

Sonja Eismann

Wer sind die Crowd-Reporter? Die Repräsentationsfrage

2014

<https://doi.org/10.25969/mediarep/2584>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Eismann, Sonja: Wer sind die Crowd-Reporter? Die Repräsentationsfrage. In: *POP. Kultur und Kritik*, Jg. 3 (2014), Nr. 2, S. 77–80. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/2584>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:6:3-pop-2014-13348>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

WER SIND DIE CROWD-REPORTER? DIE REPRÄSENTATIONSFRAGE

Sonja Eismann



Krautreporter heißt: Ihr seid die Crowd, wir sind die Reporter, zusammen sind wir Krautreporter.« Mit diesem bemerkenswerten Versprechen, das gleichzeitig die leise Androhung von noch mehr Partizipation in einer von Mitmachgeboten übersättigten digitalen Medienwelt mitschwingen ließ, bewarb die deutsche Online-Journalismus-Plattform Krautreporter ihre einmonatige Crowdfunding-Kampagne, die am 13.06.2014 erfolgreich abgeschlossen wurde: Über 900.000 Euro waren eingesammelt worden, um einen unabhängigen, werbefreien Online-Journalismus-Kanal, der die »Geschichten hinter den Nachrichten« erzählen will, möglich zu machen.

77

Nun also auch in Deutschland, nach dem niederländischen Vorbild der Krautreporter, De Correspondent, und der französischen Mediapart, die immer wieder mit enthüllenden Recherchen von sich reden macht, eine LeserInnen-finanzierte Nachrichten-Website. Obwohl es zunächst nicht so aussah, als ende die Kampagne erfolgreich, was das komplette Aus des Projektes bedeutet hätte, kamen in einem Aufsehen erregenden Endspurt doch noch 16.506 Abos à 60 Euro Nutzungsgebühr für ein Jahr zusammen, von denen die Rudolf Augstein Stiftung allein 1000 gekauft hat. In Zeiten, in denen AutorInnen für Netztexte miserabel oder gleich gar nicht bezahlt werden und darüber hinaus der ständige Aktualitätsdruck jede annähernd fundierte Recherche verunmöglicht, ist das eine hoch erfreuliche Nachricht. Oder?

»Der Online-Journalismus ist kaputt«, hieß es Kampagnen-begleitend apodiktisch bei krautreporter.de, doch, keine Sorge, Rettung naht, denn »wir

kriegen das wieder hin«. Und zwar mit »mit gutem Journalismus: Reportagen, Recherchen, Porträts und Erklärstücken. Über Themen, mit denen wir uns auskennen«. Wertvoller Journalismus ist in der Vorstellung des neuen Mediums in erster Linie einer, der »die Geschichten hinter den Nachrichten« erzählt. Statt Fakten, Fakten, Fakten also Storys, Storys, Storys. Oder, mit der penetranten Betonung des Narrativen, gleich Märchen statt Analyse & Kritik?

Die so vollmundigen wie inhaltsleeren Slogans, mit denen im Selbstmarketing-Sprech der »Boulevardisierung« auch seriöser Online-Medien entgegen gewirkt werden sollte, waren eine blauäugige Steilvorlage für jene Häme, die im Netz massenhaft auf das Projekt niederging. Worin sich der Krautreporter von bereits existierenden Medien im Netz unterscheiden sollte, außer dass es keinerlei Einmischung von WerbekundInnen und PR-Agenturen gäbe, blieb nämlich vorerst das Geheimnis des 28-köpfigen Teams. Welche Inhalte, Schwerpunkte, Schreibweisen oder gar (politische) Ausrichtungen das große neue Ding präsentieren werde, ebenfalls – was zur Vermutung führte, dass hier die (orientierungslose) Katze im Kraut-und-Rüben-Reporter-Sack gekauft werden sollte.

78

Während diese Ziel- und Profillosigkeit eines neuen Mediums, das sich dick »Qualität« auf die Fahnen schrieb, durchaus erheiterndes Potenzial hatte, war ein anderer Aspekt weitaus weniger lustig und dabei paradigmatisch für die deutsche Medienlandschaft. Ein kurzer Blick auf die Zusammensetzung des Teams zeigte, dass hier mitnichten alles anders oder gar besser als in den etablierten Medien gemacht werden sollte, nein, es war alles beim Alten bzw. von vorgestern. Von 28 Redaktionsmitgliedern sind 22 männlich, die überwältigende Mehrheit ohne das, was Migrationshintergrund genannt wird, und alle weiß. Die erste Person, die ins Bild kommt, ist die junge Antifeministin Theresa Bäuerlein, die für ihr Maskulismus-Manifest »Tussikratie« laut einem »SZ«-Bericht sogar von der AfD gelobt wird. Herausgeber, Chefredakteur und Geschäftsführer sind männlich, die Ressorts »Wissenschaft«, »Sport & Reportagen« und »Sicherheit & Verteidigungspolitik« werden von Männern geleitet, »Gesellschaft & Ernährung« sowie »Feminismus & Kultur« von, bingo, Frauen.

»für leicht adipöse, mittelalte, relativ gut gebildete, internetaffine, weisse mittelschichtmänner verspricht krautreporter beim blick auf die redaktionsmitglieder ein spannendes dings zu werden«, kommentierte wirres.net diese Homogenität ironisch. Der »Kraut« im Namen ist so wohl doch eher als männlich bleicher Deutscher vergangener Tage denn als vielfältige, sich in die Zukunft entwerfende »Crowd« zu visualisieren.

Auf die massive Kritik, die in der Blogosphäre an die am Austausch mit ihrer (potenziellen) LeserInnenschaft angeblich so interessierte Mannschaft adressiert wurde, reagierte man zurückhaltend und vage: »Es stimmt: Wir

haben es in der Vorbereitungsphase versäumt, auf mehr Vielfalt in der Redaktion zu achten, etwa auf ein ausgeglichenes Verhältnis von Männern und Frauen im Team. Das wird uns in Zukunft nicht mehr passieren. Wir werden das Ungleichgewicht berücksichtigen, wenn Krautreporter startet und wir die Redaktion erweitern.« Doch die feministische Bloggerin dasnuf reproduzierte einen Facebook-Post von Redaktionsmitglied Tilo Jung vom 28.02.2014, auf dem ein Foto mit einer Flipchart zu sehen ist: Auf einer zweispaltigen Tabelle stehen unter dem Header »Ideen« viele klingelnde Worte wie »unabhängig« oder »Revoluzzer«, unter »Was fehlt« nur ein Wort: »Frauen«. Auf die unter dem Bild gestellte Frage, wieso es denn immer ausgerechnet an spannenden Frauen mangle, hatte Jung geantwortet: »Es ging bei uns ja nicht um einen generellen, sondern um, sagen wir, den projektbezogenen Mangel an weiblicher Genialität.« Das Problem wurde also bereits in einer frühen Phase als solches identifiziert, dann aber offensichtlich als so nachrangig behandelt, dass ihm keine weitere Aufmerksamkeit oder gar Mühe geschenkt wurde.

Damit steht der Krautreporter exemplarisch gerade nicht für eine längst fällige Erneuerung verkrusteter deutscher Medienstrukturen, in denen Frauen in Entscheidungspositionen nach wie vor mit der Lupe zu suchen und Menschen mit migrantischem Background oder People of Colour höchstens marginal vertreten sind, sondern er reproduziert ebendiese aufs Exakteste. Denn laut Pro Quote, der Lobbying-Organisation für mehr Frauen in journalistischen Führungspositionen, stellen Frauen in Deutschland nur zwei Prozent der Print- und immer noch magere 22 Prozent der Online-Chefredaktionen. Als Reaktion auf die Dominanz männlicher »Alpha-Blogger« wie »FAZ«-Blogger Don Alphonso gründete sich im November 2013 der »erste kollektive Frauenblog auf den Seiten eines überregionalen deutschen Mediums«, der »FAZ«-Blog »Ich. Heute. 10 vor 8.«. Und der Verein Neue Deutsche Medienmacher weist auf seiner Website darauf hin, dass, obwohl in Deutschland jede/r Fünfte einen Migrationshintergrund hat, in 84% aller Redaktionen die sogenannten »Biodeutschen« unter sich sind.

Die Vorstellung, dass »die« doch einfach bittend zu uns kommen sollen bzw. »uns« schon von selbst auffallen werden, wenn sie unserer Vorstellung von »Genialität« entsprechen, hält sich hartnäckig und ist als bequeme Entschuldigung ein gern gespielter Gassenhauer, dem in vielen Bereichen mittlerweile bereits kommentarlos Listen und Datenbanken entgegen gehalten werden (u.a. female:pressure für Frauen in der Clubkultur, die Speakerinnen*-Liste für weibliche Vortragende).

Stimmen wie die der Wiener Journalistin Vina Yun, Redaktionsmitglied des preisgekrönten E-Journals Migrazine, weisen bereits seit langem darauf hin: Wer ein Interesse daran hat, die Welt in all ihrer Komplexität abzubilden, ist dringend auf die Stimmen und Expertisen von Menschen angewiesen,

die nicht im Hauptstrom der dominanten Mehrheitsgesellschaft schwimmen, und muss daher die eigene Institution so verändern oder öffnen, dass genau diese Personen dort einen Ankerungspunkt vorfinden. Der Rassismus- und Migrationsforscher Mark Terkessidis schlägt in seinem Buch »Interkultur« vor, »die Vielheit auf den Straßen zum Ausgangspunkt zu nehmen für eine andere Idee der deutschen Bevölkerung«, und so endlich den bereits existierenden Alltagsrealitäten Rechnung zu tragen. Auch er plädiert dafür, dass die »im Haus« ihr Gebäude adaptieren statt die »außer Haus« über die Barrieren klettern müssen.

Nicht die Unterrepräsentierten müssen mit Selbstanpreisungen um Einlass betteln – »Der Freitag« tat kurioserweise die öffentliche Kritik an der Homogenität des Krautreporters als »Kränkung dessen, der nicht gefragt wurde« ab –, sondern die Medien müssen um deren Teilnahme werben, um überhaupt einen facettenreichen Blick auf die Gesellschaft, aus der und über die sie schreiben, werfen zu können. Sonst rücken diese ihre Existenz vielleicht auch im trägen Deutschland irgendwann mit solchem Nachdruck ins öffentliche Bewusstsein, wie ihn Paul Gilroy am Rande seines Vortrags »The Struggle against Racism in Britain (1976-2012): Its Implications for Justice and Democracy« im Rahmen der »Postcolonial Justice«-Konferenz am 30.05.2014 in Berlin erinnerte: Ohne die antirassistischen Riots 1981 in Großbritannien, da sei er sicher, hätte er nie die Chance gehabt, Professor zu werden. ◆