gesprochen, vgl. Krüger, 2022, S. 165-167) im Sinne einer sozial-ökologischen Transformation zur Nachhaltigkeit zu verändern? Um diese Frage anhand eines Beispiels greif- und operationalisierbar zu machen, wird im Folgenden die Rolle von Medien oder Formaten des Konstruktiven Journalismus<sup>1)</sup> bei der Verbreitung (Diffusion) einer spezifischen sozialen Innovation untersucht: nämlich der Solidarischen Landwirtschaft (kurz SoLawi), die als sozial-ökologische Alternative zur marktbasieren und kapitalgetriebenen industriellen Lebensmittelproduktion gesehen wird.

## 2. Begriffsklärungen

### 2.1 Konstruktiver Journalismus

Konstruktiver Journalismus ist ein »alternatives Berichterstattungsmuster« (Meier, 2018, S. 7), das den klassischen Nachrichtenjournalismus ergänzen und dessen Hang zu einem Negativ-Bias – der durch einen Fokus auf Konflikte, Schäden und Probleme entsteht – mit einem Fokus auf »Handlungsoptionen und Lösungswege« (Hooffacker, 2020, S. 4) ausgleichen will. Den klassischen W-Fragen Wer, Was, Wann, Wo, Wie und Warum fügt er ein »Was nun?« hinzu (vgl. Constructive Institute, o. J.). Es geht darum, Perspektiven für die Zukunft aufzuzeigen, jedoch nicht durch Meinungsbeiträge, sondern durch die Recherche von Lösungsansätzen (Hooffacker, 2020, S. 2), die an bestimmten Stellen von bestimmten Akteur\*innen erdacht und erprobt werden und anderswo

1 In Deutschland findet man Konstruktiven Journalismus gegenwärtig in eigens dafür gegründeten Zeitschriften (*Good Impact*,  *taz.FUTURZWEI*, *Atmo*, *Frankfurter Allgemeine Quarterly* u. a.) und Online-Portalen (*Perspective Daily*, *Klimareporter*, u. a.), in Ressorts und Rubriken von General-Interest-Medien (das Ressort »Zukunft« der *wochenzeit*, das Ressort »Green« und die Serie »Plan D« der *Zeit*, die Sendereihe *Plan B* im ZDF, NDR *Info Perspektiven* u. a.) und Nachrichtendiensten bzw. Aggregatoren wie *Squirrel News*, *Good News* oder *bachrauf.org*. Ein wissenschaftliches Monitoring der konstruktiven Medienlandschaft existiert leider nicht.

nachgeahmt und skaliert werden könnten. Es geht also nicht darum, dass der Journalismus zum Erfinder von Lösungen oder zum Verfechter oder gar Propagandisten bestimmter Lösungsansätze wird, sondern vielmehr zum »Beobachter von Problemlösungsversuchen« (Beiler & Krüger, 2018, S. 181) und somit zum Beleuchter von zusätzlichen Aspekten der Realität.

Organisationen zur Förderung des Konstruktiven Journalismus wie das Solutions Journalism Network in den USA oder das Bonn Institute in Deutschland betonen, dass Konstruktiver Journalismus dabei Regeln einhalten und Qualitätskriterien genügen muss: Es müssten Details der Umsetzung bzw. Wirkungsweise eines Lösungsansatzes beschrieben, Evidenz für dessen Wirksamkeit angeführt, die Übertragbarkeit des Ansatzes auf andere Kontexte diskutiert und Limitationen bzw. Grenzen des Lösungsansatzes aufgezeigt werden (Bonn Institute, o. J.; Solutions Journalism Network, o. J.). Diese Regeln sollen gewährleisten, dass dieses Berichterstattungsmuster bei der Vorstellung von Lösungsansätzen nicht in PR oder Werbung abgeleitet, was ein häufig vorgebrachter Kritikpunkt ist.

Als großes Potenzial des Konstruktiven Journalismus begreift Krüger (2022, S. 165-167) dessen Funktion als wohlwollend-kritischer Begleiter von Innovationen, welche in gesellschaftlichen Nischen entstehen bzw. entwickelt werden und durch die Herstellung von Öffentlichkeit darüber an Verbreitung und Qualität gewinnen, auf dass diese Innovationen etwa in Krisenzeiten ihren Durchbruch schaffen, in den gesellschaftlichen »Mainstream« aufsteigen und etablierte sozio-technische Regime transformieren. Besonderer Fokus liegt hier nicht auf neuen Technologien und technischen Innovationen (darum kümmert sich der Technikjournalismus), sondern auf sozialen Praktiken – daher wird im Folgenden ein Ausflug in das Konzept der »sozialen Innovationen« und deren Diffusion unternommen.

## 2.2 Soziale Innovationen und ihre Diffusion

Unter einer sozialen Innovation verstehen wir eine »von bestimmten Akteuren [...] ausgehende intentionale, zielgerichtete Neukonfiguration sozialer Praktiken in bestimmten Handlungsfeldern bzw. sozialen Kontexten, mit dem Ziel, Probleme oder Bedürfnisse besser zu lösen bzw. zu befriedigen, als dies auf Grundlage etablierter Praktiken möglich ist« (Howaldt & Schwarz, 2010, S. 54). Das Neue – das lateinische Wort *innovatio* bezeichnet die Neuerung, Erneuerung oder Neuheit – »manifestiert sich hier nicht im Medium technischer Artefakte, sondern auf der Ebene sozialer Praktiken« (Howaldt & Schwarz, 2021, S. 257); »sozial« ist in dieser Definition ausdrücklich nicht-normativ gemeint und anders als in aktivistischen und politischen Diskursen nicht im Sinne von sozial wünschenswert, gemeinwohlorientiert oder gut, sondern deskriptiv-praxistheoretisch (Howaldt & Schwarz 2021, S. 257). Zuvor hatte

der Soziologe Wolfgang Zapf ähnlich, doch stellenweise konkreter im Kontext modernisierungstheoretischer Ausführungen definiert: »Soziale Innovationen sind *neue Wege, Ziele zu erreichen*, insbesondere neue Organisationsformen, neue Regulierungen, neue Lebensstile, *die die Richtung des sozialen Wandels verändern*, Probleme besser lösen als frühere Praktiken, und die deshalb wert sind, nachgeahmt und institutionalisiert zu werden« (Zapf, 1994, S. 33, Hervorh. i. Orig.). Unter Bezug auf Zapf stellt Gillwald (2000) soziale Innovationen in den Zusammenhang von sozialem Wandel und diskutiert als einschlägige Beispiele – auch in Abgrenzung zu technischen Innovationen – etwa die Entwicklung und Einführung von Fließbandarbeit, Fast-Food-Ketten, Sozialversicherung und nicht-ehelicher Lebensgemeinschaften.

Wie sich Innovationen in der Gesellschaft verbreiten, fragen Anthropologie und Soziologie bereits seit über hundert Jahren; wichtige Impulse für die Forschung gingen von agrarsoziologischen Studien in den 1940er- und 1950er-Jahren zur Diffusion von Hybridmais aus (vgl. Karnowski, 2023, S. 35-40). Der Agrarsoziologe und Kommunikationswissenschaftler Everett M. Rogers systematisierte die gesamte Forschung zum Diffusionsprozess aus den verschiedenen Fachdisziplinen und führte sie zu einer eigenständigen Forschungsrichtung sowie zu einer »Diffusionstheorie« zusammen. Demnach wird der Diffusionsprozess maßgeblich beeinflusst durch Eigenschaften, die der Innovation innewohnen bzw. ihr zugeschrieben werden: 1.) den relativen Vorteil, den ein Individuum von einer Innovation erwartet, 2.) die Kompatibilität der Innovation, also ihre Vereinbarkeit mit bestehenden Werten und Praktiken, 3.) die Möglichkeit, die Innovation ausprobieren zu können und 4.) die Möglichkeit, die Innovation bei anderen Übernehmer\*innen zu beobachten (vgl. Rogers 2003, zitiert nach Karnowski, 2023, S. 24).

Rogers stellte den Ablauf der Übernahme einer Innovation durch ein Individuum – den »Innovations-Entscheidungs-Prozess« (Karnowski, 2023, S. 14) in fünf Phasen dar: 1.) *Wissen*: Das Individuum erfährt von der Neuerung und wie diese funktioniert – hier spielen massenmediale Kommunikation, insbesondere auch Werbung, eine große Rolle; 2.) *Persuasion*: Das Individuum beschäftigt sich mit dem Nutzen und den Nachteilen der Innovation und durchdenkt die Konsequenzen; 3.) *Entscheidung*: Die gebildete Meinung wird in konkretes Verhalten umgesetzt, d. h. die Neuerung wird übernommen oder abgelehnt; 4.) *Implementierung*: Das Individuum nutzt die Innovation, ändert sein Verhalten und sucht oft aktiv nach Informationen über Möglichkeiten und Probleme. Hierbei kann es zu einer Re-Invention kommen, d. h. dass die Innovation im Zuge der Nutzung verändert wird; 5.) *Bestätigung*: Das Individuum sucht vor allem nach Informationen, die seine Übernahmeentscheidung stützen, um kognitive Dissonanzen zu vermeiden.

Neben diesem Prozess auf der Mikro-Ebene der Individuen konzeptualisierte Rogers den Diffusionsprozess auch auf der Makro-Ebene des sozialen Systems

bzw. in der Bevölkerung: Wird die Zahl der Unternehmer\*innen pro Zeiteinheit betrachtet, ergibt sich bei erfolgreichen Innovationen eine glockenförmige Normalverteilungskurve, in der fünf Typen von Unternehmer\*innen sichtbar werden. Die ersten Unternehmer\*innen sind die risikofreudigen »Innovatoren«, mit einem idealtypischen Anteil von 2,5 Prozent aller Unternehmer\*innen und vielen sozialen Kontakten, über die sie die Innovation weitertragen. Als nächstes verbreitet sich die Innovation unter den »frühen Übernehmern« (13,5 %), in der Regel lokal gut vernetzt und in ihren sozialen Gruppen als Meinungsführer\*innen auftretend. Nachdem die »kritische Masse« überschritten ist, wird die Innovation von der »frühen Mehrheit« (34 %) übernommen, die schon keine Meinungsführer mehr sind, und dann von der »späten Mehrheit« (34 %), die eher aus wirtschaftlicher Notwendigkeit oder sozialem Druck heraus tätig wird. Die letzte Gruppe sind die »Nachzügler« (16 %), die stark an der Vergangenheit orientiert und skeptisch gegenüber Neuerungen sind (vgl. Rogers, 2003, in Karnowski, 2023, S. 21-23).

Ein weiteres Kernelement von Rogers' Diffusionstheorie sind die Kommunikationskanäle, über die Informationen fließen. Dabei kommt verschiedenen Kanälen in den jeweiligen Phasen eine unterschiedlich hohe Bedeutung zu: In der Regel spielen zu Beginn des Diffusionsprozesses zunächst (vor allem überregionale) Massenmedien eine große Rolle, die effektiv viele Menschen erreichen und Informationen an »Innovatoren« und »frühe Übernehmer« herantragen. Im weiteren Verlauf werden regionale Medien sowie vor allem interpersonale Kommunikationskanäle wichtiger, wenn es darum geht, eine Vielzahl potenzieller neuer Nutzer\*innen zu überzeugen (vgl. Karnowski, 2023, S. 30-31). Im Zeitalter digitaler Netzwerkmedien verschwimmen freilich die Grenzen zwischen massenmedialer und interpersonaler Kommunikation, und die jüngere Forschung hat gezeigt, dass soziale Medien – wohl aufgrund ihrer Ähnlichkeit zu interpersonaler Kommunikation – »einen deutlichen Einfluss [...] auf die Phase der Überzeugung im Innovations-Entscheidungs-Prozess« (Karnowski, 2023, S. 32-33) haben.

### *2.3 Solidarische Landwirtschaft als soziale Innovation*

Die Solidarische Landwirtschaft (SoLawi) ist ein Konzept zur Erzeugung von Lebensmitteln, das sich als Alternative zur herkömmlichen marktbasieren Landwirtschaft versteht. Zwischen den Erzeuger\*innen und den Verbraucher\*innen besteht eine autarke Wirtschaftsgemeinschaft, in der die Kosten, das Risiko und die Ernte untereinander geteilt werden (Falk & Madsen, 2015). Konkret trägt die Gemeinschaft der teilnehmenden Verbraucher\*innen die Kosten des gesamten Landwirtschaftsbetriebs für das jeweils kommende Jahr; im Gegenzug erhalten alle Mitglieder einen bestimmten Anteil der Ernte. Durch

diese Praxis wird die Kopplung des Preises an das Produkt aufgehoben, denn die Verbraucher\*innen finanzieren den kompletten landwirtschaftlichen Betrieb inklusive Risiken, wie Ernteausfälle aufgrund von Extremwetterereignissen, und wirtschaftlicher Neuanschaffungen, wie neuer Technik (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft, o. J.). Diese Entkopplung von Produkt und Preis wird auch als Dekommodifizierung bezeichnet (Boddenberg et al., 2017a). Solidarisch ist diese Landwirtschaft nicht nur mit den Landwirt\*innen, sondern auch untereinander, denn die Mitglieder einer SoLAWi können in gewissem Rahmen die Höhe ihres Finanzierungsanteils gemäß ihren Möglichkeiten wählen, so dass im Idealfall Mitglieder mit höherem Einkommen jene mit niedrigerem Einkommen unterstützen. Eine weitere innovative Komponente ist die Partizipation bzw. das *Prosuming*: Mitglieder können meist über den Kurs ihrer SoLAWi mitentscheiden, sind aber auch zur Mitarbeit bzw. Arbeitseinsätzen aufgerufen. Alle diese Faktoren machen die SoLAWi zu einer sozialen Innovation, die sich in ihrer Funktionsweise erheblich von der etablierten landwirtschaftlichen Praxis mit kapitalistischer Vermarktungsstruktur unterscheidet.

In Deutschland hat die SoLAWi 1988 auf dem Buschberghof in Schleswig-Holstein ihren Anfang genommen, auch in anderen Ländern erlebte sie unter Namen wie »Teikei« in Japan und »Community Supported Agriculture« in den USA einen Aufschwung. Zuvor war das Konzept der gemeinschaftsgetragenen Lebensmittelproduktion mit Einsetzen der Industrialisierung weitgehend erloschen gewesen (Boddenberg et al., 2017a). Das Netzwerk Solidarische Landwirtschaft (2023, S. 12) zeigt einen beinahe exponentiellen Anstieg der Zahl solcher Betriebe in Deutschland von 19 im Jahr 2010 auf 467 im Jahr 2023.

Die soziologische Forschung hat drei verschiedene Typen von SoLAWi-Betrieben herausgeschält (Boddenberg et al., 2017a, S. 134-138): 1.) *SoLAWi als pragmatische Strategie*: Hier kommt den Mitgliedern lediglich die Rolle der Finanziere und Abnehmer\*innen zu. Die Entscheidungsbefugnis über den Anbau oder die Preisbildung bleibt bei den Betreiber\*innen, die Mitgestaltung oder Mitwirkung an der Produktion ist für die Mitglieder auf ein Minimum begrenzt. 2.) *SoLAWi als spirituell-gemeinschaftliche Praxis*: Hier soll die Entfremdung zwischen Mensch und Land bzw. Natur aufgelöst werden und das Zusammengehörigkeitsgefühl steht im Vordergrund, etwa indem die Erfahrung des gemeinsamen Arbeitens in der Natur geteilt wird. 3.) *SoLAWi als Teil eines gesellschaftspolitischen Wandels*: Hier wird die alternative Praxis als »Teilschritt einer [...] Emanzipation von einem neoliberalen kapitalistischen Wirtschafts- und Gesellschaftssystem verstanden« (Boddenberg et al., 2017a, S. 135); eine Lebensmittelproduktion ohne globale Ausbeutungsverhältnisse und mit hohen ökologischen Standards wird als Teil einer sozial-ökologischen Transformation gesehen.

Schließlich liegen noch interessante Befragungsdaten zu soziodemografischen Merkmalen und Motiven von Mitgliedern und Landwirt\*innen in

SoLawi-Betrieben vor: Mitglieder sind überwiegend akademisch ausgebildete Personen, haben in der Regel Kinder, ein gutes Einkommen durch eine stabile Erwerbssituation und leben in der Stadt oder nicht weit davon entfernt. Über 50 Prozent der Befragten waren 30 bis 49 Jahre, etwa 20 Prozent 20 bis 29 Jahre alt. Die Landwirt\*innen der Betriebe ähneln diesbezüglich den Mitgliedern, haben aber ein niedrigeres Einkommen (Boddenberg et al., 2017b, S. 257-258). Bei den Motiven der an SoLawi-Betrieben Beteiligten dominieren der Wunsch nach regionalen Lebensmitteln (91%), nach guten Arbeitsbedingungen in der Landwirtschaft (84%), nach fairen Preisen für die Landwirt\*innen (78%) und nach ökologischer Lebensmittelproduktion (75%) (ebd., S. 256). Die Forscher\*innen konstatieren ein »ausgeprägtes Problembewusstsein gegenüber der konventionellen Landwirtschaft und zum Teil auch gegenüber der großflächigen, marktkonformen Biolandwirtschaft« (ebd.).

### 3. Methode und Limitationen

Uns interessiert, welche Rolle der Konstruktive Journalismus bei der Diffusion der sozialen Innovation »Solidarische Landwirtschaft« spielt bzw. bislang gespielt hat. Vor dem Hintergrund der vorangegangenen theoretischen Ausführungen spitzen wir das Erkenntnisinteresse auf folgende zwei Forschungsfragen zu, die auf verschiedene Phasen des Innovations-Entscheidungsprozesses zielen:

*FF1: Wie groß ist der Anteil der SoLawi-Beteiligten, die über Medien bzw. Formate des Konstruktiven Journalismus ihren Erstkontakt mit der Innovation hatten?*

*FF2: Wie groß ist der Anteil der SoLawi-Beteiligten, deren Entscheidung zur Übernahme der Innovation durch Medien bzw. Formate des Konstruktiven Journalismus unterstützt wurde?*

Um diese Fragen zu beantworten, wurde eine quantitativ-standardisierte Online-Befragung unter Landwirt\*innen und Mitgliedern von SoLawi-Betrieben in ganz Deutschland durchgeführt. Diese fand zwischen dem 15. September und dem 15. Oktober 2023 mithilfe des Befragungstools SoSci Survey statt. Als Multiplikator diente das Netzwerk Solidarische Landwirtschaft, durch das ein großer Teil der existierenden Höfe miteinander verbunden ist. Der Aufruf zur Befragung wurde über die Mailinglisten des Netzwerks (eine bundesweite und 13 landesweite) versandt, wobei die Landwirt\*innen aufgerufen waren, den Fragebogen selbst auszufüllen und an ihre Mitglieder weiterzuleiten.

Zum Zeitpunkt der Befragung waren im Netzwerk 280 SoLawi-Höfe organisiert (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft, 2023, S. 13). Bei einer Gesamtzahl von damals 467 Betrieben (ebd., S. 12) heißt das, dass 60 Prozent aller Höfe potenziell von unserem Fragebogen erreicht wurden.

An unserer Befragung nahmen 454 Personen teil, wovon 23 den Fragebogen früh abbrachen und herausgefiltert wurden. In die Berechnungen gingen also 431 auswertbare Fragebögen ein. Repräsentativität kann diese Befragung nicht für sich beanspruchen: Die Zahl unserer Befragten dürften nicht einmal ein Prozent aller Mitgliedshaushalte in Deutschland ausgemacht haben<sup>2)</sup>, und drei Bundesländer sind nicht im Sample vertreten (da das Netzwerk Solidarische Landwirtschaft hier keine Strukturen unterhält). Was die Befragung hingegen kann, ist einen Eindruck über Tendenzen der dominierenden Verbreitungswege dieser alternativen sozialen Praxis zu vermitteln. Es ist nicht davon auszugehen, dass es bei der Rekrutierung systematische Verzerrungen in Hinblick auf die Forschungsfrage gab.

Inhaltliche Schwerpunkte der Befragung waren die Art des Erstkontakts mit dem Konzept SoLawi, die allgemeine Mediennutzung und die Soziodemografie. Bei der Konzeption des Fragebogens wurde darauf geachtet, dass die Teilnehmenden nicht in eine bestimmte Richtung gedrängt werden: So wurde bei der Abfrage der Mediennutzung oder des Diffusionswegs an keiner Stelle auf Konstruktiven Journalismus oder entsprechende Medien und Formate aufmerksam gemacht. Ziel war, dass die Befragten selbst ein Konstruktives Medium nennen, wenn denn ein solches bei ihrer Entscheidung, Teil einer SoLawi zu werden, eine Rolle gespielt hatte. Einschränkend muss bei der Interpretation der Daten bedacht werden, dass die Personen im Laufe der Zeit vergessen haben könnten (bzw. sich falsch erinnern), auf welchem Weg sie vom Konzept SoLawi erfahren haben – außer es handelte sich um ein »prägendes Medienerlebnis« nach Leonhard (2025, S. 83), das subjektiv als besonders intensiv oder folgenreich wahrgenommen und nachhaltig erinnert wird.

Vor der Feldphase wurde mit fünf Personen von verschiedenen SoLawi-Höfen ein Pretest durchgeführt. Diese machten nach dem Ausfüllen des Fragebogens Verbesserungsvorschläge, so dass einige Formulierungen und Antwortmöglichkeiten nachjustiert wurden.

2 Jeder SoLawi-Betrieb versorgte im Jahr 2013 laut einer Erhebung im Schnitt 112 Mitglieder bzw. Haushalte (Boddenberg et al., 2017, S. 127). Sollte dieses Verhältnis 2023 ähnlich gewesen sein, ist bei 467 Betrieben von über 52.000 Mitgliedshaushalten auszugehen.

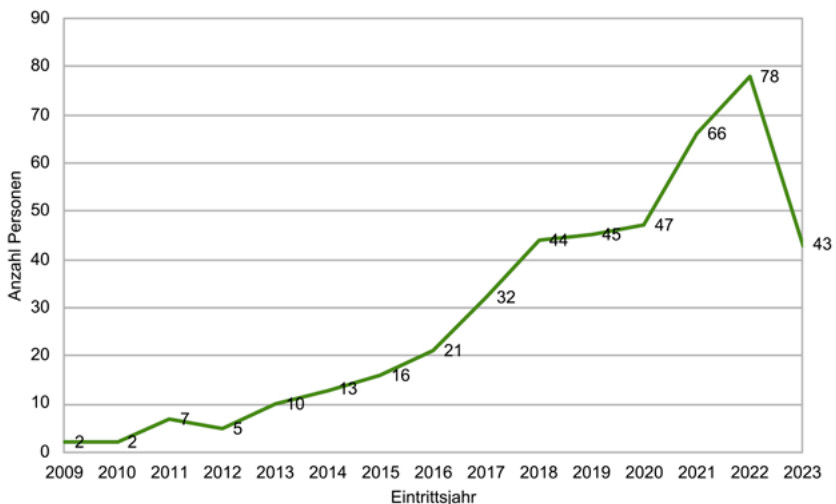
## 4. Ergebnisse

### 4.1 Soziodemografie des Samples

Von den 431 Befragten waren 349 Mitglieder in einer SoLawi, 26 waren Inhaber\*innen eines SoLawi-Betriebs, 15 waren im Vorstand einer SoLawi-Genossenschaft, 11 waren Mitarbeitende oder Angestellte. Je vier Personen bezeichneten sich als Interessent\*in, Gründer\*in oder ehemaliges Mitglied. Die Bundesländer sind im Sample ungleichmäßig verteilt: Am stärksten sind Hessen (25%), Niedersachsen (22%) und Nordrhein-Westfalen (13%) vertreten, Bayern und Baden-Württemberg mit je 7 Prozent. Thüringen, Bremen und das Saarland sind gar nicht vertreten, da das Netzwerk Solidarische Landwirtschaft dort keine Landesvertretungen hat und dort also den Fragebogen nicht verteilen konnte. Wie Abbildung 1 zeigt, sind die meisten seit dem Jahr 2022 in einer SoLawi aktiv, danach folgt das Jahr 2021. Insgesamt sind 74,9 Prozent aller Teilnehmer\*innen seit dem Jahr 2018 in eine SoLawi eingetreten. Der stetige Anstieg bis 2022 spiegelt die Zunahme von deutschen SoLawi-Betrieben insgesamt und damit die ansteigende Verbreitung der sozialen Innovation im selben Zeitraum (vgl. Abschnitt 2.3). Der »Einbruch« im Jahr 2023 erklärt sich wohl damit, dass die Umfrage bereits Mitte September 2023 startete und die meisten Teilnehmer\*innen den Bogen zu Beginn der Feldphase ausfüllten.

Abb. 1

#### Jahr des Eintritts in eine SoLawi



n=431, eigene Darstellung

Von den Befragten ordneten sich 70,4 Prozent dem weiblichen Geschlecht zu, 26,8 Prozent dem männlichen (0,5 %: divers; 2,3 %: keine Angabe). Die Altersspanne der Befragten umfasste 18 bis 76 Jahre, wobei der Durchschnitt bei 47 und der Median bei 45 Jahren lag. Das Sample ist außerdem – gemessen an der Gesamtbevölkerung – überdurchschnittlich urban und akademisch gebildet. In einer größeren Großstadt (mehr als 500.000 Einwohner\*innen) lebten 25,3 Prozent, 18,7 Prozent in einer kleineren Großstadt (100.000 bis 500.000) und weitere 24,8 Prozent in einer Mittelstadt (20.000 bis 100.000). Kleinstädte (5.000 bis 20.000) und Landgemeinden (bis 5.000) waren mit 13,1 bzw. 16,4 Prozent eher gering vertreten. Als höchsten Bildungsabschluss gaben 62,9 Prozent einen Hoch- bzw. Fachhochschulabschluss an, 10 Prozent das Abitur oder einen vergleichbaren Hochschulreifeegrad und 7 Prozent eine Promotion. Bezüglich der Beschäftigung gaben 54,8 Prozent an, in einem Angestelltenverhältnis zu arbeiten, weitere 15,6 Prozent waren selbstständig oder freiberuflich tätig. Auf den Rängen drei bis fünf liegen Rentner\*innen (10 %), Beamte\*innen (4,2 %) und Studierende (3,5 %). Das persönliche monatliche Nettoeinkommen der Befragten (siehe Abbildung 2) liegt im Schnitt wohl in der Nähe des durchschnittlichen monatlichen Nettogehalts für vollzeitbeschäftigte Arbeitnehmer\*innen in Deutschland von 2.549 Euro im Jahr 2023 (Statista 2025), auch wenn man das nicht genau berechnen kann, da im Fragebogen die in der Abbildung zu sehenden Spannen als Antwortmöglichkeiten vorgegeben waren.

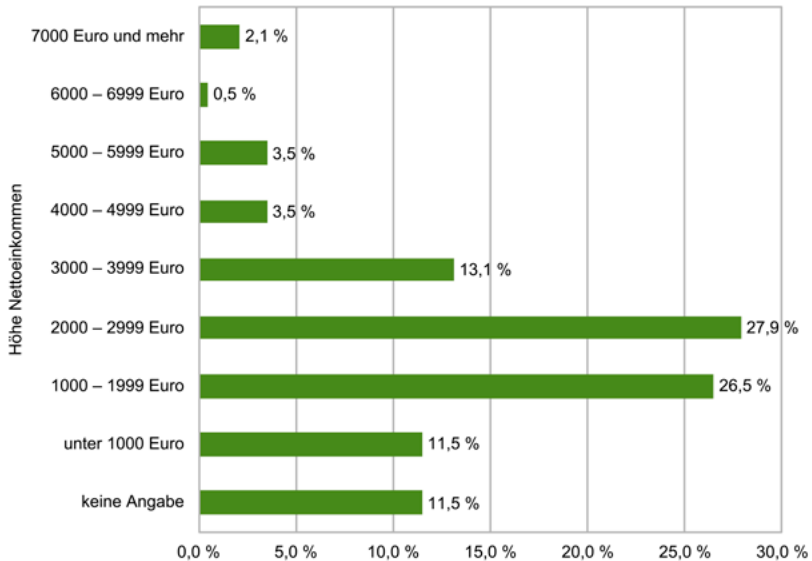
#### *4.2 Erstkontakt mit dem Konzept SoLawi*

Auf die Frage, wie sie zum ersten Mal vom Konzept der SoLawi erfahren hatten, nannten insgesamt 45,4 Prozent aller Befragten interpersonale Kommunikationskanäle – hier waren vor allem Personen relevant, die bereits Mitglied einer SoLawi waren, in geringerem Maße auch Nicht-SoLawi-Mitglieder sowie Inhaber\*innen eines SoLawi-Betriebs. Insgesamt 17,4 Prozent nannten klassische journalistische Produkte wie Zeitung, Zeitschrift, Fernsehen oder Radio. Ebenfalls relevant waren Werbemittel und Aktivitäten von SoLawi-Betrieben: 11,6 Prozent gaben an, über einen Flyer, eine Website oder eine Veranstaltung eines Hofes von dem Konzept erfahren zu haben (siehe Abbildung 3).

Von den 14,2 Prozent, die auf andere Weise als die vorgegebenen vom Konzept der SoLawi erfahren hatten, wurden übrigens folgende Wege am häufigsten genannt: über die Universität (8 Nennungen), an einem Marktstand eines SoLawi-Betriebs (4 Nennungen) sowie durch die Ansprache von Freund\*innen oder Bekannten, ob die befragte Person bei der Gründung einer SoLawi unterstützen kann (4 Nennungen).

Abb. 2

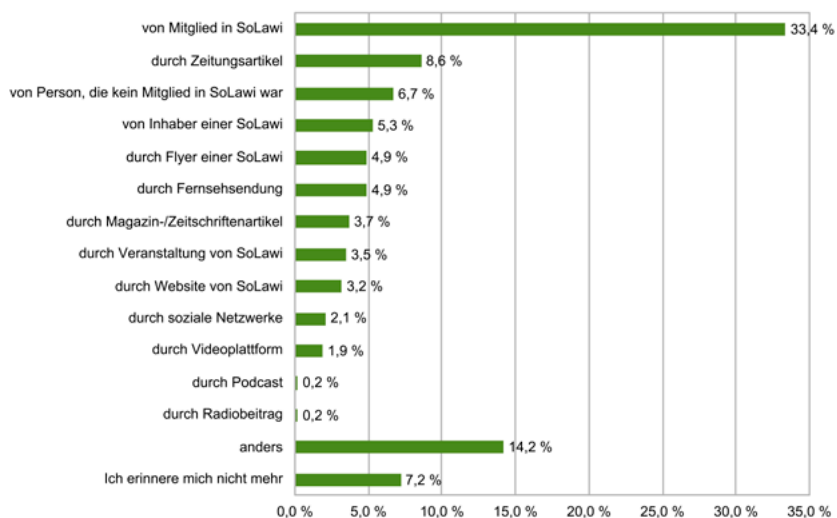
## Persönliches monatliches Nettoeinkommen der Befragten



n=427, eigene Darstellung

Von den 37 Befragten, die angaben, zum ersten Mal durch einen Zeitungsbericht vom Konzept der SoLawi erfahren zu haben, konnten sich 29 an die Zeitung erinnern. Am häufigsten genannt (4-mal) wurde die *Waldeckische Landeszeitung* in Hessen und die *Nordwest-Zeitung* in Niedersachsen (3-mal). Überregionale Zeitungen, die jeweils einmal genannt wurden, waren die *taz*, die *Süddeutsche Zeitung* und *Die Zeit*. Von den 16 Personen, die sich an einen Erstkontakt durch einen Magazin- oder Zeitschriftenartikel erinnerten, konnten sich 6 an den Namen des Hefts erinnern, drei davon nannten den *Bankspiegel*, das Kundenmagazin der GLS-Bank (die sich der sozial-ökologischen Nachhaltigkeit verschrieben hat). Im Bereich Radio und Podcast wurde sich an den swr-Podcast *Das Wissen* erinnert, im Fernsbereich wurden der wdr, der ndr und arte genannt und zwei Befragte nannten konkret die wdr-Sendungen *Land & Lecker* und *Lokalzeit*. Von den 8 Personen, die über Soziale Medien zum ersten Mal von SoLawi erfahren haben, gaben 4 Personen Facebook an und 2 Personen nebenan.de (»Deutschlands größtes soziales Netzwerk für Nachbarn«). Von den 8 Befragten, die Videoplattformen genannt hatten, spezifizierten 7 diese Angabe mit YouTube.

Abb. 3  
Erstkontakt mit dem Konzept SoLawi



n=431, eigene Darstellung

Die Forschungsfrage 1 ist also beantwortet: *Der Anteil der SoLawi-Beteiligten, die über Medien bzw. Formate des Konstruktiven Journalismus ihren Erstkontakt mit der Innovation hatten, liegt bei null Prozent.* Oder, etwas weicher formuliert: An explizit als konstruktiv markierte Medienangebote (siehe Fußnote 1) als Erstkontakt erinnerte sich niemand. Es ist nicht ausgeschlossen, dass abseits des institutionalisierten Konstruktiven Journalismus konstruktive Beiträge aus dem Lokal- bzw. Regionaljournalismus oder auch in *taz*, *SZ* und *Zeit* gemeint waren, da das Berichterstattungsmuster ja auch im »normalen« Journalismus unmarkiert vorkommen kann.

Personen, die bei der Frage nach dem Erstkontakt keinen massenmedialen Kanal genannt hatten, wurden im weiteren Verlauf der Befragung gefragt, ob es einen Medienbeitrag gegeben hatte, der sie zusätzlich bei ihrer Entscheidung unterstützt hat, Teil einer SoLawi zu werden und der ihnen besonders in Erinnerung geblieben ist. Von den 307 Teilnehmer\*innen, denen diese Frage angezeigt wurde, gaben 44 Personen an, dass es einen solchen Beitrag gegeben hatte. Von diesen gaben 13 an, einen Beitrag im Fernsehen gesehen zu haben. Im offenen Textfeld konkretisierten fünf davon, dass es sich um einen Beitrag eines öffentlich-rechtlichen Senders gehandelt hatte, wobei der NDR mit zwei Nennungen am häufigsten genannt wurde. Eine Person konnte sich zudem an die

NDR-Sendung *Das!* erinnern. Eine einzige Person gab an, einen entscheidungsunterstützenden Beitrag im Radio gehört zu haben, genauer gesagt im Deutschlandfunk. Von den 13 Personen, deren Entscheidung von einer Zeitung gefördert wurde, konnten sich noch 10 an deren Namen erinnern. Wieder liegt die *Waldeckische Zeitung* mit zwei Nennungen vorn, andere Zeitungstitel wurden nur einmal genannt. Von den 7 Personen, die von einem Zeitschriftenbeitrag unterstützt wurden, konnte sich noch eine an den Namen erinnern, nämlich *Bioland*. Die Entscheidung für SoLawi wurde bei 3 Befragten durch Beiträge in sozialen Netzwerken befördert, erinnert wurde dabei der Facebook-Account von »Wir haben es satt« (Eigenbeschreibung: »Agrarwende anpacken – gutes Essen für alle!«) sowie der Instagram-Account von Imke Tjaden, einer Musiklehrerin in Aurich (Ostfriesland). Final lässt sich sagen, dass sich unter den genannten Medienmarken und Sendungen kein explizit konstruktives Format befindet. Dafür spielten die interpersonalen Kommunikation sowie – dann mit gebührendem Abstand – lokaljournalistische Formate in Print und TV wichtige Rollen bei der Verbreitung des Konzepts.

Damit ist auch die Forschungsfrage 2 beantwortet: *Der Anteil der SoLawi-Beteiligten, deren Entscheidung zur Übernahme der Innovation durch Medien bzw. Formate des Konstruktiven Journalismus unterstützt wurde, liegt bei null Prozent.* Es gilt dabei dieselbe Einschränkung wie bei der obigen Antwort auf Forschungsfrage 1, was markierten und unmarkierten Konstruktiven Journalismus angeht.

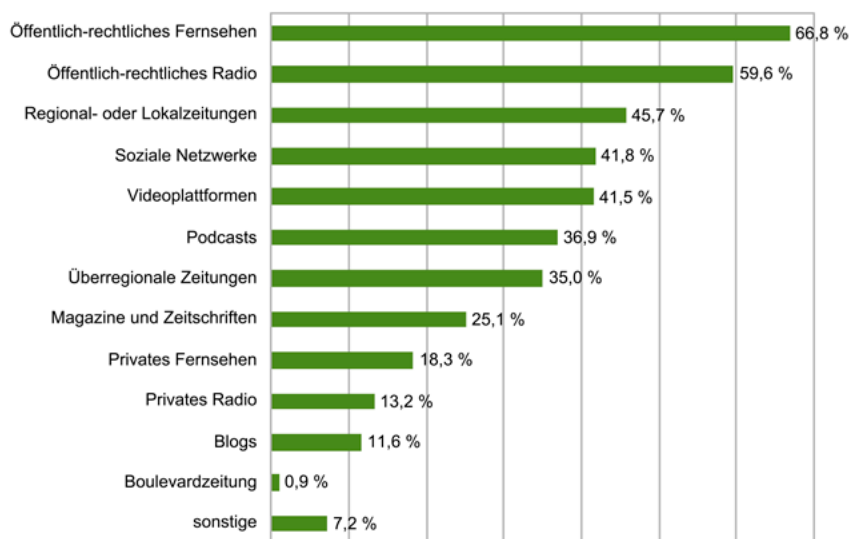
Wir überprüften zudem die Vermutung, dass »frühe Übernehmer« der Innovation SoLawi überproportional häufig ihren Erstkontakt durch Massenmedien hatten – genau dies postuliert ja die Diffusionstheorie von Rogers (vgl. Abschnitt 2.2). Unsere Daten bestätigen diese These nicht: Von den 55 Befragten, die zwischen 2009 und 2015 in einen SoLawi-Betrieb eingetreten sind und in unserem Sample als »frühe Übernehmer« gelten können, hatten nur 7 ihren Erstkontakt durch Medien, aber 27 durch interpersonale Kommunikation, 17 »anders«, und 4 erinnerten sich nicht mehr. Dies ist auf den ersten Blick eine bemerkenswerte Diskrepanz zur etablierten Diffusionstheorie. Allerdings muss man bedenken, dass die Innovation SoLawi in Deutschland bereits seit 1988 auf dem »Marktplatz der Ideen« ist und dass wir nicht wissen, wann ihre Diffusion abgeschlossen sein wird. Möglicherweise sind die zwischen 2009 und 2015 Hinzugekommenen gar nicht die »frühen Übernehmer«, sondern die »frühe Mehrheit«, und die wahren »frühen Übernehmer« sind in unserem Sample gar nicht vertreten.

### 4.3 Mediennutzung allgemein

Wir fragten noch ab, welche Mediengattungen generell häufig oder regelmäßig genutzt werden. Es zeigte sich, dass ein Großteil der Befragten regelmäßig Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland rezipiert, gefolgt von Regional- bzw. Lokalzeitungen sowie digitale Plattformen (siehe Abbildung 4). Eine teilnehmende Person nannte in der Kategorie »sonstige« mit *plan b* des ZDF zum ersten Mal ein konstruktiv journalistisches Format.

Abb. 4

#### Regelmäßig genutzte Medien



n=431, eigene Darstellung

In einer weiteren Frage wurden die Teilnehmenden gebeten, in offene Textfelder die drei konkreten Medienangebote zu schreiben, aus denen sie vorrangig Informationen zu politischen und gesellschaftlichen Themen beziehen. Am häufigsten (299-mal) nannten die Befragten Zeitungen, wobei 74-mal Lokal- bzw. Regionalzeitungen genannt wurden, 57-mal *Die Zeit* und 42-mal die *taz*. Direkt darauf folgen Angebote der ARD (290 Nennungen) und des ZDF (76). An dieser Stelle in der Befragung wird zum zweiten Mal Konstruktiver Journalismus genannt: Zwei Befragte gaben an, dass *Perspective Daily* bzw. *Good Impact* (bis 2022: *enorm*) zu ihren Hauptinformationsquellen gehören.

## 5. Fazit und Ausblick

Die vorliegende Studie erweitert die bisherige Wirkungsforschung zum Konstruktiven Journalismus – die mit Experimenten vor allem kurzfristige Effekte auf den Gefühlshaushalt gemessen hat – und zäumt das sprichwörtliche Pferd von hinten auf: Wir befragten Unternehmer\*innen einer sozialen Innovation, auf welchem Weg sie von der Innovation überhaupt erfahren haben, und können so die Frage beantworten, welche Rolle Medien oder Formate des Konstruktiven Journalismus bei der Innovationsdiffusion gespielt haben.

Die Erwartung, der Konstruktive Journalismus hätte einen möglicherweise entscheidenden Anteil an der relativ stürmisch gestiegenen Verbreitung der Solidarischen Landwirtschaft gehabt, wurde durch die Empirie maximal enttäuscht: Medien oder Rubriken bzw. Sendungsformate, die sich ausdrücklich der Berichterstattung über Lösungsansätze für gesellschaftliche Probleme verschrieben haben, haben in unserem Sample offensichtlich überhaupt keine Rolle gespielt, was den Erstkontakt mit dem Konzept SoLawi angeht (zumindest wie er erinnert wird – die Limitationen der Methode wurden in Abschnitt 3 reflektiert). Auch eine unterstützende Funktion auf dem Weg zur Entscheidung, Mitglied einer SoLawi zu werden, lässt sich für explizit lösungsorientierte Berichterstattung nicht erkennen. Drei Befragte gaben immerhin an, dass Konstruktive Medien – in Gestalt der ZDF-Sendung *plan b*, des Online-Magazins *Perspective Daily* und der Zeitschrift *Good Impact* – generell zu ihren regelmäßigen Informationsquellen gehören.

Die dominierenden Wege der Diffusion, die die Befragung gezeigt hat – interpersonale Kommunikation und lokaljournalistische Print- und Fernsehangebote – entsprechen allerdings in gewisser Weise der Diffusionstheorie von Rogers. Während ganz am Anfang des Diffusionsprozesses hier überregionale Medien (und vielleicht auch überregionale *Konstruktive* Medien) die Informationen an »Innovatoren« und »frühe Übernehmer« überbringen, spielen demnach auf dem Weg zur »frühen Mehrheit« Mundpropaganda und Regionalmedien die entscheidenden Rollen. In diesem Sinne kann hier vielleicht davon gesprochen werden, dass die soziale Innovation SoLawi bereits den Kinderschuhen entwachsen ist, also auch schon so alt bzw. etabliert (sie existiert immerhin seit Ende der 1980er-Jahre), dass sie keinen Neuigkeitswert mehr für explizit lösungsorientierte Medien hat, und als sie neu war, gab es das Berichterstattungsmuster des Konstruktiven Journalismus noch nicht (das verbreitete sich erst ab etwa 2010). Ob diese Erklärung unseres empirischen Null-Befundes zutrifft – also dass hier kein »Versagen« der konstruktiven Medien vorliegt, sondern ein Mismatch von historischen Zeitachsen, die sich nicht begegnen – könnte eine Inhaltsanalyse klären: Gab es überhaupt im Verlauf der

letzten Jahre und Jahrzehnte Beiträge in explizit konstruktiven Medien(formaten) zum Thema, die entsprechende Wirkungen hätten entfalten können?

Dies führt zu Ideen für weiterführende Forschungen. Einerseits läge es nahe, den »Innovations-Entscheidungs-Prozess« nach Rogers feinkörniger zu rekonstruieren. Es bietet sich an, qualitative Interviews mit Unternehmer\*innen einer Innovation zu führen, um den Weg der Befragten vom Erstkontakt zum Übernehmen (etwa: Mitgliedschaft in einer SoLawi) möglichst genau nachzuzeichnen: Wie genau lief der Erstkontakt ab, zu welchem Zeitpunkt wurden welche Kommunikationskanäle bzw. Medien genutzt, und was hat sie schließlich überzeugt, den Schritt zu wagen? Hierbei könnte man auch den Begriff der »Innovationsnetzwerke« aus den *Science and Technology Studies* (STS) fruchtbar machen: Die STS konzeptualisieren Netzwerke als Form der Koordination von (technologischen) Innovationen und analysieren Interaktionsketten, die Innovationen schaffen oder verbreiten (Häußling 2020) – und Konstruktive Medien können unserer Ansicht nach als potenzielle Knoten in Innovationsnetzwerken verstanden werden, das heißt als Akteure des Wissenstransfers bzw. »Broker«, die »strukturelle Löcher« in diesen Netzwerken überbrücken (Burt 1992). Es wäre also sogar möglich, die Rolle des Konstruktiven Journalismus bei der Innovationsdiffusion mithilfe formaler Netzwerkanalysen zu beschreiben und dabei die Zentralität seiner Medien-Outlets in Innovationsnetzwerken und die Stärke der Verbindungen dieser Outlets zu anderen Akteuren des Netzwerks zu berechnen und zu visualisieren.

Andererseits wäre es interessant, die Rolle des Konstruktiven Journalismus bei der Verbreitung anderer sozialer Innovationen mit Bezug zu den Nachhaltigkeitszielen der UN bzw. zu einer wünschenswerten sozial-ökologischen Transformation zu untersuchen. Anbieten würden sich Konzepte wie Regionalwährungen, Foodsharing, Carsharing, Bürgerenergiegenossenschaften, Urban Gardening, Repair Cafés, Kulturtafeln und vieles mehr. Sinnvoll wäre es, zunächst eine Inhalts- bzw. Themenanalyse der wichtigsten Konstruktiven Medien in Deutschland zu erstellen, um herauszufinden, über welche sozialen Innovationen es überhaupt in den letzten Jahren Berichterstattung gab, um anschließend bei den Unternehmer\*innen ebener Innovationen eventuelle Medieneinflüsse zu erfragen. Denn wir vermuten, dass Konstruktiver Journalismus bei der Diffusion von jüngeren Innovationen als SoLawi eine größere Rolle gespielt hat, insbesondere in den Frühphasen der jeweiligen Diffusionsprozesse.

Über die Autor\*innen

**Inken Thiel**, M.Sc. (\*1998) ist Redakteurin bei den *Neumarkter Nachrichten*, einer Lokalausgabe der *Nürnberger Nachrichten* aus dem Verlag Nürnberger Presse, wo sie

volontiert hat. Sie hat in Stuttgart und Leipzig Journalismus studiert und zum Thema dieses Aufsatzes ihre Masterarbeit geschrieben. Kontakt: inken.thiel@t-online.de

**Uwe Krüger**, Dr. (\*1978) ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig und Forschungs-koordinator des dortigen Zentrums Journalismus und Demokratie. Er lehrt im Masterstudiengang Journalismus. 2017 hat er das Netzwerk Kritische Kommunikationswissenschaft (KriKoWi) mitgegründet. Kontakt: uwe.krueger@uni-leipzig.de

## Literatur

- Alpui, Margarida, & Ehrenberg, Katja. (2024). *Von polarisierenden Kontroversen zu konstruktiven Dialogen*. bonn institute. <https://www.bonn-institute.org/news/psychologie-im-journalismus-11>
- Behre, Julia, Hölig, Sascha, & Möller, Judith. (2023). *Reuters Digital News Report 2023: Ergebnisse für Deutschland* (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts, 67). Verlag Hans-Bredow-Institut. <https://doi.org/10.21241/ssoar.86851>
- Beiler, Markus, & Krüger, Uwe. (2018). Mehr Mehrwert durch Konstruktiven Journalismus? Idee des Konzepts und Implikationen zur Steigerung des Public Values von Medien. In Nicole Gonser (Hrsg.), *Der öffentliche (Mehr-)Wert von Medien. Public Value aus Publikumssicht* (S. 167-191). Springer VS. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-20498-3\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-658-20498-3_11)
- Boddenberg, Moritz, Frauenlob, Max Heinrich, Gunkel, Lenard, Schmitz, Sarah, Vaessen, Franziska, & Blätzel-Mink, Birgit. (2017a). Solidarische Landwirtschaft als innovative Praxis – Potenziale für einen sozial-ökologischen Wandel. In Melanie Jaeger-Erben, Jana Rückert-John & Martina Schäfer (Hrsg.), *Soziale Innovationen für nachhaltigen Konsum. Wissenschaftliche Perspektiven, Strategien der Förderung und gelebte Praxis* (S. 125-148). Springer VS. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-16545-1\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-658-16545-1_6)
- Boddenberg, Moritz, Gunkel, Lenard, Schmitz, Sarah, Vaessen, Franziska, & Blätzel-Mink, Birgit. (2017b). Jenseits des Marktes – Neue Praktiken der Versorgung in Zeiten der Krise. Das Beispiel Solidarische Landwirtschaft. In Patrick Sachweh & Sascha Münnich (Hrsg.), *Kapitalismus als Lebensform? Deutungsmuster, Legitimation und Kritik in der Marktgesellschaft* (S. 245-272). Springer VS. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-12916-3\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-658-12916-3_10)
- Bonn Institute gGmbH. (o. J.). Was ist konstruktiver Journalismus? <https://www.bonn-institute.org/was-ist-konstruktiver-journalismus>

- Burt, Ronald S. (1992). *Structural Holes. The Social Structure of Competition*. Harvard University Press.
- Constructive Institute. (o. J.). Why Constructive Journalism? <https://constructiveinstitute.org/why/>
- Constructive Institute. (2022). *Listen louder. How journalists can counter polarization*. Constructive Institute. <https://constructiveinstitute.org/app/uploads/2022/06/5333873-Fonden-Constructive-Foundation-bog.pdf>
- Falk, Julia, & Madsen, Gudula. (2015). *Solidarische Landwirtschaft (SoLaWi): Forschungsumfeld – Stand der Forschung und Forschungsbedarfe*. 13. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. [https://orgprints.org/id/eprint/27211/1/27211\\_madsen.pdf](https://orgprints.org/id/eprint/27211/1/27211_madsen.pdf)
- Gillwald, Katrin. (2000). *Konzepte sozialer Innovation*. WZB Paper: Querschnittsgruppe Arbeit und Ökologie. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung. <https://bibliothek.wzb.eu/pdf/2000/p00-519.pdf>
- Haagerup, Ulrik. (2017). *Constructive News: How to save the media and democracy with journalism of tomorrow* (2., überarbeitete Auflage). Aarhus University Press.
- Häußling, Roger. (2020). Innovation und Netzwerke. In Birgit Blättel-Mink, Ingo Schulz-Schaeffer & Arnold Windeler (Hrsg.), *Handbuch Innovationsforschung. Sozialwissenschaftliche Perspektiven* (S. 429-445). Springer VS. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-17668-6\\_31](https://doi.org/10.1007/978-3-658-17668-6_31)
- Hooffacker, Gabriele. (2020). *Konstruktiver Journalismus. Wie Medien das Thema Migration für Jugendliche umsetzen können*. Springer vs.
- Howaldt, Jürgen, & Schwarz, Michael. (2010). Soziale Innovation – Konzepte, Forschungsfelder und -perspektiven. In Jürgen Howaldt & Heike Jacobsen (Hrsg.), *Soziale Innovation. Auf dem Weg zu einem postindustriellen Innovationsparadigma* (S. 87-108). vs Verlag für Sozialwissenschaften. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-92469-4\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-531-92469-4_5)
- Jungk, Robert. (1990). *Zukunft zwischen Angst und Hoffnung. Ein Plädoyer für die politische Phantasie*. Heyne.
- Karnowski, Veronika. (2023). *Diffusionstheorie* (3., aktualisierte und erweiterte Auflage). Nomos.
- Kretzschmar, Judith, Beiler, Markus, Krüger, Uwe, & Döring, Florian. (2025). *Von Lügenpresse und abgehobenen Eliten. Journalismus- und Demokratievertrauen in Sachsen*. transcript. Open Access: <https://www.transcript-verlag.de/978-3-8376-7560-3/von-luegenpresse-und-abgehobenen-eliten/>
- Krüger, Uwe, Beiler, Markus, Gläßgen, Thilko, Kees, Michael, & Küstermann, Maximilian. (2022). Neutral Observers or Advocates for Societal Transformation? Role Orientations of Constructive Journalists in Germany. *Media and Communication*, 10(3), 64–77. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i3.530>

- Krüger, Uwe. (2022). Transformativer Journalismus: Ein neues Berichterstattungsmuster für das Anthropozän. In Klima vor acht (Hrsg.), *Medien in der Klima-Krise* (S. 161–171). oekom.
- Krüger, Uwe. (2021). Geburtshelfer für öko-soziale Innovationen: Konstruktiver Journalismus als Entwicklungskommunikation für westlich-kapitalistische Gesellschaften in der Krise. In Nils S. Borchers, Selma Güney, Uwe Krüger, & Kerem Schamberger (Hrsg.), *Transformation der Medien – Medien der Transformation. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft* (S. 356–380). Westend. <https://doi.org/10.53291/SDTM5470>
- Krüger, Uwe. (2016). Solutions Journalism (Lösungsorientierter Journalismus). In Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hrsg.), *Journalistische Genres* (S. 95–114). UVK.
- Krüger, Uwe, & Gassner, Nadine. (2014). Abschied von den Bad News. In *Message – Internationale Zeitschrift für Journalismus*, 1, S. 20–25. <https://www.message-online.com/wp-content/uploads/SoJ.pdf>
- Leonhard, Larissa. (2025). *Prägende Medienerlebnisse. Eine Mixed-Methods-Untersuchung aus resonanztheoretischer Perspektive*. Springer vs.
- McIntyre, Karen, & Gyldensted, Cathrine. (2018). Positive Psychology as a Theoretical Foundation for Constructive Journalism. *Journalism Practice*, 12(6), 662–678. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1472527>
- McIntyre, Karen, & Lough, Kyser. (2023). Evaluating the effects of solutions and constructive journalism. A systematic review of audience-focused research. *Newspaper Research Journal*, 44(3), 276–300. <https://doi.org/10.1177/07395329231187622>
- Meier, Klaus. (2018). Wie wirkt Konstruktiver Journalismus? Ein neues Berichterstattungsmuster auf dem Prüfstand. *Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung*, 1(1), 4–25. <https://journalistik.online/ausgabe-012018/wie-wirkt-konstruktiver-journalismus/>
- Netzwerk Solidarische Landwirtschaft. (o. D.). Was ist Solidarische Landwirtschaft? <https://www.solidarische-landwirtschaft.org/das-konzept/was-ist-solawi/>
- Netzwerk Solidarische Landwirtschaft. (2023). Wirkbericht 2023. [https://www.solidarische-landwirtschaft.org/fileadmin/media/solidarische-landwirtschaft.org/Das-Konzept/Solawi\\_Bericht\\_2023\\_24-12-19\\_WEB\\_DS\\_15odpi.pdf](https://www.solidarische-landwirtschaft.org/fileadmin/media/solidarische-landwirtschaft.org/Das-Konzept/Solawi_Bericht_2023_24-12-19_WEB_DS_15odpi.pdf)
- Solutions Journalism Network. (o. J.): What Is Solutions Journalism? <https://www.solutionsjournalism.org/about/solutionsjournalism>
- Statista. (2025). Höhe des durchschnittlichen Nettolohns/ Nettogehalts im Monat je Arbeitnehmer in Deutschland von 1991 bis 2024. Quelle: Statistisches Bundesamt. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/370558/umfrage/monatliche-nettoloehne-und-gehaelter-je-arbeitnehmer-in-deutschland/>

- Steinigeweg, Julia. (2021). Soziale Verantwortung statt Resignation. Auswirkungen konstruktiver Nachrichten auf prosoziale Verhaltensintentionen der Rezipient:innen. *Publizistik*, 66(3-4), 489–511. <https://doi.org/10.1007/s11616-021-00681-0>
- Zapf, Wolfgang. (1994). Über soziale Innovationen. In Wolfgang Zapf: *Modernisierung, Wohlfahrtsentwicklung und Transformation. Soziologische Aufsätze 1987 bis 1994* (S. 23-40). Edition Sigma.

## Aufsatz

Marcus Bölz

# Der Journalismus in Finnland im Wandel geopolitischer und digitaler Rahmenbedingungen

Wie erniedrigende Deepfakes in die politische Kommunikation eingreifen

**Abstract:** Seit dem NATO-Beitritt Finnlands im Jahr 2023 steht der Journalismus des Landes unter neuen geopolitischen Vorzeichen. Die sicherheitspolitische Neuausrichtung hat nicht nur die politische Berichterstattung verändert, sondern auch die Anforderungen an journalistische Sorgfalt und Quellenprüfung erhöht. Besonders im Fokus steht die russische Desinformationspolitik, die gezielt versucht, das Vertrauen in finnische Medien und Institutionen zu untergraben. Mit digitalen Kampagnen, manipulierten Inhalten und emotionalisierter Rhetorik wird versucht, die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Finnische Redaktionen reagieren mit erhöhter Transparenz, verstärkten Faktenchecks und internationaler Zusammenarbeit. Der Beitrag analysiert die journalistische Qualität Finnlands im Kontext dieser Entwicklungen sowie die strukturellen Herausforderungen für finnische Journalist:innen – darunter Medienkonzentration, Personalabbau und die Zunahme rechtspopulistischer Plattformen.

**Keywords:** Finnland, Medien, Journalismus, Desinformation, Sanna Marin

Finnland gilt seit Jahrzehnten als eines der Länder mit der höchsten journalistischen Qualität weltweit. In internationalen Rankings zur Pressefreiheit belegt das Land regelmäßig Spitzenplätze (vgl. Reporters Without Borders, 2023). Doch die geopolitischen Entwicklungen der letzten Jahre – insbesondere der NATO-Beitritt 2023 und die Bedrohung durch Russland – haben die journalistische

Landschaft verändert. Gleichzeitig hat die Digitalisierung den redaktionellen Alltag tiefgreifend transformiert.

Dabei steht der Journalismus in Finnland vor vergleichbaren Herausforderungen wie in anderen europäischen Ländern: Medienkonzentration, sinkende Auflagen, ein Rückgang festangestellter Journalist:innen und die wachsende Zustimmung zu rechtspopulistischen Websites. Auch in Finnland gibt es Plattformen mit hohen Abrufzahlen, die sich von klassischen Qualitätsmedien abgrenzen und alternative Narrative bedienen. Die finnische Medienlandschaft steht unter dem Druck ökonomischer Rationalisierung und politischer Prioritätenverschiebung. Ala-Fossi et al. (2021) zeigen, dass trotz schrumpfender Redaktionen professionelle journalistische Normen aufrechterhalten werden – allerdings unter zunehmend prekären Bedingungen. Parallel dazu dokumentieren Ala-Fossi et al. (2022), wie medienpolitische Entscheidungen seit der Jahrtausendwende wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit über demokratische Medienförderung stellen. In diesem Spannungsfeld gewinnt die journalistische Bildungsfunktion an Bedeutung: Jaakkola (2020) beschreibt Journalist:innen als »Media Educators«, die durch inklusive Grenzarbeit zur Vermittlung demokratischer Werte beitragen. Die finnische Medienpolitik steht somit zwischen Marktlogik und demokratischer Verantwortung.

Obwohl Finnland im internationalen Vergleich weiterhin als eines der Länder mit dem höchsten Vertrauen in Nachrichtenmedien gilt (vgl. Reunanen, 2023), zeigen aktuelle Studien, dass sich auch hier erste Risse im Vertrauensverhältnis abzeichnen. Laut dem Digital News Report des Reuters Institute vertrauten 2023 zwar noch 69 Prozent der Befragten den Nachrichten insgesamt und 76 Prozent den von ihnen selbst genutzten Quellen, doch ist dies ein Rückgang um neun Prozentpunkte gegenüber 2015 (vgl. Reuters Institute, 2025). Besonders auffällig ist die zunehmende Kluft zwischen dem allgemeinen Vertrauen in Nachrichten und dem Vertrauen in individuell konsumierte Inhalte – ein Indikator für beginnende mediale Fragmentierung und Polarisierung.

Diese Entwicklung korrespondiert mit einer zunehmenden Politisierung des Medienvertrauens. Eine Studie des öffentlich-rechtlichen Senders Yle zeigt, dass insbesondere Anhänger:innen der rechtspopulistischen Partei Die Finnen (Perussuomalaiset) ein deutlich geringeres Vertrauen in etablierte Medienmarken wie Yle oder die überregionale Tageszeitung *Helsingin Sanomat* aufweisen (vgl. Helenius, 2025).

Auch die sprachliche Vielfalt stellt eine Herausforderung dar. Finnland ist offiziell zweisprachig: Finnisch und Schwedisch sind gleichberechtigte Amtssprachen. Während ein Großteil der Gesamtbevölkerung (rund 5,5 Millionen auf einer Fläche etwa so groß wie Deutschland) Finnisch spricht, existiert eine stabile Infrastruktur schwedischsprachiger Medien, die sich an die rund 5,2 Prozent der Bevölkerung richtet, die Schwedisch als Muttersprache sprechen (vgl.

Statistics Finland, 2022). Schwedischsprachige Medien wie *Hufvudstadsbladet*, *Vasabladet* und *Yle Vega* gelten als professionell, redaktionell unabhängig und stark regional verankert (vgl. Nikula, 2012; vgl. Lindgren, 2005).

Auch die Sámi-Gemeinschaften verfügen über eigene Medienstrukturen. Ein Meilenstein war die Gründung von *Yle Sámi Radio* im Jahr 1990, das regelmäßig Nachrichten in den drei in Finnland gesprochenen Sámi-Sprachen – Nordsámi, Inarisámi und Skoltsámi – ausstrahlt (vgl. Pietikäinen, 2008). Laut Statistics Finland leben rund 10.700 Sámi in Finnland, was etwa 0,2 Prozent der Gesamtbevölkerung entspricht (vgl. Statistics Finland, 2025). Die sprachliche Gliederung erfolgt in drei Hauptdialekte: Nordsámi (ca. 60 %), Inarisámi (ca. 20 %) und Skoltsámi (ca. 20 %) (vgl. Lehtola, 2015). Mediennutzung unter Sámi variiert stark: Während öffentlich-rechtliche Angebote wie *Yle Sápmi* regelmäßig rezipiert werden, zeigen Studien, dass jüngere Sámi zunehmend digitale Plattformen bevorzugen und zugleich eine geringere Bindung an traditionelle journalistische Formate aufweisen (vgl. Pietikäinen, 2018; Hætta, 2020).

Diese Medien sind nicht nur Ausdruck sprachlicher Vielfalt, sondern auch ein demokratischer Mehrwert. Sie fördern Medienpluralismus, stärken die Meinungsvielfalt und bieten Perspektiven, die in der finnischsprachigen Mehrheitsöffentlichkeit oft unterrepräsentiert sind (vgl. Huss & Lindgren, 2011; Valkonen, 2019).

## Sanna Marin und Sexismus aus Russland

Die mediale Inszenierung und politische Rezeption der ehemaligen finnischen Ministerpräsidentin Sanna Marin steht paradigmatisch für die Verwundbarkeit liberaler Demokratien gegenüber digitaler Desinformation. Der sogenannte »Partyskandal« im Jahr 2022 – ausgelöst durch geleakte Videos, die Marin tanzend und feiernd zeigen – wurde nicht nur national, sondern international zum Gegenstand politischer und medialer Debatten. Dabei ging es weniger um die Inhalte der Videos als um deren symbolische Aufladung im Kontext geopolitischer Spannungen.

Russland reagierte auf den NATO-Beitritt Finnlands mit einer Vielzahl hybrider Maßnahmen, darunter gezielte Desinformationskampagnen. Es wurden insbesondere soziale Medien genutzt, um bereits im Vorfeld Zweifel an der NATO-Mitgliedschaft zu säen. Russische Trollfabriken verbreiteten Falschinformationen über angebliche Truppenbewegungen oder wirtschaftliche Nachteile. Besonders auffällig war die Diskreditierung von Marin, die zur Zielscheibe eines digitalen Angriffs wurde – jung, weiblich, westlich, frei.

Der Desinformationsforscher Christopher Nehring (2022) betont, dass es »überaus wahrscheinlich« sei, dass russische Trolle und Bots den Shitstorm

gegen Marin gezielt angeheizt haben. Zwar existiert bislang keine empirische Studie, die den Fall Finnland explizit untersucht, doch die Muster entsprechen bekannten Mechanismen hybrider Einflussnahme, wie sie etwa vom NATO Strat-Com Centre of Excellence (2021) unter dem Begriff »kognitive Kriegsführung« beschrieben werden.

Die Methode ist alt, das Ziel war neu: Sexualisierung als Waffe. Marin wurde nicht wegen politischer Entscheidungen angegriffen, sondern wegen ihrer Weiblichkeit, Jugend und Lebensfreude. Die Rechtswissenschaftlerin Luana F. Souto beschreibt diese Strategie als »geschlechtsspezifische Desinformation«, die gezielt Frauen in der Politik trifft und auf der historischen Annahme basiert, dass Politik »Männersache« sei (Souto, 2023, S. 49). Studien aus den Gender Media Studies bestätigen, dass Politikerinnen häufiger mit moralisch konnotierten Angriffen konfrontiert sind – insbesondere in sozialen Medien (vgl. Springer Reference Gender Media Studies, 2024).

In Marins Fall wurde mit sexuell konnotierten Inhalten gearbeitet, mit aus dem Kontext gerissenen Bildern, mit Gerüchten über Drogenkonsum – so effektiv, dass Marin sich zu einem Drogentest gezwungen sah, der negativ ausfiel (vgl. Yle News, 2022).

Die mediale Skandalisierung von Sanna Marin folgt einem bekannten Muster öffentlicher Diskreditierung: Zunächst wird ein privater Moment – in diesem Fall ein Tanzvideo – öffentlich gemacht, dann sexualisiert und moralisch aufgeladen. Die Debatte selbst wird zur Waffe, mit der die Integrität der Person untergraben wird. Bulkow und Petersen (2012) beschreiben solche Strategien als »Strukturen öffentlicher Aufmerksamkeitserzeugung«, bei denen performative Normverletzungen gezielt inszeniert werden, um Empörung zu erzeugen. Christian Schicha (2015) warnt in diesem Zusammenhang vor einer ethisch problematischen »Skandalisierung des Privaten«, die nicht der Aufklärung dient, sondern der emotionalen Mobilisierung. Im Fall Marin wurde die Kritik durch geschlechtsspezifische Zuschreibungen verstärkt, wie Williams (2022) analysiert: Die Empörung speiste sich weniger aus rationaler Kritik als aus einem Zusammenspiel von Sexismus und moralischer Erwartungshaltung gegenüber weiblichen Führungspersonen.

Die Veröffentlichung des Tanzvideos im Jahr 2022 markierte nicht nur einen Wendepunkt in der öffentlichen Debatte über die Privatheit politischer Akteur:innen, sondern auch den Beginn einer digitalen Gewaltspirale, die sich in Form sexualisierender Deepfakes manifestierte. Binnen weniger Tage nach dem Leak wurde das Netz mit pornographischem Material geflutet, in dem das Gesicht von Marin mittels KI-Technologie auf die Körper von Pornodarstellerinnen montiert wurde. Diese Form der bildbasierten Gewalt ist nicht nur eine Verletzung des Persönlichkeitsrechts, sondern auch ein Angriff auf die

sexuelle Selbstbestimmung und die demokratische Teilhabe der Betroffenen (vgl. Schmidt, 2024, S. 4f.).

Wie die Bundeszentrale für politische Bildung in einer umfassenden Analyse festhält, handelt es sich bei solchen Inhalten um »nicht einvernehmliche sexualisierende Deepfakes«, die mittlerweile ein weit verbreitetes Internetphänomen darstellen – zum Schaden vor allem prominenter Frauen (vgl. Schmidt, 2024, S. 9).

Die manipulierten Bilder erscheinen täuschend echt und werden häufig auf Pornoplattformen hochgeladen, oft begleitet von herabwürdigenden Kommentaren und persönlichen Daten, die eine Identifizierung ermöglichen (vgl. Schmidt, 2024, S. 10). Die Täter:innen nutzen öffentlich zugängliche Fotos, etwa aus Social-Media-Profilen, und setzen diese mit Hilfe von Face-Swap- oder Deep-Nude-Apps in pornographische Kontexte. Die Betroffenen erleben diese Form der Gewalt oftmals als »körperlichen sexuellen Übergriff«, der mit erheblichen psychischen Belastungen einhergeht und nicht selten zum Rückzug aus öffentlichen Diskursen führt.

Im Fall Marin wurde diese Technik gezielt eingesetzt, um ihre politische Glaubwürdigkeit zu untergraben. Die sexualisierte Darstellung diente nicht der Unterhaltung, sondern der moralischen Diskreditierung und politischen Delegitimierung. Die Tatsache, dass solche Inhalte massenhaft verbreitet wurden, zeigt die strukturelle Dimension dieser Gewaltform: Sie ist Teil eines »Kontinuums sexualisierter Gewalt«, das Frauen systematisch auf ihre Sexualität reduziert und sie dadurch gesellschaftlich marginalisiert (vgl. Schmidt, 2024, S. 13). Besonders perfide ist dabei die Kombination aus der scheinbaren Authentizität der Bilder und der viralen Dynamik sozialer Medien, die eine schnelle und weitreichende Verbreitung ermöglicht.

Die demokratische Relevanz dieser Entwicklung ist nicht zu unterschätzen. Wenn Politikerinnen durch sexualisierte Deepfakes aus dem öffentlichen Diskurs gedrängt werden, wird nicht nur ihre individuelle Freiheit verletzt, sondern auch die Gleichheit der Teilhabe in demokratischen Prozessen gefährdet. Die gezielte Herstellung und Verbreitung solcher Inhalte ist daher nicht nur ein ethisches, sondern auch ein politisches Problem, das dringend regulatorischer und gesellschaftlicher Aufmerksamkeit bedarf.

Die Reaktionen der finnischen Öffentlichkeit waren ambivalent. Während konservative Stimmen Marin mangelnde Ernsthaftigkeit vorwarfen, wurde sie in internationalen Medien als Repräsentantin einer modernen, selbstbewussten Demokratie gefeiert. Umfragen zeigten, dass Marin trotz – oder gerade wegen – des Skandals ihre Popularität in weiten Teilen der Bevölkerung behaupten konnte (vgl. DW, 2022; ARD Weltspiegel, 2023).

## Wie reagieren finnische Medien auf die Entwicklungen?

Die Reaktionen finnischer Redaktionen auf die Herausforderungen durch Desinformation, digitale Transformation und politische Polarisierung sind vielschichtig und strukturell tiefgreifend. Sie betreffen sowohl die journalistische Arbeitsweise als auch die Organisation und ethische Selbstvergewisserung der Medienhäuser.

Ein zentrales Beispiel ist Yle, der öffentlich-rechtliche Rundfunk Finnlands, gegründet 1926. Yle produziert Inhalte in finnischer, schwedischer und samischer Sprache und erfüllt einen umfassenden Informations-, Bildungs- und Kulturauftrag. Seit 2022 ist Yle gesetzlich verpflichtet, seine Online-Textberichterstattung zu begrenzen, um kommerziellen Medien keinen »unfairen Wettbewerb« zu bieten (vgl. Reunanen, 2025, S. 86). Gleichzeitig wird Yle von Vertreter:innen der rechtspopulistischen Partei Die Finnen öffentlich kritisiert, eine »grün-linke Agenda« zu verfolgen – was zu einer politisch motivierten Debatte über die Rolle öffentlich-rechtlicher Medien führt (vgl. Ojala, 2021, S. 2049).

Die größte Tageszeitung *Helsingin Sanomat* (gegründet 1889) und die Boulevardzeitung *Iltalehti* (seit 1980) stehen exemplarisch für die Spannungsfelder zwischen Qualitätsjournalismus und populistischer Medienkritik. Während *Helsingin Sanomat* datenjournalistische Formate und interaktive Inhalte ausbaut, analysiert *Iltalehti* die emotionale Wirkung von Headlines algorithmisch, um Leser:innenreaktionen besser antizipieren zu können (vgl. Reuters Institute, 2025).

Redaktionen reagieren auf die Polarisierung mit konstruktivem Journalismus, der auf Deeskalation und Kontextualisierung setzt (vgl. Schöppl & Schwarzenegger, 2025). Gleichzeitig gewinnen Faktenchecks und visuelle Analyseformate an Bedeutung. Kooperationen mit europäischen Fact-Checking-Initiativen wie Faktabaari – Mitglied der European Digital Media Observatory (EDMO) – stärken die journalistische Resilienz gegenüber Desinformation (vgl. Nordicom, 2024).

Strukturell zeigt sich ein Wandel hin zu crossmedialen Teams, in denen Print-, Online- und Social-Media-Inhalte gemeinsam geplant und produziert werden (vgl. Salovaara et al., 2021). Der klassische Ressortjournalismus wird zunehmend durch Themenpools und projektbasierte Arbeitsformen ersetzt (vgl. Heinonen & Ahva, 2015). Redaktionen wie *Helsingin Sanomat* und Yle haben ihre Ressorts neu strukturiert oder zusammengelegt, um flexibler auf Themen und Ereignisse reagieren zu können (vgl. Kuutti & Kangas, 2020).

Die »Worlds of Journalism«-Studie von Välvirronen et al. (2023) zeigt, dass finnische Journalist:innen trotz hoher beruflicher Identifikation unter zunehmendem Druck stehen: Ökonomisierung, Arbeitsverdichtung und politische Polarisierung führen zu einer Erosion klassischer Berufsnormen. Besonders problematisch ist die Medienkonzentration: Laut MediaDB (2024) kontrollieren wenige große Konzerne wie Sanoma und Alma Media den Großteil des

Print- und Online-Markts, was die Vielfalt der Perspektiven einschränkt, und die redaktionelle Unabhängigkeit gefährdet. Die Union of Journalists in Finland (2024) warnt zudem vor prekären Arbeitsbedingungen, insbesondere für freie Journalist:innen, deren Einkommen oft unter dem Existenzminimum liegt. Gleichzeitig wird die journalistische Arbeit durch die Digitalisierung fragmentiert: Multitasking, Zeitdruck und algorithmische Reichweitenlogik verändern die redaktionellen Routinen und erschweren investigative Recherche. Dennoch bleibt das Vertrauen in den Journalismus in Finnland vergleichsweise hoch – ein Befund, der auf die starke journalistische Ausbildung und ethischen Standards zurückzuführen ist. Die finnische Medienpolitik steht nun vor der Aufgabe, demokratische Medienstrukturen zu sichern, ohne die wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit aus dem Blick zu verlieren. Die Zukunft des finnischen Journalismus hängt davon ab, ob es gelingt, redaktionelle Qualität, Vielfalt und soziale Absicherung in Einklang zu bringen.

Eine eigene Entwicklung zeigt sich auch im Fernsehjournalismus: Die finnische Fernsehunterhaltung hat sich in den letzten Jahrzehnten zu einem eigenständigen kulturellen Feld entwickelt, das sowohl nationale Besonderheiten als auch transnationale Einflüsse integriert. Während die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt Yleisradio (Yle) und der kommerzielle Sender MTV3 die zentralen Akteure in der Produktion und Distribution von Unterhaltungssendungen darstellen, ist die Rezeption durch das Publikum stark geprägt von einem Spannungsverhältnis zwischen lokaler Identität und globalen Formaten (vgl. Hellman, 2010, S. 112). Studien zeigen, dass das finnische Publikum Formate bevorzugt, die »authentisch, ruhig und respektvoll« wirken (ebd., 112).

Die Zahl der festangestellten Journalist:innen ist rückläufig. Laut Nordicom (2022) sank die Zahl der Vollzeitjournalist:innen in Finnland zwischen 2008 und 2020 um etwa 25 Prozent. Besonders betroffen waren spezialisierte Ressorts wie Wissenschaft, Kultur und Ausland (vgl. Ahva et al., 2017, S. 825ff.). Dies führt zu einer Schwächung der thematischen Tiefe und Vielfalt, wie auch Välvirronen & Saikkonen (2020) betonen.

Technologisch setzen finnische Redaktionen auf KI-gestützte Tools wie automatische Textgenerierung, semantische Suchmaschinen und personalisierte Newsfeeds (vgl. Lehtisaari et al., 2023). Während diese Systeme die Effizienz steigern, warnen Medienethiker:innen vor einer Entfremdung vom journalistischen Handwerk (vgl. Pöyhtäri, 2023). Die Herausforderung besteht darin, KI als Werkzeug zu nutzen, ohne journalistische Standards zu untergraben.

Die journalistische Kultur in Finnland ist stark durch ethische Standards geprägt. Ein zentraler Pfeiler der journalistischen Selbstregulierung in Finnland ist der Presserat JSN (Julkisen Sanan Neuvosto). Gegründet 1968, fungiert der JSN als unabhängiges Gremium zur Überwachung journalistischer Ethik und zur Bearbeitung von Beschwerden gegen Medieninhalte. Er ist institutionell

unabhängig, wird aber von den wichtigsten Medienorganisationen des Landes getragen – darunter Zeitungen, Rundfunkanstalten und Online-Medien (vgl. Ahva et al., 2017; Heinonen & Ahva, 2015).

Der JSN basiert auf einem freiwilligen Kodex, der von nahezu allen relevanten Medienhäusern anerkannt wird. Er prüft Beschwerden auf Grundlage der journalistischen Ethikrichtlinien, die regelmäßig aktualisiert werden und u. a. Transparenz, Quellenkritik, Schutz der Privatsphäre und die Trennung von Meinung und Nachricht regeln. Die Entscheidungen des JSN sind öffentlich einsehbar und dienen als Orientierung für die redaktionelle Praxis (vgl. Salovaara et al., 2021).

Besonders in Zeiten wachsender Polarisierung und Desinformation gewinnt der JSN an Bedeutung. Er bietet nicht nur ein Forum für medienethische Debatten, sondern stärkt auch das Vertrauen der Bevölkerung in die journalistische Integrität. Studien zeigen, dass die Existenz und Sichtbarkeit des JSN wesentlich zur hohen Glaubwürdigkeit finnischer Medien beiträgt (vgl. Strömbäck et al., 2021; vgl. Ahva, 2024).

In der Praxis bedeutet dies, dass Redaktionen wie *Helsingin Sanomat*, *Yle*, *Iltalehti* oder *Hufvudstadsbladet* regelmäßig auf Entscheidungen des JSN Bezug nehmen, etwa bei der Korrektur von Fehlern oder der Begründung redaktioneller Entscheidungen. Der JSN ist damit nicht nur ein Kontrollorgan, sondern ein Resonanzraum für journalistische Selbstreflexion – und ein Modell für ethische Medienregulierung, das international Beachtung findet (vgl. Hanitzsch et al., 2019).

## Was können wir von den Finnen lernen?

Die Analyse des finnischen Mediensystems zeigt somit, dass journalistische Resilienz nicht allein durch technische Innovationen oder gesetzliche Rahmenbedingungen entsteht, sondern durch eine tief verankerte Kultur der Selbstregulierung, Medienbildung und ethischen Reflexion. Für Deutschland ergeben sich daraus mehrere übertragbare Erkenntnisse.

*Erstens:* Die Rolle des Presserats JSN als öffentlich sichtbares, transparent arbeitendes und breit akzeptiertes Kontrollorgan stärkt das Vertrauen in die Medien nachhaltig. In Deutschland existiert mit dem Deutschen Presserat ein vergleichbares Gremium, dessen öffentliche Sichtbarkeit und gesellschaftliche Relevanz jedoch deutlich geringer ausfällt. Die finnische Praxis, Entscheidungen des JSN regelmäßig in der Berichterstattung zu reflektieren und als ethischen Referenzrahmen zu nutzen, könnte auch in Deutschland zur Stärkung der journalistischen Glaubwürdigkeit beitragen (vgl. Ahva et al., 2017; vgl. Heinonen & Ahva, 2015).

*Zweitens:* Die systematische Medienbildung, die in Finnland bereits im Vorschulalter beginnt und durch das Nationale Audiovisuelle Institut (KAVI) koordiniert wird, ist ein zentraler Baustein demokratischer Resilienz. Programme wie Uudet lukutaidot zeigen, wie Medienkompetenz, digitale Fähigkeiten und ethische Reflexion in die Bildungslandschaft integriert werden können (vgl. KAVI, 2023; vgl. Pekkala, 2025). In Deutschland fehlt bislang eine vergleichbar kohärente, bundesweit abgestimmte Strategie zur Medienbildung.

*Drittens:* Die journalistische Praxis in Finnland ist weniger von Alarmismus und Skandalisierung geprägt als in Deutschland. Studien zeigen, dass finnische Journalist:innen eine zurückhaltende, sachliche und dialogorientierte Berichterstattung bevorzugen, die auf Resonanz statt Polarisierung setzt (vgl. Strömback et al., 2021; vgl. Ahva, 2024). Dies steht im Kontrast zu Teilen der deutschen Medienlandschaft, in der insbesondere Boulevardformate und politische Kommentare häufig auf Zuspitzung und Emotionalisierung setzen (vgl. Esser & Brüggemann, 2016).

*Viertens:* Die Integration von KI-Technologien in finnischen Redaktionen erfolgt unter klaren ethischen Leitlinien. Während Tools wie ChatGPT oder Yle-eigene Module zur Effizienzsteigerung beitragen, wird zugleich intensiv über die Grenzen automatisierter Inhalte diskutiert (vgl. Lehtisaari et al., 2023; vgl. Pöyhkäri, 2023). Die Debatte um KI und Ethik startete zu einer ähnlichen Zeit auch in Deutschland. In beiden Ländern wird in den Redaktionen zu dem Thema viel probiert und diskutiert. Es bleibt die Frage für Deutschland und Finnland: Wohin steuert der Journalismus vor dem Hintergrund der neuen Möglichkeiten?

*Fünftens:* Die journalistische Selbstorganisation in Finnland – etwa durch crossmediale Teams, projektbasierte Arbeitsformen und datenjournalistische Formate – zeigt, wie Redaktionen flexibel auf gesellschaftliche Herausforderungen reagieren können, ohne ihre Qualitätsstandards zu verlieren (vgl. Salovaara et al., 2021; vgl. Heinonen & Ahva, 2015).

Insgesamt lässt sich somit festhalten: Finnland begegnet den Herausforderungen der (digitalen) Öffentlichkeit mit struktureller Gelassenheit, ethischer Klarheit und bildungspolitischer Weitsicht. Für Deutschland bietet das finnische Modell wertvolle Impulse – nicht als Blaupause, sondern als Orientierung für eine journalistische Kultur, die Vertrauen nicht nur erwartet, sondern aktiv kultiviert.

Über den Autor

**Marcus Bözl**, Prof. Dr. phil. Dipl.-Journ. (\*1975) ist seit 2014 Professor für Journalismus, Sportjournalismus und Medienpsychologie an der Fachhochschule des Mittelstands in Berlin. Zuvor hat er viele Jahre als Journalist für diverse

Redaktionen wie die Nachrichtenredaktion der Deutschen Welle, dpa, *zeit.de*, aber auch als Sportredakteur für die *Schwäbische Zeitung* und als Lokalredakteur für die *Rhein-Zeitung* gearbeitet. Er lebt und lehrt zudem teilweise auch in Finnland an einem See in Nordkarelien und beobachtet deshalb finnische Medien regelmäßig.

## Literatur

- Ahva, Laura. (2024). Journalism and Public Connection in the Nordic Region. *Nordicom Review*, 45(1), 23–41.
- Ahva, Laura, Hellman, Heikki, & Välvirronen, Jari. (2017). Citizens Talking about Journalism: The Value of Journalism in Finland. *Journalism Studies*, 18(7), 824–841.
- Ala-Fossi, Marko, Grönlund, Mikko, Lehtisaari, Katja, Hellman, Heikki, Kari Karppinen, & Nieminen, Hannu. (2022). *Prioritising National Competitiveness over Support for Democracy? Finnish Media Policy in the 21st Century*. Tampere University Research Portal. <https://researchportal.tuni.fi/en/publications/prioritising-national-competitiveness-over-support-for-democracy> (20. August 2025)
- Ala-Fossi, Marko, Grönlund, John, Karppinen, Kari, & Nieminen, Hannu. (2021). Sustaining Professional Norms with Fewer Journalists and Declining Resources. In Josef Trappel, & Tales Tomaz (Hrsg.), *The Media for Democracy Monitor 2021. How Leading News Media Survive Digital Transformation (Bd. 1)* (S. 153–196). Nordicom. <https://doi.org/10.48335/9789188855404-4> (21. August 2025)
- ARD Weltspiegel. (2023). Sanna Marin und der Tanz der Demokratie. ARD Weltspiegel, 12. März 2023.
- Bulkow, Kristin, & Petersen, Christer (Hrsg.). (2012). *Skandale: Strukturen und Strategien öffentlicher Aufmerksamkeitserzeugung*. vs Verlag für Sozialwissenschaften.
- Deutsche Welle (DW). (2022). Finnlands Premierministerin Marin: Partyvideos und politische Folgen. Deutsche Welle, 19. August 2022.
- Esser, Frank, & Brüggemann, Michael. (2016). The Strategic Use of News. German Media Logic in Comparative Perspective. *European Journal of Communication*, 31(1), 3–18.
- Faktabaari. (2024). *YouTube Algorithm Bias in Finnish Elections*. Helsinki: CrossOver Project Report.
- Hanitzsch, Thomas, van Dalen, Arjen, & Steindl, Nina. (2019). Caught in the Nexus: A Comparative and Longitudinal Analysis of Public Trust in the Press. *Journalism*, 20(5), 586–604.
- Hætta, Odd M. (2020). Sámi Media and Indigenous Journalism. *Nordic Journal of Indigenous Studies*, 5(1), 45–62.

- Heinonen, Ari, & Ahva, Laura. (2015). Journalism in Finland: Structure and Culture. In Henrik Örnebring (Hrsg.), *Comparative Media Systems* (S. 45–62). Nordicom.
- Hellman, Heikki. (2010). *From Information to Entertainment. The Transformation of the Finnish Media Landscape*. University of Tampere Press.
- Helenius, Ann-Charlotte. (2025). Finländarna litar på nyheter – sannfinländarna mer skeptiska. Yle.fi, 17. Juni 2025.
- Huss, Leena, & Lindgren, Anna. (2011). Intercultural Communication and Minority Media in the Nordic Countries. *Nordicom Review*, 32(2), 33–50.
- Jaakkola, Maaritt. (2020). Journalists as Media Educators: Journalistic Media Education as Inclusive Boundary Work. *Journalism*, 22(11), 2716–2732. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2020.1844040> (25. August 2025)
- KAVI (National Audiovisual Institute). (2023). *New Literacies Development Programme*. Ministry of Education and Culture.
- Kuutti, Heikki, & Juha, Kangas. (2020). From Beat Reporting to Thematic Desks: Organizational Change in Finnish Newsrooms. *Journalism Practice*, 14(3), 345–361.
- Lehtisaari, Katja, Jari Väliverronen, & Pöyhtäri, Reeta. (2023). Artificial Intelligence in Nordic Newsrooms. *Nordicom Review*, 44(2), 88–105.
- Lindgren, Anna. (2005). Swedish-Language Media in Finland: A Minority within a Minority. *Nordicom Review*, 26(1), 85–94.
- MediaDB. (2024). *Länderporträt Finnland*. MediaDB – Medienkonzentration in Europa. <https://mediadb.eu/2024/05/07/landerportrat-finnland/> (22. August 2025)
- NATO StratCom Centre of Excellence. (2021). *Detecting Deepfakes: The Threat to Trust in Democratic Institutions*. NATO StratCom COE.
- Nehring, Christopher. (2022). Russische Trolle und der Fall Sanna Marin. *Deutsche Welle*, 22. August 2022.
- Nikula, Teija. (2012). Minority Media and Identity: The Case of Swedish-Speaking Finns. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 33(2), 123–136.
- Nordicom. (2022). *Media Trends in the Nordic Countries*. Nordicom.
- Nordicom. (2024). *Fact-Checking Networks in the Nordic Countries*. Nordicom.
- Ojala, Markus. (2021). Is the Age of Impartial Journalism Over? *Journalism Studies*, 22(15), 2042–2060.
- Pekkala, Leo. (2025). Media Literacy Strengthens Democracy. *Scandinavian Review*, Mai 2025.
- Pietikäinen, Sari. (2008). Broadcasting Indigenous Voices: Sámi Minority Media Production. *European Journal of Communication*, 23(2), 173–191.
- Pietikäinen, Sari. (2018). Sámi Media and Indigenous Agency. *International Journal of Cultural Studies*, 21(1), 56–72.
- Pöyhtäri, Reeta. (2023). Ethics of AI in Journalism. *Journal of Nordic Media Studies*, 5(1), 59–74.

- Reunanen, Esa. (2025). Yle und die digitale Transformation. *Scandinavian Media Journal*, 19(2), 77–91.
- Reuters Institute. (2025). *Digital News Report 2025*. University of Oxford.
- Reporters Without Borders. (2023). World Press Freedom Index. <https://rsf.org> (20. August 2025)
- Salovaara, Inka, Villi, Mikko, & Matikainen, Jukka. (2021). Hybrid Newsrooms and Journalistic Work: Technological Change and New Work Practices in Finnish Media. *Digital Journalism*, 9(4), 512–530.
- Schicha, Christian. (2015). Skandale in den Medien – Strategische und ethische Überlegungen. Mediadesign Hochschule. <https://www.mediadesign.de/de/news/2015/skandale-den-medien-strategische-und-ethische-ueberlegungen-der-oeffentlichen> (29. August 2025)
- Schöppel, Katharina, & Schwarzenegger, Christian. (2025). Gegenöffentlichkeit als Gefühl? *Publizistik*, 70(1), 73–97.
- Schmidt, Anja. (2024). Pornografie: Wenn der Schein trügt – Deepfakes und die politische Realität. Bundeszentrale für politische Bildung. <https://www.bpb.de/lernen/bewegt-bild-und-politische-bildung/556306/pornografie/> (19. September 2025)
- Souto, Luana F. (2023). Gendered Disinformation and the Crisis of Political Representation. *Journal of Digital Politics*, 5(1), 45–62.
- Springer Reference Gender Media Studies. (2023). *Gender and Media: Structures, Representations, Audiences*. Springer.
- Statistics Finland. (2022). *Population by Language and Area*. Tilastokeskus.
- Statistics Finland. (2025). *Population Structure and Language Distribution*. Tilastokeskus.
- Strömbäck, Jesper, Nord, Lars W., & Shehata, Adam. (2021). The Nordic Model of Journalism Revisited. *Journalism Studies*, 22(5), 567–584.
- Union of Journalists in Finland. (2024). About Us. <https://journalistiliitto.fi/en/> (20. August 2025)
- Valkonen, Jouko. (2019). Sámi Media and Environmental Conflict. *Arctic Review on Law and Politics*, 10(1), 1–20.
- Väliverronen, Jari, Heinonen, Ari, Reunanen, Esa, & Kuurti, Heikki. (2023). Worlds of Journalism Study – Finland. University of Jyväskylä. [https://converis.jyu.fi/converis/portal/detail/Publication/172525364?lang=en\\_GB](https://converis.jyu.fi/converis/portal/detail/Publication/172525364?lang=en_GB) (22. August 2025)
- Williams, Blair. (2022). As Women Post Dance Videos in #SolidarityWithSanna, Experts Say Scandal Reeks of Ageism and Sexism. SBS News. <https://www.sbs.com.au/news/article/as-women-around-the-world-post-dance-videos-in-solidaritywithsanna-experts-say-scandal-reeks-of-ageism-and-sexism/hhodxlrnv> (23. August 2025)
- Yle News. (2022). PM Marin Takes Drug Test Following Party Video Controversy. Yle.fi (19. August 2022)

## Aufsatz

Lea Möller

# Zwischen Mikrofon und Publikum

Erfahrungen von Radiomoderatorinnen in der digital vernetzten Interaktion

**Abstract:** Interaktionen mit dem Publikum sind von grundlegender Bedeutung im Journalismus, insbesondere im Radio. Gerade in Zeiten von Social Media und digitalen Plattformen ist die Wechselwirkung zwischen Moderator:innen und Rezipient:innen entscheidend für das Hörerlebnis und die Relevanz der Inhalte. Bislang untersuchte die Forschung vor allem, wie das Publikum solche Interaktionen wahrnimmt, während die Perspektive der Radiomoderator:innen weitgehend unbeachtet blieb. Angesichts zunehmender Hass-Attacken vor allem auf Journalistinnen widmet sich diese qualitative Studie dagegen explizit den Erfahrungen von Radiomoderatorinnen in der Interaktion mit ihrem Publikum. Die Ergebnisse zeigen, wie strukturelle Faktoren des Senders und die Nutzung digitaler Kommunikationsmittel die Interaktionsdynamik sowie das emotionale Erleben von Moderatorinnen beeinflussen. Im Gesamtblick empfinden die interviewten Radiomoderatorinnen den Kontakt mit dem Publikum beruflich und persönlich eher als bereichernd. Allerdings sprechen sie auch negative Erfahrungen an, die sich je nach Senderart und genutzten Interaktionswegen unterscheiden.

**Keywords:** Journalismus, Radiomoderation, Interaktion, soziale Medien, Geschlechterforschung

Trotz digitaler Umbrüche bleibt das Radio ein fester Bestandteil der Medienlandschaft in Deutschland: Über 40 Millionen Menschen nutzen es täglich – ein Zeichen dafür, wie stark sich das Medium im Alltag behauptet (vgl. Mavrogianis, 2024). Zentral für diese Beständigkeit ist die Rolle der Moderator:innen. Sie

prägen Inhalte, stehen im direkten Austausch mit dem Publikum und schaffen so Nähe und ein Gefühl von Gemeinschaft. Gerade diese Interaktivität wird im digitalen Zeitalter immer wichtiger.

Digitale Plattformen eröffnen neue Formen der Kommunikation zwischen Journalist:innen und Rezipient:innen und damit auch neue Risiken. Studien zeigen: Medienschaffende, insbesondere Frauen, sind in zunehmendem Maße digitalen Angriffen ausgesetzt, etwa durch Hasskommentare oder gezielte Einschüchterung (vgl. Papendick et al., 2020; Posetti et al., 2020).

Dies ist, wie auch journalistische Praxis allgemein, nicht losgelöst von gesellschaftlichen Machtverhältnissen zu sehen. Medieninhalte und ihre Produktion spiegeln kulturelle Geschlechterordnungen wider und tragen zu deren Reproduktion oder Veränderung bei. Das Schlagwort »doing gender while doing journalism« (Lünenborg & Maier, 2013, S. 87) macht deutlich, wie sehr journalistisches Handeln auch geschlechterpolitisch aufgeladen ist.

Vor diesem Hintergrund rückt der folgende Beitrag die Erfahrungen von *Radiomoderatorinnen* in den Mittelpunkt – insbesondere deren digitale Interaktion mit dem Publikum. Mit neun leitfadengestützten Interviews wird untersucht, welche Chancen und Herausforderungen sie im digitalen Raum wahrnehmen. Im Zentrum steht die Frage, wie sich parasoziale Beziehungen im Radio gestalten – und wie sie sich verändern, wenn digitale Gewalt ins Spiel kommt.

## 1. Parasoziale Interaktionen im Radio

Im Radio spielt die Beziehung zwischen Moderator:innen und Publikum seit jeher eine zentrale Rolle. Die zunehmende Verschränkung von Radiosendungen mit digitalen Formaten, insbesondere sozialen Medien, verändert die Interaktion zwischen Moderator:innen und Publikum grundlegend. Während klassische Rundfunkformate vorwiegend durch einseitige Kommunikationsprozesse geprägt waren, ermöglichen Plattformen wie Instagram, Facebook oder X (ehem. Twitter) heute unmittelbare, wechselseitige Kommunikationsformen. Diese Echtzeit-Interaktionen schaffen neue Formen der Publikumsbeteiligung und intensivieren die Bindung zwischen Hörer:innen und Moderator:innen (vgl. Hillmoth, 2017, S. 595).

Soziale Medien fördern nicht nur die Geschwindigkeit und Sichtbarkeit von Reaktionen, sondern erzeugen auch mehr Nähe, die über gezielte Ansprache, Interaktion und algorithmisch messbares Feedback (Likes, Kommentare, Reichweite) hergestellt wird. Dabei beginnen die traditionellen Rollen von Sender:in und Rezipient:in zunehmend zu verschwimmen. Die Zugangs- und Gestaltungsoffenheit sozialer Medien bietet die Möglichkeit, die Hörenden in

Kommunikationsprozesse einzubinden – hin zu einer aktiveren Teilhabeform. Im Anschluss an die zuvor beschriebene Dynamik unterstützt dies das Potenzial einer wechselseitigen Kommunikation sowie einer stärkeren responsiven Ausrichtung medialer Inhalte – eine Entwicklung, die neue Möglichkeiten der Partizipation eröffnet, zugleich aber auch Risiken birgt.

Im Kontext dieser medialen Dynamik kommt Radiomoderator:innen eine besondere Rolle zu: Als wiederkehrende Bezugspersonen wirken sie identitätsstiftend (vgl. Lindner-Braun, 1998) und fungieren als zentrale Erkennungsmerkmale einer Sendung. Dabei entsteht eine sogenannte parasoziale Interaktion (vgl. Horton & Wohl, 1956, S. 215), in der Rezipient:innen die Moderator:innen als vertraute Kommunikationspartner:innen wahrnehmen – obwohl die Kommunikation faktisch asymmetrisch bleibt. Die Illusion von Nähe kann Reaktionen auslösen, die realen sozialen Interaktionen ähneln, dabei jedoch ohne soziale Konsequenz für die Rezipient:innen bleiben (vgl. Ayaß, 2005; Godulla, 2022; Horton & Wohl, 1956, S. 215f.).

Gerade in digitalen Räumen wird diese soziale Folgenlosigkeit zum Problem. Studien zeigen, dass Medienschaffende zunehmend Zielscheibe von Hassrede und digitalen Angriffen sind – insbesondere Frauen (vgl. Papendick et al., 2020; Duggan, 2017; Dhrodia, 2017). Die Interaktion über soziale Medien kann deshalb zur emotionalen Belastung und beruflichen Einschränkungen führen. Als Reaktion entwickeln Betroffene unterschiedliche Strategien des Umgangs – von aktiver Auseinandersetzung bis hin zu Rückzug und Selbstzensur (vgl. Preuß, 2022, S. 187-192).

Einfluss auf die Kommunikationsformen und -arten haben, neben dem Publikum und den Moderator:innen selbst, auch die strukturellen Rahmenbedingungen der Sender.

Vor dem Hintergrund der zunehmenden digitalen Durchdringung von Radiosendungen und der veränderten Kommunikationsbeziehungen stellt sich die Frage, wie Radiomoderatorinnen die Interaktion mit ihrem Publikum erleben und bewerten – insbesondere im Spannungsfeld zwischen Nähe, Partizipation und potenziellen Anfeindungen. Diese Fragestellung bildet den Ausgangspunkt der folgenden Untersuchung.

## 2. »Das ist, als würde ein Freund anrufen«

Für die Untersuchung wurden zwischen Mai und Juni 2021 insgesamt neun qualitative Online-Interviews mit Radiomoderatorinnen geführt. Die Auswahl der Interviewpartnerinnen erfolgte nach dem Schneeballprinzip und damit kombinierten gezielten Rekrutierungsaufrufen. Dadurch konnten unter anderem vier Gesprächspartnerinnen aus dem privaten Rundfunk gewonnen werden, die für

unterschiedliche Sender mit überregionaler Reichweite im Raum Schleswig-Holstein und Hamburg tätig sind. Ergänzend dazu konnten fünf Moderatorinnen aus öffentlich-rechtlichen Radiosendern rekrutiert werden, deren Sendebereiche primär regional ausgerichtet sind und im Raum Bremen, Hamburg und Schleswig-Holstein liegen.

Die befragten Moderatorinnen verfügen über unterschiedlich lange Berufserfahrungen im Hörfunk und sind zwischen Ende zwanzig und fünfzig Jahre alt. Ihre Tätigkeitsfelder erstrecken sich überwiegend auf Moderationen im Tagesprogramm, insbesondere in Morningshows und Vormittagssendungen, sowohl im privaten als auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Zwei der Interviewten blicken auf jeweils 15 Jahre Erfahrung in Morningshows bzw. Vormittagssendungen bei Privatsendern zurück. Auch kürzere Berufslaufbahnen sind vertreten, darunter Moderatorinnen mit zwei bzw. fünf Jahren Erfahrung im Tagesprogramm. Eine Interviewpartnerin verfügt über rund zwanzig Jahre Berufspraxis im Hörfunk, war zuvor in leitender redaktioneller Funktion tätig und moderiert seit einem Jahr eine öffentlich-rechtliche Morningshow. Ergänzt wird das Sample durch Moderatorinnen aus dem Nachmittags- und Nachtprogramm des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Die Diversität der beruflichen Hintergründe ermöglicht eine differenzierte Betrachtung der Arbeitsrealitäten und professionellen Entwicklungen im Bereich der Radiomoderation.

Auf dieser Grundlage zielten die geführten Interviews darauf ab, individuelle Perspektiven auf die Bedeutung von Interaktionen mit dem Publikum im beruflichen Alltag der Moderatorinnen zu erfassen. Die Auswertung erfolgte mithilfe der inhaltlich strukturierenden Analyse nach Kuckartz (2018). Dabei ist zu berücksichtigen, dass die geringe Fallzahl von neun Interviews keine generalisierbaren Aussagen erlaubt, sondern auf eine explorative Annäherung an das Forschungsthema zielt.

Trotz des explorativen Charakters der Studie lassen sich aus den Interviews deutliche thematische Schwerpunkte ableiten. So betonen die Moderatorinnen die zentrale Rolle von Interaktionen in ihrer beruflichen Praxis. Als Feedback im »einsamen Medium« Radio stellen die Interaktionen für sie ein wichtiges Echo dar: »So erhält man eine Rückmeldung, dass es Menschen gibt, die einen mögen oder das, was man sendet, auch hören. Das ist das Wichtige daran.« Unabhängig von Unterschieden bei Senderzugehörigkeit oder Berufserfahrung wird die Interaktion mit den Hörer:innen von allen Radiomoderatorinnen als bereichernd und wertvoll beschrieben. Insgesamt nehmen die Moderatorinnen die Interaktionen positiv wahr, was angesichts der aktuellen Zunahme von Angriffen auf Journalist:innen überraschend ist.

Die positive Wahrnehmung ergibt sich einerseits aus dem Nutzen für die Sendung, da die Rückmeldungen integrativ sind und zur Themengenerierung beitragen. Andererseits haben die Interaktionen auch einen persönlichen Wert:

Die Moderatorinnen schätzen es, unterschiedliche Lebensrealitäten zu erfassen und in die Sendungen zu integrieren. Der persönliche Kontakt ermöglicht Einblicke in verschiedene Lebensbereiche und fördert teilweise über das Professionelle hinausgehenden Austausch. Eine Moderatorin beschreibt die Freude an den Interaktionen so: »Das ist, als würde ein Freund anrufen. Man ist nett und freut sich, wenn er sich meldet. So fühlt sich der Kontakt mit den Hörern an.« Viele betonen einen respektvollen Umgang und die Nähe zu den Hörenden. Die Nähe zeigt sich darin, dass sich Rückmeldungen oft auf die Moderatorinnen selbst beziehen, etwa mit persönlichen Anliegen. Zudem erhalten sie auf ihren privaten Social-Media-Kanälen Anfragen von Hörer:innen. Überraschend ist, dass einige Moderatorinnen über soziale Medien ein freundschaftliches Verhältnis zu einzelnen Hörer:innen pflegen: »Ich bin bei Facebook mit einigen Hörern von früher befreundet, die ich bei Events kennengelernt habe. Manche gratulieren mir noch Jahre später zum Geburtstag, was ich sehr schön finde.« Die Nähe wird von den Moderatorinnen als freundschaftliches Verhältnis erlebt und positiv bewertet.

Für den interaktiven Austausch sind die verfügbaren Kommunikationswege entscheidend. Die meisten Moderatorinnen nutzen Telefon, E-Mail und soziale Medien. Nicht immer haben sie direkten Zugriff auf eingehende Nachrichten, da einige Sender eine Online-Redaktion oder Hörer:innenassistenten einschalten, die Nachrichten filtern. Dies beeinflusst die Kommunikationsstruktur: Einerseits können sich Moderatorinnen so auf relevante Interaktionen konzentrieren, andererseits wird der direkte Austausch eingeschränkt. Dadurch kann eine verzerrte Wahrnehmung der Hörer:innen entstehen, was Authentizität und Vielfalt der Interaktionen mindert und die Beziehung zwischen Moderatorinnen und Publikum beeinflusst.

Bei den Interaktionswegen zeigen sich Unterschiede: Kontakte via Telefon, E-Mail, Briefen oder in den sozialen Medien beziehen sich vor allem auf Moderatorinnen und Inhalte. Die Erfahrungen sind teils positiv, teils negativ. Viele Moderatorinnen schätzen den schnellen Austausch in sozialen Medien, da sie innerhalb der Sendung Impulse setzen und direkt Reaktionen erhalten: »Man stellt eine Frage on air und bekommt zwei Sekunden später unzählige WhatsApp-Nachrichten.« Soziale Medien fördern besonders die Wechselseitigkeit der Kommunikation. Moderatorinnen steuern die Kommunikation aktiv, reagieren unmittelbar auf Anfragen und übernehmen dabei auch die Rolle des Publikums. Diese Rollenumkehr wird als wesentliche Voraussetzung für positive Interaktionen und stärkere Bindung gesehen: »Am besten ist es, wenn man wie jemand von nebenan ist, so dass die Leute wissen, dass sie zu uns kommen, mit uns sprechen und Fragen stellen können. Es sind entspannte, nette Gespräche, wir sind auf Augenhöhe.« Neben der Rollenumkehr ermöglichen soziale Medien

einen schnellen Austausch und die Äußerung sachlicher Kritik, die Moderatorinnen hilft, Fehler zu erkennen und Verbesserungen vorzunehmen.

Allerdings berichten die Moderatorinnen auch von negativen Interaktionen, sowohl in sozialen Medien als auch in anderen Kommunikationskanälen. Diese äußern sich in unsachlicher Kritik, Belästigungen und einem insgesamt unfreundlichen Umgangston. Manche Hörer:innen überschreiten Grenzen, indem sie persönliche Informationen senden oder Annäherungsversuche unternehmen: »Wenn jemand Brieffreund werden will, muss man klare Grenzen ziehen.« Oft äußern die Moderatorinnen Kritik an einem unsachlichen Kommunikationsstil der Hörer:innen. Besonders in sozialen Medien häufen sich negative Rückmeldungen, die mit Belästigungen, Beschwerden, unfreundlichem Verhalten, Stalking und Shitstorms einhergehen. »Auf Facebook hat immer dieselbe Person bössartige und diffamierende Nachrichten geschrieben, irgendwann hatte ich keine Lust mehr, weil es nicht mehr um Inhalte, sondern nur um persönliche Angriffe ging.«

Gezielte digitale Anfeindungen, etwa aufgrund des Geschlechts, werden nur vereinzelt genannt. Im Vergleich mit dem Forschungsstand zur digitalen Gewalt gegen Medienschaffende ist dieses Ergebnis bemerkenswert, da eine stärkere Betroffenheit zu erwarten gewesen wäre. Dies könnte an der besonderen Nähe zwischen Moderatorinnen und Publikum liegen: Die Stimme, die regelmäßige Präsenz und persönliche Moderationsstile schaffen Vertrautheit, die eine respektvolle Grundhaltung begünstigt. Diese parasoziale Beziehung kann eine Schutzfunktion entfalten, da Moderator:innen weniger als abstrakte Medienfiguren, sondern vielmehr als vertraute Begleiter:innen des Alltags wahrgenommen werden.

Dennoch sind sich die Moderatorinnen der Risiken in sozialen Medien bewusst. Einige führen die negativen Interaktionen auf die Anonymität zurück: »Es hat sich eine Kultur entwickelt, in der durch fehlende Klarnamen viele unproduktive und unsachliche Kritik geäußert wird.« Soziale Medien werden ambivalent bewertet: Sie ermöglichen schnellen direkten Austausch, bergen jedoch auch das Risiko problematischer Rückmeldungen. Die Herausforderungen, die sich daraus ergeben, können die Arbeitszufriedenheit der Moderatorinnen und die Qualität der Sendungen beeinträchtigen.

Trotz negativer Erfahrungen zeigen die Moderatorinnen eine positive Berufseinstellung: »Trotz einiger Störfriede herrscht ein sehr höflicher und wertschätzender Umgang, der immer wieder motiviert, weiterzumachen.« Die positiven Erfahrungen der Interaktionen gleichen die selteneren negativen Erlebnisse aus. Gleichzeitig wissen sich die Moderatorinnen abzugrenzen, wenn die Interaktion durch Unsachlichkeit keinen weiteren Nutzen für die Sendung hat.

### 3. Einfluss der Sendertypen auf Interaktionsdynamiken

In den Interviews wurde neben den verschiedenen Interaktionswegen auch ein Unterschied bei den Senderarten deutlich. So zeigen sich variierende Bewertungsmaßstäbe sowie unterschiedliche Intensitäten in der Hörer:innenbindung, je nachdem, ob die Moderatorinnen bei öffentlich-rechtlichen oder privaten Sendern arbeiten. Diese Erkenntnis war im Vorfeld der Untersuchung nicht eindeutig absehbar.

Radiomoderatorinnen von *öffentlich-rechtlichen Sendern* beschreiben ein ausgeprägtes Verantwortungsgefühl gegenüber den Rezipient:innen. Begründet durch den Funktionsauftrag dieser Sender, sehen sich die Moderatorinnen als professionelle Vermittlerinnen von Informationen, die eine freie Meinungsbildung unterstützen sollen. Vor diesem Hintergrund festigt sich eine klare Rollenverteilung von Moderatorinnen und Publikum: »Ich verkaufe ein Produkt, und letztendlich sind wir die Kellnerin und Kellner, die sozusagen die Themen präsentieren.«

Diese strukturellen Bedingungen führen zu einer tendenziell distanzierten Haltung gegenüber den Hörer:innen. Interaktionen werden als Teil des Berufsalltags gesehen, die die Sendung durch persönliche Anliegen oder Inhalte bereichern können. Dabei steht jedoch nicht die Beziehung zu den Rezipient:innen im Vordergrund, sondern der praktische Nutzen für die Sendung.

Negativen Interaktionen wird meist mit Gleichgültigkeit begegnet, und sie werden nicht persönlich genommen: »Relativ unproduktive, nicht zielgerichtete Kritik [...] ist nichts, was wir dann on air thematisieren.« Die Interaktion gilt eher als berufliche Notwendigkeit, nicht als persönliche Bereicherung. Auffällig ist aber, dass negative Erfahrungen wie Belästigungen oder Stalking vor allem von öffentlich-rechtlichen Moderatorinnen berichtet werden. Eine mögliche Erklärung liegt in der Regionalität dieser Sender: In kleineren Sendegebieten entsteht mehr Nähe zum Publikum, was private und berufliche Grenzen verschwimmen lässt. Zudem wird Interaktion von den Sendern aktiv gefördert, etwa durch Bilder und Videos auf Social Media, was möglicherweise auch zu negativen Erlebnissen beiträgt.

Im Gegensatz dazu beschreiben Moderatorinnen *privater Sender* eine intimere Bindung zu ihrem Publikum. Sie berichten von positiven Emotionen und teilweise freundschaftlichen Beziehungen zu ihren Rezipient:innen. Aspekte wie Nähe, Kommunikation auf Augenhöhe und aktive Einbindung der Hörer:innen prägen die Interaktion. Einige Moderatorinnen halten über Jahre Kontakt zu ihrem Publikum – auch über die Sendezeit hinaus. Diese intrinsische Motivation speist sich aus der Freude an der persönlichen Verbindung und dem direkten positiven Feedback. Im Gegensatz dazu erscheint bei öffentlich-rechtlichen

Moderatorinnen die Motivation stärker durch den gesellschaftlichen Auftrag bestimmt.

Die emotionale Nähe kann jedoch auch zu Belastungen führen. Unsachliche oder übergriffige Rückmeldungen wirken belastender: »Es gibt auch manche Sachen, die lese ich mir gar nicht mehr durch, weil es mich immer so fertig macht, wie doof die Leute einfach sind.« Die persönliche Nähe erschwert manchen Moderatorinnen den Umgang mit negativen Interaktionen – ein Aspekt, der bei öffentlich-rechtlichen Moderatorinnen weniger stark thematisiert wurde.

Die Interviews zeigen: Öffentlich-rechtliche Moderatorinnen pflegen eher distanzierte, professionelle Beziehungen, während Moderatorinnen privater Sender eine engere emotionale Bindung und höheres Engagement beschreiben. Die strukturellen Unterschiede spiegeln sich in Art und Qualität der Interaktionen wider. Hochschild (1983) weist darauf hin, dass emotionale Arbeit mit identitätsbezogenen Belastungen einhergehen kann. Vor diesem Hintergrund lassen sich die von Radiomoderatorinnen in Privatsendern geschilderten emotionalen Belastungen als mögliche Folge ihres intensiven emotionalen Engagements und der engen Bindung zu den Hörer:innen interpretieren.

Da bislang wenig Forschung zu den Unterschieden zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Radiomoderatorinnen existiert, legen die hier gewonnenen Erkenntnisse weitere intensive Untersuchungen nahe, vor allem darüber, wie Radiomoderatorinnen mit belastenden oder grenzüberschreitenden Erfahrungen umgehen. Die Interviews geben einen ersten Einblick in verschiedene Coping-Strategien, die für das professionelle Selbstverständnis und das psychische Wohlbefinden eine zentrale Rolle spielen.

#### 4. Coping-Strategien

In den Erfahrungen der befragten Moderatorinnen werden unterschiedliche Umgangsweisen mit negativen Interaktionen deutlich. Abhängig von der emotionalen Nähe verwenden sie Abgrenzungs-, aber auch konfrontative Mechanismen. Tabelle 1 gibt einen Überblick über die in den Interviews herausgearbeiteten Coping-Strategien.

Nur ein Teil der identifizierten Bewältigungsmechanismen bezieht sich auf analoge bzw. Face-to-face-Interaktionen, was darauf hindeutet, dass der digitale Raum als besonders herausfordernd erlebt wird – sei es durch die niedrigere Hemmschwelle anonymer Nutzer:innen, die hohe Reichweite oder die ständige Verfügbarkeit von Kommunikation. Obwohl der überwiegende Teil der Interaktionen von den befragten Radiomoderatorinnen als positiv, anregend und bereichernd beschrieben wird und negative Interaktionen quantitativ seltener auftreten, thematisieren Moderatorinnen sowohl aus

öffentlich-rechtlichen als auch aus privaten Sendern letztere deutlich ausführlicher und differenzierter. Das legt nahe, dass der psychische Eindruck negativer digitaler Kommunikationserfahrungen tiefgreifender ist und länger nachwirkt. Die identifizierten Coping-Strategien weisen besonders stark problemfokussierte sowie vermeidende Merkmale auf. Dies deutet darauf hin, dass die Betroffenen nicht nur aktiv versuchen, konkrete Konflikte zu lösen, sondern sich zugleich gezielt vor weiteren belastenden Erfahrungen schützen wollen. Die Kombination aus Konfrontation und Rückzug verdeutlicht den ambivalenten Charakter digitaler Interaktionen: Einerseits bieten sie Sichtbarkeit und Reichweite, andererseits bedürfen sie einer erhöhten Selbstregulation und Abgrenzung.

Tabelle 1  
Coping-Strategien

Strategie	Art der Interaktion
In Dialog treten/Konfrontation	Persönliche Treffen, Telefon, Brief, E-Mail, soziale Medien
Ignoranz	Telefon, Brief, E-Mail, soziale Medien
Abgabe der Beantwortung	Telefon, Brief, E-Mail, soziale Medien
Selbstzensur	Soziale Medien
Soziale Abwertung	Soziale Medien

## 5. Fazit und Bedeutung für die Medienpraxis

Die Ergebnisse dieser Untersuchung verdeutlichen die komplexe Natur der Interaktionen zwischen Radiomoderatorinnen und ihrem Publikum im digitalen Zeitalter. Trotz der Zunahme negativer Interaktionen, insbesondere geschlechterspezifischem Hass und Belästigungen, erleben viele Moderatorinnen den Austausch mit ihrem Publikum als bereichernd. Insbesondere die Einbindung sozialer Medien wird als Gewinn für die Interaktion wahrgenommen – im Gegensatz zu Studien, die vor allem negative Aspekte digitaler Kommunikation betonen. Die Möglichkeit, unterschiedliche Lebensrealitäten der Hörer:innen in die Programmgestaltung einzubeziehen, fördert ein besseres Verständnis der Publikumsbedürfnisse und trägt zur Programmoptimierung bei.

Gleichzeitig treten deutliche Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern zutage. Besonders Moderatorinnen öffentlich-rechtlicher Sender berichten vermehrt von negativen Interaktionen, insbesondere in sozialen Medien. Sie zeigen ein starkes Verantwortungsbewusstsein gegenüber

dem Publikum und verfolgen eine professionelle, emotional distanzierte Herangehensweise. Negative Rückmeldungen werden in diesem Kontext als Teil des Berufsalltags verstanden und emotional abgegrenzt.

Moderatorinnen privater Sender hingegen beschreiben eine intensivere emotionale Bindung zu ihren Hörer:innen. Diese Nähe begünstigt den konstruktiven Umgang mit Feedback, führt jedoch auch zu einer höheren Anfälligkeit für emotionale Belastung bei negativen Rückmeldungen. Die jeweiligen Rahmenbedingungen prägen also nicht nur die Interaktionsstile, sondern auch den Umgang mit Belastungen. Viele Moderatorinnen berichten in diesem Zusammenhang von individuellen Coping-Strategien.

Diese Erkenntnisse unterstreichen die Bedeutung (sender)struktureller und digitaler Faktoren für die Interaktionsdynamik im Radio. Gleichzeitig wird durch die unterschiedlichen Coping-Strategien deutlich, wie wichtig emotionale Abgrenzung und Unterstützung im Umgang mit digitalen Anfeindungen sind. Trotz der positiven Aspekte sollten die Herausforderungen, die durch digitale Gewalt und Belästigungen entstehen, nicht trivialisiert werden. Die Anwendung von Coping-Strategien im digitalen Kontext weist auf ein Bedürfnis nach Schutz- und Regulationsmechanismen hin. Insbesondere die speziellen Belastungen, denen Journalistinnen ausgesetzt sind, erfordern eine kritische Auseinandersetzung und geeignete Maßnahmen zur Unterstützung. Institutionen und Sender sind gefordert, Rahmenbedingungen zu schaffen, die diese Medienakteurinnen schützen und stärken.

In Hinblick auf das Medium Radio bleibt die Frage offen, ob die veränderten Kommunikationsformen durch digitale Interaktionsmöglichkeiten einer Radio-spezifisch und damit einer bestimmten Publikumsstruktur unterliegen. Durch die hier vorgelegte Studie sind erste Unterschiede zwischen verschiedenen Senderarten deutlich geworden. Für zukünftige Forschungsarbeiten wäre es von Bedeutung, einen tiefergehenden Vergleich zwischen verschiedenen Senderarten und weiteren journalistischen Berufen und den damit verbundenen Auswirkungen auf die Interaktion sowie die dahinterliegenden Mechanismen zu ziehen. Zudem könnte der Einfluss von Geschlechterdynamiken auf die Interaktion sowie die Wirksamkeit spezifischer Coping-Strategien in einer größeren Stichprobe untersucht werden. Insgesamt zeigt die Studie, dass die digitale Transformation im Medium Radio sowohl Chancen als auch Risiken birgt, die es aufzugreifen und anzusprechen gilt, um die Qualität und Integrität der journalistischen Kommunikation langfristig zu sichern.

## Über die Autorin

**Lea Möller** (\*2000) erlangte ihren Bachelor- und Masterabschluss an der Universität Hamburg. Von 2022 bis 2024 arbeitete sie als Studentische Mitarbeiterin am Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik e.V. in den Bereichen Gleichstellung, Partizipation sowie europäische Gesellschaftspolitik. Derzeit ist sie am selben Institut wissenschaftliche Mitarbeiterin im Kompetenznetz Einsamkeit und im Bereich Gleichstellung. Kontakt: lea.moeller@iss-ffm.de

## Literatur

- Ayaß, Ruth. (2005). Interaktion ohne Gegenüber? In Michael Jäckel (Hrsg.), *Online-Vergesellschaftung? Mediensoziologische Perspektiven auf neue Kommunikationstechnologien* (S. 33–49). vs Verlag für Sozialwissenschaften.
- Dhrodia, Azmina. (2017). Unsocial media: The real toll of online abuse against women. *Amnesty International*. <https://medium.com/amnesty-insights/unsocial-media-the-real-toll-of-online-abuse-against-women-37134ddab3f4> (4. Juni 2025)
- Duggan, Maeve. (2017). Online harassment 2017. Pew Research Center. [https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2017/07/PI\\_2017.07.11\\_Online-Harassment\\_FINAL.pdf](https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2017/07/PI_2017.07.11_Online-Harassment_FINAL.pdf) (31. Mai 2025)
- Godulla, Alexander. (2022). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. In Ralf Spiller, Christian Rudeloff, & Thomas Döbler (Hrsg.), *Schlüsselwerke: Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft* (S. 13–26). Springer vs.
- Hillmoth, Hans-Dieter. (2017). Radio im Web und Musikstreams. In Walther von La Roche & Axel Buchholz (Hrsg.), *Radio-Journalismus: Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk* (11. Aufl.) (S. 593–596). Springer vs.
- Hochschild, Arlie Russell. (1983). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. University of California Press.
- Donald Horton, Donald, & Wohl, Richard R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. In: *Psychiatry: Interpersonal and Biological Processes*, 19(3), 215–229.
- Kuckartz, Udo. (2018). *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (4. Aufl.). Beltz Juventa.
- Lindner-Braun, Christa. (1998). Moderatorentest für den Hörfunk. In Christa Linder-Braun (Hrsg.), *Radioforschung* (S. 175–189). vs Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lünenborg, Margreth, & Maier, Tanja. (2013). *Gender Media Studies: Eine Einführung*. uvk-Verlagsgesellschaft.

- Mavrogiannis, Anastasios. (2024). AWA 2024. Trends der Mediennutzung. Institut für Demoskopie Allensbach. [https://www.ifd-allensbach.de/fileadmin/AWA/AWA\\_Praesentationen/2024/AWA2024\\_Mavrogiannis\\_Trends\\_der\\_Mediennutzung.pdf](https://www.ifd-allensbach.de/fileadmin/AWA/AWA_Praesentationen/2024/AWA2024_Mavrogiannis_Trends_der_Mediennutzung.pdf) (4. Juni 2025)
- Papendick, Michael, Rees, Yann Paul Mattis, Wäschle, Franziska, & Zick, Andreas. (2020). Hass und Angriffe auf Medienschaffende: Eine Studie zur Wahrnehmung von und Erfahrungen mit Angriffen auf Journalist\*innen. Institut für interdisziplinäre Konflikt- und Gewaltforschung (IKG), Universität Bielefeld. <https://pub.uni-bielefeld.de/record/2943243> (4. Juni 2025)
- Posetti, Julie, Aboulez, Nermine, Bontcheva, Kalina, Harrison, Jackie, & Waisbord, Silvio. (2020). Online violence against women journalists: A global snapshot of incidence and impacts. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375136>, zuletzt aktualisiert am 12.4.2021.
- Preuß, Madlen. (2022). Wenn Journalismus in Bedrängnis gerät: Journalist\*innen über ihre Erfahrungen mit Publikumsangriffen und deren Folgen im Berufsalltag. In Gerrit Weitzel & Stephan Mündges (Hrsg.), *Hate Speech: Definitionen, Ausprägungen, Lösungen* (S. 177–198). Springer vs.

## Forschung in Kürze

Matteo Emmanuello

# Think Tanks und Kriegsberichterstattung

Zum Umgang ausgewählter deutscher Medien mit dem US-Think Tank ISW im Kontext des Russland-Ukraine-Kriegs

**Abstract:** Seit Beginn des völkerrechtswidrigen Angriffskriegs Russlands gegen die Ukraine am 24. Februar 2022 hat der Konflikt massive humanitäre Konsequenzen und stellt die Kriegsberichterstattung vor besondere Herausforderungen: Komplexe Informationslagen, strategische Einflussnahme und die Rolle nichtstaatlicher Think Tanks prägen die öffentliche Wahrnehmung. Die Arbeit untersucht, wie die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (FAZ), *Die Zeit* und *tagesschau.de* ISW-Lageberichte (2022–2025) nutzen und welche Folgen dies für journalistische Qualität und Framing hat. Das ISW betreibt strategische Kommunikation, indem es durch selektive Problem- und Verantwortungs-Frames sowie ökonomisch-militärische Deutungen den Konflikt als Ressourcenkonflikt mit klaren »Gut-Böse«-Dichotomien darstellt. Medien übernehmen diese Frames häufig unkritisch, präsentieren das ISW als neutrale Autorität, ohne Quellenpluralität, transparente Einordnung seiner politischen Haltung oder Reflexion seiner Nähe zur US-Rüstungsindustrie. Zwar werden ISW-Informationen meist quellentransparent gekennzeichnet, doch dominieren Paraphrasen ohne eigene Kontextualisierung, besonders bei Kartenmaterial. Diese Praxis kann die demokratische Funktion des Journalismus in Kriegszeiten untergraben, wenn Medien eher Verstärker strategischer Kommunikation als kritische Vermittler sind. Die Studie, die im Rahmen einer Bachelorarbeit entstanden ist, leistet einen Beitrag zur Medien- und Konfliktforschung, fordert reflektierte Quellenkritik und die Entwicklung von Standards im Umgang mit geopolitisch positionierten Akteuren.

**Keywords:** Kriegsberichterstattung, Think Tanks, Framing, journalistische Qualität, Russland-Ukraine-Krieg, Institute for the Study of War (ISW)

Journalismus erfüllt in demokratischen Gesellschaften zentrale Funktionen: Er informiert über politische, kulturelle und wirtschaftliche Entwicklungen (Informationsfunktion), schafft eine Grundlage für offene Argumentation und fundierte Entscheidungen (Meinungsbildungsfunktion) und übernimmt Kontrolle und Kritik, etwa durch die Aufdeckung von Missständen (Kontrollfunktion) (vgl. Ruß-Mohl & Schultz, 2023, S. 19 ff.). Gerade Kriegsberichterstattung – verstanden als mediale Darstellung gewalttätiger Massenkongflikte, bei denen Staaten versuchen, machtpolitische Ziele durch organisierte bewaffnete Gewalt durchzusetzen (vgl. Bilke, 2008, S. 141) – ist jedoch keine neutrale Berichterstattung, sondern oft ein konstruiertes Bild, geprägt von Selektion, Reduktion und Interpretation. Sie bewegt sich im Spannungsfeld zwischen ethischer Verantwortung, politischer Instrumentalisierung und Qualitätsanspruch (vgl. Wolff, 2018, S. 2 ff.). Propaganda, Zensur und eingeschränkter Zugang zu Konfliktgebieten erschweren ausgewogene Berichterstattung. Gerade eine begriffliche Präzision ist jedoch zentral, da Termini wie »Kollateralschaden« oder »Anti-Terror-Operation« die Konfliktwahrnehmung prägen, während ökonomische Zwänge Aktualitätsdruck und Konkurrenz durch Social Media verstärken (vgl. Wolff, 2018) und im digitalen Zeitalter der Kampf um Informationskontrolle zur zentralen Ressource moderner Kriegsführung als »computergestützte Propaganda« wird (Löffelholz et al., 2024, S. 7).

Vor diesem Hintergrund gewinnen Think Tanks an Bedeutung. Sie sind Organisationen, die »immense Mengen an Wissen, Fakten, Daten und Informationen« filtern und für staatliche Entscheidungsprozesse aufbereiten (Arin, 2013, S. 16). Der Begriff entstammt militärstrategischen Kontexten des Zweiten Weltkriegs (vgl. Riefer, 2020, S. 52); seither wirken Denkfabriken als Akteurinnen der Außen- und Sicherheitspolitik und bilden »epistemic communities« mit gemeinsamer Weltsicht, die Ideen in Politik übersetzen wollen (Arin, 2013, S. 18 ff.). Elitetheoretische Ansätze verorten sie als Schlüsselakteurinnen einer Machtelite aus Wirtschaftsführern, Politik und Medien (vgl. Arin, 2013, S. 17 ff.). Vor dem Hintergrund eines »lean state« und zunehmender »wicked problems« steigt der Bedarf solcher externen, dauerhaft operierenden Beratung (vgl. Falk et al., 2019, S. 9; Vehlken et al., 2018, S. 12 ff.). Think Tanks fungieren zugleich als Vernetzungsplattform und Informationsdrehzscheibe (vgl. Falk et al., 2019, S. 70) und tragen teils deutlich lobbyistische Züge, wenn Studien mit klaren Einflusszielen verknüpft werden (vgl. Falk et al., 2019, S. 9). Das Institute for the Study of War (ISW) ist ein us-amerikanischer sicherheitspolitischer Think Tank, seit 2007 unter der Leitung von Kimberly Kagan und spezialisiert auf bewaffnete Konflikte. Es finanziert sich über Stiftungen, Unternehmen und Privatspenden, darunter us-Rüstungsfirmen wie DynCorp, CACI und General Dynamics (vgl. Ulrich, 2015, S. 123); Board members wie General Jack Keane (Chairman, Architekt der »Irak-Surge«-Strategie) und David Petraeus (ehem. CIA-Direktor) unterhalten

enge, fortlaufende Verbindungen zur US-Rüstungs- und Finanzindustrie (siehe dazu die ISW Webpage).

Der theoretische Rahmen der Untersuchung stützt sich auf die journalistische Qualitätsforschung und die Framing-Theorie. Stephan Ruß-Mohls »Magisches Vieleck« definiert fünf zentrale Qualitätskriterien: Objektivität, Aktualität, Originalität, Transparenz und Faktentreue (vgl. Meier, 2018, S. 242); im digitalen Zeitalter kommt Interaktivität als weiteres Merkmal hinzu (vgl. Geuß, 2018, S. 52). Ergänzend wird Framing herangezogen, wobei Frames als mentale Repräsentationen verstanden werden, die Wahrnehmungen lenken (vgl. Goffman, zitiert nach Dahinden, 2018, S. 38). In einer qualitativen Inhaltsanalyse werden deduktiv Kategorien aus dem »Magischen Vieleck« nach Ruß-Mohl sowie aus der Framing-Theorie (Problem-, Verantwortungs-, wertbasiertes, ökonomisches Framing sowie Botschaftskonstruktionen) gebildet (vgl. Ruß-Mohl & Schultz, 2023, S. 313). Zunächst werden ISW-Reports nach Framing-Kategorien untersucht, darauf aufbauend die Medienberichterstattung von *FAZ*, *Zeit* und *tagesschau.de* hinsichtlich der Einhaltung journalistischer Qualitätsmerkmale bei der Nutzung von ISW-Daten.

Die Analyse zeigt, dass das ISW eine konsistente Problemarchitektur aufbaut: 2022 werden russische logistische Schwächen betont, 2023 dominiert der »zermürbende Stellungskrieg«, 2025 rücken politische Akteure (Trump, Putin) und der Drohnenkrieg in den Vordergrund. Verantwortungszuschreibungen erfolgen durch Kausalitätsbehauptungen und geolokalisierte Evidenz, wertbasierte Dichotomien prägen die Berichte durch moralisches Vokabular (»brutal«, »resilient«). Ökonomische Rahmungen präsentieren den Krieg als Ressourcendynamik mit deterministischen Prognosen. Botschaftskonstruktionen schaffen narrative Geschlossenheit, indem visuelle Autorität genutzt und abweichende Berichte als »noise« marginalisiert werden. Insgesamt zeigt die Framing-Analyse, dass das ISW kein neutraler Informationslieferant verschiedener »Expert:innen« ist, sondern ein US-amerikanischer sicherheitspolitischer Think Tank mit Nähe zur amerikanischen Rüstungsindustrie und strategischer Ausrichtung, in dessen Lageberichten strategische Kommunikationselemente deutlich werden. Die Lageeinschätzungen sind nicht nur beschreibend, sondern geprägt von Realitätskonstruktionen und Framing-Strukturen, die bestimmte strategische Deutungen nahelegen. Dabei entsteht trotz Einbindung der jeweils vorliegenden Fakten eine narrative Rahmung, die den dynamischen Situationen nicht immer gerecht wird und daher eher als strategische Kommunikation denn als neutrale Berichterstattung zu bewerten ist.

Diese strategische Kommunikation überträgt sich vielfach auf die Kriegsberichterstattung, insbesondere dort, wo journalistische Beiträge ISW-Inhalte unkritisch übernehmen oder paraphrasieren. Die Untersuchung der Medienberichterstattung zeigt, dass sowohl *Die Zeit* als auch die *FAZ* einen gewissen Quellenpluralismus aufweisen, jedoch ISW-Perspektiven dominieren und

kontrastierende Standpunkte häufig fehlen. Die *FAZ* bindet zwar russische Quellen ein, lässt jedoch ukrainische zivilgesellschaftliche Stimmen weitgehend außen vor, während *tagesschau.de* sich um Mehrperspektivität bemüht, aber nur oberflächliche Relativierungen liefert. Bei der Transparenz wird die Herkunft der Informationen meist konsequent benannt, eine kritische Einordnung des isw hinsichtlich Finanzierung oder politischer Nähe bleibt jedoch nahezu vollständig aus – *Die Zeit* verweist lediglich auf die Methodikseiten des isw, ohne eine eigene kritische Auseinandersetzung. Hinsichtlich der Faktentreue thematisieren die Medien zwar generelle Verifizierungsprobleme, geben isw-Daten jedoch oft unreflektiert als Tatsachen wieder; qualifizierende Formulierungen wie »mutmaßlich« sind selten, wobei *tagesschau.de* am stärksten relativiert und *Die Zeit* am wenigsten. In puncto Originalität beschränkt sich *Die Zeit* häufig auf reine isw-Paraphrasen, insbesondere in der Reihe »Ukrainekarte aktuell«, während die *FAZ* durch Expert:inneninterviews und historische Exkurse eigenständige Beiträge liefert. *Tagesschau.de* arbeitet überwiegend aggregierend und weist nur marginale Eigenrecherchen auf. Bei der Interaktivität setzt *Die Zeit* intensiv auf kartografisches Material, das ausschließlich auf isw-Daten beruht; die *FAZ* bietet in älteren Artikeln eine höhere Quellenvielfalt bei Karten, reduziert diese jedoch ab 2025. Keine der untersuchten Medien übt bei interaktiven Elementen eine umfassende Quellenkritik.

Es zeigt sich, dass die herangezogenen Medien in ihrer Berichterstattung das isw fast durchweg als neutrale, vertrauenswürdige Quelle darstellen, ohne sie zu kontextualisieren. Das isw wird als prima-facie-Autorität behandelt, während andere Quellen stärker relativiert werden – ein implizites Hierarchisieren, das Objektivität, Transparenz, Faktentreue und Originalität untergräbt. In der sensiblen Kriegsberichterstattung muss Objektivität eine klare Einordnung des isw zusammen mit anderen Quellen bieten; Transparenz verlangt die deutliche Kennzeichnung des isw als politisch ausgerichtete us-Institution; faktentreues Arbeiten erfordert einen reflektierten Umgang mit Unsicherheiten. Die Untersuchung versteht sich nicht als pauschale Kritik am isw oder an den herangezogenen Medien, sondern als Beitrag zur journalistischen Qualitätssicherung in einem zunehmend komplexen und hochdynamischen Informationsumfeld. Dabei wird deutlich, dass eine den journalistischen Qualitätskriterien entsprechende redaktionelle Auswahl, Einbettung und Kontextualisierung von Think-Tank-Informationen ein zentrales Schlüsselement demokratischer Informationsvermittlung ist – gerade in der Kriegsberichterstattung, die weitreichende Auswirkungen auf gesellschaftliche, wirtschaftliche und politische Entscheidungsprozesse haben kann. Insgesamt verdeutlicht die Analyse, dass konsequente Qualitätssicherung im Umgang mit Think-Tank-Informationen entscheidend ist, um eine transparente und umfassende Kriegsberichterstattung sicherzustellen.

## Über den Autor

**Matteo Emmanuello**, B. A. in Journalismus und Unternehmenskommunikation an der Frankfurt Media University (MU), studiert seit September 2025 Strategic Communications & Society (M.Sc.) an der London School of Economics and Political Science (LSE). Sein Forschungsschwerpunkt liegt auf der Schnittstelle von Journalismus, Medien, strategischer Kommunikation und geopolitischen Konflikten.

## Literatur

- Arin, Kubilay Yado. (2013). *Die Rolle der Think Tanks in der US-Außenpolitik: Von Clinton zu Bush Jr.* Springer Fachmedien.
- Bilke, Nadine. (2008). *Qualität in der Krisen- und Kriegsberichterstattung: Ein Modell für einen konfliktsensitiven Journalismus.* vs Verlag für Sozialwissenschaften.
- Falk, Svenja, Rehfeld, Dieter, Römmele, Andrea, Thunert, Martin (Hrsg.). (2019). *Handbuch Politikberatung.* vs Verlag für Sozialwissenschaften.
- Geuß, Annika. (2018). *Qualität im Journalismus. Eine Synopse zum aktuellen Forschungsstand.* University of Bamberg Press.
- Löffelholz, Martin, Schleicher, Kathrin, Trippe, Christian (Hrsg.). (2024). *Krieg der Narrative: Russland, die Ukraine und der Westen.* De Gruyter.
- Meier, Klaus. (2018). *Journalistik.* UVK Verlagsgesellschaft.
- Ruß-Mohl, Stephan, Schultz, Tanjev. (2023). *Journalismus: Das Lehr- und Handbuch.* Herbert von Halem.
- Ulrich, Marybeth Peterson. (2015). »Cashing in« stars: Does the professional ethic apply in retirement? *Strategic Studies Quarterly*, 9(3), 102-125.
- Vehlken, Sebastian, Pias, Claus, Brandstetter, Thomas. (Hrsg.) (2018). *Think Tanks: die Beratung der Gesellschaft.* 1. Auflage. Diaphanes Verlag.
- Wolff, Mathias Alexander. (2018). *Kriegsberichterstattung und Konfliktsensitivität: Qualitätsjournalismus zwischen Anspruch und Wirklichkeit.* Springer Fachmedien.
- isw Webpage – Research (o.D.). The Institute for the Study of War (ISW) – Research Policy. Abgerufen unter: <https://understandingwar.org/research> (28.05.2025).

## Forschung in Kürze

Kaylin Lane und Jennifer M. Proffitt

# Clickbait-Frevel im Sunshine State

Eine feministisch-politökonomische Analyse des Phänomens »Florida Man« und »Florida Woman«

**Abstract:** Die Begriffe »Florida Man« und »Florida Woman« sind auf us-Nachrichtenmedien zurückzuführen, die über schockierende und ungewöhnliche Ereignisse in Florida berichten. Entsprechende Beiträge haben sich im Laufe der Zeit verbreitet. Dabei stereotypisiert diese Berichterstattung Männer und Frauen, macht sich über Verbrechen und kriminelles Verhalten lustig und lenkt die Aufmerksamkeit mithilfe von Clickbait-Überschriften auf belanglose Ereignisse, um dadurch Profit zu machen. In einer Textanalyse untersuchen wir die Berichterstattung über »Florida Man« und »Florida Woman« aus feministisch-politökonomischer Perspektive. Wir zeigen, wie Nachrichtenmedien mit »Florida Man« und »Florida Woman« Leser\*innen anlocken, daraus Kapital schlagen und eine stereotype und fragwürdige Berichterstattung verstetigen.

**Keywords:** Feministische politische Ökonomie, »Florida Man«, »Florida Woman«, Textanalyse, Journalismus, Clickbait, Kriminalberichterstattung

»Mann aus Florida attackiert Mutter mit Spaghettisoße und versteckt sich vor der Polizei im Gebüsch« (Aurielle Eady, 2024). Diese Schlagzeile veranschaulicht das oft komisch anmutende Phänomen »Florida Man«, das sich auf sensationsheischende Schlagzeilen über unerwartete, typischerweise kriminelle Handlungen von Menschen im us-Bundesstaat Florida bezieht. Seinen Ursprung hat das Phänomen in Memes von Nachrichtenberichten, die seit 2013 online kursieren (Ira Robbins, 2021). Während der Begriff »Florida Man« bizarre Geschichten von Floridianer\*innen unabhängig von ihrer Geschlechtsidentität umfasst (Robbins, 2021), verwenden Journalist\*innen heutzutage auch den

Begriff »Florida Woman« für Berichte über Frauen, wodurch der Begriff »Florida Man« als pauschale Definition verkompliziert wird. Daher ist es von Interesse zu analysieren, wie das Pendant der »Florida Woman« dargestellt wird. Dementsprechend untersucht diese Studie anhand der Berichterstattung von drei US-Zeitungen – zwei nationalen (*New York Times* und *USA Today*) und einer in Florida ansässigen (*Tampa Bay Times*) –, wie der »Florida Man« und die »Florida Woman« in Nachrichtenmedien dargestellt werden. Den theoretischen Rahmen liefert der Ansatz der *feminist political economy*.

## Feministische politische Ökonomie

Während Wissenschaftler\*innen eine politökonomische Perspektive anwenden, um zu untersuchen, wie sich Wirtschaftssysteme und Machtverhältnisse auf gesellschaftliche Strukturen, einschließlich Mediensysteme, auswirken, ignoriert diese Forschung »oftmals die geschlechtsspezifische Natur des Kapitalismus« (Ellen Riordan, 2002, S. 9). Beispielsweise sind Eigentümer von Massenmedien in den USA in der Regel »Unternehmen, Eliten und Männer« (Caroline Byerly, 2002, S. 130): Der Besitz vieler Medienunternehmen in verschiedenen Branchen macht nicht nur reich, er bringt auch die Möglichkeit mit sich, »eine Reihe von Ideen, Werten und Vorbildern in Gang zu setzen, die sich in den Botschaften ihrer Branchen selbst perpetuieren« (S. 130). *Feminist political economy* wird definiert als die »Untersuchung der geschlechtsspezifischen Produktion, Verteilung und des Konsums von Gütern und Ressourcen sowie die Analyse, wie Ideologie zur Stabilisierung ungleicher Beziehungen eingesetzt wird« (Micky Lee, 2011, S. 83) und hilft so zu verstehen, wie die Struktur und Inhalte der Medien auf kapitalistischen und patriarchalischen Motiven beruhen. Der kapitalistische Motor der Branche strebt nach Gewinn statt nach Förderung von »Gleichheit und Vielfalt«, was sich auf die verbreiteten Mediendarstellungen auswirkt (M. Cruz Tornay-Márquez, 2024, S. 312). Dass Profit die oberste Maxime ist, gibt Anlass zur Sorge, weil Nachrichtenmedien Diskurse »über Dinge, die für das Leben und den Status von Frauen von zentraler Bedeutung sind« (Byerly, 2002, S. 131) definieren und verbreiten. Damit beeinflussen sie, wie Frauen gesehen und behandelt werden. Das zeigt sich auch anhand der Kriminalitätsberichterstattung. Mediale Darstellungen spiegeln nicht immer exakte Kriminalitätsmuster wider (z. B. Jessica Grosholz & Charis Kubrin, 2007), können Geschlechternormen verstärken und die Sichtweise auf Kriminalität verzerren (siehe Robert Entman & Kimberly Gross, 2008). Felipe Estrada et al. (2019) stellten beispielsweise fest, dass die Berichterstattung über männliche und

weibliche Straftäter\*innen<sup>(1)</sup> zwar ähnlich war, das Verhalten der Frauen jedoch eher rationalisiert wurde und die Berichterstattung eher Details über die kriminelle Vergangenheit und den Beruf der Täterin sowie eine Diskussion über die Allgegenwärtigkeit von Kriminalität beinhaltete (z. B. Rachel Collins, 2016).

Zu den gängigen Stereotypen über Straftäterinnen gehört die ›traurige‹, ›böse‹ oder ›verrückte‹ Frau (*sad, bad, or mad woman*). Das Narrativ der ›bösen‹ Frau beschreibt Straftäterinnen, »die sich durch ihre eigenen vorsätzlichen Handlungen bewusst über traditionelle Geschlechterrollen hinwegsetzen« (Pauline Brennan & Abby Vandenberg, 2009, S. 145). Beispielsweise werden solche Frauen im Zusammenhang mit Kindsmord als extrem von der Geschlechterrolle abweichend dargestellt, losgelöst von »angemessenem weiblichem Verhalten«, insbesondere »vom Gebot der Mutterschaft«, und eine solche »Abweichung wird als unerklärlich oder unentschuldig angesehen, als Folge einer psychischen Erkrankung oder der Lebensumstände« (Siobhan Weare, 2017, S. 205). Die Erzählung von der ›verrückten‹ oder ›traurigen‹ Frau stellt Täterinnen »als nicht voll verantwortlich für ihre Handlungen« dar, weil »ein äußerer Faktor das kriminelle Verhalten entschuldigt« (Brennan & Vandenberg, 2009, S. 146), beispielsweise weil sie »verrückt« sind (Estrada et al., 2019, S. 141). Wie Weare (2017) argumentierte, »verstärken ›verrückte‹ und ›traurige‹ Darstellungen nicht nur geschlechtsspezifische Normen, die mit als angemessen empfundener Weiblichkeit verbunden sind, wie Irrationalität, Passivität und Schwäche, sondern reproduzieren sie auch«; die Erzählung von der ›bösen‹ Frau »konstruiert diese Frauen als Nicht-Frauen, Nicht-Menschen, Monster, um die Herausforderung, die sie für das Gebot der Mutterschaft und angemessener Weiblichkeit darstellen, abzuschwächen und zunichte zu machen« (S. 220). Die Verwendung von geschlechtsspezifischen Stereotypen normalisiert patriarchalische Ideologien und die sie umgebenden Diskurse.

## Methode

In unserer Analyse haben wir Artikel untersucht, die zwischen dem 1. April 2023 und dem 1. April 2024 in den Tageszeitungen *USA Today Online*, *The New York Times* und *Tampa Bay Times* veröffentlicht wurden und die Begriffe »Florida Man« und »Florida Women« enthielten. Die Artikel haben wir durch die Datenbank

1 Es ist wichtig anzuerkennen, dass sich Studien zur Berichterstattung über Straftäter\*innen in den Mainstream-Medien zwar weitgehend auf Männer und Frauen konzentriert haben, Geschlecht jedoch ein soziales Konstrukt und ein Spektrum und keine binäre Größe ist. Jüngste Forschungsarbeiten haben sich mit der Berichterstattung über nicht-binäre und genderqueere Opfer von Tötungsdelikten befasst (z. B. Susana Avalos, 2024; Susana Avalos et al., 2024; Max Osborn, 2021; Hannah Walsh, 2025); z. B. stellte Autumn Bermea (2023) fest, dass die Nachrichtenmedien ihre Aufmerksamkeit teilweise auf die nicht-binäre Geschlechtsidentität der schießenden Person im Club Q in Colorado richteten.

Nexis Uni gesammelt. Meinungsbeiträge, Duplikate und Beiträge, die keinen Bezug zum Kontext von »Florida Man«/»Florida Woman« hatten, wurden aussortiert, sodass 36 Artikel zu »Florida Man« und 20 Artikel zu »Florida Woman« übrig blieben. Dieser quantitative Unterschied deckt sich mit früheren Untersuchungen, denen zufolge us-Zeitungen deutlich häufiger über Straftäter als über Straftäterinnen berichten (Kellie Carlyle et al., 2008). Wir haben das Datenmaterial induktiv auf Grundlage der Textanalyse von Suman Mishra (2020) kodiert und uns dabei speziell auf die Darstellung von »Florida Man« oder »Florida Woman« und die ideologischen Funktionen dieser Darstellungen konzentriert. Ursprünglich war auch angedacht, das Datenmaterial in Bezug auf die Intersektionalität von Geschlecht, *race* und Klasse zu analysieren, aber in den untersuchten Artikeln wurden *race* oder Klasse nicht explizit erwähnt.

## »Florida Man«

Der »Florida Man« wird oft als Betrüger oder Schwindler beschrieben, der bereit ist, zu lügen, zu betrügen und zu stehlen, um sich selbst zu bereichern. So handelt ein Bericht von einem Mann und seinen Kindern, die ein als Kirche getarntes Unternehmen gründeten, darüber Bleichmittel verkauften und behaupteten, dass dieses »Covid-19, Alzheimer, Diabetes, HIV/AIDS, Leukämie und andere schwere Krankheiten heilen könne« (Orlando Mayorquin, 2023, Abs. 8). Berichte wie diese rücken Männer in den Mittelpunkt, die andere getäuscht und ihnen absichtlich Unrecht getan haben. Sie machen sich über schwerwiegende Ereignisse, die negative Auswirkungen auf andere Menschen hatten, lustig und lenken damit Aufmerksamkeit auf Geschichten, die nicht so stark in den Fokus gerückt werden müssten oder zumindest mehr Kontext benötigen.

Eine anderes Narrativ über den »Florida Man« konzentriert sich auf die Promi-Kultur. Dabei geht es um Männer, die durch extreme Verbrechen öffentliche Aufmerksamkeit erlangen wollen. So soll beispielsweise ein Mann aus Florida seine Frau wegen »eines Streits darüber, ob sie gemeinsam in einer Fernsehsendung über Hausrenovierungen auftreten sollten« ermordet haben (Associated Press, 2023a, Abs. 1). Die Konzentration auf popkulturelle Aspekte minimiert die Grausamkeit und Gewalt der verübten Taten.

Andere Berichte beschreiben den »Florida Man« als wütend, irrational und gewalttätig. So lautet eine Schlagzeile: »Florida Man wegen Körperverletzung angeklagt, nachdem Streit um Welpenverkauf zu Messerstecherei führte, sagt Polizei« (Kinsey Crowley, 2024a). Eine andere: »Florida Man richtete Waffe auf Frau, nachdem ihr Freund rückwärts in seine Einfahrt gefahren war, sagt Sheriff-Büro« (Frank Fernandez & Thao Nguyen, 2023). Außerdem gehören zu den Berichten über den »Florida Man« Sexualstraftaten, beispielsweise »Florida Man

hat der Polizei zufolge letzte Woche in einem Haus auf drei Frauen geschossen und eine von ihnen getötet, nachdem er angeblich zugegeben hatte, dass er eine »romantische Beziehung« zu seiner eigenen Tochter wollte« (Natalie Neysa Alund, 2024, Abs. 1). Solche Darstellungen reduzieren Gewalttaten zur Pointe des »Florida Man«-Narrativs, anstatt auf jene Probleme einzugehen, die diesen Geschichten offenkundig zugrunde liegen.

Mehrere »Florida Man«-Geschichten behandeln nicht-kriminelle, unvorhergesehene Ereignisse, an denen ein öffentliches Interesse bezweifelt werden kann und die in erster Linie darauf abzielen, Leser\*innen zu gewinnen. Schlagzeilen wie »Florida-Mann will Pfauen sterilisieren lassen« (Douglas Hanks, 2023) und »Mann sagt, explodierende Toilette in Dunkins' habe ihn mit Abfall und Trümmern bedeckt. Jetzt klagt er« (Kinsey Crowley, 2024b) instrumentalisieren ungewöhnliche Handlungen, um Aufmerksamkeit zu erregen. Obgleich diese Geschichten unterhaltsam sein mögen, führen sie zu einer Trivialisierung von Nachrichten und zur Verbreitung von Clickbait. Dadurch werden investigative, Kontext liefernde Nachrichten verdrängt, deren Recherche länger dauert und mehr Ressourcen erfordert.

### »Florida Woman«

Es gibt deutlich weniger Geschichten über Frauen aus Florida. Das ist wenig verwunderlich, da Frauen in der Berichterstattung nicht nur in den USA, sondern weltweit unterrepräsentiert sind (Global Media Monitoring Project, 2025; Luba Kassova, 2020). Artikel über »Florida Women« enthalten meist die geschlechterstereotype Darstellung der »traurigen«, »verrückten« und »bösen« Frau. Ein Beispiel für das Narrativ der »traurigen« Frau handelt von einer Frau aus Florida, die von einer Fledermaus gebissen wurde und für eine lebensrettende Behandlung eine hohe Rechnung erhielt. Der Artikel konzentriert sich auf ihre Emotionen: »Ich durchlief alle sieben Phasen der Trauer. Ich fing an zu weinen. Ich dachte, das muss ein Irrtum sein« (Skyler Swisher & Caroline Catherman, 2024, Abs. 6). Diese Erzählung konzentriert sich auf die stereotype Darstellung von Frauen als emotional, anstatt beispielsweise eine Diskussion über das kommerzialisierte Gesundheitssystem in den USA anzustoßen, und lenkt die Aufmerksamkeit von der Schwere der Verletzung weg.

Beispiele für die Erzählung der »verrückten« Frau finden sich in Schlagzeilen wie »Frau aus Florida sticht ihrem Freund mit einer Tollwut-Spritze ins Auge, weil er andere Frauen angesehen hat: Polizei« (Kinsey Crowley, 2023a) und »Frau aus Florida beißt einer anderen Frau nach einem Streit auf einer Hausparty teilweise das Ohr ab, sagen Beamte« (Natalie Neysa Alund, 2023). Im Gegensatz zu den in den »Florida Man«-Geschichten beschriebenen Gewalttaten neigen

»Florida Woman«-Artikel dazu, gewalttätige Handlungen von Frauen zu rechtfertigen, indem sie sich auf die Eifersucht und Wut der Frauen konzentrieren und so dem Stereotyp der hysterischen Frau entsprechen.

Zu Erzählungen über ›böse‹ Frauen zählt z. B. die Geschichte einer Frau aus Florida, die »wegen des Vorwurfs, einen Auftragskiller angeheuert zu haben, um ihren dreijährigen Sohn zu töten, strafrechtlich verfolgt wird« (Kinsey Crowley, 2023b, Abs. 1) und deren Absicht möglicherweise darin bestand, einem Ex-Partner zu gefallen, der die Beziehung beendet hatte, weil sie ein Kind hatte. Ein weiteres Beispiel lautet: »Eine Frau aus Florida wurde wegen schwerer Kindesvernachlässigung und Brandstiftung angeklagt, nachdem ihr Auto – mit Kindern darin – in Brand geraten war, während sie laut Polizeibericht angeblich in einem Einkaufszentrum Ladendiebstahl begangen hatte« (Francisco Guzman, 2023, Abs. 1). Dieses Bild der bösen Frau konzentriert sich oft auf Frauen als schlechte Mütter, die, wie Weare (2017) schreibt, als »Monster« dargestellt werden. Die Stereotype der ›traurigen‹, ›verrückten‹ oder ›bösen‹ Frau vereinfachen und minimieren komplexe Themen und instrumentalisieren reale Erlebnisse für reißerische Schlagzeilen.

Die Geschichten über Frauen aus Florida legten einen Schwerpunkt auf das Geschlecht, der in der Berichterstattung über Männer weniger stark zum Tragen kam. Ein Beispiel für solch einen geschlechtsspezifischen Rahmen ist die Thematisierung von Liebesbeziehungen. So heißt es in der Einleitung eines Artikels: H. M. »lag in einem Krankenzimmer in Miami, stand unter Morphinum und hatte eine Niere weniger, als sie ihren zukünftigen Ehemann kennenlernte« (Gabrielle Calise, 2024, Abs. 1). Berichte über Frauen, in denen romantische Beziehungen in den Mittelpunkt gerückt werden, normalisieren die Vorstellung, dass die Identität und Bedeutung einer Frau von ihrem Partner abhängt. Ein weiteres Thema sind vermeintlich weibliche Eigenschaften, wie beispielsweise in dieser Überschrift: »Frau aus Florida verklagt Hershey, weil die Verpackung von Reese's Peanut Butter Pumpkins nicht ›niedlich‹ genug ist« (Sarah Al-Arshani, 2024).

In Übereinstimmung mit der bisherigen Forschung zur Darstellung von Kriminalität in den Medien (z. B. Estrada et al., 2019) wurden von Frauen begangene Straftaten rationalisiert. So heißt es in einem Artikel über eine Frau aus Florida, die den US-Abgeordneten Matt Gaetz mit Wein bewarf, dass ihr Anwalt Gaetz als »Aggressor« und »Aufwiegler« bezeichnete (Associated Press, 2023b, Abs. 7). Die Notwendigkeit, das Verhalten von Frauen zu rechtfertigen, knüpft an die patriarchalische Ideologie an, dass Frauen »angemessen weiblich«, rein und fürsorglich sein sollten; wenn Frauen gegen Geschlechternormen verstoßen, muss es eine Erklärung für ihr Verhalten geben, wodurch oft die Handlungsmacht von Frauen in Frage gestellt wird.

## Fazit

Diese Studie zeigt, dass Nachrichtenmedien das Phänomen »Florida Man« instrumentalisieren und die Protagonisten in einer geschlechtsspezifischen stereotypen Weise darstellen. Das soll Klicks generieren, da »die Leser\*innen diese Geschichten genießen und vor allem in den sozialen Medien teilen« (Robbins, 2021, S. 1). Der Ansatz der *feminist political economy* bietet einen theoretischen Rahmen, um die Popularität und den Einfluss des »Florida Man«-Narrativs zu verstehen: US-amerikanische Nachrichtenmedienunternehmen profitieren von diesen Beiträgen, weil sie kostengünstig sind. Dies ist auch dem Umstand geschuldet, dass das *public records law* in Florida Einsicht in Akten und Aufzeichnungen in Behörden leicht zugänglich macht. Dementsprechend kann davon ausgegangen werden, dass Medien diese oft genderspezifische Berichterstattung fortführen werden. Dies zeigt, dass kommerziellem Interesse Vorrang vor einer fairen und nuancierten Darstellung gegeben wird (siehe Tornay-Márquez, 2024). Das trägt zur Aufrechterhaltung geschlechtsspezifischer Ideologien bei. Berichte über den »Florida Man« fördern oft toxische, männliche Stereotypen, die Gewalt gleichzeitig normalisieren und sensationalisieren, während Artikel über die »Florida Woman« suggerieren, dass Frauen in erster Linie emotional sind und sich über ihre Beziehungen definieren; Begründungen für ihr abweichendes Verhalten werden oft im Einklang mit patriarchalischen Erwartungen an Frauen konstruiert (siehe Mary Becker, 1998). Frauen als böse, verrückt oder traurig darzustellen, ist nichts Neues. Die Trope der »Florida Woman« fügt jedoch noch Spott und Hohn hinzu und ermutigt Leser\*innen, über individuelle Traumata zu lachen. Dabei treten strukturelle Probleme, die überproportional Frauen betreffen – wie häusliche oder sexuelle Gewalt –, in den Hintergrund. Systemische Geschlechterungleichheiten werden so auf Pointen reduziert.

Anstatt Geschichten über »Florida Man« und »Florida Woman« auf Witze oder Memes zu reduzieren, sollten Nachrichtenmedien bei der Berichterstattung über Florida auf stereotype Sprache sowie Clickbait-Überschriften verzichten und die Sensationalisierung unwichtiger Ereignisse vermeiden. Sie sollten kontextualisieren, anstatt zu trivialisieren, zu verspotten oder zu dämonisieren. Zukünftige Forschung sollte untersuchen, welche anderen, für Frauen schädliche Ideologien durch die Kriminalitätsberichterstattung von profitorientierten Nachrichtenmedien verbreitet werden.

## Über die Autorinnen

**Kaylin Lane, M.S.**, ist Doktorandin an der School of Communication der Florida State University. Sie unterrichtet politische Ökonomie der Medien. Ihre

Forschungsinteressen umfassen politische Ökonomie der Medien, Feminismus und Kriminalitätsberichterstattung. Kontakt: kl23g@fsu.edu

**Jennifer M. Proffitt, Ph.D.**, ist Theodore Clevenger-Professorin für Kommunikation an der Florida State University. Sie lehrt politische Ökonomie der Medien, Kommunikationsregulierung und -politik, qualitative Methoden und Medienethik. Ihre Forschungsinteressen konzentrieren sich auf kritische Medienwissenschaften, darunter politische Ökonomie der Medien, Journalismus und Arbeiterschaft sowie Sportmedien. Kontakt: jproffitt@fsu.edu

## Literatur

- Alund, Natalie Neysa. (2023, 31. Juli). Florida woman partially bites other woman's ear off after fight breaks out at house party, officials say. *USA Today Online*. <https://www.usatoday.com/story/news/nation/2023/07/31/florida-woman-bites-womans-ear/70496504007/>
- Alund, Natalie Neysa. (2024, 25. Januar). Father accused of trying to date his daughter, charged in shooting her plus 3 more. *USA Today Online*. <https://www.usatoday.com/story/news/nation/2024/01/25/michael-banks-florida-shooting-daughter-mother/72353646007/>
- Al-Arshani, Sarah. (2024, 3. Januar). Florida woman sues Hershey over Reese's Peanut Butter Pumpkins packaging not being >cute.< *USA Today Online*. <https://www.usatoday.com/story/money/food/2024/01/03/floridana-woman-sue-s-hershey/72093845007/>
- Associated Press. (2023a, 20. Oktober). Florida man convicted of killing wife in dispute over >Zombie House Flipping< appearance. *Tampa Bay Times*. <https://www.tampabay.com/news/crime/2023/10/20/florida-man-killed-wife-orlando-house-flipping-home-renovation-tv-show/>
- Associated Press. (2023b, 3. Mai). Woman hurls glass of wine at GOP Rep. Matt Gaetz in Florida, cops say. *Tampa Bay Times*. <https://www.tampabay.com/news/florida/2023/05/03/florida-rep-matt-gaetz-attack-wine-festival/>
- Avalos, Susana. (2024). A comparative content analysis of the news media framing of trans homicide between trans men and trans women in the U.S. from 2016 to 2022. *Journal of Interpersonal Violence*, 39(11-12), 2602–2628. <https://doi.org/10.1177/08862605231220014>
- Avalos, Susana, Jackey, Hayley, & Wickel, Iyan A. (2024). Mixed-method analysis of the news media framing of gender non-conforming victims of homicide in the U.S. from 2012 to 2022. *Critical Criminology*, 31, 913–931. <https://doi.org/10.1007/s10612-023-09744-2>

- Becker, Mary E. (1998). The abuse excuse and patriarchal narratives. *Northwestern University Law Review*, 92(4), 1459-1480.
- Bermea, Autumn M. (2023). Hate crimes, mass shootings, and the pulse night club massacre. In Abbie E. Goldberg, Danielle. C. Slakoff, & Carrie L. Buist (Hrsg.), *The (mis)representation of queer lives in true crime* (S. 295-312). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003279440>
- Brennan, Pauline K, & Vandenberg, Abby L. (2009). Depictions of female offenders in front- page newspaper stories: The importance of race/ethnicity. *International Journal of Social Inquiry*, 2(2), 141-175.
- Byerly, Caroline M. (2002). Gender and the political economy of newsmaking: A case study of human rights coverage. In Eileen R. Meehan & Ellen Riordan (Hrsg.), *Sex & money: Feminism and political economy in the media* (S. 130-144). University of Minnesota Press.
- Calise, Gabrielle. (2024, 9. Februar). A Florida woman donated her kidney and found love. *Tampa Bay Times*. <https://www.tampabay.com/narratives/2024/02/09/florida-love-story-kidney-donation-meet-cute-plant-city/>
- Carlyle, Kellie E., Slater, Michael D., & Chakroff, Jennifer L. (2008). Newspaper coverage of intimate partner violence: Skewing representations of risk. *Journal of Communication*, 58(1), 168-186. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00379.x>
- Collins, Rachel E. (2016). >Beauty and bullets<: A content analysis of female offenders and victims in four Canadian newspapers. *Journal of Sociology*, 52(2), 296-310. DOI: <https://doi.org/10.1177/1440783314528594>
- Crowley, Kinsey. (2023a, 28. November): Florida woman stabs boyfriend in eye with rabies needle for look at other women: Police. *USA Today Online*. <https://www.usatoday.com/story/news/nation/2023/11/28/florida-woman-stabs-boyfriend-eye-rabies-needle/71726924007/>
- Crowley, Kinsey. (2023b, 20. Juli). Florida woman used fake hitman site to try to kill 3-year-old son, police say. *USA Today Online*. <https://www.usatoday.com/story/news/nation/2023/07/20/miana-florida-woman-arrest-fake-hitman-son-website-police/70436665007/>
- Crowley, Kinsey. (2024a, 22. Januar). Florida man charged with battery after puppy sale argument leads to stabbing, police say. *USA Today Online*. <https://www.usatoday.com/story/news/nation/2024/01/22/florida-man-puppy-sale-stabbing-orlando-police-department/72309667007/>
- Crowley, Kinsey. (2024b, 4. Januar). Man says exploding toilet in Dunkin's left him covered in waste, debris. Now he's suing. *USA Today Online*. <https://www.usatoday.com/story/money/2024/01/04/orlando-florida-dunkin-donuts-lawsuit-toilet-explosion/72110558007/>
- Eady, Aurielle. (2024, 7. August). Florida man assaults mom with spaghetti sauce, hides in bushes from police: Affidavit. *FOX 35 Orlando*. <https://www.fox35orlando.com/news/2024/08/07/florida-man-assaults-mom-with-spaghetti-sauce-hides-in-bushes-from-police-affidavit/>

- fox35orlando.com/news/florida-man-assaults-mom-spaghetti-sauce-hides-bushes-from-police-affidavit
- Entman, Robert M., & Gross, Kimberly A. (2008). Race to judgment: Stereotyping media and criminal defendants. *Duke University School of Law*, 71(4), 93-133. <http://www.jstor.org/stable/27654685>
- Estrada, Felipe, Nilsson, Anders, & Pettersson, Tove. (2019). The female offender – A century of registered crime and daily press reporting on women’s crime. *Nordic Journal of Criminology*, 20(2), 138-156. <https://doi.org/10.1080/2578983X.2019.1657269>
- Fernandez, Frank, & Nguyen, Thao. (2023, 2. Juni). Florida man pointed gun at woman after her friend backed into his driveway, sheriff’s office says. *USA Today Online*. <https://www.usatoday.com/story/news/nation/2023/06/01/florida-man-driveway-incident-handgun/70279472007/>
- Global Media Monitoring Project (2025). GMMP 2025 highlights of findings: Progress on a plateau. UN Women. [https://www.unwomen.org/sites/default/files/2025-09/gmmp2025-highlights-of-findings\\_03092025.pdf](https://www.unwomen.org/sites/default/files/2025-09/gmmp2025-highlights-of-findings_03092025.pdf)
- Grosholz, Jessica M., & Kubrin, Charis E. (2007). Crime in the news: How crimes, offenders and victims are portrayed in the media. *Journal of Criminal Justice and Popular Culture*, 14(1), 59-83.
- Guzman, Francisco. (2023, 6. Juni). Florida woman charged after car catches fire with kids inside while allegedly shoplifting: Police. *USA Today Online*. <https://www.usatoday.com/story/news/nation/2023/06/05/florida-mom-shoplifting-car-fire/70287814007/>
- Hanks, Douglas. (2023, 19. Juli). Florida man to give vasectomies to peacocks. *Tampa Bay Times*. <https://www.tampabay.com/news/environment/2023/07/19/florida-man-give-vasectomies-peacocks/>
- Kassova, Luba. (2020). *The missing perspectives of women in news*. <https://e1.nmcdn.io/assets/iwmf/wp-content/uploads/2020/11/2020.11.19-The-Missing-Perspectives-of-Women-in-News-FINAL-REPORT.pdf>
- Lee, Micky. (2011). A feminist political economy of communication. *Feminist Media Studies*, 11(1), 83-87. <https://doi.org/10.1080/14680777.2011.537032>
- Mayorquin, Orlando. (2023, 10. Oktober). Family sentenced for selling bleach as ›miracle‹ Covid-19 cure. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2023/10/06/us/toxic-miracle-mineral-solution-sentencing.html>
- Mishra, Suman. (2020). From #MeToo to #MeTooIndia: News domestication in Indian English language newspapers. *Journalism Studies*, 21(5), 659-677. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1709882>
- Osborn, Max. (2021). U.S. news coverage of transgender victims of fatal violence: An exploratory content analysis. *Violence Against Women*, 28(9), 2033-2056. <https://doi.org/10.1177/10778012211025995> (Original work published 2022).

- Riordan, Ellen. (2002). Intersections and new directions: On feminism and political economy. In Eileen R. Meehan & Ellen Riordan (Hrsg.), *Sex & money: Feminism and political economy in the Media* (S. 3-15). University of Minnesota Press.
- Robbins, Ira P. (2021). Explaining Florida Man. *Florida State University Law Review*, 49(1), 1-54.
- Swisher, Skyler, & Catherman, Caroline. (2024, 16. Februar). Florida woman in ›shock‹ over \$6k bill for lifesaving rabies treatment after bat bite. *Tampa Bay Times*. <https://www.tampabay.com/news/florida/2024/02/16/florida-woman-rabies-treatment-bill-bat-bite/>
- Tornay-Márquez, M. Cruz (2024). A methodological proposal for the analysis of the political economy of communication from an intersectional feminist perspective. In Joan Pedro-Carañana, Rodrigo Gómez, Thomas F. Corrigan, & Francisco Sierra Cabellero (Hrsg.), *Political economy of media and communication: Methodological approaches* (S. 311-322). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003385516>
- Walsh, Hannah. J. (2025). »An epidemic of violence«: Examining U.S. news media depictions of anti-trans fatal violence in 2022. *Crime, Media, Culture: An International Journal*, 22(1), 106-127. <https://doi.org/10.1177/17416590241312151> (Original work published 2026)
- Weare, Siobhan. (2017). Bad, mad or sad? Legal language, narratives, and identity constructions of women who kill their children in England and Wales. *International Journal for the Semiotics of Law*, 30, 201-222. <https://www.doi.org/10.1007/s11196-016-9480-y>

## Initiativen

Hektor Haarkötter

# Akute Fälle von Medienversagen

Die Initiative Nachrichtenaufklärung (INA) e.V. kürt die Top Ten der Vergessenen Nachrichten 2026

Die Initiative Nachrichtenaufklärung (INA) e.V. hat auch im laufenden Jahr wieder eine Liste mit von deutschen Medien vernachlässigten Geschichten vorgelegt: die Top Ten der Vergessenen Nachrichten 2026. Jedes Jahr wählt eine Jury aus Wissenschaftler:innen, Journalist:innen und Studierenden die zehn wichtigsten Themen aus, die von studentischen Recherchegruppen aus einer Vielzahl von Vorschlägen erarbeitet wurden. Die Bevölkerung ist eingeladen, Themenvorschläge zu machen, wenn ein relevantes und für eine große Gruppe von Menschen wichtiges Thema in den Medien zu wenig oder gar nicht vorkommt. In einem mehrstufigen Verfahren werden diese Themenvorschläge geprüft und für die Abstimmung der Jury aufbereitet. Die INA unternimmt auch die entsprechende wissenschaftliche Begleitforschung. Als theoretisches Konzept für die Nachrichtenvernachlässigung hat sie den Begriff Agenda Cutting gewählt. Angelehnt an das kommunikationswissenschaftliche Großkonzept des Agenda Setting geht die Agenda Cutting-Theorie davon aus, dass relevante und einen Großteil der Gesellschaft angehende Themen systematisch im journalistischen Alltag ausgeblendet werden. Die Gründe dafür können interne, journalismusinhärente sein, genauso gibt es aber auch externe Ursachen. Zu letzteren zählen insbesondere wirtschaftliche Erwägungen, wenn etwa Werbekund:innen geschützt werden sollen oder Angst vor Klagen besteht. Als neue Bedrohung der Nachrichtengerechtigkeit kommen die Auswahlkriterien von Algorithmen und Künstlicher Intelligenz hinzu, die völlig intransparent Nachrichtenströme im Internet lenken (vgl. Haarkötter & Nieland, 2023).

## **Top 1: Viel besser als ihr Ruf – Afrikanische Länder mit hohem Entwicklungsstand**

Der Human Development Index (HDI) ist zur Messung des Entwicklungsstandes eines Landes deutlich besser geeignet als das Bruttosozial- oder Bruttoinlandsprodukt (BSP, BIP), da der HDI neben wirtschaftlichen Indikatoren auch den Gesundheits- und Bildungsstand der Bevölkerung einbezieht. Hier erreichen die afrikanischen Inselstaaten Seychellen und Mauritius einen Wert über dem weltweiten Durchschnitt, weitere afrikanische Länder liegen nicht weit zurück. Die mediale Berichterstattung zeichnet ein einseitiges Bild Afrikas als überwiegend arm und unterentwickelt.

## **Top 2: Vergiftet – Mikroplastik in Ackerböden**

Mikroplastik gelangt in Ackerböden über Klärschlamm, Kompost, unsachgemäße Entsorgung von Müll sowie Langzeitdünger. Diese Belastung der Böden beeinträchtigt die Nahrungsmittelproduktion, den Wasserhaushalt und die Aktivität von Bodenorganismen und gefährdet langfristig auch die menschliche Nahrungskette. Trotz dieser Tragweite wird das Thema in der medialen Öffentlichkeit nur begrenzt behandelt, was auf den frühen Stand der Forschung und die unbefriedigende Datenlage zurückzuführen ist.

## **Top 3: Im bürokratischen Niemandsland – Staatenlose scheitern an deutschen Behörden**

In Deutschland lebten 2022 ca. 97.000 Menschen mit ungeklärter Staatsangehörigkeit – Tendenz steigend. Viele dieser Staatenlosen arbeiten und zahlen Steuern, bleiben juristisch jedoch schlechter gestellt und warten oft jahrelang auf die Klärung ihres Status. Die Gründe: fehlende oder uneinheitliche Richtlinien und überlastete Behörden. Die Betroffenen sind nicht nur starker Unsicherheit ausgesetzt, sondern auch vom gesellschaftlichen und politischen Leben weitgehend ausgeschlossen. Über die Ursachen, Zustände und Folgen wird in den Medien zu wenig berichtet.

#### **Top 4: Ein profitables Geschäft – Deutsche Unternehmen unterlaufen Maßnahmen zur Inklusion von Menschen mit Behinderung**

Statt der Beschäftigungspflicht für Menschen mit Behinderung nachzukommen, zahlen viele deutsche Unternehmen lieber eine Ausgleichsabgabe. Das erschwert die Integration der Betroffenen in den Arbeitsmarkt, ist für die Arbeitgeber:innen aber lukrativ: Denn die Ausgleichsabgabe lässt sich mit dem Kauf von Waren oder Dienstleistungen von Behindertenwerkstätten senken. Weil die Beschäftigten dort oft unter Mindestlohn arbeiten, sind viele Waren besonders günstig. So profitieren Unternehmen doppelt, während Exklusion und prekäre Arbeitsverhältnisse zementiert werden.

#### **Top 5: Nicht barrierefrei – Politische Information bleibt Personen mit Behinderungen verschlossen**

Bürgerinnen und Bürger mit Beeinträchtigung haben ein überdurchschnittlich hohes politisches Interesse. Trotz klarer gesetzlicher Vorgaben zum barrierefreien Zugang politischer Information bleibt ihnen das Grundrecht auf demokratische Teilhabe aber verwehrt. Keine der 322 von der Überwachungsstelle für Barrierefreiheit der Informationstechnik (BFIT-Bund) geprüften Websites öffentlicher Stellen entspricht den rechtlichen Anforderungen. Während Fachportale regelmäßig darüber berichten, findet der strukturelle Mangel in den Leitmedien bisher wenig Beachtung.

#### **Top 6: Law Clinics – Juristisches Beratungsangebot unterstützt Benachteiligte**

Law Clinics eröffnen gesellschaftlich benachteiligten Gruppen den Zugang zum Recht und schulen zugleich die praktischen Fähigkeiten von angehenden Juristinnen und Juristen. Die kostenfreie Beratung ist für viele Ratsuchende der einzige Zugang zu seriöser Rechtsberatung. Die Law Clinics bleiben aber vielfach unter dem Radar der Redaktionen – was dazu beiträgt, dass viele Betroffene die Möglichkeit nicht nutzen können.

#### **Top 7: Kinderarbeit – Auf Tabakplantagen ausgebeutet**

Millionen Kinder arbeiten unter gefährlichen Bedingungen für die Tabakindustrie. Diese Form der Kinderarbeit wird als ausbeuterische Kinderarbeit

bezeichnet: Die Kinder werden mental, körperlich, sozial und moralisch massiv geschädigt. Der stundenlange Kontakt mit den Tabakpflanzen führt zur direkten Aufnahme des Nikotins über die Haut, was zu der sogenannten Green Tobacco Sickness (GTS) führen kann, also akuter Nikotinvergiftung. Bei Kindern tritt diese Krankheit besonders schnell auf, denn ihre Haut ist dünner und ihr Körpergewicht geringer als das von erwachsenen Menschen. Schätzungen sprechen von mindestens 1,3 Mio. Kindern, die weltweit auf solchen Plantagen schufteten. Kinderarbeit auf Tabakplantagen ist eine übersehene Form der modernen Ausbeutung, über die in deutschen Medien praktisch nicht berichtet wird.

### **Top 8: Überschattung – Wenn psychisch Erkrankte nicht ausreichend körperlich untersucht werden**

Menschen mit bereits diagnostizierten psychischen Erkrankungen werden nicht genügend körperlich untersucht. Ernstzunehmende Krankheiten werden zu spät oder gar nicht erkannt. Diese unterlassene Diagnostik wird in der Medizin »diagnostic overshadowing« genannt – die psychische Erkrankung überschattet eine mögliche körperliche Erkrankung. Die Folgen sind gravierend: Es ist nicht ausgeschlossen, dass die unzureichende medizinische Versorgung die vulnerable Gruppe psychisch kranker Menschen überproportional stark gefährdet. Über diese fehlerhaften und unterlassenen Diagnosen wird wenig berichtet. Verpasste Chancen in der medizinischen Versorgung und Ärzt:innen, die notwendige Untersuchungen unterlassen, gefährden Leben.

### **Top 9: Gefangen – Psychische Folgen der Untersuchungshaft**

Menschen, die in Deutschland in Untersuchungshaft sitzen, befinden sich rechtlich in einer Ausnahmesituation, die emotional belastend sein kann. Über die psychischen Folgen des abrupten Verlusts von Freiheit und sozialem Halt, ohne dass eine Verurteilung vorliegt, wird von Medien jedoch kaum berichtet. Neben Einzelschicksalen sollten auch strukturelle Ursachen der psychischen Belastung von Untersuchungshäftlingen stärker in der Berichterstattung thematisiert werden.

## **Top 10: Schiedsgerichte – Wie einflussreiche Konzerne die Souveränität von Staaten untergraben**

Internationale Unternehmen nutzen private Schiedsgerichte, um ihre eigenen Interessen durchzusetzen und machen damit Staaten handlungsunfähig. Private Schiedsgerichte existieren parallel zu staatlichen Instanzen und sollen im Rahmen von Handelsabkommen Investor:innen vor möglicher Willkür der staatlichen Justiz schützen. Entstanden ist aber eine private Paralleljustiz, die Staaten in die Defensive drängt. Lobbytransparenz-Organisationen warnen seit Jahren vor den Gefahren und dem Konfliktpotenzial solcher Investor-Staat-Schiedsverfahren (ISDS). Menschenrechtsorganisationen kritisieren, dass die Verfahren meist geheim ablaufen, ohne Öffentlichkeitsprinzip oder Mitspracherecht für weitere Betroffene. Die größte Gefahr liegt jedoch im »regulatory chill«-Effekt: Regierungen scheuen strenge Gesetze aus Angst vor teuren Klagen. Die mediale Berichterstattung über Schiedsgerichte behandelt dieses systemische Problem praktisch nie.

*Weitere Informationen:* [www.derblindefleck.de](http://www.derblindefleck.de)

Über den Autor

**Hektor Haarkötter**, Prof. Dr., lehrt Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt politische Kommunikation an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg. Er ist ehrenamtlicher Vorsitzender der Initiative Nachrichtenaufklärung (INA) e.V. Kontakt: [hektor.haarkoetter@h-brs.de](mailto:hektor.haarkoetter@h-brs.de)

Literatur

Haarkötter, Hektor & Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.).(2023). *Agenda Cutting. Wenn Themen von der Tagesordnung verschwinden*. Springer vs.

Pöttker, Horst. (2025). Geheim, verdrängt, unbekannt. Lücken von Öffentlichkeit: Worüber Medien gern schweigen – und warum sie das tun. In Carsten Brosda & Daniel Müller (Hrsg.), Horst Pöttker: *Beruf zur Öffentlichkeit. Ausgewählte Schriften zu Theorie, Ethik, Geschichte und Perspektive des Journalismus* (S. 378-408). Herbert von Halem.

## Bücher

Martina Thiele und Boris Romahn

# Buchjournalismus

## Lesenswerte Bücher von Journalist:innen

Dass die Rubrik »Buchjournalismus« von uns fortgesetzt wird (siehe *Journalistik* 3-4/2025), hat viel Zustimmung erfahren. Auch haben wir zahlreiche Hinweise auf Neuerscheinungen erhalten. Das ist einerseits wunderbar und sehr hilfreich, andererseits müssen wir entscheiden, welche zehn Bücher wir aus der Menge der Neuerscheinungen vorstellen werden. Journalist:innen sind offenbar sehr produktiv, auch was die längere Form, das Buch, betrifft. Wir, Martina Thiele (MT, Universität Tübingen) und Boris Romahn (Bro, Universität Salzburg) freuen uns, Ihnen auch in dieser Ausgabe eine vielfältige Auswahl lesenswerter Bücher von Journalist:innen empfehlen zu dürfen, die aktuelle wie historische Themen behandeln und sehr unterschiedliche Perspektiven auf Krieg und Frieden, Fakten und Fiktionen, Heimaten und Identitäten einnehmen.

**Victoria Amelina (2025): *Blick auf Frauen den Krieg im Blick. Ein Tagebuch von Krieg und Gerechtigkeit*. Mit einem Vorwort von Margaret Atwood. Aus dem Englischen von Steffen Beilich und Andreas Rostek. Berlin: edition. fotoTAPETA, 304 Seiten, 22 Euro**

Die ukrainische Schriftstellerin Victoria Amelina, geboren 1986 in Lviv, wurde durch den russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine zur Menschenrechtsaktivistin und Journalistin. Sie recherchierte zu Kriegsverbrechen, dokumentierte das Unrecht, sprach mit Soldat:innen, Anwält:innen, Kriegsreporter:innen und Aktivist:innen. Amelina, Mutter eines damals 12-jährigen Sohns, wurde

im Sommer 2023 in Kramatorsk durch einen russischen Raketenangriff getötet. Freund:innen und Kolleg:innen sorgten für die Veröffentlichung der Kriegsberichte, Interviews, Artikel und Tagebuchnotizen. Manches davon ist noch nicht ausgearbeitet, bleibt Fragment – und erschüttert gerade durch diese Unabgeschlossenheit. Entstanden ist aus Amelinas Texten ein sorgfältig edierter, mit zahlreichen Quellenangaben versehener Band, bei dessen deutschem Titel allerdings ein Komma oder ein Gedankenstrich fehlt. Margret Atwood hat das Vorwort zu dem zunächst auf Englisch erschienenen Buch *Looking at Women, Looking at War* verfasst und hält fest: »Ihr Schreibstil ist flüchtig, eindringlich, hautnah und persönlich, detailliert und sinnlich. Sie tritt damit in die ehrenwerten Fußstapfen früherer Kriegsreporterinnen wie Martha Gellhorn, die schrieb: ›Ich muss von diesem Krieg berichten ...‹.«

Victoria Amelina hat durch ihr Schreiben dafür gesorgt, dass der alltägliche Horror festgehalten wird, den die Menschen in der Ukraine seit nunmehr vier Jahren erleben. Wir erfahren, was Vertreibung, Zerstörung, Tod mit den Menschen machen. Amelina, die eine genaue Beobachterin war, notierte: »Es fällt doch auf, wie viel wir alle während dieses furchtbaren Kriegs lachen. Vielleicht nicht gerade vor ausländischen Reportern, die meistens erwarten, dass eine ukrainische Frau Verzweiflung oder Heldentum an den Tag legt. Die Wahrheit ist, dass wir manchmal, wenn wir des Weinens müde sind oder einfach nicht weinen können, wie verrückt lachen, als wollten wir beweisen, dass wir da sind, wir UkrainerInnen, und noch am Leben.« (MT)

**Artur Weigandt (2025): *Für Euch würde ich kämpfen. Mein Bruch mit dem Pazifismus*. München: C.H. Beck, 208 Seiten, 18 Euro**

Die deutsche Bundeswehr hat zu Beginn des Jahres die Fragebögen verschickt, die junge Männer des Geburtsjahrgangs 2008 ausfüllen müssen. Erhoben wird das grundsätzliche Interesse am Wehrdienst. Dass es in Deutschland die Diskussion um die Wiedereinführung der Wehrpflicht gibt, hängt unmittelbar mit der Bedrohungslage nach dem russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine zusammen – und auch mit der Sorge um die Zukunft der NATO nach Trumps Verbalattacken gegen die europäischen Bündnispartner.

So legt Artur Weigandt mit *Für Euch würde ich kämpfen* ein politisch hochaktuelles Buch vor. Ausgangspunkt ist seine persönliche Abkehr vom radikalen Pazifismus angesichts des russischen Überfalls auf die Ukraine. Weigandt, 1994 im kasachischen Uspenska geboren und in Deutschland aufgewachsen, verbindet im neuen Buch wie schon zuvor in seinem Erstlingswerk *Die Verräter* autobiografische Reflexion mit politischer Analyse. Er hat in Frankfurt studiert, die Deutsche Journalistenschule in München besucht und – um etwas Sinnvolles zu

tun – als Dolmetscher an der Ausbildung ukrainischer Soldaten in Deutschland teilgenommen. In *Für euch würde ich kämpfen* schildert Weigandt seinen inneren Konflikt zwischen moralischer Überzeugung und politischer Realität, setzt sich kritisch mit klassischen pazifistischen Positionen auseinander und diskutiert Fragen militärischer Abschreckung, Bündnispolitik und europäischer Sicherheit. Er bietet verstörende Einblicke in den ukrainischen Kriegsalltag und in wohlfeile deutsche Debatten über Waffenlieferungen und Wehrhaftigkeit. *Für Euch würde ich kämpfen* ist engagierter Meinungsjournalismus in Buchform. (MT)

**James Poniewozik (2025): *Alle Scheinwerfer auf mich! Die Geburt Donald Trumps aus dem Fernsehen und der Zerfall Amerikas*. Aus dem Amerikanischen von Sean Carty und Clara Schilling. Berlin: Edition Tiamat, 423 Seiten, 32 Euro**

James Poniewozik lässt die deutsche Erstveröffentlichung seines bereits 2019 erschienen Werkes *Audience of One* mit folgender Szene beginnen: »Am 28. Februar 2025 traf sich der ehemalige Star der Sitcom *Diener des Volkes* mit dem ehemaligen Moderator von NBCs erfolgreichster Primetime-Reality Show, um die Zukunft einer belagerten osteuropäischen Demokratie zu besprechen.« (S. 7) Dieses Treffen zwischen Wolodymyr Selenskyi und dem wiedergewählten Donald Trump endete bekanntermaßen in einem live im Fernsehen übertragenen Desaster, in dem Trump und sein Vize J.D. Vance Selenskyi Undankbarkeit vorwarfen und damit drohten, der Ukraine jegliche humanitäre und militärische Unterstützung zu entziehen. Poniewozik hält fest: »Trump beendete seine Tirade mit einer merkwürdigeren Note: Das ist doch mal gutes Fernsehen.« (S. 7) Für jene, die Trumps Rolle in *The Apprentice* nicht kennen, eine erschreckende Episode neuer Realpolitik, für Zuschauer:innen der Reality-TV-Show eine vertraute Szenerie: Donald Trump degradiert in einem dem Oval Office nicht unähnlichen Saal Kandidaten zu unterwürfigen Bittstellern. Sie wissen nicht, was er eigentlich will. Sie fürchten seine cholerischen Anfälle und Kandidaten-Rauswürfe. Trump aber, so Poniewozik, weiß immer, was die Kamera will: Konflikt.

Der Autor, seit 2015 Fernsehkritiker der *New York Times*, analysiert Trumps Weg zur öffentlichen Person und erfolgreichen Medienfigur als amerikanische und der Logik des Privatfernsehens folgende Medienbiografie in drei Teilen: Die Vorgeschichte, der Antiheld, Präsidentenfernsehen. Er erzählt zwei eng miteinander verknüpfte Geschichten: zum einen die des Fernsehens und wie es sich bis in die heutige Zeit der Techmonopole und fragmentierten Öffentlichkeiten gewandelt hat, zum anderen die des Donald Trump, »der es im Laufe einer vier Jahrzehnte dauernden Fernsehkarriere zu einer symbiotischen Beziehung mit diesem Medium gebracht hat« (S. 20) und der wie kaum ein anderer die Medien

seiner Zeit nutzt(e), »um eine Marke, ein Star, ein Demagoge und ein Präsident zu werden« (S. 21).

Poniewozik argumentiert nachvollziehbar mit der spezifischen Verschränkung von Medien und Politik in den USA: »Verfolgt man die Medienkultur Amerikas im Laufe von Trumps Karriere, wird man besser verstehen, wie Trump passieren konnte. Und versteht man, wie Trump passiert ist, wird man besser verstehen, was aus uns geworden ist.« (S. 21 f.) Der Autor gelangt zu einem ernüchternden Ergebnis und Prophezeit: »Donald Trump wird immer passiert sein. Wir werden immer das Land sein, das ihn gewählt hat. Er wird in TV-Wiederholungen und Kindergeschichtsbüchern vorkommen. Vermutlich wird es eine Donald J. Trump-Bibliothek geben, selbst wenn es nur ein Videorecorder-Set ist.« (S. 402) Gegenwärtig aber besteht das Problem darin, dass Trump mit seiner narzisstischen Präsidentenshow Aufmerksamkeit nicht nur erhält, sondern auch erzwingen kann. »Die ganze Welt ist jetzt die Kulisse von Trumps Reality-Show. Und Präsident Selenskyi ist nicht der Einzige, dem übel mitgespielt wird.« (S. 12) Können wir Trump unsere Aufmerksamkeit entziehen? (*Bro*)

**Alexander Steinbach, Alfred Schwarz (Hrsg.) (2025): *Über Morgen. Hilft uns heute das Gestern?* ORF-Reporter:innen in Dialogen auf vier Kontinenten. Wien: Mandelbaum, 228 Seiten, 22 Euro**

Neun ORF-Reporter:innen diskutieren globale Herausforderungen mit Kolleg:innen »aus aller Welt«. Manche von ihnen sind schon pensioniert, andere stehen noch mitten im Berufsleben. Sie sprechen über das, was war und das, was kommen wird, über Journalismus, Demokratie, alten und neuen Autoritarismus. Aber auch über Lieblingsgerichte und Bücher, Künstliche Intelligenz und Hoffnung.

Das dialogische Format tut dem Buch gut. Aber entscheidend sind die Menschen, die in den Dialog treten. Miteinander reden Joana Radzyner und Barbara Coudenhove-Kalergi. Sie stellen fest: »Es ist nicht Entweder – oder«. Margit Maximilian fragt Wycliffe Muga: »Warum ist Afrika so arm?« Carola Schneider und Irina Scherbakowa sind sich einig: »Wenn Europa zulässt, dass der Ukrainekrieg mit einem Sieg Putins endet, dann hat auch ganz Europa verloren.« Eugen Freund und Ted Koppel sorgen sich um die nordatlantische Allianz: »Dass sich Europa heute auf die USA verlassen kann, das ist völlig vorbei«, so ihre Erkenntnis. Alfred Schwarz trifft die tschechische Schriftstellerin Radka Denemarková und spricht mit ihr über Zukunftsangst und Schwalben, die hoffentlich wiederkommen. Renate Zeller Heilig und Ángel Verdugo denken über Mexiko und Populismus weltweit nach, Robert Wiesner und Heide Schmidt über Parteien und die Zivilgesellschaft. Alexander Steinbach befragt den japanischen Sozialphilosophen Kenishi Mishima zu Migration; Gerhard Seifried und Stefan Wachtel sinnieren

über Meinungsfreiheit und Zensur; Alexander Steinbach und Peter Riedl zitieren die Erkenntnis einer buddhistischen Nonne: »Ohne mich ist das Leben ganz einfach.« Danach widmen sich noch Alfred Schwarz und Michael Christen der Frage, ob KI das Leben leichter macht – und so schließt sich der Kreis, denn auch Andreas Pfeifer hat in seinem Vorwort zum Gesprächsreigen trotz und wegen aller KI-Debatten gefordert: »Am Selberdenken führt kein Weg vorbei.«

Den Herausgebern Alexander Steinbach und Alfred Schwarz, beide früher für den ORF tätig, ist nach *Fischen mit Lech Wat sa. Weltpolitik aus erster Hand. ORF-Reporter:innen erzählen* (2025) wiederum ein schönes Buch gelungen. Ein Zeitdokument, zugleich ein journalistisches Fach- und politisches Lesebuch. (MT)

**Sabine Adler (2025): *Israel, Fragen an ein Land*. Berlin: Ch. Links Verlag, 270 Seiten, 24 Euro**

Sabine Adler, Reporterin des Deutschlandfunks, berichtet seit Jahrzehnten aus Osteuropa und dem Nahen Osten. In ihrem neuen Buch *Israel, Fragen an ein Land* spricht sie mit Menschen, die sie zum Teil schon seit vielen Jahren kennt. So mit der fast hundertjährigen Ruth Goldmann, Holocaust-Überlebende und Ärztin. Auch viele Mitglieder und Bekannte der Familie Goldmann waren zum Gespräch bereit. So handelt es sich bei *Israel, Fragen an ein Land* bei aller Zurückgenommenheit der Autorin um eine sehr persönliche Auseinandersetzung mit einem Land und den dort lebenden Menschen. Zugleich bietet das Buch sehr viel Differenzierung und Detailkenntnis.

Thematisch spannt es einen weiten Bogen – von der Staatsgründung über den Umgang mit der Shoah, den Nahostkonflikt, die Rolle von Religion und Militär bis hin zu innergesellschaftlichen Spannungen zwischen säkularen und religiösen Gruppen. Adler kontrastiert politische Entscheidungen mit den Auffassungen ihrer Gesprächspartner:innen. Sie vermeidet Schuldzuweisungen, setzt auf historische Genauigkeit, Kontextualisierung und Differenzierung. Deutlich werden die Widersprüche innerhalb der israelischen Gesellschaft. Deutlich wird auch, wie sich die Außenwahrnehmung Israels seit dem Massaker der Hamas vom 7. Oktober 2023 verändert hat. Von der anfänglichen internationalen Solidarität mit Israel und dem Verständnis für einen militärischen Schlag gegen die Hamas-Terroristen ist nach der vollständigen Zerstörung des Gaza-Streifens und der Vertreibung und Tötung Zehntausender Zivilist:innen kaum mehr etwas übrig.

Was bleibt, sind Fragen: »Ist ein Zusammenleben noch möglich?«, »Wer sieht die Opfer auf der anderen Seite?«, »Ist das noch demokratisch?«, »Wird Israel zu hart kritisiert?«, »War alles umsonst?«, »Was könnte den Hass stoppen?« Sabine Adler und auch die von ihr Befragten liefern keine einfachen Antworten. Adler

gibt Raum zu erzählen. Sie hört zu, getragen von dem Wunsch zu verstehen. So fördert das Buch Verständnis, ohne Konflikte zu beschönigen, es informiert, ohne zu belehren. Und es eignet sich sowohl als Einstieg für Leser:innen, die sich erstmals intensiver mit Israel befassen, als auch für ein politisch interessiertes Publikum. (MT)

**Géraldine Muhlmann (2025): *Zur Verteidigung der Fakten*. Aus dem Französischen von Lina Theiß. Wien: Passagen, 168 Seiten, 25 Euro**

Géraldine Muhlmanns Buch *Zur Verteidigung der Fakten* widmet sich einer der zentralen Fragen der Gegenwart: Wie kann faktenbasierter Journalismus in einer Medienwelt überleben, die von Desinformation, populistischen Verzerrungen und einer kaum noch zu bewältigenden Flut an Bildern und Texten geprägt ist? Die französische Philosophin knüpft dabei an Hannah Arendts Überlegungen zur Faktizität an, der Arendt eine beinahe materielle, physische Kraft zuschrieb. Muhlmann greift diesen Gedanken auf und untersucht, wie diese Kraft unter den Bedingungen digitaler Öffentlichkeiten zu schwinden droht.

Ein Ausgangspunkt ihrer Analyse ist die Diagnose, dass Fake News nicht nur ein politisches Instrument sind, sondern auch eine Folge struktureller Veränderungen im Journalismus. Medien, die zunehmend auf Schnelligkeit, Storytelling und Unterhaltung setzen, akzeptierten Fehler und Zuspitzungen als Teil des Geschäfts. Hinzu komme die fortschreitende »Virtualisierung der Welt«: Die schiere Menge an Nachrichten im weitesten Sinne erschwere es, Wirklichkeit sinnlich zu erfassen. Muhlmann beobachtet, dass reale Ereignisse wie Kriege und Krisen oft weniger Empathie hervorrufen als ihre fiktionalen Darstellungen. Kritik übt die Philosophin und Moderatorin auch an der gegenwärtigen medialen Gesprächskultur. Talkshows, Debattenformate und Expert:innenrunden erzeugten, so Muhlmann, ein permanentes Palaver, in dem Meinungen aufeinandertreffen, Fakten jedoch in den Hintergrund treten.

Die Autorin erinnert daran, dass Journalismus einst in freiheitlichen Gesellschaften zum Schutz der »faktischen Materie« etabliert wurde. Sie zeichnet den Wandel von der meinungsbetonten Presse des 19. Jahrhunderts hin zur Informationspresse nach, die Objektivität und faktische Genauigkeit zu zentralen Idealen erhob. Rituale der Verifikation, die berühmte Forderung Pulitzers nach »Accuracy«, die journalistische »Spürnase« oder der detailversessene New Journalism stehen bei ihr exemplarisch für den Versuch, Wirklichkeit möglichst präzise, objektiv und unparteiisch abzubilden. Zugleich setzt sie sich kritisch mit Jürgen Habermas auseinander, dessen Konzept der deliberativen Öffentlichkeit ihr zu stark auf rationalen Diskurs verengt erscheint und andere Dimensionen öffentlicher Debatte wie Affekt und Dissens ausblende.

Die abschließenden Kapitel illustrieren anhand zahlreicher Beispiele aus Frankreich und den USA, wie stark der Journalismus heute unter Druck steht: Bewusst konstruierte »Fakten«, wachsender Hass auf Medienschaffende und ein spürbarer Verlust an gesellschaftlicher Legitimation bedrohen die Grundlagen des Berufs. Muhlmann plädiert daher für eine Rückbesinnung auf die sinnliche Dimension der Faktizität – auf das genaue Hinsehen und Dabei-Sein, das Wahrnehmen von Details, letztlich die Fähigkeit, Wirklichkeit erfahrbar und nachvollziehbar zu machen.

Das Buch bietet zahlreiche anregende Beobachtungen und kluge historische Einordnungen. Allerdings wirkt die Darstellung bisweilen uneinheitlich. *Zur Verteidigung der Fakten* schwankt zwischen essayistischem Vorlesungsfragment zu Öffentlichkeitstheorien und praxisrelevanter Analyse aktueller Probleme des Journalismus. Doch sind Muhlmanns Überlegungen da interessant, wo sie die Krise des Journalismus nicht nur beklagt, sondern sich ihren kulturellen und ökonomischen Ursachen nähert. Muhlmanns Schlussgedanke, dass Fakten – ähnlich wie Träume – gegen die Verlockung schneller Gewissheiten verteidigt werden müssen, fasst das Anliegen des Buches prägnant zusammen. *Zur Verteidigung der Fakten* ist damit vor allem ein philosophischer Weckruf: eine Erinnerung daran, dass die Wirklichkeit immer wieder neu wahrgenommen, geprüft und erzählt werden muss. (Bro)

**Aline Abboud, Nana Heymann (2025): *Barfuß in Tetas Garten. Berlin, mein Libanon und ich*. Berlin: Ullstein, 256 Seiten, 22 Euro**

*Barfuß in Tetas Garten* ist eine sehr persönliche, ostdeutsch-libanesische Herkunftserzählung der Journalistin und *Tagesthemen*-Moderatorin Aline Abboud. Geboren 1988 in Ost-Berlin, der Vater Libanese, die Mutter Deutsche, erinnert sie sich an Sommerurlaube im Libanon mit den Großeltern und Verwandten. Eindringlich schildert Abboud familiäre Rituale, Gerüche, Geräusche. Diese autobiografischen Passagen verbindet sie mit Reflexionen über Migration, Rassismus und Zugehörigkeit, das Leben zwischen zwei Kulturen und die Frage nach Identität in einer zunehmend polarisierten Gesellschaft. Abboud ist überzeugt, »dass der Begriff ›Migrationshintergrund‹ mehr über die Gesellschaft aussagt, in der wir leben, als über einen selbst« (S. 14).

Die Medienberichte, die 2021 erschienen, als Abboud vom ZDF zu den *ARD-Tagesthemen* wechselte, thematisierten genau das: Migrationsgeschichte, Herkunft, Alter und Geschlecht der »Neuen«, die nun nach Pinar Atalay und mit gerade einmal 33 Jahren eine der wichtigsten deutschen Nachrichtensendungen moderieren sollte. Aus journalistischen Gründen kann Abboud die Reduktion auf diese wohl am meisten interessierenden Punkte nachvollziehen, auch

bezeichnet sie sich selbst als »Migra« und als »Ossi«, doch ist ihr Buch der Versuch, über zwei, drei Stichworte zur Person hinauszugelangen. So berichtet sie von ihrer journalistischen Arbeit, Nachrichten, die sie erschüttert haben und den Erwartungen der Kolleg:innen an sie, die doch wohl Arabisch kann? Die Berlinerin Abboud setzt sich mit ihrem »Ossi-Sein« auseinander, obwohl sie die DDR kaum erlebt hat, mit ihrer Schulzeit, die nicht sehr glücklich war. Und sie erzählt von ihrem Vater, der, wenn er seine Eltern im Libanon besuchte, nicht wusste, ob und wann er sie wiedersehen würde.

Abbouds Schilderungen sind so facettenreich und bunt, dass es die Fotos in der Mitte des Buches gar nicht gebraucht hätte – schön und aufschlussreich sind sie aber doch! Die Autorin widmet *Barfuß in Tetas Garten* der Großmutter, deren Herzlichkeit sie vermisst, und der weitverzweigten Familie. Ganz besonders widmet sie das Buch jedoch ihrer Tochter, die auf die Welt kam, als Abboud gemeinsam mit ihrer Freundin Nana Heymann versuchte, den Text zu strukturieren. Erinnerungen lassen sich nicht so leicht in eine Struktur pressen, was aber nicht schlimm ist. Es müssen auch nicht alle Gärten ordentliche Beete haben. (MT)

**Can Dündar (2025): *Ich traf meinen Mörder. Ein Journalist und die dunklen Seiten der Macht*. Aus dem Türkischen von Sabine Adatepe. Berlin: Galiani, 201 Seiten, 23 Euro**

Can Dündars Buch *Ich traf meinen Mörder. Ein Journalist und die dunklen Seiten der Macht* ist persönlicher Erfahrungsbericht, politisches Zeitdokument und spannungsreiche Reportage. Der türkische Journalist, der seit Jahren im Exil lebt, schildert darin die Begegnung mit einem Mann, der einst den Auftrag erhalten hatte, ihn zu töten – eine Ausgangssituation, die an True-Crime-Literatur erinnert, jedoch auf Tatsachen beruht.

Im Zentrum des Buches stehen die Gespräche, die Dündar gemeinsam mit einem ZDF-Fernsehteam im Gefängnis von Buenos Aires mit Serkan Kurtulus führte. Er berichtet mit bemerkenswerter Nüchternheit und Detailgenauigkeit über die Strukturen jener »Organisation«, zu der Personen aus Politik, Geheimdienst, Justiz, Polizei und Mafia gehören. Besonders eindrücklich ist die Selbstverständlichkeit, mit der Kurtulus schildert, wie Gewalt gegen Journalist:innen als legitimes Mittel der Einschüchterung betrachtet wird. Dass er selbst den Mordauftrag ablehnte und später in die Mühlen internationaler Fahndung und politischer Drohungen geriet, verleiht der Geschichte eine gewisse Tragik: Wer wann zum Täter oder Opfer wird, hängt von der Willkür der Mächtigen in einem Terrorsystem ab.

Dündar verknüpft die Gefängnisgespräche mit seiner eigenen Geschichte. Auslöser der Verfolgung war seine Berichterstattung über geheime Waffenlieferungen des türkischen Geheimdienstes nach Syrien im Jahr 2015. Es folgten Untersuchungshaft, ein Attentat vor einem Gerichtsgebäude, eine Haftstrafe wegen angeblicher Spionage sowie schließlich Exil: Dündar hat politisches Asyl erhalten und lebt seit 2016 in Berlin. Die biographischen Passagen verleihen dem Buch eine bedrückende Authentizität, denn sie machen deutlich, welchen Preis investigativer Journalismus in autoritären Systemen haben kann.

Stilistisch liest sich das Buch stellenweise wie ein Thriller. Die Dramaturgie der Gefängnisgespräche, die Schilderungen geheimer Operationen und die permanente Bedrohung erzeugen Spannung. Die eigentliche Wirkung entsteht jedoch aus der Realität der Ereignisse. Gerade diese Nähe zur dokumentarischen Form gehört zu den Stärken des Buches.

Eine gewisse Schwäche liegt allerdings im Titel und in der wiederholten Bezeichnung Kurtulus' als »Mörder«. Juristisch handelt es sich um einen Mann, der einen Mordauftrag erhalten haben soll, nicht um den tatsächlichen Attentäter Murat Sahin. Diese Zuspitzung steht in einem gewissen Widerspruch zur ansonsten reflektierten und differenzierten Darstellung.

Immer wieder kehrt Dündar zu der Frage zurück, ob sich der hohe persönliche Einsatz gelohnt hat. Seine Antwort ist eindeutig: Nur wenn jemand bereit ist, Risiken einzugehen, ist Aufklärung möglich. *Ich traf meinen Mörder* ist mehr als die Schilderung eines Attentatsversuchs oder einer außergewöhnlichen Begegnung. Es ist ein eindringlicher Bericht über die Gefährdung der Pressefreiheit, die Verflechtung von Macht und Gewalt – und ein Zeugnis des Mutes, der notwendig ist, um dennoch zu schreiben. (Bro)

**Katja Gloger und Georg Mascolo (2025): *Das Versagen. Eine investigative Geschichte der deutschen Russlandpolitik*. Berlin: Ullstein, 496 Seiten, 26,99 Euro**

»Russland ist ein freundlich gesinntes europäisches Land.« (S. 11) Dieser Satz Vladimir Putins weckte 2001 beim ersten Staatsbesuch des russischen Präsidenten in Deutschland große Hoffnungen. Heute wirken Putins Worte angesichts des Angriffskrieges auf die Ukraine und der autokratischen Diktatur in Russland, dem Putinismus, wie blanker Hohn. Und heute weiß man auch, dass die Rede Putins im Deutschen Bundestag damals vom Industriemanager und Spitzenbeamten Horst Teltschik geschrieben worden war. Putin hatte Teltschik, der einst mit Kanzler Kohl die deutsche Einheit verhandelte, darum gebeten.

Katja Gloger und Georg Mascolo zeichnen in ihrer minutiös recherchierten Geschichte der deutschen Russlandpolitik nach, wie es seit Putins Präsidentschaft im Jahr 2000 zu zahllosen politischen Fehleinschätzungen kam.

Mahnende Stimmen wurden nicht gehört oder konnten sich nicht durchsetzen. Das sei insofern erstaunlich, als Putin von Tag eins seiner Herrschaft an der Welt gezeigt habe, dass Krieg das politische Mittel seiner Wahl ist und man Feinde, damals die Autonome Republik Tschetschenien, »wie Ungeziefer vernichten müsse« (S. 14). Dennoch hätten deutsche Politiker, so kritisierte damals schon der frühere DDR-Bürgerrechtler Werner Schulz, Putin wie einen »Enkel Gorbatschows gefeiert« und nicht als »Ziehsohn des KGB erkannt« (S. 15).

Gloger und Mascolo blicken hinter die politischen und ökonomischen Kulissen, zeigen Ursachen und Folgen von Putins Herrschaft, graben sich durch Kilometer von Akten, die ihnen manchmal »verblüffend unbürokratisch« (S. 17) zugänglich gemacht, manchmal aber ohne jede Erklärung verweigert wurden. Sie sprechen mit Zeitzeugen – einem Kanzler (nicht Gerhard Schröder, aber Olaf Scholz), Ministern, Diplomaten, ranghohen Bundeswehr- und Nato-Offizieren oder auch dem derzeitigen deutschen Bundespräsidenten Frank Walter Steinmeier. Dabei gelingt es dem Autorenteam, Putins Biografie als »die steilste Karriere, die das postsowjetische Russland kennt« (S. 18), nachzuzeichnen und zu verdeutlichen, dass er immer ein Mann des Geheimdienstes war. Bis heute arbeite er mit Geheimdienstmethoden. Gloger und Mascolo zeigen anhand entscheidender Wegmarken, wann, wo und wie deutsche Russlandpolitik versagte, so beim Minsker Friedensprozess, bei den Pipelines Nordstream 1 und 2 oder der von Steinmeier 2008 vorgeschlagenen »Modernisierungspartnerschaft«.

Neben der intensiven investigativen Rechercharbeit und der ausführlichen Dokumentation der Quellen und vorkommenden Personen auf insgesamt 90 Seiten sind es drei große Verdienste, die dieses faktenreiche Buch lesenswert machen. Erstens: Gloger und Mascolo machen deutlich, dass Putin nicht nur einen Krieg gegen die Ukraine führt, sondern zugleich gegen den seiner Meinung nach sittlich verkommenen Westen. Sein Russland und er kennen keine Grenzen, weshalb wir heute in einer unberechenbaren und gefährlichen Gegenwart leben. Es reicht also nicht, Versagen in der Vergangenheit zu analysieren, vielmehr müssen daraus Lehren für künftige Entscheidungen gezogen werden. Zweitens: Es ist nicht Ziel des Buches, »personal bashing« zu betreiben und Politiker:innen wie Journalist:innen als *die* Versager in Sachen Russland an den Pranger zu stellen. Gloger und Mascolo erkennen das Bemühen vieler mit Russland befasster politischer Akteure um vertrauensbildenden Dialog an. Und drittens: »Die Aufarbeitung deutscher Russlandpolitik ist Pflicht, unbedingt und auch immer wieder wegen unserer eigenen Geschichte.« (S. 24) (*Bro*)

**Dorothee Krings (2025): *Tage aus Glas*. Hamburg: HarperCollins, 304 Seiten, 24 Euro**

Abstrakte Begriffe wie »Strukturwandel« oder »Transformation« füllt Dorothee Krings in ihrem Roman *Tage aus Glas* mit Leben. Er handelt von den Arbeitskämpfen zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Im gesamten Deutschen Reich streiken 1901 die Glasmacher. Auch die Arbeiter der Gerresheimer Glashütte und ihre Frauen, die in der Weberei schufteten, entscheiden sich dafür, die Arbeit niederzulegen. Mit fatalen Folgen. Denn die schwere, krank machende Arbeit der Glasbläser ersetzen bald schon Maschinen. Die Hoffnung auf ein anderes, besseres Leben zerbricht.

Der historische Roman beruht auf umfassender journalistischer Recherche. Er erzählt die Geschichte zweier Frauen unterschiedlicher sozialer Herkunft, deren Lebenswege sich kreuzen. Bille, die Tochter eines Glasbläfers, die mit ihrem Freund Adam auswandern möchte, und Leonie, die Tochter des Betriebsarztes. Beiden Frauen erscheint Amerika als das gelobte Land. Doch der Preis für ein selbstbestimmtes Leben ist hoch.

Krings, die als Redakteurin bei der *Rheinischen Post* arbeitet, gelingt es, soziale Konflikte differenziert darzustellen, auch innerhalb der Arbeiter:innenschaft und des aufstrebenden Bürgertums. Passagenweise liest sich der Roman wie eine Sozialreportage, die Dialoge klingen echt, die Schilderungen der Not und Verzweiflung, aber auch des Mutes und Klassenstolzes nicht übertrieben. Die Frauen in den Mittelpunkt zu stellen, vermittelt noch einmal andere Einsichten. Doch auch die Zerrissenheit der Männer, die zum Arbeitskampf aufrufen oder als Streikbrecher beschimpft werden, schildert die Autorin eindrücklich. Die Rede des Arbeiters Oschi, im Roman auf S. 169, ist laut Krings angelehnt an die des Krupp-Betriebsleiters Helmut Laakmann vom 30. November 1987, als es um den Erhalt des Stahlwerks in Duisburg-Rheinhausen ging.

Die Perspektivwechsel, ausführlichen Schilderungen und zahlreichen Adjektive in *Tage aus Glas* überfordern Leser:innen vielleicht, auch mag manches stereotyp erscheinen in Krings erstem Roman, doch überzeugen die genauen Kenntnisse der Lokalgeschichte(n), die Zeichnung der Figuren und wie kunstvoll die Autorin damit umgeht, dass das Sein das Bewusstsein prägt. (MT)

## Bücher

# Rezensionen

**Colleen Murrell. (2025). *BBC Women reporting the world. Conversations with foreign correspondents*. [Wie Frauen bei der BBC über die Welt berichten. Gespräche mit Auslandskorrespondentinnen]. Palgrave Macmillan, 237 Seiten, ca. 27,- Euro.**

*Rezensiert von Stine Eckert*

Der Tiananmen-Platz 1989, der gewaltsame Sturz des liberianischen Präsidenten 1990, der Arabische Frühling 2010 und das Massaker in Butscha 2022 – dies sind nur einige der zahlreichen Stationen auf Colleen Murrells intensiver und beeindruckender Reise durch die jüngste Weltgeschichte aus der Sicht von zehn BBC-Auslandskorrespondentinnen: Kate Adie, Diana Goodman, Liz Blunt, Lyse Doucet, Orla Guerin, Carrie Gracie, Sara Beck, Caroline Wyatt, Sarah Rainsford und Shaimaa Khalil. Murrell widmet jeder von ihnen ein Kapitel und bringt diese prominenten Journalistinnen den Leser:innen durch lange und ausführliche Interviews näher. In den Gesprächen hinterfragt sie systematisch, welche Rolle das Geschlecht in der Arbeit der Auslandskorrespondentinnen spielt bzw. gespielt hat. Geschickt verbindet Murrell journalistischen und akademischem Schreibstil, nennt die Korrespondentinnen beim Vornamen und präsentiert ein Farbfoto von jeder Interviewten. So macht sie jedes Kapitel zu einem lebendigen Porträt.

Zwischen August 2021 und Juli 2022 führte Murrell qualitative, offene Interviews – bis auf zwei persönlich – und hielt per E-Mail mit ihren Gesprächspartnerinnen Kontakt, um über die jüngsten Entwicklungen auf dem Laufenden zu bleiben. Sie beschreibt die einzelnen Karrieren detailliert, von Erziehung und Interessen in der Kindheit über Schul- und Hochschulausbildung bis hin zu den zahlreichen journalistischen Meilensteinen, die die Frauen auf ihrem Weg zur BBC-Auslandskorrespondentin erreichen mussten. Die Sprachbegabung dieser Journalistinnen und ihr außergewöhnlicher Ehrgeiz, ihre fundierten Fachkenntnisse in regionaler Politik und Kultur, ihr Fleiß, sich Quellen und berufliche Netzwerke in verschiedenen Teilen der Welt aufzubauen, sowie ihre

Flexibilität, innerhalb kürzester Zeit den Posten zu wechseln, beeindrucken auf den 237 Seiten des Buches immer wieder.

Die Autorin wählte Interviewpartnerinnen aus, die außergewöhnliche Erfolge in ihrer Karriere vorweisen konnten, beispielsweise wenn eine Korrespondent:innenstelle erstmalig mit einer Frau besetzt wurde. Murrell interessiert sich speziell für die Hindernisse, die diese Journalistinnen überwinden mussten. Da ist zum Beispiel Kate Adie, »die erste Frau, die als festangestellte Reporterin mit normalem Gehalt zu Prominenz gelangte« (S. 11) in den 1980er-Jahren. Außerdem sind dabei Diana Goodman in Bonn und Elizabeth Blunt in Abidjan, 1986 die ersten BBC-Auslandskorrespondentinnen, sowie Caroline Wyatt, die 2007 die erste Korrespondentin für Verteidigungspolitik der BBC wurde. Die Kapitel sind chronologisch angeordnet und zeigen, wie nachfolgende Journalistinnen bis heute von diesen Pionierinnen profitieren. Erfreulicherweise berichten Murrells Interviewpartnerinnen immer wieder, wie die Bekanntschaft oder Zusammenarbeit mit diesen und anderen Journalistinnen ihnen dabei geholfen haben, sich ihre eigene Karriere vorzustellen und diese zu verfolgen. Ebenso loben alle von ihnen die freien Mitarbeiter:innen, Fixer:innen und lokalen Journalist:innen, mit denen sie im Ausland zusammengearbeitet haben und die oft nicht ausreichend gewürdigt werden.

Murrell, die Professorin für Journalismus an der Dublin City University ist und selbst zuvor für die BBC in der Auslandsberichterstattung gearbeitet hat, versetzt ihr Publikum durch paraphrasierte und direkte Zitate ihrer Interviewpartnerinnen in Kriege, Konflikte und historische Ereignisse und macht das Buch auf diese Weise zu einer spannenden Lektüre. So erzählt Kate Adie beispielsweise, wie sie eine der Kassetten mit Aufnahmen von den Demonstrationen auf dem Tiananmen-Platz unter Beschuss zurück zum Hotel brachte, sich dabei einer Konfrontation mit Polizeibeamten stellen musste, es aber dennoch rechtzeitig schaffte, live per Telefon zu berichten:

»Und als ich anfang, begann die Schießerei wirklich, und es rannten Menschen in alle Richtungen. Es war schrecklich. Und jemand rannte direkt in mich hinein. Ich fiel hin und riss mir die Haut am Unterarm auf dem Kies auf. Und er fiel auf mich drauf. Und er war tot, weil ihn eine Kugel getroffen hatte. Und als ich auf dem Boden lag, sah ich etwas sehr Seltsames. Ich sah kleine rote Punkte. Und das waren Kugeln, die auf den Boden trafen. Ich stand auf und rannte einfach los. ... Und einer von ihnen kam auf mich zu, und ich griff ihn einfach an ... Zu diesem Zeitpunkt war ich außer mir vor Wut und Entschlossenheit ... Ich schlug überall hin, einen trat ich, einen anderen schlug ich mit einem Möbelteil. Ich hatte Glück, dass sie nie ihre Waffen gezogen haben. Ich ging zur Treppe, und ich erinnere mich noch heute daran, wie ich diese Treppe hinauflief.« (S. 31)

Murrell ergänzt diese Erinnerungen mit Zitaten aus Büchern und früheren Interviews der Interviewpartnerinnen, Archivrecherchen zu Beispielen ihrer Berichterstattung und aktuellen Links für weiterführende Lektüre und Videos.

Die beeindruckende geografische Bandbreite der Beiträge reicht von Europa und dem Nahen Osten über Afrika und Asien bis hin zu Australien und Ozeanien. Vor allem Osteuropa wird in mehreren Porträts vorgestellt, darunter auch der anhaltende Krieg in der Ukraine. Die leitende Auslandskorrespondentin Orla Guerin (auf einem Foto mit Helm und schwerer Schutzausrüstung zu sehen) erzählt drei erschütternde Geschichten von Männern, Frauen und Kindern, die 2022 vor den Kämpfen in Butscha, Irpin und Lyssytschansk fliehen mussten. Die Osteuropa-Korrespondentin Sarah Rainsford berichtet, wie Russland ihr im August 2021 die Rückkehr ins Land verweigerte, und kommt zu dem Schluss: »Russland ist heute ein ganz anderer Ort und ein so gefährlicher Ort [...] und Russland ist vorerst verloren« (S. 205). Im Gegensatz dazu – und vielleicht aufgrund der Auswahl der Interviewpartnerinnen, der Stellenangebote der BBC für Korrespondentinnen und/oder der insgesamt geringeren Zahl von BBC-Posten in Lateinamerika, die mit der britischen Kolonialgeschichte zusammenhängen – kommen Nord-, Mittel- und Südamerika selten vor (Ausnahmen sind Venezuela, Kuba und Los Angeles).

Das Hauptziel des Buches ist es jedoch, die Entwicklung von Auslandskorrespondentinnen bei der BBC nachzuzeichnen. Dabei kommt Murrell zu dem Schluss, dass sich die Arbeitsbedingungen mittlerweile deutlich gebessert haben. Murrells 17-seitige Einleitung bietet einen kurzen geschichtlichen Abriss: Die BBC, die in den 1920er-Jahren mit der Beschäftigung von Frauen als Journalistinnen ihrer Zeit voraus war, führte 1933 eine »Ehe-Sperre« ein, um verheiratete Frauen (nicht Männer) auszuschließen. Diese Sperre wurde während des Zweiten Weltkriegs aufgehoben, was den Weg für die erste akkreditierte Kriegsberichterstatteerin der BBC, Audrey Russell, ebnete. Murrell führt Leser:innen weiterhin durch die Gleichstellungs- und Antidiskriminierungsgesetze der 1970er-Jahre im Vereinigten Königreich, um die geschlechtsspezifischen Lohnunterschiede und Diskriminierungen bei der BBC seit den 1980er-Jahren hervorzuheben. Die Enthüllung im Jahr 2017, dass Frauen im Vergleich zu ihren Kollegen jahrelang deutlich unterbezahlt wurden, erschütterte die BBC. Murrell fragt jede ihrer Teilnehmerinnen, wie sie diesen Moment erlebt habe und wie er sich auf das Verständnis ihrer Arbeit und ihr Selbstwertgefühl ausgewirkt habe. Für Carrie Gracie, die fließend Mandarin spricht und als China-Korrespondentin und Redakteurin für die BBC tätig ist, kam der Bericht über ihr Gehalt im Vergleich zu dem ihrer Kollegen »aus heiterem Himmel und war einfach nur enttäuschend« (S. 144). Murrell berichtet, wie Gracie zusammen mit mindestens 43 anderen Journalistinnen ein Jahr lang gegen die BBC kämpfte, um schließlich eine gerechte Nachzahlung ihres Gehaltes zu bekommen, das sie dann der Fawcett Society für deren Equal Pay Advice Service spendete.

Auf diese und andere Weise bietet das Buch detaillierte Einblicke in die Hierarchien und Abläufe des riesigen Unternehmens, das die BBC mit ihren vielen Programmen darstellt. Auch die Produktionsseite und das Management werden

anhand des Beispiels von Sara Beck, die als Büroleiterin in Moskau, Jerusalem und Singapur und als Leiterin des Russischen Dienstes und von BBC Monitoring tätig war, eingehender beleuchtet. Ein Glossar hilft Leser:innen, sich in der BBC-spezifischen Sprache besser zurechtzufinden.

Wissenschaftler:innen könnten etwas enttäuscht sein, dass Murrell ihre beeindruckende und reichhaltige Interviewsammlung nicht in einem Schlusskapitel für eine tiefgehende Analyse geschlechtsspezifischer Themen nutzt, um Überschneidungen und Unterschiede zwischen den Antworten der Befragten weiter zu untersuchen. Dies hätte auch Überlegungen zu den Zusammenhängen zwischen dem sozioökonomischen Hintergrund der Teilnehmerinnen und ihrer Karriere beinhalten können, um intersektionale Aspekte zu untersuchen, die es diesen Frauen ermöglicht haben, es bis an die Spitze der BBC-Berichterstattung zu schaffen. Vielleicht steht eine solche Analyse noch in anderer Form aus.

Insgesamt ist das Buch eine spannende Lektüre und faszinierende Reise um die Welt mit (Karriere-)Geschichten von BBC-Korrespondentinnen, von denen einige bis heute als Reporterinnen tätig sind, wie beispielsweise die Tokio-Korrespondentin Shaimaa Khalil, die sich als Araberin und Frau im Journalismus zurechtfinden muss, oder die Chefkorrespondentin für internationale Angelegenheiten Lyse Doucet, die häufig über Gaza, Israel und den Iran berichtet. Darüber hinaus kann das Buch auch als Lehrbuch dienen, da jedes Kapitel praktische Tipps und Hinweise enthält, die junge Frauen ermutigen sollen, die Auslandsberichterstattung als spannende und lohnende Berufswahl in Betracht zu ziehen.

Zurück bleibt nach der Lektüre größter Respekt vor den Leistungen dieser Journalistinnen und eine neue Wertschätzung für ihre wichtige Arbeit, die Wahrheit in oft chaotischen Konstellationen von Geschichte, Ort und Zeit ans Licht zu bringen. Murrell bleibt selbst optimistisch und prognostiziert vorsichtig, dass »in nicht allzu ferner Zukunft« (S. 15) zum ersten Mal eine Frau an der Spitze der BBC stehen wird, und zwar als Generaldirektorin. Die Tatsache, dass die Stelle zum Zeitpunkt der Abfassung dieses Artikels im Januar 2026 noch unbesetzt ist, macht Hoffnung auf eine weitere Premiere für Frauen bei der BBC.

*Ein großes Dankeschön geht an Sigrun Rottmann für ihr Feedback zu einer früheren Version dieser Rezension.*

Über die Rezensentin

**Stine Eckert** ist Associate Professor am Department of Communication der Wayne State University in Detroit und Mitherausgeberin von *Journalistik/Journalism Research*.

**Carsten Brosda, Daniel Müller (Hrsg.). (2025). *Horst Pöttker: Beruf zur Öffentlichkeit. Ausgewählte Schriften zu Theorie, Ethik, Geschichte und Perspektive des Journalismus*. Herbert von Halem Verlag, 416 Seiten, 38,- Euro.**

*Rezensiert von Beatrice Dernbach*

Carsten Brosda und Daniel Müller haben ihrem Mentor Horst Pöttker ein außergewöhnliches Geschenk gemacht: Der Band, 2025 erschienen und dem im Dezember 1944 geborenen Jubilar noch im 81. Lebensjahr überreicht, ist keine Festschrift im gewohnten Sinne. Sie vereint nicht Reminiszenzen von zwei Dutzend Weggefährten, sondern 18 Beiträge, die der Wissenschaftler selbst verfasst hat. Ein Format, das seiner beruflichen Ernsthaftigkeit und seinem Ethos bemerkenswert gerecht wird; es ermöglicht den tieferen Blick in die Jahrzehnte seines wissenschaftlichen Denkens.

Die Auswahl ist den beiden Herausgebern sicher nicht leicht gefallen. Sie haben die 18 Publikationen in vier Kapitel unterteilt: 1. Theorie des Journalismus (6 Beiträge), 2. Journalistische Berufsethik (2), 3. Geschichte des Journalistenberufs (4) und 4. Zukunft des Journalistenberufs (6). Eine kleine kritische Anmerkung vorab, um einmal erwähnt und damit abgehakt zu sein: Dass die bibliografischen Erstverweise gesammelt am Ende stehen (vgl. S. 409) statt direkt bei den Beiträgen, erschwert die Orientierung. Auch verzichteten Brosda und Müller darauf, die Texte in ihren historischen oder wissenschaftstheoretischen Kontext einzuordnen. Ihre Einleitung dient daher als zentrale Orientierungshilfe – und erfüllt diese Aufgabe solide.

Für Horst Pöttker stand und steht im Mittelpunkt das Verständnis von Journalismus als Profession und der Journalistik als Wissenschaft, die sich immer »konkret auf eine gesellschaftliche Kommunikationspraxis und ihre professionellen Vermittler« (S. 10) bezieht. Es wird gespeist aus seinem wissenschaftlichen Interesse und seiner akademischen Ausbildung: In Bad Segeberg geboren, hat er Sozial- und Geisteswissenschaften, Philosophie und Mathematik in Hamburg, Zürich, Kiel und Basel studiert, wo er 1978 zum Dr. phil.-hist. promovierte. Von 1982 bis 1985 war er als Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Fach Soziologie an der Universität-Gesamthochschule Siegen beschäftigt. Dann wechselte er in den Journalismus und wurde verantwortlicher Redakteur der Zeitschrift *medium* im Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (bis 1996). Schon währenddessen stand er wieder mit einem Bein in der Wissenschaft: An der Universität Leipzig hatte er von 1992 bis 1995 eine Gastprofessur für Kommunikationswissenschaft (Schwerpunkt: Ethik des journalistischen Handelns) inne. 1995 habilitierte er sich an der Universität Siegen für das Fach Soziologie (Schwerpunkt: Soziologie der Kommunikation und der öffentlichen Medien). Im Jahr

darauf wurde er als Nachfolger von Kurt Koszyk auf den Lehrstuhl »Theorie und Praxis des Journalismus« an der Universität Dortmund berufen. Bis zu seiner Emeritierung 2013 lehrte und forschte er dort, aber auch an den Universitäten Rostow am Don, Iowa, Stawropol, Wien und St. Petersburg. In seiner Heimatstadt Hamburg war er als Senior-Professor an der Universität tätig (2013-2018).

Dort hat er in der Auftaktveranstaltung der »Augstein Lectures« am 7. November 2016 eingangs Folgendes angemerkt: »Ich war mal Journalist, das bin ich nicht mehr. Aber ich bin ein Fellow Traveller des Journalismus.« Als Wissenschaftler müsse er eine kritische Distanz zum Journalismus haben; die solle ihm helfen, seine Aufgaben zu erfüllen und besser zu werden – nicht im Sinne einer »kritischen Distanz, die an den Grundfesten dieses Berufes wackeln will«. Und er ergänzt: »Ich liebe diesen Beruf. Und jemand, der Journalisten ausbildet, muss nicht nur etwas über diesen Beruf wissen, sondern ihn selbst einmal ausgeübt haben.« Jede praktisch ausgebildete Wissenschaftlerin und jeder wissenschaftlich ausgebildete Redakteur, dem angesichts der aktuellen technologischen, ökonomischen und publizistischen Entwicklungen der Medien und des Journalismus das Herz blutet, versteht Pöttker auf Anhieb.

Diese Haltung und die oben skizzierten Stationen des akademischen Werdegangs sind in den 18 Beiträgen im Hintergrund deutlich erkennbar. Vor allem die Perspektiven der Soziologie sind prägend; so bezieht Pöttker sich auf Émile Durkheim, Georg Simmel und Max Weber, von dem »Kommunikationswissenschaft und Journalismus nach einem Jahrhundert« immer noch viel lernen könnten (vgl. S. 143-165). Für seine journalistische Berufsethik steht unter anderem der Philosoph Immanuel Kant Pate. Obgleich der Journalismuswissenschaftler nicht wie andere im Fach systemtheoretische oder konstruktivistische Ansätze herausgehoben und explizit weiterentwickelt hat, verankert er Journalismus immer gesellschafts- und handlungstheoretisch und praktisch zugleich. Journalistinnen und Journalisten müssten entscheiden, wo und wie sie Öffentlichkeit herstellen. Er kritisiert allerdings die zunehmenden »politischen Zweckmäßigkeitentscheidungen«, wie legitimatorische Sprachregelungen und das Ausblenden bestimmter Probleme, obwohl »kontroverse Diskussionen« zielführender wären.

Immer wieder thematisiert Pöttker die »unlösbaren Widersprüche des Journalismus« bei der Herstellung von »Öffentlichkeit als Sisyphusarbeit« (vgl. S. 94-113), im Spannungsfeld zwischen Aktualität und Verlässlichkeit, zwischen Publikumsinteresse und gesellschaftlicher Funktion. Gleichzeitig zeigt er, dass in diesen Spannungen das »Lösungspotential« des Journalismus (vgl. S. 57-75) liegt. Historische Einordnungen des Berufes zur Öffentlichkeit (vgl. S. 114-142) – etwa zu seiner Entstehung um 1700 in England (vgl. S. 208-232) – verknüpft er mit aktuellen Herausforderungen des digitalen Kulturwandels (vgl. S. 355-377).

Horst Pöttker hatte Zweifel daran, dass die Journalistik beziehungsweise Journalismustheorie unter dem Dach der Kommunikations- und Medienwissenschaft gut aufgehoben ist. Er regte eine Verselbstständigung an und führte in seinem Aufsatz »Öffentlichkeit durch Wissenschaft. Zum Programm der Journalistik« (vgl. S. 28-56), erschienen in der *Publizistik* 1998, folgende Begründungen an: die »Identitätsprobleme der Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft)«, die Notwendigkeit der Berufsorientierung der Wissenschaft und den Bedarf an Professionalität bei der Herstellung von Öffentlichkeit. Der Journalistik weist er die Aufgabe zu, Qualitätsmaßstäbe zu fundieren (vgl. S. 76-93), allen voran »Universalität, Wahrheit, Aktualität und Verständlichkeit« (vgl. S. 44) sowie Richtigkeit, Relevanz, Unabhängigkeit und Unterhaltsamkeit (vgl. S. 83-89). Die Kopplung zwischen Theorie und der Berufspraxis sieht Pöttker unter anderem in »Universitätsmedien: Wenn die Journalistik für den Journalismus etwas Ähnliches werden soll wie die Medizin für den Arztberuf, dann braucht sie eine der Universitätsklinik entsprechende Institution, die der Integration von Forschung, Lehre und Berufspraxis (inklusive der Möglichkeit experimenteller Innovationen) dient.« (S. 48)

Der Band von Carsten Brosda und Daniel Müller ist mehr als eine Hommage: Er ist eine dichte, klug komponierte Reise durch vier Jahrzehnte journalistischer Theoriearbeit. Wer Journalismus nicht nur praktiziert, sondern verstehen will, findet hier eine präzise und zugleich inspirierende Bestandsaufnahme eines außergewöhnlichen Wissenschaftlers – der sich seit seiner Emeritierung nicht ausruht, sondern begeistert mit Architektur-Kollegen an der TU Dortmund kooperiert, um das Feld des Architektur-Journalismus auszuloten.

Über die Rezensentin

**Dr. Beatrice Dernbach** ist Professorin für Praktischen Journalismus im Studiengang Technikjournalismus/Technik-PR der TH Nürnberg. Zu ihren Schwerpunkten gehören Fachjournalismus, Nachhaltigkeit und Ökologie im Journalismus, Narration im und Vertrauen in Journalismus sowie Wissenschaftskommunikation.

*Diese Rezension erschien zuerst am 25. Februar 2026 auf [rezensionen:kommunikation:medien](https://www.rkm-journal.de/archives/25928), abrufbar unter <https://www.rkm-journal.de/archives/25928>*

**Christina Elmer, Lorenz Matzat (Hrsg.).(2024). *Handbuch Daten und KI im Journalismus*. Herbert von Halem Verlag, 386 Seiten, 32,- Euro.**

*Rezensiert von Tanjev Schultz*

Die Entwicklung des Datenjournalismus zu einem eigenen Berufsfeld in den Medien ist so weit vorangeschritten, dass nicht mehr von einem »Hype« gesprochen werden kann. Bei »Künstlicher Intelligenz« (KI) mag das momentan noch anders sein, aber auch dort ist absehbar, dass sie schon bald ein selbstverständliches Instrument in den meisten Redaktionen sein wird. So füllt das Handbuch, das Christina Elmer und Lorenz Matzat herausgegeben haben, mit seinen zwanzig Einzelbeiträgen zu vielen Facetten des Themas eine Lücke auf dem Markt der Praxisliteratur, die bisher nur wenige zu schließen versucht haben. Der Band kann nicht zuletzt im Studium und in der journalistischen Ausbildung ein nützlicher Begleiter sein.

Christina Elmer ist Professorin in Dortmund, zuvor war sie stellvertretende Entwicklungschefin beim *Spiegel*. Lorenz Matzat war Gastprofessor in Leipzig und ist einer der Pioniere des Datenjournalismus in Deutschland. Die beiden konnten dank ihrer Kenntnisse und Kontakte einen kompetenten Kreis an Autorinnen und Autoren gewinnen, die überwiegend aus der journalistischen Praxis kommen. Zugleich gibt das Handbuch auch Impulse aus der Forschung und für die Forschung, vor allem durch den Beitrag von Mario Haim und Valerie Hase über »Datenjournalismus aus Sicht der Kommunikationswissenschaft« und den Beitrag von Jessica Heesen über die »Ethik des datenbasierten Journalismus«.

Es fällt positiv auf, dass der Band zwar selbst reich bebildert ist, aber keinem Zahlen- und Grafikfetischismus oder einem naiven Verständnis von Daten erliegt. »Angesichts der vermeintlichen Unantastbarkeit von Befunden aus Daten«, so Heesen, »stehen Journalisten und Journalistinnen in der Verantwortung, Daten kritisch zu dekonstruieren und gerade auch im Datenjournalismus die vermeintliche Objektivität von Daten zu hinterfragen.« (S. 218) Leitend könnten diese Fragen sein: »Wo werden Daten erhoben? Welche Daten werden (nicht) erfasst? Wie werden Daten interpretiert und beschrieben?« (ebd.)

In den Beispielen für Datenjournalismus und KI-Anwendungen, die sich durch das Handbuch ziehen, hätten diese Fragen vielleicht noch systematischer gestellt und beantwortet werden können. Insgesamt ergeben sich aus den Aufsätzen aber viele Anregungen und auch Ansatzpunkte für einen reflektierten Umgang mit Daten und Statistiken. Das reicht von einem Überblick über Datenquellen, aus denen im Journalismus geschöpft werden kann, über eine Darstellung des Einsatzes von Geo- und Satellitendaten bis hin zu den großen Sprachmodellen und Strategien für KI-Anwendungen in einer Redaktion. Vom

Lokaljournalismus bis zu investigativer Recherche und internationaler Arbeitsteilung im Bewältigen großer Leaks bringt das Handbuch alle derzeit wichtigen Einsatz- und Organisationsfragen zur Sprache.

Um ein Beispiel herauszugreifen: Gianna-Carina Grün präsentiert in ihrem Aufsatz über die Grundlagen und die Rezeption datenbasierter Grafiken eine »Checkliste für effektive Visualisierungen«, die sich Redaktionen auf den Tisch legen könnten. Zu den Fragen dieser Liste gehört unter anderem diese: »Wenn das Chart interaktiv ist: Ist die Interaktion nützlich? Wie hätte man die Visualisierung auch ohne Interaktion realisieren können?« (S. 88) Tatsächlich hat man als Nutzer gelegentlich den Eindruck, eine Grafik enthalte vor allem deshalb interaktive Spielereien, weil diese eben möglich sind. Ob sie sinnvoll sind und wirklich helfen, etwas zu erschließen und zu verstehen, scheint nicht immer so wichtig zu sein.

Ein weiteres Beispiel: Uli Köppen erläutert den Umgang des Bayerischen Rundfunks mit Automatisierung und KI und zeigt, wie lineare Sendungen von Regionalnachrichten mithilfe von Algorithmen zerlegt werden, um die Einzelbeiträge durch einen weiteren Algorithmus mit der Geolocation zu »vertaggen«, also mit dem Ort des Geschehens zu verknüpfen. »Dadurch machen wir unseren Audio-Content nutzbar für Personalisierung.« (S. 293)

Die auf diesem Arbeitsfeld gängigen technischen Vokabeln und Anglizismen könnten für manche Leserinnen und Leser etwas nervig oder abschreckend wirken. Sie lassen sich allerdings nur schwer vermeiden. Davon abgesehen sind die Beiträge gut verständlich und nicht unnötig kompliziert. Die meisten Autorinnen und Autoren sind ja eng mit der journalistischen Praxis verbunden, ihr Stil ist entsprechend zugänglich. Die dynamische Entwicklung vor allem bei KI-Anwendungen könnte einige Beiträge zwar schnell alt aussehen lassen, derzeit wirkt das Handbuch aber noch aktuell. So ist es in Form und Inhalt ein Gewinn für den Journalismus und die Journalistik.

## Über den Rezensenten

**Tanjev Schultz** ist Professor für Journalismus an der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz, Deutschland. Er ist einer der Herausgebenden der *Journalistik/ Journalism Research – Zeitschrift für Journalismusforschung*. Kontakt: [tanjev.schultz@uni-mainz.de](mailto:tanjev.schultz@uni-mainz.de)

*Diese Rezension erschien zuerst am 28. Januar 2026 auf [rezensionen:kommunikation:medien](https://www.rkm-journal.de/archives/25900), abrufbar unter <https://www.rkm-journal.de/archives/25900>*

# Kommunikationswissenschaft



CARSTEN BROSDA / DANIEL MÜLLER (HRSG.)

## **Horst Pöttker: Beruf zur Öffentlichkeit. Ausgewählte Schriften zu Theorie, Ethik, Geschichte und Perspektive des Journalismus**

2025, 416 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-717-5 | 38,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-718-2 | 32,99 EUR

In zahlreichen Aufsätzen hat Horst Pöttker, viele Jahre Professor für Journalistik in Dortmund und danach Gast- und Seniorprofessor u.a. in Hamburg und Wien, von den 1970er-Jahren bis heute die Bausteine einer Theorie des journalistischen Berufs vorgelegt, die das journalistische Subjekt und die journalistische Ethik konsequent im Blick behält und im Einklang mit der internationalen Journalismusforschung auf den Praxisbezug der Journalismustheorie beharrt.

Während viele journalismustheoretische Arbeiten im deutschsprachigen Raum die Systemtheorie oder den Konstruktivismus als Ausgangspunkte wählen, setzt Horst Pöttker, dessen 80. Geburtstag Anlass für diesen Sammelband ist, auf eine gründliche historische Analyse und handlungstheoretische Soziologie.



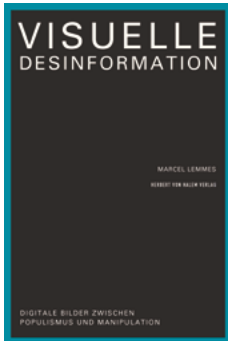
**HERBERT VON HALEM VERLAG**

Boisseréstr. 9-11 · 50674 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

# Medienwissenschaft



MARCEL LEMMES

## **Visuelle Desinformation. Digitale Bilder zwischen Populismus und Manipulation**

2025, 368 S., 17 Abb., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-741-0 | 34,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-742-7 | 28,99 EUR

Populistische Akteur:innen nutzen die Macht digitaler Bilder gezielt für Desinformation und emotionale Mobilisierung. Doch wie genau funktionieren diese visuellen Strategien?

Das Buch schließt eine entscheidende Forschungslücke, indem es die visuellen Komponenten populistischer Kommunikation analysiert. Dafür entwickelt die Arbeit zwei innovative Bausteine: einen präzisen, auf Manipulation statt Täuschung basierenden Desinformationsbegriff und eine aktuelle bildpragmatische Theorie des populistischen Bildes. Das Ergebnis ist ein scharfes Analyseraster, das die Mechanismen visueller Manipulation systematisch erfasst und verständlich macht.



**HERBERT VON HALEM VERLAG**

Boisseréstr. 9-11 · 50674 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

# Kommunikationswissenschaft



SIEGFRIED WEISCHENBERG

## Schuld und Geheimnis. Bekenntnisse von Legenden in der deutsch- jüdischen Publizistik

2026, 716 S., Hardcover (Faden),  
240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-747-2 | 76,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-748-9 | 64,99 EUR

ISBN (ePub) 978-3-86962-749-6 | 64,99 EUR

Die Geschichte der deutschsprachigen Publizistik war in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts eine Abenteuergeschichte mit vielen Geheimnissen. Sie wird in diesem Buch aus der Perspektive von »Medienlegenden« erzählt, die in Memoiren ihr Leben in jener Zeit beschrieben haben. Viele von ihnen hatten jüdische Wurzeln; schon bald nach Hitlers Macht ergreifung mussten sie emigrieren. Publizist:innen mit »Arier-Nachweis« konnten hingegen während des »Dritten Reichs« weiter publizistisch aktiv bleiben. Ihre Bekenntnisse und Geständnisse führen zu Erkenntnissen über die Themen »Schuld« und »Vergessen«, die uns im Moment wieder besonders stark beschäftigen müssen.



**HERBERT VON HALEM VERLAG**

Boisseréstr. 9-11 · 50674 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

# Open Source

**BLexKom** blexkom.halemverlag.de  
BIOGRAFISCHES LEXIKON DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

*BLexKom* möchte der Kommunikationswissenschaft im deutschsprachigen Raum ein Gesicht geben. Vorgestellt werden die zentralen Akteure: Professoren, Habilitierte und andere Personen, die einen gewichtigen Beitrag für das Fach geleistet haben – von Karl Bücher bis zu den frisch Berufenen.

**<http://blexkom.halem-verlag.de>**

**r:k:m** *rezensionen:kommunikation:medien*

*rezensionen:kommunikation:medien (r:k:m)* versteht sich als zentrales Rezensionsforum für die Kommunikations- und Medienwissenschaften. *r:k:m* will seinen Lesern einen möglichst vollständigen thematischen Überblick über die einschlägige Fachliteratur ermöglichen und Orientierung in der Fülle des ständig wachsenden Buchmarkts bieten. Aktuelle Rezensionen erscheinen in regelmäßigen Abständen.

**<http://www.rkm-journal.de>**

## Journalistikon

Das Wörterbuch der Journalistik

<http://www.journalistikon.de>

Das *Journalistikon* ist das erste deutschsprachige Lexikon der Journalistik. Dabei handelt es sich um die Wissenschaft, die den Journalistenberuf durch Ausbildung und Innovationen unterstützt und kritisch begleitet. Das Wörterbuch der Journalistik wendet sich nicht nur an Wissenschaftler oder Studierende entsprechender Fachrichtungen, sondern an jeden, der sich für Journalistik und praktischen Journalismus interessiert und sich als Mediennutzer oder Medienhandwerker an einem reflektierenden Zugang versuchen möchte. Das *Journalistikon* lohnt sich für alle, die Informationen zur Thematik suchen, ohne dabei ein zweites Lexikon zum Verständnis der Ausführungen daneben legen zu müssen.

**<http://www.journalistikon.de>**



**SIEGFRIED WEISENBERG**  
**Schuld und Geheimnis.**  
 Bekenntnisse von Legenden in der deutsch-jüdischen Publizistik  
 2026, 716 S., Hardcover (Faden),  
 240 x 165 mm, dt.  
 ISBN (Print) 978-3-86962-747-2  
 ISBN (PDF) 978-3-86962-748-9



**CARSTEN BROSDA / DANIEL MÜLLER**  
**Horst Pöttker:**  
 Beruf zur Öffentlichkeit.  
 Ausgewählte Schriften zu  
 Theorie, Ethik, Geschichte und  
 Perspektive des Journalismus  
 2025, 416 S., 4 Abb., Broschur  
 ISBN (Print) 978-3-86962-717-5  
 ISBN (PDF) 978-3-86962-718-2



**IVA KRITALIC / ERK SIMON**  
**Medien für die superdiverse  
 Gesellschaft. Konzepte und  
 Ergebnisse für die Medienpraxis**  
 2025, 188 S., 9 Abb., 4 Tab.,  
 Broschur, 213 x 142 mm, dt.  
 ISBN (Print) 978-3-86962-739-7  
 ISBN (PDF) 978-3-86962-740-3



**MICHAEL MEYEN / LUKAS FRIEDRICH**  
**Medien-Skepsis in Ostdeutschland.**  
 Warum das Misstrauen in den  
 Journalismus kein Erbe der DDR ist.  
 Mit einer Fallstudie aus Bautzen  
 2025, 208 S., 1 Abb., 5 Tab.,  
 Broschur, 213 x 142 mm, dt.  
 ISBN (Print) 978-3-86962-732-8  
 ISBN (PDF) 978-3-86962-733-5



**MARIA LÖBLICH / ELISA POLLACK**  
**Ein Ost-West-Labor?**  
 Die Redaktion der Berliner  
 Zeitung zwischen 1989 und 2020  
 2025, 460 S., 37 Abb., Broschur,  
 213 x 142 mm, dt.  
 ISBN (Print) 978-3-86962-722-9  
 ISBN (PDF) 978-3-86962-723-6



**MICHAEL MEYEN**  
**Das Rote Kloster.**  
 Eine Geschichte der Journalisten-  
 ausbildung in der DDR  
*Theorie und Geschichte der  
 Kommunikationswissenschaft*, 16  
 2025, 356 S., 23 Abb., Broschur,  
 213 x 142 mm, dt.  
 ISBN (Print) 978-3-86962-744-1  
 ISBN (PDF) 978-3-86962-745-8



**MARCEL LEMMES /  
 STEPHAN PACKARD /  
 KLAUS SACHS-HOMBACH (Hrsg.)**  
**Bilder im Aufbruch.**  
 Herausforderungen der  
 Bildwissenschaft  
 2025, 516 S., 70 Abb., 6 Tab.,  
 Broschur  
 ISBN (Print) 978-3-86962-687-1  
 ISBN (PDF) 978-3-86962-688-8



**MARCEL LEMMES**  
**Visuelle Desinformation.**  
 Digitale Bilder zwischen  
 Populismus und Manipulation  
 2025, 368 S., 17 Abb., Broschur,  
 213 x 142 mm, dt.  
 ISBN (Print) 978-3-86962-741-0  
 ISBN (PDF) 978-3-86962-742-7



**KEVIN PAULIKS / JENS RUCHATZ**  
**Bildkritik durch Bilder.**  
 Soziale Medien als Ort  
 einer praxeologischen  
 Medienphilosophie  
 2025, 228 S., 70 Abb., Broschur  
 ISBN (Print) 978-3-86962-649-9  
 ISBN (PDF) 978-3-86962-650-5



**MICHAEL HALLER /  
 WALTER HÖMBERG (Hrsg.)**  
**Der Kampf um die Presse- und  
 Medienfreiheit.**  
 Journalisten als Wegbereiter der  
 Pressefreiheit und Demokratie  
 2026, 2. Auflage, 344 S., 42 Abb.,  
 Broschur, 213 x 142 mm, dt.  
 ISBN (Print) 978-3-86962-719-9  
 ISBN (PDF) 978-3-86962-720-5



**DIETER MERSCH**  
**Kann KI Kunst?**  
 Eine ästhetische Kritik  
 2025, 412 S., 25 Abb., Broschur,  
 190 x 120 mm, dt.  
 ISBN (Print) 978-3-86962-709-0  
 ISBN (PDF) 978-3-86962-710-6



**JOSEPH GARNCARZ**  
**Sehnsucht nach Vergnügen.**  
 Das Kino der DDR zwischen  
 Kontrolle und Freiheit  
 2025, 412 S., 70 Abb., 8 Tab.,  
 Broschur, 213 x 142 mm, dt.  
 ISBN (Print) 978-3-86962-729-8  
 ISBN (PDF) 978-3-86962-730-4



koelner-mediengespraech.de

Journalistikon

Das Wörterbuch der Journalistik  
<https://journalistikon.de>

BLexKom

biografisches lexikon der kommunikationswissenschaft  
[blexkom.halem-verlag.de](https://blexkom.halem-verlag.de)

HERBERT VON HALEM VERLAG

Boisseréstr. 9-11  
 50674 Köln  
 +49-221-92 58 29 0  
[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)  
<http://www.halem-verlag.de>

Online-Jourmale und -Lexika  
<https://journalistik.online>  
<https://www.journalistikon.de>  
<https://blexkom.halem-verlag.de>  
<https://www.rkm-journal.de>

Unsere Neuerscheinungen finden Sie auch als  
 E-Books auf <https://www.halem-verlag.de>. Bestel-  
 lungen ab 20,00 EUR versandkostenfrei innerhalb  
 Deutschlands.

Der Herbert von Halem Verlag steht für Qualität  
 im wissenschaftlichen Publizieren. Wir haben Ihr  
 Interesse geweckt? Dann schreiben Sie uns unter:  
[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)