

# drehscheibe+

herausgegeben von der Bundeszentrale für politische Bildung

**Nr. 9** [www.drehscheibe.org](http://www.drehscheibe.org)

## + *Und ewig grüßt der Landrat*

Arbeitsheft zum  
Modellseminar des  
Lokaljournalistenprogramms  
der bpb

+ 



### VORWORT

#### Gegen die Tristesse

Besser über Kommunalpolitik berichten



### KOMMUNALPOLITIK

#### Was Leser interessiert

Paul-Josef Raue fordert einen neuen Politikbegriff im Lokalen



### NÄHE UND DISTANZ

#### Die Spannung aushalten

Ekkehard Rüger berichtet aus seiner Alleinredaktion



### KREATIVITÄT

#### Rockende Geschichten

Gabi Pfeiffer plädiert für mehr Freude am Schreiben



### RECHERCHE

#### Vertrauenssache

David Schraven erläutert, wie Blogs beim Recherchieren helfen können



### RECHT

#### Offensiv nutzen

Stefan Petermeier klärt über das Auskunftsrecht auf



### GESPRÄCH

#### Nötiger Austausch

Der Kölner Oberbürgermeister über den schwierigen Umgang mit Journalisten



### IDEEN

#### Für die Praxis

Anregungen aus den verschiedenen Arbeitsgruppen

## Der Tristesse entkommen

Ideen, wie Lokalredaktionen ihre Berichterstattung über die Kommunalpolitik verbessern können.

2

### Die Leiter

Johann Stoll, Redaktionsleiter der *Mindelheimer Zeitung*, und Marc Rath, verantwortlicher Regionalredakteur der *Altmark Volksstimme*, leiteten gemeinsam das Modellseminar.



### Kontakt

Johann Stoll  
Johann.Stoll@mindelheimer-zeitung.de  
Tel. 08261 – 99 13 22



Marc Rath  
Marc.Rath@volksstimme.de  
Tel. 03931 – 638 99 20

Politik ist, wenn Politiker sich streiten. Diesem engen Politik-Begriff huldigen viele Journalisten im Lokalen, sagt der Chefredakteur der *Thüringer Allgemeinen*, Paul-Josef Raue. Kommunalpolitik ist so gesehen, wenn Gemeinde- und Stadträte Bundestag nachspielen.

Kommunalpolitik in der Lokalzeitung wäre ein Nachbeten all dieser Debatten. Dass das für die Leser wenig spannend ist und kaum Relevanz für sie hat, liegt eigentlich auf der Hand.

Wie es anders geht, darüber haben 35 Lokaljournalistinnen und -journalisten aus ganz Deutschland auf dem Modellseminar „Und ewig grüßt der Landrat“ in der Theodor-Heuss-Akademie in Gummersbach nachgedacht. Das Seminar fand im Rahmen des Lokaljournalistenprogramms der Bundeszentrale für politische Bildung statt.

### Tipps von Praktikern

Wie können Lokalredakteure interessante Geschichten in ihrer Stadt entdecken jenseits lästiger Chronistenpflicht? Wie lassen sich diese Geschichten spannend erzählen für Print, Online und Mobile? Wie können Lokalredaktionen das Gespräch zwischen Kommunalpolitik und Bürgern moderieren?

Wichtige Impulse kamen von großartigen Referenten. Ekkehard Rüter, Lokalredakteur der *Westdeutschen Zeitung* in Burscheid, warb fürs Dranbleiben, fürs Überwinden der eigenen Bequemlichkeit, für Haltung und Fairness. Stefan Petermeier, Jurist der Ippen-Verlagsgruppe, ermunterte die Lokaljournalisten, ihre Recherchemöglichkeiten auch zu nutzen. Die Rechtsprechung gerade in jüngster Zeit sei sehr pressefreundlich.

Gabi Pfeiffer, freie Journalistin aus Fürth, machte Lust auf überraschende

Geschichten, die Spaß machen. Oder David Schraven. Der frühere Leiter des Ressorts Recherche bei der Funke-Mediengruppe (*WAZ*) warb für anonyme Briefkästen, um an brisante Geschichten zu kommen.

Last, but not least Altmeister Paul-Josef Raue. Jeder Journalist müsse sich drei Basisfragen stellen, so der Chefredakteur aus Erfurt: Was ist meine Aufgabe? Für wen mache ich das? Warum mache ich das? Informieren, kontrollieren, kommentieren im Interesse der Leser, damit diese Demokratie stark bleibt, so sein Credo.

Herausgekommen sind zahlreiche konkrete Ideen, wie Lokalredaktionen ihre Berichterstattung über Kommunalpolitik verbessern können. Diese hat Dokumentarist Volker Dick in diesem Arbeitsheft zusammengetragen.

Viel Vergnügen bei der Lektüre wünschen Marc Rath, Johann Stoll und Berthold L. Flöper!

Text: Johann Stoll

## Die Augen offen halten

Politik interessiert die Leser, wenn es um Veränderungen in ihrer Umgebung geht, meint Paul-Josef Raue.

3

**Paul-Josef Raue** wurde 1950 geboren. Er studierte Philosophie und war Absolvent des ersten Jahrgangs der Hamburger Journalistenschule. Er übernahm Chefredakteurposten in Marburg (*Oberhessische Presse*), in Frankfurt (*Frankfurter Neue Presse*), Magdeburg (*Volksstimme*) und Braunschweig (*Braunschweiger Zeitung*). Seit 2009 ist er Chefredakteur der *Thüringer Allgemeinen* in Erfurt. Gemeinsam mit Wolf Schneider verfasste er das Standardwerk „Das neue Handbuch des Journalismus“.



### Kontakt

chefredaktion@thueringer-allgemeine.de  
Tel. 0361 – 227 51 01

„Ich glaube, dass allein der Begriff Kommunalpolitik viele Leser abschreckt“, sagt Paul-Josef Raue, Chefredakteur der in Erfurt erscheinenden *Thüringer Allgemeinen*. Warum? Seiner Ansicht nach stimmt etwas mit dem Politikbegriff nicht, dem auch Journalisten folgen. „Wir müssen uns von der Idee trennen, überall Klein-Berlin spielen zu wollen. Politik wird erst richtig spannend, wenn es um die Sache geht.“

Wer sich daran orientiert und seinen Kurs entsprechend ändert, wird möglicherweise zunächst Gegenwind spüren. Raue rät, an der eigenen journalistischen Haltung zu arbeiten und sich im Alltag immer wieder drei Basisfragen zu stellen und die dazugehörigen Antworten zu verinnerlichen: „Das macht vieles einfacher.“

### Die drei Basisfragen

1. „Was ist unsere Aufgabe?“ Journalisten sollen informieren, kontrollieren und kommentieren und somit den Menschen die Möglichkeit geben, sich ihre eigene Meinung zu bilden.

2. „Für wen machen wir das?“ Für die Menschen, auch für die, die keine Zeitung kaufen. Die Möglichkeiten dazu gibt Artikel 5 des Grundgesetzes. Raue sagt: „Es ist spannend, die Protokolle des Parlamentarischen Rates durchzulesen, um zu sehen, warum die Verfasser des Grundgesetzes die Festschreibung von Meinungs- und Pressefreiheit wollten.“

3. „Warum machen wir das?“ Damit diese Demokratie stark bleibt und so etwas wie die Machtübernahme durch Nationalsozialisten nie mehr passiert.

### Der B-Plan als Hit

Den Politikbegriff fasst der Chefredakteur der *Thüringer Allgemeinen*

weit. Wird beispielsweise ein Hotel neu gebaut, fällt auch das darunter – zwar nicht der Akt des Bauens, aber die Vorgeschichte; so wird der für ein solches Projekt grundlegende Bebauungsplan in politischen Gremien beschlossen. „Die Menschen interessieren sich immer für Veränderungen in ihrer Umgebung“, betont Raue, „wenn Sie darüber schreiben, wird das gelesen.“ Sein wichtigster Rat lautet also: die Augen offen halten, bemerken, wo sich etwas verändert und nachhaken oder schon im Vorfeld aufmerksam sein und auf Entscheidungen achten, die in ihrer Konsequenz das Lebensumfeld der Menschen beeinflussen. „Insofern ist der Bebauungsplan ein Hit“, meint Raue.

### Großes Interesse an Wahlen

Was er in Sachen Politikberichterstattung im Lokalen empfiehlt, fußt auf Erfahrung und aktuellen Leserbefragungen unter den Abonnenten der *Thüringer Allgemeinen* in Gotha: „Selbst 100 Leser sind besser als fünf Rotweinfreunde am Abend.“ Auf diese Weise zeigt sich unter anderem, dass etwa Porträts von Jungpolitikern kein Allheilmittel für die Lesequote darstellen – sondern im Gegenteil wenig Aufmerksamkeit erzielen. Großes Leserinteresse versprechen dagegen Wahlen an sich. Raue rät:

- „Es gibt nichts, was Leser mehr interessiert als eine Wahl – man kann nicht früh genug mit der Berichterstattung darüber anfangen.“ Immer wieder erklärenswert: das Prozedere einer Wahl; die wachsende Zahl der Briefwähler erwartet frühzeitige Informationen.

- An Tagen nach der Wahl steigen die Lesequoten; offenbar sind auch Leute an den Ergebnissen interessiert, die nicht im Wahllokal waren.

... Fortsetzung von Seite 3

4

### Zum Nachlesen

Zahlreiche Artikel im Archiv der *drehscheibe* befassen sich mit Kommunalpolitik. Schauen Sie doch mal rein:

[www.tinyurl.com/meagzqx](http://www.tinyurl.com/meagzqx)

- Es gibt ein Bedürfnis der Leserschaft, etwas über die junge Generation zu erfahren; insofern stoßen Texte über junge Leute im Zusammenhang mit Wahlen auf Interesse.

- Überschriften nachrichtlich formulieren, um Leser anzuziehen.

- „Zahlen sind ein Killer“: Bei zu vielen davon steigen die Leser aus; Bedeutung erhalten sie dann, wenn sie in Relation gesetzt werden.

### Weitere Empfehlungen

Unabhängig vom Thema Wahlen empfiehlt Raue für die Politikberichterstattung:

- Leser immer wieder mit aktuellen Themen konfrontieren; das Interesse lässt nicht nach, denn die Leute erwarten eine Lösung. Zudem lesen 20 bis 25 Prozent der Abonnenten nicht jeden Tag und verpassen dadurch auch Themen.

- Dranbleiben lohnt sich; aus anfangs kurzen Meldungen kann eine Artikelreihe entstehen, die auf das Leserinteresse stößt.

- Sollte die Verwaltungsspitze Informationen verweigern, sind alle rechtlichen Möglichkeiten auszuschöpfen. Raue betont: „Wir haben nicht die Macht, aber wir sind stärker.“

- Keine Scheu vor Kommentaren und Leitartikeln!

Darüber hinaus hält Raue es für wichtig, seinem Bauchgefühl zu folgen und ein Gespür dafür zu entwickeln, was dem Leser in welcher Darstellungsform mitgeteilt werden soll: „Sie müssen die Menschen kennen, für die Sie Zeitung machen. Wenn man merkt, dass die Leute über etwas

Spezielles sprechen, dann treiben Sie das weiter!“ Schließlich kommt es laut Raue ebenfalls darauf an, die geeigneten Kollegen auf ein bestimmtes Thema anzusetzen und dann eine Reportage auch richtig im Blatt zu platzieren: „Sie versündigen sich an Ihren Reportern, wenn Sie eine Reportage auf Seite eins setzen – dort wollen die Menschen Nachrichtliches lesen.“

### Weg vom Schreibtisch!

Vor allem aber rät er, den Schreibtisch zu verlassen. Die Erfurter Lokalredaktion hat eigens jemanden abgestellt, der in der Stadt unterwegs ist, beobachtet, was passiert, und darüber berichtet, sagt Paul-Josef Raue: „Ich halte es für enorm wichtig, das Telefon mal beiseitezuschieben und rauszugehen!“

Text: Volker Dick

## Die Spannung dahinter

Wie kann das Dranbleiben an Themen im Minenfeld von Nähe und Distanz funktionieren? Antworten von Alleinredakteur Ekkehard Rüger. 5

### Ekkehard Rüger

wurde 1965 geboren. Nach einem Sportstudium in Köln mit dem Schwerpunkt Sportpublizistik absolvierte er ein Volontariat bei der *Westdeutschen Zeitung* in Düsseldorf. Seit 1994 arbeitet er dort als Lokalredakteur, seit 1996 in der Funktion als Alleinredakteur der Lokalausgabe *Bergischer Volksbote* in Burscheid. Im Jahr 2007 wurde er für eine lokale Enthüllungsgeschichte mit dem Wächterpreis der Tagespresse ausgezeichnet (3. Preis).



### Kontakt

ekkehard.rueger@wz.de  
Tel. 02174 – 604 67

Er nennt sich selbst „Landei aus der kleinsten Redaktion, die sich denken lässt: eine Ein-Mann-Redaktion“. Dabei zeigt Ekkehard Rüger in seinem Arbeitsalltag als Alleinredakteur des *Bergischen Volksboten*, wie man trotz schwieriger Bedingungen journalistisch arbeiten kann – im Minenfeld von Nähe und Distanz. Seit fast 18 Jahren gestaltet er diese Lokalausgabe der *Westdeutschen Zeitung* in Burscheid bei Leverkusen. Dabei pflegt er das Dranbleiben als innere Haltung, und das, obwohl er mitten im lokalen Geschehen steckt. Denn als Ehemann einer der örtlichen Pfarrfrauen und als Prädikant der Evangelischen Kirche dürfte es doppelt schwerfallen, saubere Grenzen zu ziehen und ein journalistisches Ethos aufrechtzuerhalten.

### Gegenüber im Blick

„Mein jahrelang gepflegter Distanzschutz des Siezens bricht immer mehr in sich zusammen“, bekennt er und fügt an: „Wenn sich in Burscheid für mich Gegenwind ergibt, dann ist er inzwischen sehr schnell auch persönlicher Art.“ Was den Wächterpreisträger allerdings nicht daran hindert, Vorgänge kritisch zu hinterfragen und darüber zu schreiben. Warum der Umgang mit Beteiligten am Ort deswegen trotzdem nicht nachhaltig gelitten hat, führt er vor allem auf zwei Punkte zurück:

- In der Lokalberichterstattung sollte man sich um eine differenzierte Darstellung bemühen und die eigentlich selbstverständliche Tugend pflegen, auch der Position der kritisierten Seite genügend Raum zu geben.
- Lokaljournalisten sollten darauf verzichten, den Stammtisch zu bedienen und Menschen gnadenlos vorzuführen; gerade das öffnet auf dem Land

die nötigen Freiräume, um Kritik zu formulieren, ohne damit für alle Zeiten unüberbrückbare Gräben aufzureißen.

### Die Eichhörnchentaktik

Sein Vorgehen bezeichnet Ekkehard Rüger auch als eine Form des „Dranbleibens für Arme“, worunter die von ihm so genannte „Eichhörnchentaktik“ fällt: immer mal wieder eine Nuss einzusammeln, wenn sie einem begegnet. Im Klartext: Informationsschnipsel finden und sortiert aufbewahren. „Irgendwann kommt man damit auch über den Winter. Oder anders gesprochen: So lassen sich auch unter schwierigen Arbeitsumständen komplexe Themen angehen.“

Dazu gehören Geschichten, bei denen Journalisten ihren eigenen, möglicherweise über Jahre gesammelten Eindrücken vertrauen müssen. „Denn die großen, spannend zu lesenden Hintergrunderzählungen aus den Politikteilen der *Zeit* oder der überregionalen Tageszeitungen können wir auch in der letzten Lokalklitsche ab und an leisten, wenn wir nur in der Lage sind, vom täglichen Klein-Klein zurückzutreten, und den Mut haben, größere Bögen zu schlagen.“

Das Vorgehen ähnelt einem Puzzlespiel: Irgendwann passen die gesammelten Einzelteile, die „Nüsse“, zusammen, und es wird eine Geschichte daraus. Rügers Vorschlag: tagesaktuelles Geschehen ein bisschen öfter in den großen Zusammenhang des eigenen Erfahrungsschatzes stellen. Und: „Manchmal kann schon das Dranbleiben in Form einer spießig-sorgfältig geführten Wiedervorlage zum journalistischen Erfolg führen.“

Ekkehard Rüger hat fünf Thesen aufgestellt, die er für richtungsweisend hält, wenn es um das Dranbleiben geht.

... Fortsetzung von Seite 5

6

### Rügers fünf Thesen

#### 1. Dranbleiben ohne Haltung geht kaum.

Eine journalistische Haltung haben wir alle. Aber ich kann mir zumindest unter unseren grundgesetzlich geschützten Rahmenbedingungen hier in Deutschland kaum eine härtere Bewährungsprobe dafür vorstellen als in dem engen Beziehungsgeflecht einer Kleinstadt, in der man als einziger Redakteur seit vielen Jahren arbeitet. Gerade weil ich all die kleinen, alltäglichen Verlockungen kenne, Konflikten aus dem Weg zu gehen, und ihnen auch oft genug erlegen bin, werde ich nicht müde, dafür zu werben: Arbeiten Sie täglich an Ihrer Haltung. Das gilt orthopädisch wie berufsethisch.

#### 2. Dranbleiben ohne Fairness ist Murks.

Wann schlägt unsere Hartnäckigkeit in Selbstgerechtigkeit um? Wann wird unser Jagdinstinkt zynisch, menschenverachtend? Die Grenze lässt sich nicht genau markieren, aber dass unser Berufsstand sie dauernd überschreitet, ist einer der Sargnägel für seine Zukunft. Nirgendwo besser als im Lokalen erleben wir tagtäglich, welche Folgen unsere Berichterstattung für die Menschen hat, die von ihr betroffen sind. Und in Zeiten, in denen Menschen aus der evangelischen Kirche austreten, weil in der katholischen Kirche ein Bischof in Limburg Geld für einen Protzbau verschwendet, dürfen auch wir Medien nicht auf eine allzu große Bereitschaft des Publikums zur Differenzierung hoffen.

#### 3. Dranbleiben an Volkes Stimme tut weh.

Seit Jahren wird von uns Bereitschaft zum Dialog gefordert – Dialog mit den Lesern wie mit den Usern. Runter vom hohen Ross, von der Schwarm-

intelligenz lernen, statt die eigenen Dünkel pflegen. Aber die Wahrheit ist auch: Es gibt nicht nur eine Schwarmintelligenz, sondern auch eine Schwarmdummheit, -gehässigkeit, -unbelehrbarkeit. Burscheid hat zu den ersten Redaktionen mit einer Facebook-Präsenz gehört. Als Stimmungsbarometer und Anregung für inzwischen zahllose Geschichten kann ich darauf nicht mehr verzichten. Aber der Preis ist hoch: Wie viel hanebüchener und dabei zeitfressender Unsinn mitunter meine Aufmerksamkeit bindet, ist nach wie vor unfassbar. Da scheint es mir bisweilen doch gesünder und effektiver, bei bestimmtem Gegenwind im Netz auf Durchzug zu schalten.

#### 4. Dranbleiben ist kein Mythos.

Eichhörnchentaktik, die spießige Neigung zu penetranter Wiedervorlage, das verlässliche Netzwerk an Informanten, in dem gegenseitiges Vertrauen herrscht, sodass manche selbst heikle Recherchen schon mit wenigen Anrufen erledigt sind. So etwas funktioniert nicht von heute auf morgen und Vertrauen kann sehr schnell zerstört werden. Journalistische Hartnäckigkeit scheitert manchmal eher an unserer Bequemlichkeit als an schwierigen Umständen. Und wenn wir sorgfältig sind, wenn also die Fakten stimmen, dann können wir den Gegenwind auch gelassener ertragen.

#### 5. Der Gegenwind könnte recht haben.

Ich bin ziemlich überzeugt, in einer nach oben offenen Mimosen-Skala rangieren wir Journalisten auf einem ziemlichen Spitzenplatz. Ich weiß, wir besitzen eine sensationelle Auffassungsgabe. Und natürlich ist jede zögerliche oder gar verweigerte Auskunft nur ein weiteres Indiz für den zweifellos größten Skandal aller

... Fortsetzung von Seite 6

7

Zeiten. Ein aus der Hüfte geschossener Kommentar zu jedem Thema, für das wir wenigstens 20 Minuten Zeit hatten, ist nie ein Problem. Ich frage mich bloß: Warum habe ich in meinem nun schon 21 Jahre währenden Berufsleben dann so viel Blödsinn in Zeitungen gelesen? Und warum habe ich manches davon leider selbst verfasst? Wenn uns Gegenwind ins Gesicht bläst, sind unsere Reihen schnell geschlossen. Und die Pressefreiheit ist ohnehin unser liebster Abwehrschild. Aber könnte es nicht manchmal auch sein, dass die Empörung, die uns entgegenschlägt, berechtigt ist? Ab und zu täte es uns und unserer Glaubwürdigkeit vielleicht gut, den Gegenwind ernst zu nehmen.

#### Fazit

Bei allem Anspruch übersieht Rüger nicht seine eigenen Defizite, die Gelegenheiten, bei denen er versäumt hat, nachzuhaken: „Aber immerhin gut, wenn uns diese Versäumnisse überhaupt bewusst sind. Dann haben wir wenigstens das Gespür noch nicht dafür verloren, wie spannend es nach dem ersten Eindruck zugehen kann.“

Text: Volker Dick



## Geschichten, die rocken

Die freie Journalistin Gabi Pfeiffer gibt Tipps, wie es sich spielerischer und kreativer an Themen herangehen lässt.

8

### Gabi Pfeiffer

wurde 1965 geboren. Sie studierte Theaterwissenschaft, Soziologie und Psychologie. Nach dem Magister und Volontariat arbeitete sie bis 2010 als Redakteurin in verschiedenen Lokalredaktionen der *Nürnberger Nachrichten*. Seit 2011 ist sie freie Journalistin, seit 2003 stellvertretende Vorsitzende des Presseclubs Nürnberg.



### Kontakt

post@gabipfeiffer.com  
Tel. 0911 – 741 90 97

Kommunalpolitik: Der Begriff umfasst nicht nur Rats- und Ausschusssitzungen oder Wahlen. Kommunalpolitik zeigt sich an vielen Stellen des täglichen Lebens. Und wenn der Begriff weit gefasst wird, bietet auch dieses Thema Möglichkeiten, neue Perspektiven zu wählen und anders an Geschichten heranzugehen – spielerischer, bunter, kreativer.

Gabi Pfeiffer, langjährige Redakteurin der *Nürnberger Nachrichten* und nun freie Journalistin, will den Blick öffnen für andere Herangehensweisen. Schöpferisch umgesetzt, füllt sich das Blatt mit attraktiven Beiträgen, die vor allem die Leser freuen. Aber nicht nur die; für Pfeiffer sind Geschichten, die Spaß machen, auch attraktiv für die Autoren selbst, weil sie

- etwas Neues entdecken,
- den Blick auf die Welt verändern und erweitern,
- sich damit selbst motivieren
- und weil die Kreativität geweckt wird.

### Emotionale Geschichten

„Ich bin überzeugt davon, dass Leser ihre Zeitung nur lieben, wenn sie ihnen neben Information auch Emotion weckt und Unterhaltung bietet“, lautet ihr Credo. „Ich möchte Lokaljournalisten ermutigen, sich selbst und andere immer wieder zu überraschen.“ Wie kann diese Überraschung gelingen? Pfeiffer regt dazu an, nach dem Prinzip „Anders arbeiten“ vorzugehen. Dabei stehen die Buchstaben des Wortes „anders“ für

A – aufregend,  
N – nebensächlich,  
D – doof,  
E – effizient,  
R – rücksichtslos,  
S – sichtbar.

Insgesamt gehe es darum, andere Themen zu finden, andere Formen zu nutzen und andere Herangehensweisen auszuprobieren.

### A wie aufregend

„Hören Sie auf sich und Ihren Bauch“, rät Pfeiffer: „Die Musik spielt da, wo Sie ‚ach‘ denken oder gleich noch mehr wissen wollen oder wenn Sie ärgerlich werden.“ In diesem Zusammenhang empfiehlt sie, nicht nur die Konkurrenzzeitung, sondern auch Bücher, Wissenszeitschriften und anderes zu lesen, das den Horizont erweitert. Was bringt das für die Arbeit in der Lokalredaktion? Sie nennt Beispiele:

- Wenn *Geo* über den Menschen als Laufftier schreibt und einen Wissenschaftler zitiert, der Barfußlaufen als den schonendsten Stil hypft, kann man das lokal beleuchten. Überall gibt es Jogger, vielleicht auch einen Laden, der die entsprechenden Schuhe verkauft, einen Orthopäden, der etwas dazu sagen kann, und vielleicht einen erfolgreichen Sportler.

- Wenn der berühmte Soziologe Richard Sennett über das Handwerk schreibt, kann das Anlass sein, den Zusammenhang von Hand und Hirn in den Mittelpunkt zu stellen und hochspezialisierte Handwerker in Kurzporträts vorzustellen – eventuell verbunden mit einem Schwenker auf die Handwerkspolitik.

- Wenn *Psychologie heute* neue Forschungsergebnisse über das Schlängestehen veröffentlicht, kann man in der Stadt schauen, wo noch Schlange gestanden wird und warum.

Pfeiffers zusätzlicher Tipp: „Lassen Sie sich anregen von anderen Formaten.“ Dazu gehört etwa Moritz von Uslars Reihe „99 Fragen“ im Magazin

... Fortsetzung von Seite 8

9

der *Süddeutschen Zeitung* oder die freche Art zu fragen, wie sie das Comedyduo Erkan und Stefan in ihren Sendungen kultiviert hat.

#### **N wie nebensächlich**

Viele schauen gar nicht mehr genau auf das Alltägliche, weil es vermeintlich langweilig ist. Pfeiffer weist auf TV-Formate hin, in denen mithilfe des Zufalls wahllos ein Ort im Sendegebiet ausgewählt wird, über den es dann zu berichten gilt – eine Methode, die sich ihrer Einschätzung nach auch in der Zeitung realisieren lasse. Die *Westfälische Rundschau* ging in ihrer Serie „Wer wohnt denn da?“ in ein x-beliebiges Wohnviertel, klingelte an den Haustüren und porträtierte die Menschen, die dort leben.

#### **D wie doof**

„Mehr Quatsch in der Zeitung war immer schon meine Devise“, bekennt Pfeiffer. Eine Idee dazu, von ihr bisher nie realisiert, trägt die Überschrift: „Wer hat den größten Vogel?“ Gemeint sind damit die verschieden großen Bundesadler auf den Faxköpfen der regionalen Bundestagsabgeordneten, die ihre Heimatredaktionen immer mit Informationen zu ihrem Wirken in Berlin versorgen.

#### **E wie effizient**

Manchmal muss der Kreativität auf die Sprünge geholfen werden. Pfeiffer lobt zu diesem Zweck strenge Regeln und feste Formate als Hilfsmittel. Das wirkt nicht nur bei der Entfaltung von Fantasie, sondern dient dem Leser außerdem zur Orientierung. Vorbilder könnten sein:

- die Reihe „10 Uhr morgens“ der *Schweriner Volkszeitung*; jeden Morgen um 10 Uhr entstehen dabei Bilder, die zeigen, was gerade in der Stadt geschieht: Kanuten drehen erste Runden, Mütter legen die erste

Pause bei der Hausarbeit ein. Gelegentlich darf ein Termin dabei sein.

- die halbe Stunde an einem bestimmten Ort; was als Aufgabe bei der Volontärsausbildung dient, kann auch darüber hinaus helfen: Reporter sind 30 Minuten im Kaufhaus, am Flughafen, im Großmarkt, schreiben knapp über die Eindrücke – fertig.

- die Methode Fragebogen, angewendet etwa von der *FAZ* und den *Fürther Nachrichten*; dort werden Kulturschaffende gefragt: Wohin führen Sie einen Gast? Was mögen Sie überhaupt nicht? Was schauen Sie sich demnächst an?

Effizient arbeiten bedeutet für Pfeiffer auch, nicht alles selbst machen zu müssen. So könnten Leser aktiviert werden, um wie in der *Zeit* ihre Erinnerungen, Fotos und Meinungen mit anderen zu teilen. Comics und Karikaturen im Blatt wären zum Beispiel möglich, wenn es in der Gemeinde Graffiti-Künstler, Grafiker oder Maler gibt, die so etwas beitragen mögen. „Und warum nicht eine Grundschullehrerin bitten, die schönsten Passagen aus Aufsätzen herauszusuchen?“, fragt Gabi Pfeiffer.

#### **R wie rücksichtslos**

Gerade lokale Wahlen sind Persönlichkeitswahlen. „Seien Sie frech!“, fordert die Journalistin, „statt mal wieder ein braves Porträt zu schreiben, besuchen Sie die Kandidaten daheim, fotografieren Sie deren Statussymbole und lassen Sie sich mit ein, zwei Sätzen erklären, warum der Kandidat gerade so etwas besitzt.“

Ein anderes Thema könnte das Schulesen sein. Eine neunjährige Schottin hat auf einem Blog Fotos von ihrem Schulesen veröffentlicht, um zu zeigen, wie schlecht es ist. Als ihr das verboten werden sollte, ging eine

... Fortsetzung von Seite 9

10

Protestwelle durchs Netz. „Warum das Beispiel nicht aufgreifen und Schüler verschiedener Schulen eine Woche lang ihr Schulessen fotografieren lassen?“, fragt Pfeiffer. Ergänzend könnte kommentiert werden: Was gab's, wie teuer war's, wie hat's geschmeckt? Schulleiter oder Schulverwaltung sollen Stellung nehmen, ein Caterer beschreibt seine Situation – „ich denke, das rockt“, ist Pfeiffer überzeugt.

#### S wie sichtbar

In Bildern denken? Themen ausschließlich optisch bedienen? Pfeiffer zählt Nachahmenswertes auf:

- Herzlich! Auf Fotos tauchen Herzen in verschiedenen Formen auf; Muttertag oder Valentinstag sind geeignete Aufhänger.

- Gesichter der Stadt: Wo sind überall Gesichter versteckt?

- Europaschwein – das Wichtigste in Fakten. Foto eines Schweins, dazu: Wo geboren, wo wie lange gemästet, wie schwer, wann schlachtreif? Wo geschlachtet; in welche Teile zerlegt und verkauft? Preise von unterschiedlichen Teilen; wie zubereitet? Schnitzel im Lokal, Würstchen – wie teuer?

- Roman in Bildern: Der Schriftsteller Elmar Tannert hat als Paketausfahrer gearbeitet und das in seinem Roman beschrieben; die Zeitung hat Orte fotografiert, die darin vorkommen, und die Bilder mit Textauszügen veröffentlicht. Das geht auch mit einem Regionalkrimi.

Text: Volker Dick



## Reine Vertrauenssache

Recherche-Blogs helfen, an Informanten und an brisante Dokumente zu gelangen – auch im Lokalen, davon ist David Schraven überzeugt.

11

### David Schraven

wurde 1970 geboren. Er studierte Slawistik, Politologie und Geschichte an der Universität Bonn. Er arbeitete als freier Journalist, etwa für den WDR, die *Neue Zürcher Zeitung* und *Die Zeit*. 2007 wurde er Wirtschaftsreporter der Welt-Gruppe. Von 2010 bis 2014 leitete er das Recherchesort der Funke-Mediengruppe (*WAZ*). Seit Juli 2014 leitet er das Recherhebüro „Correctiv“, getragen unter anderem von der Essener Brost-Stiftung.



### Kontakt

david.schraven@correctiv.org

Es soll ja Journalisten geben, die zufrieden sind mit dem, was ihnen an Informationen auf den Tisch flattert. Glücklicherweise legen die meisten aber Wert auf ein gewisses Maß an Recherche. Und eine ganze Reihe sucht nach Informationen, die nicht mal eben durch einen Anruf bei der Pressestelle zu bekommen sind. Solche investigativen Recherchen gelten gemeinhin als Qualitätsmerkmal der Großen wie *Spiegel* oder *Stern*. Doch auch im Regionalen und Lokalen öffnen sich trotz eingeschränkter Möglichkeiten mithilfe neuer Medien Wege, an vertrauliche Informationen zu gelangen – etwa durch die Einrichtung virtueller „anonymer Briefkästen“.

David Schraven, der jahrelang das Ressort Recherche der Funke-Mediengruppe leitete, hat sehr gute Erfahrungen gemacht mit dem „Recherche-Blog“, einem Hilfsmittel, das er ausdrücklich auch Lokalredaktionen empfiehlt. „Bei dem Blog handelt es sich im Grunde um ein anonymes Kontaktportal, um mit Leuten in Verbindung treten zu können, die uns Informationen und Unterlagen zur Verfügung stellen wollen“, erläutert er.

### Die Basis

Wesentliche Grundlage für den Erfolg eines solchen Recherche-Blogs sind laut Schraven viele Kontaktmöglichkeiten:

- E-Mail
- Telefon
- Telefax
- Datei-Upload
- Brief

Die Schwelle sollte also möglichst niedrig gehalten und zur Kontaktaufnahme sollten keine unnötigen Hürden aufgestellt werden. Um die Informanten zu schützen, bietet die Essener Funke-Gruppe sowohl einen

verschlüsselten E-Mail-Kontakt als auch einen verschlüsselten Datei-Upload an. Zudem gibt es seitens der Redaktion Hinweise, wie Whistleblower ihre Identität im Netz möglichst wirksam verschleiern können. Empfohlen wird die Tarnung mittels Tor-Systemen, wobei die Buchstaben für „The Onion Router“ stehen. Dieses Netzwerk anonymisiert die Verbindungsdaten schichtweise. Der Sicherheitsstandard beim Upload entspricht dem beim Online-Banking. Hochgeladen werden können Daten der unterschiedlichsten Formate:

- PDF
- Excel
- Word
- Power-Point-Präsentationen
- SQL und andere Datenbanksysteme
- Filme
- Audio

Beim Upload verschlüsselt das System die Daten zusätzlich – nur das Recherche-Team verfügt über den nötigen Code zur Entschlüsselung. Selbst wenn Dateien also in die falschen Hände geraten sollten, lassen sie sich nicht öffnen, werden dadurch gleichsam wertlos. Was technisch sehr aufwendig klingt, lässt sich nach Auskunft von Schraven mit überschaubarem Aufwand realisieren: Die einmalige Einrichtung kostet rund 3.000 Euro, die monatliche Unterhaltung 50 Euro. Natürlich kann jede Redaktion entscheiden, welcher technische Aufwand für das gewünschte Ziel nötig ist. Wer allerdings Wert auf brisante Dokumente legt, deren Weitergabe auch strafrechtlich verfolgt werden könnte, kommt um ein mehrfach abgesichertes System nicht herum. So nutzte die Essener Recherche-Redaktion beispielsweise virtuelle Server im Ausland, die alle paar Monate umziehen – was etwaige Ermittlungen der deutschen Staatsan-

... Fortsetzung von Seite 11

12

**Zum Nachlesen**

Im Archiv der *drehzscheibe* finden Sie jede Menge weiterer Artikel zum Thema Recherche:

[www.tinyurl.com/qenuqjx](http://www.tinyurl.com/qenuqjx)

waltschaft oder Nachforschungen von Geheimdiensten entsprechend erschwert.

**Fischer werden**

Die Technik kann jedoch noch so komplex sein, wenn die Informanten den Blog erst gar nicht finden oder sich nicht angesprochen fühlen, nützt sie nichts. Schraven wählt Begriffe aus dem Anglervokabular, um das Prinzip zu erläutern. Beim „Zielfischen“ geht es darum, Dokumente aus bestimmten Themengebieten an Land zu ziehen. Dazu bedarf es entsprechender Köder, die den Fischen – sprich Informanten – natürlich schmecken müssen. Schraven nennt mit dem Themen-Blog [fußballdoping.de](http://fußballdoping.de) ein herausragendes Beispiel. Das Blog wurde zunächst mit reichlich Material gefüllt, und wer im Netz nach Informationen über Doping im Fußball sucht, landet inzwischen schnell auf diesen Seiten. Das lockt auch mögliche Informanten an. „Die denken dann: Hey, die kümmern sich, die können bestimmt mal einen Tipp gebrauchen“, erläutert Schraven die Wirkung. „Auf diese Weise haben wir viele Informanten gefunden und uns ein europaweites Netz zum Thema aufgebaut.“

**Praxisbeispiel Bauvorhaben**

Das kann im Grunde genauso gut lokal funktionieren. Wenn eine Redaktion beispielsweise recherchieren will, ob beim Bau eines neuen Einkaufszentrums alles mit rechten Dingen zugeht, könnten die Schritte folgende sein:

1. Einrichten eines Blogs beziehungsweise Einrichten eines neuen Themas im bestehenden Blog; hier: Bau des Einkaufszentrums;

2. Einstellen von redaktionellen Beiträgen rund um das Bauprojekt, etwa einer Timeline, verbunden mit

3. dem Aufruf (auch in der Zeitung), vertrauliche Informationen zur Verfügung zu stellen und dem Hinweis auf die bereitstehenden technischen Zugangskanäle;

4. eventuell eintreffende anonyme Auskünfte prüfen, gegebenenfalls Informanten bitten, zu bestimmter Frage mehr zu liefern;

5. nach Recherche und Gegenrecherche entsprechend Beiträge veröffentlichen; diese können weitere Entwicklungen nach sich ziehen und zusätzliche Informanten locken.

**Keine Selbstläufer**

Ein Recherche-Blog dient aber nicht nur zum „Zielfischen“, es eignet sich auch als allgemeine Einladung an Informanten, Dokumente zu beliebigen Themen einzustellen. Selbstläufer sind die Blogs aber nicht, warnt Schraven: Persönliche Ansprechpartner aus der Redaktion müssten Vertrauen aufbauen, Kontakte pflegen und intensivieren. Außerdem gehe es in der Regel nicht darum, eine schnelle Geschichte umzusetzen. „Beiträge entstehen vielleicht erst in ein paar Jahren, hier geht es um das Brot von morgen“, betont Schraven, „es lohnt sich aber total, etwa wenn man zaudernde Informanten gewinnen will.“

Text: Volker Dick

## Rechte offensiv nutzen

Gerichte entscheiden oft pressefreundlich, wenn es um Auskunftsansprüche geht, sagt der Jurist Stefan Petermeier.

13

**Stefan Petermeier** wurde 1976 geboren. Er hat Rechtswissenschaften in München studiert, seit September 2001 ist er Mitarbeiter in der Rechtsabteilung des *Münchner Merkurs*. Er ist Syndikusanwalt für die Ippen-Verlagsgruppe mit Schwerpunkt im Medienrecht.



### Kontakt

stefan.petermeier@merkur-online.de  
Tel. 089 – 530 69 79

Jeder weiß, dass es sie gibt, aber die Frage danach, wo genau sie verläuft, löst immer wieder Zweifel aus: die rote Linie zwischen journalistisch Erlaubtem und straf- oder zivilrechtlich Relevantem. Stefan Petermeier, Hausjurist des *Münchner Merkurs*, zeigt die Rechte und Grenzen der Recherche auf und stellt klar: Nicht alles, was Journalisten wissen, dürfen sie auch schreiben. Denn seiner Erfahrung nach entstünden die meisten Probleme nicht bei der Informationsbeschaffung, sondern vor allem bei der Verwertung von Wissen.

### Auskunftsansprüche

Geht es um Auskunftsansprüche von Journalisten gegenüber Behörden, würden die Gerichte laut Petermeier oft sehr pressefreundlich entscheiden. Er weist darauf hin, dass die rechtlich verbrieften Ansprüche auch gegenüber kommunalen Unternehmen wie Energieversorgern und Stadtwerken gelten würden – wenn die Gemeinden darin maßgeblichen Einfluss ausüben. Der Jurist rät Journalisten, die Rechte offensiv einzufordern und sich von ablehnenden Bescheiden der Behörden nicht entmutigen zu lassen: „Viele der Begründungen sind juristisch nicht haltbar.“ Geregelt ist der presserechtliche Informationsanspruch in den Landespressegesetzen, etwa in Paragraph 4 des LPGes Nordrhein-Westfalen: „Die Behörden sind verpflichtet, den Vertretern der Presse die der Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgabe dienenden Auskünfte zu erteilen“, heißt es da. Anspruchsberechtigte sind

- Redakteure,
- freie Journalisten,
- Verleger,
- Herausgeber.

Im Zweifel hilft der Presseausweis. Ansprechpartner sind die Behördenleiter oder Pressesprecher. In manchen Fällen können Auskünfte jedoch verweigert werden, nämlich dann, wenn

- ein schwebendes Verfahren beeinträchtigt werden könnte,
- Geheimhaltungsvorschriften entgegenstehen (Staats- oder Datengeheimnisse),
- ein überwiegendes öffentliches oder schutzwürdiges privates Interesse vorliegt (z. B. wegen Persönlichkeitsrecht und Eingriff in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb),
- der Umfang unzumutbar erscheint.

„Solange der Behördenbetrieb nicht zusammenbricht, trifft der letzte Punkt nie zu“, sagt Petermeier. Er empfiehlt, eine angemessene Frist zu setzen, die im Tageszeitungsbereich „durchaus sportlich ausfallen“ und beispielsweise 24 Stunden betragen kann. Und schutzwürdige Interessen? Die seien schnell berührt, wobei auch hier die Rechtsprechung tendenziell pressefreundlich entscheide. Von Gerichten positiv beschieden wurden beispielsweise die Ersuchen nach

- Auskunft über die Höhe der Sitzungsgelder der Aufsichtsratsmitglieder eines kommunalen Energieversorgungsunternehmens,
- Auskunft gegenüber einer kommunalen Betreibergesellschaft (GmbH) über die Besucherzahlen von Freibädern,
- Auskunftserteilung einer Gemeinde über Zahl und Namen der Neueinstellungen, die besetzten Funktionen und die Zahl der Bewerber.

... Fortsetzung von Seite 13

14

**Zum Nachlesen**

Über interessante aktuelle Fälle rund um das Presserecht informieren Sie die Experten der *drehscheibe* regelmäßig in unserer Printausgabe. Hier können Sie die Artikel online nachlesen:

[www.drehscheibe.org/presserecht.html](http://www.drehscheibe.org/presserecht.html)

Weitere Informationsansprüche von Journalisten gegenüber Behörden führen auf

- dem Informationsfreiheitsgesetz,
- dem Umweltinformationsgesetz,
- dem Verbraucherinformationsgesetz,
- dem Zugang zu amtlichen Registern (unternehmensregister.de; handelsregister.de; insolvenzbekanntmachungen.de; Grundbucheinsicht).

Der Informationsbeschaffung sind aber auch Grenzen gesetzt. Nicht gestattet ist es beispielsweise, ein Telefongespräch heimlich aufzuzeichnen – es liegt eine Verletzung der Vertraulichkeit des Wortes vor. Auch wer unbefugt Fotos in Privaträumen aufnimmt oder solche Fotos verbreitet, macht sich strafbar; der sogenannte „Paparazzi-Paragraf“ im Strafgesetzbuch schützt die „Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs durch Bildaufnahmen“. Natürlich gilt das Briefgeheimnis weiterhin, genauso wie das Verbot, Daten von fremden Rechnern auszuspähen.

Auch der Straftatbestand des Hausfriedensbruchs könnte Journalisten treffen – etwa dann, wenn sie nach einem Wohnungsbrand Fotos der Zimmer veröffentlichen; was zwar die Feuerwehr gestattet haben mag, nicht aber der Bewohner. Verboten ist überdies das Abhören von Feuerwehr- und Polizeifunk.

Legal erlangte Informationen können selbstverständlich genutzt werden, solange diese Nutzung nicht strafrechtliche Grenzen überschreitet. Das wäre in folgenden Punkten der Fall:

- Verleumdung – allerdings kann es hier aufgrund der Wahrnehmung berechtigter Interessen eine Abwägung

geben, etwa im Rahmen einer zulässigen Verdachtsberichterstattung,

- Beleidigung,
- der unerlaubten Verbreitung von Bildnissen,
- verbotener Mitteilungen über Gerichtsverhandlungen: Aus Ermittlungsakten darf nie vor einer Verhandlung wörtlich zitiert werden; gestattet sind lediglich Beschreibungen in eigenen Worten.

„Wenn jemand auf Facebook ein Foto einstellt, räumt er damit noch lange nicht anderen das Recht ein, dieses Foto zu nutzen“, warnt der Jurist. Eine Möglichkeit eröffnet das Zitatrecht, das die Verwendung eines Screenshots erlaubt – jedoch auch nur dann, wenn sich der zugehörige Text genau auf das Foto bezieht. Eine Nutzung lediglich zur Illustration deckt das Zitatrecht nicht. Unproblematisch ist eine Bildveröffentlichung, wenn

- es um Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte geht,
- es sich um Bilder handelt, auf denen Personen nur Beiwerk sind,
- es Bilder von Versammlungen, Aufzügen et cetera sind,
- es Bilder sind, deren Verbreitung einem höheren Interesse der Kunst dient.

In allen anderen Fällen ist eine Veröffentlichung nur mit Einwilligung der Betroffenen möglich. Besondere Vorsicht sollten Journalisten walten lassen beim Verbreiten von Fotos, auf denen Kinder zu sehen sind. Ohne besondere Erlaubnis können laut Stefan Petermeier lediglich Bilder veröffentlicht werden,

... Fortsetzung von Seite 14

15

- auf denen beispielsweise eine Schulaufführung zu sehen ist oder

- auf denen viele Kinder gleichberechtigt abgebildet sind.

Nicht jeder Zweifel lasse sich immer gleich eindeutig klären, sagt Petermeier, oft seien Fingerspitzengefühl und Erfahrung hilfreich – mittlerweile auch, wenn es um Prominente gehe: „Früher mussten sich Personen der Zeitgeschichte so ziemlich alles gefallen lassen, heute gilt es, in jedem Fall eine umfassende Abwägung vorzunehmen, an deren Ende dennoch häufig eine Bauchentscheidung steht.“

Text: Volker Dick



## „Journalisten sind nicht gewählt“

Im Kamingespräch skizziert der Kölner Oberbürgermeister Jürgen Roters Probleme im Umgang mit Pressevertretern.

16

**Jürgen Roters,** Jahrgang 1949, studierte Rechtswissenschaften. Nach seiner Zeit als Kölner Polizeipräsident zwischen 1994 und 1999 übernahm er das Amt des Kölner Regierungspräsidenten. Seit 2009 ist er Oberbürgermeister von Köln.



### Kontakt

Über die Pressestelle der Stadt:  
oberbuergemeister@stadtkoeln.de  
Tel. 0221 – 22 12 64 87  
(Gregor Timmer)



### Joachim Braun

war ab 1997 Redaktionsleiter des *Tölzer Kuriers* in Bad Tölz, ehe er 2011 Chefredakteur des *Nordbayerischen Kuriers* in Bayreuth wurde.

### Kontakt

joachim.braun@kurier.tmt.de  
Tel. 0921 – 29 41 70

Schnelle Schlagzeilen interessieren den Kölner Oberbürgermeister Jürgen Roters nicht. Dennoch weiß er um die Wirkung von Medien. „Die Menschen sind über Schlagzeilen der Boulevardpresse erreichbar und werden dadurch geprägt, erst recht, weil immer weniger Zeitung gelesen wird“, sagt er im Gespräch mit Joachim Braun, dem Chefredakteur des in Bayreuth erscheinenden *Nordbayerischen Kuriers*. Braun will von seinem Gegenüber beim Kaminabend des Seminars „Und ewig grüßt der Landrat“ vor allem wissen, welche Haltung Roters gegenüber Journalisten einnimmt. Die Antwort des Oberbürgermeisters fällt zwiespältig aus. Großen Respekt hegt er für die Fähigkeiten vieler Journalisten, selbst komplizierteste Themen verständlich erklären zu können: „Das schätze ich sehr. Was ich aber nicht mag, ist ein bestimmtes Maß eines nicht ehrlichen Umgangs miteinander. Besonders dann, wenn man merkt, dass da einer seine Story schon im Kopf hat und man offensichtlich nicht das sagt, was der hören will – dann hat man keine Chance.“

### Zeitung versus Politik

Gelegentlich beschwert sich der 65-Jährige in solchen Fällen bei einer Redaktion – zwei- bis dreimal im Jahr, sagt er. Beispielsweise brachte ihn eine Reportage der *Süddeutschen Zeitung* auf die Palme: Die *SZ* hatte auf Seite drei ein Porträt Kölns gezeichnet, das wenig positiv ausgefallen war, fünf Jahre nach dem Einsturz des Stadtarchivs. Die Zeitung habe Köln in ein schiefes Licht gerückt, kritisierte Roters öffentlich. Außerdem habe der Autor keinen Kontakt mit ihm aufgenommen und ihm so eine Gelegenheit zur Stellungnahme verwehrt. Generell pflege er nach eigener Auskunft aber ein entspanntes Ver-

hältnis zu Journalisten, das von keinen Berührungängsten getrübt wird. Was jedoch nicht heißt, dass er sorglos gegenüber Medienvertretern agiert: „Man lernt mit der Zeit, mit seinen Informationen hauszuhalten und vorsichtiger damit umzugehen.“

Kritisch betrachtet Jürgen Roters Fälle, in denen Journalisten Forderungen aufstellen, die ihm maßlos erscheinen – da deren Umsetzung zusätzliche Kosten in Millionenhöhe nach sich ziehen würde. Ein Negativbeispiel für ihn: die Serie „Köln 2020“ des *Kölner Stadt-Anzeigers*. Die Reihe hatte Fragen nach der Zukunft der Stadt gestellt und war dabei nach Roters´ Geschmack mit den darin formulierten Ansprüchen übers Ziel hinausgeschossen.

### Journalisten sind keine Politiker

„Journalisten sind keine legitimierten, gewählten Politiker, sie sollen kontrollieren und kritisieren, aber keine Politik machen“, betont Roters. „Ist das dann Populismus oder Größenwahn?“, fragt Braun, was der Oberbürgermeister mit der Forderung beantwortet, dass Journalisten sich ein Thema nicht zu sehr zu eigen machen sollten. Noch schlimmer sei es, wenn ein Journalist seinem Eigeninteresse folge, beispielsweise um einen Kitaplatz für sein Kind zu bekommen.

Er selbst könne inzwischen gut mit Konflikten umgehen – weswegen er sich auch eine Rolle als Vermittler nach dem Ende seiner Amtszeit sehr gut vorstellen könne. Jedenfalls gefällt Jürgen Roters die von Joachim Braun aufgebrachte Idee, ab 2015 für einen Kölner Verlag als Ombudsmann zu arbeiten.

So wenig Journalisten Heilige sind, so wenig betrachtet der Kölner Oberbürgermeister Politiker als unschuldige Lämmer. Die Taktik einiger Mandatsträger, Journalisten für ihre Zwecke zu

... Fortsetzung von Seite 16

17

missbrauchen – etwa durch das gezielte Zuspielen von Informationen – hält er für sehr gefährlich: „Weil es negativ auf die Politik zurückschlagen kann.“ Braun spricht Jürgen Roters zudem auf das oft zitierte Herrschaftswissen von Bürgermeistern an. „Ich bin sehr für Transparenz, wir haben nichts zu verbergen“, entgegnet ihm Roters, „aber es gibt Dinge, die erst mit einer gewissen Entscheidungsreife an die politische Öffentlichkeit gehen sollten.“ Die Kunst liege darin, dafür den richtigen Zeitpunkt zu finden.

#### **Der bloggende OB**

Einiges hält Jürgen Roters selbst in der Hand, etwa indem er sein eigenes Blog schreibt, das über die Website der Stadt Köln verbreitet wird: „Die Inhalte sollen nach und nach politischer werden.“ Er begrüßt auch die sozialen Medien im Hinblick darauf, dass die Lebendigkeit des Informationsaus-

tauschs zugenommen habe. Gleichzeitig stört es ihn aber, dass auf den diversen Portalen die Nörgelei und das Verwaltungs-Bashing zugenommen hätten.

Insgesamt sieht Roters das Verhältnis zu Journalisten gelassen. „Man darf allerdings keine Fehler machen“, räumt er ein und schildert die Umstände einer Prinzenproklamation im Karneval, als der gebürtige Münsterländer versucht hatte, ein paar Worte Kölsch zu sprechen. „Ich bin dann schon mit einem schlechten Gefühl nach Hause gegangen, und als ich am nächsten Morgen in den Zeitungen die Kommentare gelesen hatte, war das einer der schlimmsten Momente meines Lebens.“

Text: Volker Dick



# So wird Kommunalpolitik spannend

Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen

18

## AG 1: Stadtgespräch werden – Alltägliches spannend erzählt

Komplexe, schwer verständliche und abstrakte Themen zum Stadtgespräch werden lassen? Die Arbeitsgruppe gibt Tipps für Print und Online – am Beispiel eines kommunalen Themas: der geplanten Gründung eigener Stadtwerke.

- Die Redaktion bringt die Nachricht der Planungen online und am folgenden Tag in der Zeitung, mit Statements der Verantwortlichen; Online-Umfrage: Was halten Sie von der Idee? Leseraufruf: Schicken Sie uns Ihre Fragen zu diesem Thema! Die Redaktion beginnt mit einem Energie-Glossar mit den wichtigsten Begriffen – das immer wiederverwendet wird.

- Die Redaktion beleuchtet die Strompreise in der Stadt, porträtiert einen Single, eine Familie, ein Rentner-Paar in puncto Stromkosten. Print: Grafiken zum Anstieg der Preise, Zeitleiste mit Stromversorgungsgeschichte der Stadt; Reportage: Begleitung eines Stromsparhelfers. Online: Service-Dossier mit Stromspartipps – die größten Stromfresser und wie man sie findet.

- Vergleich mit den Nachbarstädten: Wie läuft die Energieversorgung dort?

- Das sind die größten Stromfresser der Stadt (Betriebe, Unternehmen). Print: Bilderseite. Online: Bildergalerie.

- Die Redaktion erklärt das zum Thema Stadtwerke erstellte Gutachten und nennt die fünf wichtigsten Thesen/Aussagen; Print/Online (Video): Politiker vervollständigen Halbsätze (als Test, ob sie die Expertise gelesen und verstanden haben).

- Hintergrund/Analyse: Gibt es ein ganzheitliches Energiekonzept in der Stadt? Print: Ist der Einzelaspekt Stadtwerkegründung in ein Konzept eingebettet? Online mit Karte: Wo wird im Stadt-/Gemeindegebiet bereits Strom erzeugt (auch als Datenjournalismus-Projekt möglich)?

- Selbsttest: Ein Tag (drei Tage) ohne Strom leben.

- Die Redaktion erklärt eine Stromrechnung. Lesertelefon: Experte beantwortet Leserfragen dazu, wie man Strom spart.

- Die Redaktion untersucht die Auswirkungen steigender Energiepreise. Besuch einer Familie, die wegen abgestelltem Strom im Dunkeln sitzt. Wie viele sind noch betroffen?

## AG 2: Bürger beteiligen – Brücken bauen zur Politik

Redaktionen können helfen, dem Desinteresse an Politik zu begegnen und die einzelnen Beteiligten zusammenzuführen. Die zu bauenden Brücken ruhen auf vier Pfeilern:

- Sprache: Weg vom Behördendeutsch! Begriffe hinterfragen, klar, einfach und verständlich formulieren.

- Präsentationsformen: crossmedial denken, Stilformen variieren, mehr Meinung, erläuternde Optik mit Tabellen, Bildern, Grafiken, interaktive Elemente (Datenjournalismus), nachhaken und Themen zu Ende bringen.

- bürgernahe Themenfindung: alte Tugenden pflegen (Augen auf, ansprechbar sein, rausgehen), Vernetzung analog und digital, Themen setzen und Debatten eröffnen, mobile Redaktion, anonyme Kontaktmög-

... Fortsetzung von Seite 18

19

### Zum Nachlesen

Zahlreiche Artikel im Archiv der *drehscheibe* handeln von Kommunalpolitik. Schauen Sie mal rein:

[www.tinyurl.com/meagzqx](http://www.tinyurl.com/meagzqx)

lichkeiten bieten (zum Beispiel anonymer Briefkasten).

- Kanäle/Plattformen: Diskussionsforen initiieren (auch online), Leserparlament, lokaler Facebook-Account, Leser fragen – Politiker antworten, Leserreporter, Dokumente online stellen und erklären, Straßenaktionen.

Am Beispiel der Aufstellung eines Haushaltsetats empfiehlt die AG, den Lesern zu zeigen, wo sie unmittelbar von Sparmaßnahmen betroffen sind und sie möglichst frühzeitig in die Beratungen einzubeziehen. Einige wichtige Punkte dabei:

- Berichterstattung lange vor den Etatberatungen beginnen, mit erläuterndem Artikel und Illustrationen zur Finanzsituation.
- Stimmungsbild erstellen: Was ist den Bürgern in der Stadt wichtig? Aufruf auf allen Kanälen inklusive anonymem Briefkasten, fünf Wünsche für die Stadt zu äußern.
- Leser und Verantwortliche zusammenbringen, Leser einladen, die sich an Aktionen beteiligt haben, sowie Vertreter einer jungen Gruppe und den Kämmerer. Das Gespräch wird per Livestream, auf Facebook und Twitter begleitet.
- Interaktive Elemente ergänzen Berichterstattung und Aktionen; etwa der „Polit-Persomat“: Analog zum Wahl-O-Mat ermitteln Leser spielerisch im Netz, welcher Posten im Rathaus am besten zu ihnen passt.

### AG 3: Dranbleiben – zwischen Chronistenpflicht und Hetzjagd

Themen hartnäckig verfolgen und Debatten anstoßen – allerdings ohne

Kampagnen-Journalismus zu betreiben: In diesem Spagat bewegt sich die AG 3 und hat einige Ratschläge entwickelt. Bietet sich ein Thema an, etwa bedingt durch ein aktuelles Ereignis oder einen regionalen Dauerbrenner wie den Bau einer Umgehungsstraße, bestehen die weiteren Arbeitsschritte zum Dranbleiben aus:

- Suchen: Ideensammlung zusammenstellen, Brainstorming in der Redaktion, Hintergrundgespräche mit Experten. Ziel: Aufstellung eines Themenplans, der auch dazu dient, in ereignisarmen Phasen nicht locker zu lassen.
- Planen: Themenplan muss alle wichtigen Ansprechpartner enthalten, Informationen und Informationsquellen mit Kontaktdaten. Alle Aspekte sollten in einer sinnvollen, aufeinander aufbauenden Reihenfolge aufgelistet und mit den jeweiligen Gesprächspartnern/Quellen verknüpft sein. Für die einzelnen Aspekte werden Termine hinterlegt, wann bei wem nachgehakt werden sollte.
- Erinnern: Ein Archiv anlegen, analog oder digital, mit allen bisher zum Thema erschienenen Veröffentlichungen, um Doubletten zu vermeiden und den Überblick zu ermöglichen. Sinnvoll ist außerdem ein Wiedervorlagesystem. Bei einem Thema, das auf einem einschneidenden Ereignis beruht (z. B. Unglück), sollte es in einen Kalender mit Jahrestagen aufgenommen werden. Es ist wichtig, in der wöchentlichen Themenplanung eine Routine zu entwickeln, die sicherstellt, dass Themen nicht aus den Augen verloren werden.

- Umsetzen: Nicht stur am Konzept festhalten, wenn aktuelle Ereignisse eine Anpassung erfordern; in regelmäßigen Abständen die bisherigen

... Fortsetzung von Seite 19

20

Geschehnisse rekapitulieren; Einzelartikel nach Möglichkeit in den Gesamtzusammenhang stellen.

#### **AG 4: Wo Quellen sprudeln – neue Recherchewege im Lokalen**

Sich mit den offiziellen Verlautbarungen der Pressestellen zufriedengeben oder sich auf eigene, neue Recherchepfade begeben? AG 4 geht den mühsameren, aber erfolgreicheren Weg und nutzt die richtigen Fragen zum Aufbau einer Checkliste.

#### **Mit wem muss ich sprechen?**

- Betroffenen, Augenzeugen, Menschen am Ort des Geschehens
- Verbänden
- Zeitzeugen
- Kollegen, die sich mit der Materie auskennen
- Experten
- Offiziellen
- dem „Schwarm“
- Bürgerinitiativen

#### **Quellen für Recherche-Ideen?**

- privates Umfeld
- Bürgerfragestunden
- Kommunikation mit den Lesern
- *drehscheibe* (Genau! Die Red.)
- Google-Alerts: Schlagworte, über deren Erscheinen im Netz Google per E-Mail informiert

- amtliche Bekanntmachungen
- Newsletter von passenden Organisationen abonnieren
- ständige Ideensammlung, in die man spontane Ideen notieren kann

#### **Welche Unterlagen/Quellen nutze ich für die Recherche?**

- Wiedervorlage
- anonyme Schreiben
- Bundesanzeiger (online): Informationen über Firmenbilanzen
- Gemeindehaushalte
- Informationsdienst Wissenschaft (idw-online)

#### **Wie viele Quellen muss ich mindestens kontaktieren?**

- Bei Kontroversen auf jeden Fall die Gegenseite kontaktieren. Geht im Zweifelsfall auch mal nur eine Quelle, z. B. wenn das Thema am nächsten Tag weitergedreht wird?
- Hintergrundwissen
- Betroffene hören: Ausnahme, wenn klar ist, dass sie ihre Aussagen bereits öffentlich getätigt haben
- Grundsätzlich die Quelle der Information nennen, sofern es keinen Grund gibt, der dagegen spricht
- Fakten hinterfragen/prüfen
- Rechtslage: Ist das, was ich schreibe, juristisch anfechtbar?