

Authentische Berichterstattung in einem journalistischen Mitmach-Medium

Rainer Lutze¹ und Michael Strzodka²

Abstract: Es wird das Konzept eines digitalen journalistischen Mitmach-Mediums, des Nachrichtennetzwerks, unter aktiver Beteiligung von Nutzern vorgestellt. Im Fokus steht dabei eine flächendeckende, thematisch umfassende, kleinteilige lokale / regionale Berichterstattung. Diese ist ausschließlich mit professionellen Journalisten heute kaum noch wirtschaftlich realisierbar, sondern erfordert den Einbezug aktiver Nutzer als weitere Inhaltslieferanten. Die technischen und organisatorischen Verfahren zur Qualitätssicherung und Unterstützung einer authentischen Berichterstattung von Nutzern werden vorgestellt. Die Realisierungschancen und – risiken eines solchen digitalen Mediums werden kritisch beleuchtet.

Keywords: Nachrichtennetzwerk, Augenzeugenprinzip, Orts-Zeit-Spur, Fake News, Berichterstattung auf Augenhöhe, Bewertung von Nachrichten durch Nutzer, Nachrichten App, Georeferenzierung

1 Die Situation der Nachrichtenmedien

Eine kleinteilige und thematisch umfassende, flächendeckende journalistische Berichterstattung mit Fokus auf lokalen und regionalen Themen ausschließlich durch professionelle Journalisten wird aus wirtschaftlichen Gründen zunehmend schwieriger³. Zudem fordern die heutigen Nutzer von Nachrichtenmedien a) eine Berichterstattung möglichst in Realzeit und b) einen Einbezug in die gesellschaftliche Kommunikation *auf Augenhöhe*. Das klassische redaktionelle Vorgehen, bei dem die Chefredaktion belehrend dem passiven Leser die Welt des Vortages oder ablaufenden Tages erklärt und das Geschehen verbindlich einordnet, wird zunehmend als unzeitgemäß, undemokratisch und „zu langsam“ empfunden. Auch die selektive Publikation von mehreren Tagen alten Leserbriefen, die typischerweise mit der Weltsicht der Chefredaktion und des Verlages kongruent gehen, erfüllt nicht die Erwartungen heutiger Nutzer nach einer Partizipation *in Augenhöhe*. Schon vor zehn Jahren wurde dieser Trend weg vom *passiven Leser* hin zum *aktiven Inhaltsproduzenten und Konsumenten, Prosumer*, im Kontext von „Web 2.0“ erkannt und benannt [IBM08].

¹ Dr.-Ing. Rainer Lutze Consulting, Wachtlerhof, Wilhermsdorfer Str. 14, 90579 Langenzenn, rainer.lutze@lustcon.eu

² Selbstständiger Journalist, DJV, michael.strzodka@googlemail.com

³ vgl. etwa das „Requiem“ von S.Kuzmany zum Ende der Deister-Leine-Zeitung (DLZ), [Ku12]

Andererseits zeigen heutige soziale Netzwerke wie Facebook, dass die ungeprüfte, unmittelbare Verbreitung beliebiger Nutzerbeiträge auch und immer häufiger Rassismus, einer gezielten Meinungsmanipulation sowie der Ankündigung, Durchführung und Illustration von Straftatbeständen Vorschub leistet. Kaum jemand wird diese anarchische Umsetzung der Nutzerpartizipation auf Augenhöhe als ein Modell für die Zukunft bewerten. [PEW17]

.

2 Konzept des Nachrichtennetzwerks

2.1 Das System

Das Nachrichtennetzwerk verwendet einen zentralen Server, der auf erste Anforderung eines digitalen Endgerätes (Smartphone, Tablet) – und dann weiter proaktiv – einen digitalen Strom von Beiträgen IP-basiert über das Internet an die Endgeräte aussendet. Beiträge sind entweder verortete *Nachrichten* zu Ereignissen bzw. Veranstaltungen oder *Essays*, *Meinungen*. Letztere, nicht verortete Beitragsart wird nur von professionellen Journalisten (in der Redaktion) des Nachrichtennetzwerks verfasst. Verortete *Nachrichten* können auch von Nutzern des Nachrichtennetzwerks selbst erstellt werden (vgl. Kapitel 2.4). Alle durch den Server publizierten Einzelnachrichten weisen die folgenden vier Metadaten auf (vgl. Details im Patentantrag [LS13]):

- a) den **thematischen Ort des Geschehens**. Dieser *thematische Ort* kann *geographisch*:
i) *ein Punkt*⁴ sein, etwa bei einem Unglücksfall an diesem Ort. Oder aber ii) *ein Linienzug*, etwa bei einem Radrennen. Oder iii) *eine zweidimensionale, zusammenhängende Fläche*, etwa bei einer Wahl in einem Bundesland/Staat. Für Punkte und Flächen wird – soweit möglich – die kleinste umfassende *Gemeinde* oder *Gebietsbezeichnung* ermittelt und angegeben, statt der Geokoordinaten, um auf den Endgeräten des Systems eine effiziente Zuordnung⁵ von Nachrichten zu Interessensprofilen der Systemnutzer zu ermöglichen (vgl. Kapitel 2.3).
- b) die **räumliche Relevanz** der Nachricht, vereinfacht ausgedrückt als Radius um den Ort des Geschehens (als Punkt) oder den Schwerpunkt (als Linienzug, Fläche). Die räumliche Relevanz, das *Verbreitungsgebiet* der Nachricht, bestimmt, an welche thematisch interessierten Nutzer die Nachricht publiziert wird, wenn diese Nutzer keine spezifischen geografischen Präferenzen angegeben haben.
- c) die **bisherige Bewertung** der Nachricht durch die Menge aller Nutzer (ausgedrückt durch ein Ranking in 6 Stufen („0 bis 5 Sternen“), entsprechend *nichtssagend* bis *hervorragend*).

⁴ im WGS 84 Bezugssystem

⁵ dies setzt natürlich die Nutzung des gleichen Systems für zentralen Server und Endgeräte voraus, um begriffliche Ambiguitäten und deren höchst komplexe räumliche Auflösung (vgl. dazu etwa das **NewsStand** System [Sa14]) zu vermeiden. Das Nachrichtennetzwerk verwendet einheitlich das Google Maps™ API.

- d) das (von der Redaktion zugeordnete) **Ressort der Nachricht**
- e) den Hinweis, ob es sich bei der Nachricht um eine **originäre, neue Nachricht** handelt, oder um eine **Aktualisierung** einer früher schon an dieses Endgerät ausgesendeten Nachricht!

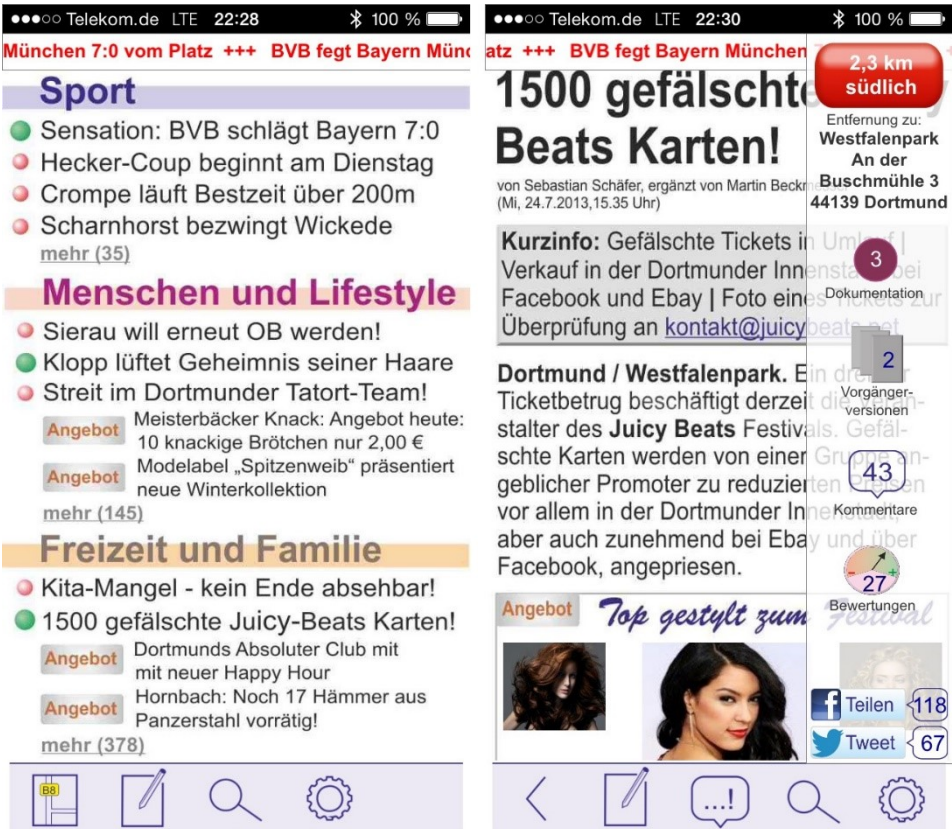


Abb. 1 Ressort gegliederte Liste des Nachrichtenstroms (links), einzelne Nachricht (mit aufgewisstem Overlay Layer mit den Metadaten (rechts))

2.2 Digitale Endgeräte, App

Die Endgeräte des Nachrichtennetzwerks sind Smartphones oder Tablets, die sich mindestens durch einen integrierten GPS Sensor (und eine Realzeituhr) auszeichnen. Auf den Endgeräten wird die App des Nachrichtennetzwerks ausgeführt, die nach initialem Start immer im Hintergrund des Endgerätes aktiv bleibt. Die App besteht aus drei Kernmodulen:

- a) einem **Dispatcher**, der initial die App des Endgerätes als Empfänger des Nachrichtenstroms des Servers anmeldet und authentifiziert. Grundmuster der Kommunikation ist also ein Publisher / Subscriber Service als Spezialfall eines Data Distribution Service (DDS). Der vom Server (als *Publisher*) zentral ausgesendete Nachrichtenstrom umfasst jeweils nur i) *Dachzeile/Titel* und ii) *Metadaten* der Artikel. Der Dispatcher (als *Subscriber*) prüft, ob ein Artikel im Nachrichtenstrom dem – geografischen und thematischen - Interessensprofil des Nutzers entspricht und ruft diesen – im Positivfall – anschließend vom Server ab. Damit ist das spezifische Interessensprofil eines Nutzers nur der App im Endgerät bekannt und wird (aus Datenschutzgründen) niemals an den zentralen Server übermittelt: *privacy by design*. Der Dispatcher erstellt aber auch laufend ein – systematisch und strikt in der App verbleibendes – *Bewegungsprofil des Nutzers*. Das Profil wird aus Datenschutzgründen ausschließlich verschlüsselt im Endgerät gespeichert und nur in der App verwendet, es ist nicht aus der lokalen App exportierbar. Im Profil wird in Form einer *Orts-/Zeitspur* aufgezeichnet, an welchen geografischen Punkten sich der Endgeräte Nutzer in den letzten 72 Stunden aufgehalten hat. Die Orts-/Zeitspur wird verwendet, um i) zu verifizieren, ob der Nutzer *Augenzeuge* eines Ereignisses ist oder war, über das er – mit dem Reportagemodul - berichten möchte. Eine weitere Verwendung findet die Orts-/Zeitspur, um daraus ii) das geografische Interessensprofil des Nutzers automatisch abzuleiten (vgl. Kapitel 2.3).
- b) einem **Anzeigemodul**. Das Modul stellt die vom Server empfangenen Nachrichten auf dem Endgerät dar und erlaubt eine Bewertung einer Nachricht durch den Nutzer des Endgerätes. Ist der Nutzer zugleich ein *Augenzeuge* des in der Nachricht berichteten Ereignisses, kann er die Nachricht nicht nur *bewerten*, sondern auch *überarbeiten*. Dazu verwendet er/sie den Reportagemodul. Die Darstellung und Lesedauer von Nachrichten in der App wird zusammen mit Datum/Zeit und dem jeweiligen Ort der Nutzung anonymisiert an den zentralen Server des Systems zurück gemeldet. Mit Download und vor einer Nutzung der App wird der Nutzer über das Verfahren der anonymisierten Rückmeldungen – wie über die allgemeinen Wirkprinzipien der App – umfassend informiert. Die Zustimmung des Nutzers ist mandatorisch und eine Vorbedingung für eine Nutzung und Mitwirkung im Nachrichtennetzwerk.
- c) einem **Reportagemodul**, mit dem der Nutzer des Endgerätes einen Bericht zu einem Ereignis erfassen (oder überarbeiten) kann. Voraussetzung ist, dass er/sie sich in den letzten 72 Stunden am Ort des Geschehens des berichteten Ereignisses – oder in seiner definierten Nähe - aufgehalten hat (Rolle eines „*Augenzeugen*“). Zunehmende zeitlich oder räumliche Distanz des Berichtes zum Ereignis reduzieren die Glaubwürdigkeit eines Berichtes des Augenzeugen (s. unten). Andererseits ist es mit Hilfe der gespeicherten Orts-/Zeitspur auch möglich, am nächsten oder übernächsten Tag über eine Kultur- oder Sportveranstaltung zu berichten, an der der Nutzer zuvor teilgenommen hat. Ein mit der App verfasster Bericht muss in jedem Fall Metadaten zu Zeit und Ort des Geschehens und zum Ressort des Berichtes haben. Auch eine vom Berichtenden vorgeschlagene *räumliche Verbreitung*, *Relevanz* für seinen Bericht kann angegeben sein. Die inhaltliche Beschreibung eines Ereignisses in Text und Bild kann

minimalistisch ausfallen. Die App führt durch die Berichterstellung mit einem strukturierten Fragekatalog (vgl. Kapitel 2.4)

2.3 Bestimmung des Interessensprofils eines Nutzers

Die gespeicherte Orts-/Zeitspur eines Nutzers wird verwendet, um daraus defaultmäßig sein *geografisches Interessensprofil* abzuleiten und zu adaptieren („*big data Analyse*“). Dazu wird die über einen Zeitraum der letzten 72 Stunden exklusiv und lokal in der App gespeicherte Orts-/Zeitspur über einen Zeitraum der letzten vier Wochen wie folgt verdichtet:

- Die – durch *reverse geocoding* bestimmte(n) – *Gemeinde(n)* bzw. *Stadtteile und/oder Gebiete*, an dem der Nutzer regelmäßig und insbesondere an Wochenenden seine Nächte verbringt, werden als „*Lebensraum*“ des jeweiligen Nutzers bestimmt. Dieser Lebensraum wird als Kern des geografischen Interessensprofils eines Nutzers interpretiert.
- Die *Strecken*, an denen sich der Nutzer während üblicher Tageszeiten regelmäßig bewegt, werden als „*Bewegungsraum*“ des Nutzers interpretiert und zu seinem geografischen Interessensprofil hinzugefügt.
- Die *Gemeinde(n)* bzw. *Stadtteile und/oder Gebiete*, an denen sich der Nutzer abends oder tagsüber an Wochenenden mehrfach aufhält, werden als „*Erlebnisraum*“ eines Nutzers ebenfalls seinem geografischen Interessensprofil hinzugefügt.

Das so ermittelte *geografische Interessensprofil* umfasst damit eine Mehrzahl an Gemeinden bzw. Stadtteilen und/oder Gebieten des *Lebens- und Erlebnisraums* sowie die *Strecken des Bewegungsraums*.

Über die automatische, *implizite* Ableitung seines geografischen Interessensprofils aus der aufgezeichneten *Orts-Zeitspur* hinaus hat der Nutzer der App jederzeit die Möglichkeit, zusätzliche geografischen Regionen, Gebiete, und/oder Gemeinden, wie entfernte *Heimatorte*, *Urlaubsgebiete*, ... als weitere *geografische Interessensgebiete* *explizit* anzugeben. Natürlich können auch ermittelte Gemeinden oder Gebiete aus dem erstellten geografischen Interessensprofil wieder manuell abgewählt werden. Die Einfachheit der Bedienung bzw. Intuitivität der App hängt aber entscheidend daran, dass das geografische Interessensgebiet eines Nutzers durch die App im Regelfall vollautomatisch und richtig ermittelt wird.

Thematisch kann der Nutzer seine Interessen durch Abwahl des angebotenen Spektrums von Ressorts (Politik, Sport, Wirtschaft, Panorama/Leute, ...) artikulieren. Das thematische Interessensprofil steuert auch die werblichen Angebote, die ihm auf der App als Vollformatanzeigen bzw. als – spezifisch gekennzeichnete – Firmen- oder Produktberichte, *native advertising*, angeboten werden.



Abb. 2 Festlegung der persönlichen Interessensprofile in der App

2.4 Berichterstattung zu Ereignissen mit dem Reportagemodul der App

Die Führung der Berichterstellung durch das Reportagemodul der App des Nachrichtennetzwerks stützt sich auf die bewährten „W“ Fragen des Journalismus in der Strukturierung von Nachrichten:

- *Wo* ist etwas passiert? -> Ort des Geschehens
- *Wann* ist es passiert? -> Zeitpunkt / Zeitraum
- *Was* ist passiert? -> Titel, Zusammenfassung des Berichtes
- *Wer* ist involviert? -> beteiligte Personen, Institutionen
- *Wie, Warum* ist es passiert? Nähere Analyse, Konsequenzen des Geschehens?

Die Beantwortung der *Wo*, *Wann* und *Was* Fragen sowie die Ressortzuordnung für einen Bericht sind verpflichtend; die Angaben zu den *Wer* und *Warum* Strukturbestandteilen des Berichtes optional. Angaben zu *Was*, *Wer* und *Warum* können in *Text* oder *Bild* oder *Audio*-, *Videobeitrag* gegeben werden.

Die uniforme Struktur der erstellten Berichte erlaubt es zudem, aus den unterschiedlichen Berichten zum gleichen Ereignis einzelne Strukturbestandteile zu einer gemeinsamen Nachricht zu aggregieren. So können die textuellen Stärken eines Berichtes mit der reichen Bebilderung eines weiteren Berichtes und Audio-/Videobeiträgen aus zusätzlichen Berichten kombiniert werden. Zur Sicherung der semantischen Konsistenz der aggregierten Nachrichten werden dabei für jeweils einen Strukturbestandteil nur der Bericht eines Beitragenden verwendet.

The image displays two screenshots of a mobile application interface for reporting, likely for a journalism project.

Left Screenshot (Status Overview):

- Header:** Telekom.de LTE 22:36, 96% battery.
- 3D Cube:** A purple cube with a yellow arrow pointing right, labeled "Bericht im Bau".
- Navigation:** Three tabs: "Status" (selected), "KurzInfo", and "Details".
- Checklist:**
 - ☒ Für wen von Interesse - Ressort ?
 - ☐ Ort des Geschehens - **Wo** ?
 - ☐ Zeitangabe zum Geschehens - **Wann** ?
 - ☐ Was ist passiert ?
 - ☐ Handelnde, betroffene Personen - **Wer** ?
 - ☐ Ablauf, Folgen des Geschehen - **Wie** ?
- Bottom Bar:** Navigation icons (back, search, settings, forward).

Right Screenshot (Wo - Where):

- Header:** Telekom.de LTE 22:37, 95% battery.
- 3D Cube:** A yellow cube with the text "WO", "WANN?", and "WAS?".
- Title:** "Wo ist der Ort des Geschehens ?"
- Navigation:** Two tabs: "Automatisch" and "Manuell" (selected).
- Form Fields:**
 - Ort/Zeit:** A button labeled "Jetzt und hier".
 - Ortsbezeichnung:** A text input field containing "Westfalenpark Dortmund".
 - Datum:** A date input field containing "27.07.2013".
 - Anfang:** A time input field containing "14:00".
 - Ende:** A time input field containing "24:00".
- Bottom Bar:** Navigation icons (back, search, settings, share, forward).

Abb. 3 Führung durch die Berichterstellung: Übersichtsstatus (links), Maske für 2. Schritt (rechts)

Erstellte Berichte eines Nutzers werden vor Übertragung verschlüsselt und von der App mit dem kryptografischen Schlüssel des Nutzers im Nachrichtennetzwerk signiert, so dass der Urheber des Berichts verfälschungssicher dokumentiert wird.

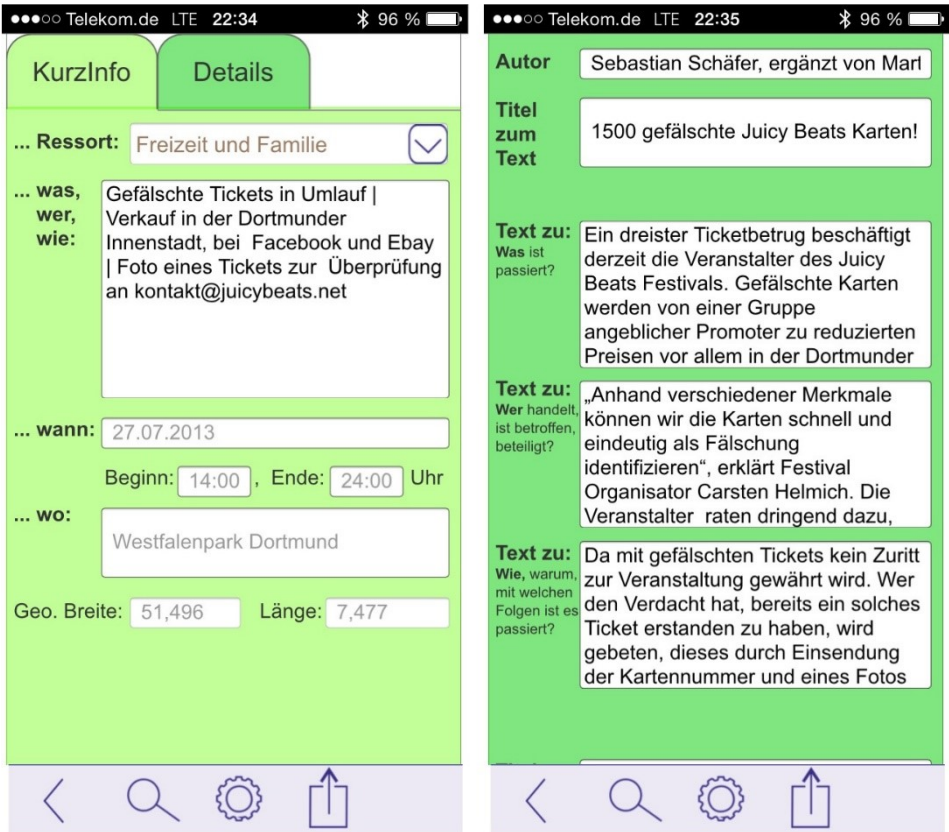


Abb. 4 Kurzfinfo und Details eines erstellten Berichtes

2.5 Werbung im Nachrichtennetzwerk

Das Nachrichtennetzwerk bietet Werbetreibenden die Gelegenheit, Vollformatanzeigen für mobile Endgeräte (jeweils monatlich) online zu buchen. Eine Anzeige besitzt neben dem beworbenen Produkt oder Service als Metadaten:

- ein oder mehrere (Nachrichten)Ressorts, denen die Anzeige zugeordnet ist,
- eine (oder mehrere) georeferenzierte Verkaufs- oder Veranstaltungsstätten, für die jeweils die täglichen Öffnungszeiten angegeben werden,

- die (den Anzeigepreis wesentlich bestimmende) geografische Reichweite, innerhalb derer die Werbung überhaupt ausgespielt wird.

Nur Nutzer, die als thematisches Interessensgebiet ein Nachrichtenressort *x* benannt haben, sind für die Ausspielung einer Werbung qualifiziert, die Ressort *x* als Zuordnung benennt. Eine derart vorqualifizierte Werbung wird in der mobilen App des Nachrichtennetzwerks tatsächlich ausgespielt, wenn sich der Nutzer in definierter Nähe einer zu diesem Zeitpunkt geöffneten Verkaufs-/Veranstaltungsstätte aufhält. Dabei wird auch die aktuelle Bewegungsgeschwindigkeit des Nutzers mit berücksichtigt, um zu verhindern, dass der Nutzer bei einer Autobahnfahrt mit hoher Geschwindigkeit etwa auf eine wenige Meter vor ihm befindliche Bäckerei werbend hingewiesen wird, die er ohnehin praktisch nicht erreichen kann.

3 Mechanismen der Qualitätssicherung

Das Nachrichtennetzwerk beinhaltet die folgenden technischen Maßnahmen, um eine möglichst authentische Berichterstattung zu unterstützen:

1. Nur *Augenzeugen* eines Ereignisses / einer Veranstaltung können (mit dem Reportagemodul der App) berichten. Die Eigenschaft, Augenzeuge eines Ereignisses zu sein, wird durch die App des Nachrichtennetzwerks auf dem persönlichen Endgerät verifiziert.
2. Der zentrale Server des Systems *clustert* alle eingegangenen Berichte zu Ereignissen nach Zeit und Ort des berichteten Geschehens. Berichte *aus zeitlicher und räumlicher Nähe* zum berichteten Ereignis werden gegenüber solchen aus größerer zeitlich/räumlicher Distanz bevorzugt.
3. Es kann themenspezifisch ein *Schwellwert* vorgegeben sein, wie viele Berichte zu einem Ereignis von unterschiedlichen Nutzern mindestens vorliegen müssen, damit aus diesen Berichten eine Nachricht im Netzwerk generiert und publiziert wird. Die Anzahl der Berichte kann ebenfalls bestimmen, welches Verbreitungsgebiet die Nachricht bei ausschließlich thematisch interessierten Nutzern haben soll. Es ist typischerweise vorgesehen, dass, *desto größer* das Verbreitungsgebiet der Nachricht ist, *desto mehr* unterschiedliche Berichte zum Ereignis vorliegen müssen.
4. Für jeden als Nachricht (anteilig) publizierten Bericht eines Nutzers wird im zentralen Server ein *Reporterprofil* angelegt. In dem Reporterprofil wird summarisch vermerkt, wie häufig eine Nachricht dieses Beitragenden abgerufen wurde, wie lange sie durch die Nutzer des Netzwerks gelesen wurde und welche Bewertung ihr die Nutzer erteilt haben. Aus diesen Merkmalen wird zusammenfassend eine Bewertung des Nutzers als Beitragender im Nachrichtennetzwerk bestimmt. In die Bewertung fließt auch das Ressort der Nachricht ein und von welchem geografischen Ort der Beitragende berichtet hat. Das *Reporterprofil* reflektiert damit die *Reputa-*

tion des Beitragenden aus Sicht der Nutzer des Netzwerks, bezogen auf ein bestimmtes Ressort und typische Orte der Berichterstattung.

5. Die Beitragenden mit der höchsten Bewertung in einem Monat werden jeweils entsprechend prämiert, um einen materiellen Anreiz zur Berichterstattung im Netzwerk zu geben. Zur Qualitätssicherung kann weiter vorgesehen sein, dass themenspezifisch eine bestimmte, minimale Bewertung des Beitragenden notwendig ist, um einen Bericht zu einem Ereignis für eine Nachricht zu berücksichtigen, insbesondere, wenn nur sehr wenige Berichte zu einem Ereignis vorliegen. Das sehr gute Reporterprofil eines Beitragenden kann also bewirken, dass Berichte von typischen Beitragsorten, etwa Kultur- oder Sportveranstaltungen in systembekannten Veranstaltungsorten, selbst dann als Nachricht publiziert und weit verbreitet werden, wenn keine weiteren Berichte zum Ereignis vorliegen. Ein typischer Anwendungsfall ist der passionierte und regelmäßig berichtende Theaterkritiker.
6. Nachrichten können *aus unterschiedlichen Beiträgen* als Quellen der Text- und Bildpassagen der Nachricht *aggregiert* werden. Dabei kann auch die Reputation der jeweiligen Beitragenden für entsprechende Beiträge berücksichtigt werden.
7. Bei einer übergeordneten und außergewöhnlich hohen Bedeutung des berichteten Geschehens können Nutzer, die i) als Beitragende in ihrem *Reporterprofil* eine hohe Reputation für das jeweilige Ressort haben und ii) schon früher vom Ort des Geschehens oder aus seiner Nähe berichtet haben, für eine Verifikation des Geschehens um eine *zusätzliche Berichterstattung* gebeten werden.

4 Integration des Netzwerks in die redaktionelle Organisation

Die Nutzung der beschriebenen Berichterstattung im Nachrichtennetzwerk muss im Kontext der jeweiligen Redaktionsorganisation betrachtet werden. Eine minimale Nutzung ist die Funktion eines *Themenradars* für die Redaktion, die identifiziert, was die Nutzer aktuell interessiert und wo die journalistische, professionelle Recherche und Reportage der Redaktion fokussiert werden sollte.

Dies löst typischerweise aber nicht das Ressourcenproblem, da insbesondere in der Fläche eine kleinteilige und umfassende redaktionelle Berichterstattung wirtschaftlich nicht möglich bzw. sinnvoll ist. Hier kommt die nächste Nutzungsmöglichkeit des Nachrichtennetzwerks in Spiel, in selektiven Bereichen (etwa: Kultur, Breitensport, Veranstaltungen, ...) Nachrichten *vollautomatisch aus eingegangenen, aggregierten Berichten der Nutzer des Netzwerks zu publizieren*. Zumindest, nachdem der Beitragende sich mit Begleitung der Redaktion eine *hohe Reputation* bzw. *Bewertung seines Reporterprofils* aufbauen konnte. Diese neue und zentrale Aufgabe der Redaktion in der Moderation von aktiven Beitragenden betont schon Jeff Jarvis in seiner Definition des „Digital First“ Prinzips im GUARDIAN: „*Journalists have roles to play in collaborating with and organizing communities – and the article is just part of the mix*“ [Ja11].

5 Diskussion, Schlussfolgerungen

Der Beweis für die Erfolgchance digitaler Nachrichtenmedien der zuvor beschriebenen Art steht noch aus. In den Niederlanden hat die Telegraaf Media Group (TMG) ihr 2011 gestartetes Bürgerportal „*Dichtbij*“ – zunächst mit vielen Lorbeeren (vgl. etwa [Lo14]) für zukunftsweisenden Lokaljournalismus bedacht - 2016 praktisch wieder geschlossen [TMG15]. Ebenfalls 2016 hat die New York Times Ihre „*NYT Now*“ App, 2014 als Versuch gestartet, jüngere Leser mit einem selektiven Nachrichtenstrom (national relevanter Nachrichten) zu erreichen, wieder eingestellt [Em16]. In beiden Fällen waren wirtschaftliche Aspekte, die mangelnde Profitabilität des neuen Mediums, wohl ausschlaggebend.

Es ist daher spekulativ, zu behaupten, dass eine deutlich höhere Automation in der Nachrichtenproduktion durch aktive Nutzer mit den vorgeschlagenen Techniken, und die damit einhergehende Kostenreduktion für den Verlag, eine wesentliche Verbesserung der Erfolgchancen eines solchen digitalen Mediums bedeuten könnte. Die beschriebenen Maßnahmen zur Qualitätssicherung dieser Nutzerberichte werden zumindest die heute zentral erkannte Schwachstelle der Nachrichtenpublikation über soziale Netzwerke, nämlich die gezielte Meinungsmanipulation, deutlich erschweren.

Last but not least wird aber die journalistische Konzeption des digitalen Mediums, die Attraktivität ihrer Berichte, Reportagen und Essays für den Nutzer über den wirtschaftlichen Erfolg des Mediums bestimmen. Entscheidend ist, welche Relevanz diese Beiträge für die persönliche Lebenswelt der Nutzer haben. Die effizienten technischen Methoden zur Nachrichtenproduktion sind dabei eine notwendige, aber keinesfalls hinreichende Voraussetzung des Erfolgs. Oder um es auf eine alte Lebensweisheit zu reduzieren: wer wagt, gewinnt!

Literaturverzeichnis

- [Em16] Ember, S.: New York Times to Shelve the NY Times Now App, NY Times, Business Media, 18. August 2016, <https://www.nytimes.com/2016/08/19/business/media/new-york-times-to-shelve-nyt-now-app.html>
- [IBM08] Innovation der Medien - Web 2.0 verwöhnte Konsumenten zwingen Medienanbieter zum Umbau ihrer Geschäftsmodelle. Studie IBM Global Business Services, Zentrum für Evaluation und Methoden, Universität Bonn, 2008 <http://www-05.ibm.com/de/media/downloads/medienstudie-2008.pdf>
- [Ja11] Jarvis, J., Digital first: what it means to journalism, THE GUARDIAN, 26. Juni 2011 <https://www.theguardian.com/media/2011/jun/26/digital-first-what-means-journalism>
- [Ku12] Kuzmany, J.: Der letzte Tag der “DLZ” – Sterben in Barsinghausen Spiegel Online, Kultur, 29.02.2012 <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/letzter-tag-der-dlz-sterben-in-barsinghausen-a-818388.html>
- [Lo14] Lobe, A.: So funktioniert Lokaljournalismus im Internet, DIE WELT, Kultur, Medien & TV, 17. Oktober 2014, <http://www.welt.de/133394065>

- [LS13] Lutze, R., Strzodka, M.: Verfahren zur Erfassung, Aggregation, Aktualisierung und Verbreitung von nach Zeit- und Raumbezug geprüften, bewertbaren, inhaltlich korrigier- und verifizierbaren Nachrichten über öffentliche Ereignisse von allgemeinem Interesse, Patentantrag DE 10 2013 007 248.4, 2013
- [PEW17] Rainie, L., Anderson, J., Albright, J.: The Future of Free Speech, Trolls, Anonymity and Free Speech Online, PEW Research Institute, Study, 2017, http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/14/2017/03/28162208/PI_2017.03.29_Social-Climate_FINAL.pdf
- [PEW14] Hampton, K.N., Rainie, L., Lu, W., Dwyer, M., Shin, I., Purcell, K., Social Media and ‘The Spiral of Silence’, PEW Research Institute, Study, 2014, http://www.pewinternet.org/files/2014/08/PI_Social-networks-and-debate_082614.pdf
- [Sa14] Samet, A. et.al., Reading News with Maps by Exploiting Spatial Synonyms, ACM Communications, Vol 57(2014), No. 10, pp. 60-77, DOI: DOI:10.1145/2629572
- [TMG15] PM Telegraaf Media Group vom 23.11.2015: TMG reorganiseert bij nieuwssite Dichtbij.nl, http://www.telegraaf.nl/dft/bedrijven/telegraaf/24779628/_TMG_reorganiseert_bij_nieuwssite_Dichtbij.nl_.html