

„In der These steil, in der Sprache locker“ – Stimmen aus der Praxis mit Lennart Pfahler



Am 5. Dezember fand die erste Veranstaltung der Reihe „Stimmen aus der Praxis“ der Fachjournalistik Geschichte im Wintersemester 17/18 statt. Ehemalige Studierende der Fachjournalistik werden dieses Semester über ihre Berufserfahrungen berichten und Diskussionen über ihre Tätigkeiten ermöglichen. Angekündigt mit dem Titel: „Polit-Journalismus im Zeitalter der Likes und Klicks“ bot Lennart Pfahler, der im Jahr 2016 das Studium der Fachjournalistik Geschichte in Gießen abgeschlossen hat, einen Streifzug durch die Welt des Online-Journalismus. Insbesondere die Gegenwart und Zukunft des politischen Journalismus, in Zeiten von Fake-News, Social-Media und zunehmender Vernetzung, sollte genauer unter die Lupe genommen werden. Als Verantwortlicher Redakteur des News- und Politikteams der Huffington Post Deutschland, bot Pfahler sowohl einen Einblick in seinen persönlichen Arbeitsalltag wie auch einen Ausblick auf die Zukunft der Online-Nachrichten, die besonders eine zunehmende Vernetzung von Journalisten und Lesern beinhalten wird.

Im Zuge seiner Tätigkeit bei der HuffPost hat der Journalist einige Wochen in New York verbracht, um über die Reaktionen auf die Einführung Donald Trumps in das Amt des US-Präsidenten zu berichten, Reportagen über Journalisten in der Türkei geschrieben und in Berlin die Sondierungsgespräche nach der Bundestagswahl begleitet.

Im Hinblick auf Lennart Pfahlers Arbeitsumfeld handelte es

sich bei den Fragen nach Funktionsweisen, Chancen und Problemen des Online-Journalismus um zentrale Themen des Abends. So berichtete er unter anderem vom „Kampf um die Aufmerksamkeit“ des Lesers, der sich aus dem Unterschied zwischen geringer Aufmerksamkeitsspanne und großem Angebot ergebe. Zum besseren Verständnis von



Aufmerksamkeit und Interessen der Leser helfen den Online-Journalisten im Arbeitsalltag Statistiken, die Informationen über Klickzahlen und Verweildauer bei jedem Artikel aufschlüsseln. Durch die Auswertung dieser Zahlen ergebe sich ein großes Optimierungspotential, sodass die Orientierung an den Interessen der Leser die Arbeit der Journalisten mehr und mehr bestimmt. So kann aus den Daten über die Lesedauer geschlossen werden, an welcher Stelle des Artikels die Leser „aussteigen“. Solche Mechanismen zur Orientierung am Leser bleiben klassischen Printmedien vorenthalten, die Gefahr einer übermäßigen Beeinträchtigung des Arbeitsalltags durch diese Statistiken wies Pfahler aber zurück. So wichtig diese auch seien, „Ich hänge nicht den ganzen Tag vor dem Bildschirm und schaue mir die neuesten Zahlen an.“, so der Journalist.

Trotzdem ist auch der Online-Journalismus vor Gefahren nicht gefeit, besonders die Verfasser von Blogs (Internettagebücher) können, ohne journalistische Standards wie der Achtung der Wahrheit, ihre Sichtweisen und gegebenenfalls Unwahrheiten verbreiten. Gegen solche Vorteile, die durch unwahre Nachrichten viele Aufrufe erreichen könne, müsse ein guter Bezug zur eigenen Leserschaft hergestellt werden. Dass die

Verwendung der Nutzerdaten jedoch sensibel erfolgen muss, zeigten die kritischen Nachfragen des Publikums, die einen Verkauf ihrer Daten befürchteten. In Bezug auf das posten sogenannter Clickbait-Artikel, bei denen eine reißerische Überschrift den Nutzer zum Lesen animieren soll, musste Pfahler eine Mitschuld der HuffPost an dieser Entwicklung eingestehen, auch wenn diese ihr Konzept bereits wieder geändert habe. So seien allzu offensichtliche Clickbait-Versuche mittlerweile verpönt, jedoch greife die HuffPost im Wettbewerb um die Klicks durchaus noch auf Cliffhanger zurück, die der Leser aber auch bei herkömmlichen Printmedien finden würde. Dabei orientiert sich Pfahler besonders an den Überschriften der US-Amerikanischen Medien, diese seien „In der These steil, in der Sprache locker“, eine Eigenschaft, die der Journalist versucht auch in seinen Artikeln einzubringen.

Die große Freiheit der sozialen Netzwerke wie Facebook oder Twitter sorgten bereits vielfach für den Abgesang auf herkömmliche Printmedien. Wer jetzt allerdings in der interaktiven Welt von Facebook die Zukunft des Journalismus und der Nachrichten sieht, der scheint sich zu irren. Gerade Facebook versuche durch gezieltes Modifizieren ihrer Algorithmen die Verbreitung von Nachrichten zu reglementieren und kontrollieren, geschäftliche wie ideelle Interessen vermutete Lennart Pfahler hinter dieser Strategie. So gilt es für den Online-Journalismus bereits weiterzuziehen und neue Möglichkeiten der interaktiven Verbreitungskanäle zu finden. Auch wenn die sozialen Netzwerke weiterhin Teil der Informationsbeschaffung, Verbreitung und Werbeplattform journalistischer Arbeit sein werden, so ist zumindest das Ignorieren der Facebook Diskussion unter eigenen Artikeln ein Ratschlag, den wohl die meisten „Stimmen aus der Praxis“ geben würden.

Einen Einblick in die Tätigkeiten von Lennart Pfahler findet ihr [hier](#).

Jonas Feike und Henrik Drechsler