

INTERVIEW: CAROLIN NEUMANN

# „Wir brauchen andere Perspektiven“

Der Medienmainstream wird zunehmend als viel zu negativ wahrgenommen. Die Wissenschaftlerin Maren Urner will anderen Journalismus machen und hat dazu das Portal „Perspective Daily“ gegründet.

## Warum braucht es Perspective Daily?

**Maren Urner:** Wir glauben, dass eine zusätzliche, konstruktive Stimme in der deutschen Medienlandschaft dringend notwendig ist. Wir nehmen verstärkt wahr, dass sich immer mehr Menschen ganz bewusst von den Medien abwenden, weil sie sagen: Ich kann das alles nicht verarbeiten und ich kann selbst nichts ausrichten. Das liegt unserer Meinung und der Auswertung von Studien nach daran, dass die Berichterstattung häufig sehr negativ fokussiert ist, sich sehr auf Einzelschicksale, reißerische Überschriften und eine Vereinfachung in Schwarz-Weiß konzentriert. Dadurch entsteht bei den Menschen nachweislich ein zu negatives Weltbild. Das kann bis zum Zustand der sogenannten gelernten Hilflosigkeit führen, in der Menschen keine Handlungsmöglichkeit mehr sehen. Mit konstruktivem Journalismus, den wir bei Perspective Daily betreiben wollen, glauben wir, dass es möglich ist, eine hoffnungsvollere Stimme zu sein. Wir wollen einen Schritt weitergehen und fragen: Was kann besser laufen? Wie kann es weitergehen? Wo können wir ansetzen?

**Sie konnten viele Prominente als Unterstützer gewinnen wie Nora Tschirner, Eckart von Hirschhausen, Gesine Schwan oder Klaas Heufer-Umlauf. Perspective Daily trifft offenbar einen Nerv. Warum fördern diese sehr unterschiedlichen Menschen Ihr Projekt?**

Weil sie sich auf unterschiedliche Weise von der Idee des konstruktiven Journalismus angesprochen fühlen. Zwei Beispiele: Bei Nora war es ein jahrelanges Interesse an ähn-

lichen Thematiken. Sie war direkt begeistert, als sie erfuhr, dass zwei Neurowissenschaftler einen anderen Journalismus planten, statt Neuromarketing für „optimierte Werbetreibenden“ zu betreiben. Eckart von Hirschhausen hatte jüngst ein White Paper veröffentlicht, in dem er einen Journalismus, der etwas bewegt – vor allem mit Blick auf gesundheitliche Themen –, forderte.

## Wie wird eine konkrete Geschichte in Perspective Daily aussehen?

Es fängt schon damit an, dass man andere Fragen stellt bei der Problemanalyse, nicht nur die klassischen W-Fragen. Es geht natürlich nicht darum, nur eine Lösung zu zeigen, sondern auch zu versuchen, das Problem zu hinterfragen und Zusammenhänge aufzuzeigen. In der Flüchtlingsthematik würden wir zum Beispiel von Anfang an fragen, welche Herausforderungen unser Land durch das Zusammenkommen verschiedener Kulturen erlebt. Wenn man sich die deutsche Berichterstattung anschaut, ist das zuletzt ins Überpositive gerückt. Die Herausforderungen wurden zu wenig diskutiert und das ist natürlich nicht richtig, denn dann wird die Thematik vereinfacht.

**Sprechen Sie von den Versuchen großer Medien wie Spiegel Online, selbst mehr konstruktiven Journalismus zu betreiben?**

Die Beiträge, die Spiegel Online als konstruktiven Journalismus gebracht hat, waren häufig eher positiv. Und das ist natürlich schade, weil dadurch auch das Bild des konstruk-



**Geplant:** Ein ganzes Portal für konstruktiven Journalismus.

tiven Journalismus verzerrt wird. In dem Moment sind die Vorwürfe zumindest teilweise berechtigt, das sei doch jetzt positiver Journalismus und das helfe uns auch nicht weiter. Aber beim konstruktiven Journalismus geht es nicht darum, die negativen Sachen oder Herausforderungen auszublenden und nur – wieder auf das Thema Flüchtlinge bezogen – zu sagen, hier gibt es tolle Organisationen, die Flüchtlinge willkommen heißen.

## Welche Themen sind Ihnen wichtig?

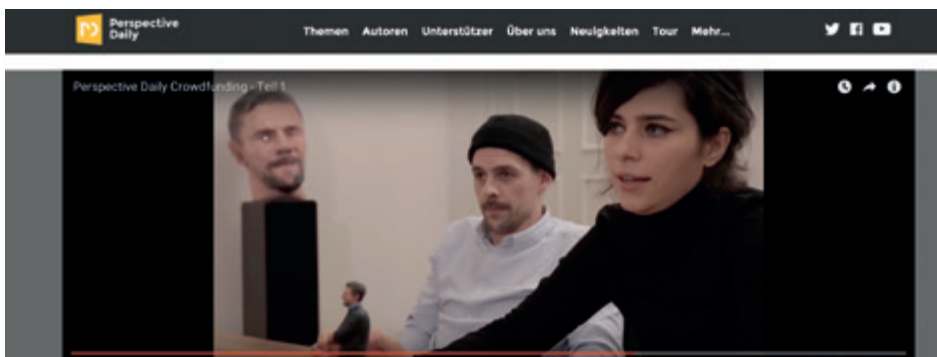
Prinzipiell ist es so, dass jedes Thema konstruktiv behandelt werden kann. Bei Perspective Daily wird der Fokus auf jeden Fall auf zukunftsorientierten Themen liegen. Nicht im Sinne von Hightech, sondern im Sinne von Zukunft, die schon heute und morgen anfängt und uns alle betrifft. Also große Themen mit Anwendung im Alltag. Uns ist es wichtig, Themen aus neuen Perspektiven zu beleuchten. Allein dadurch, dass man Dinge zusammenbringt, die häufig in den Medien nicht verknüpft werden, weil sie dort in klassische Ressorts eingeteilt werden. Da geht das Politikressort auf die politischen Hintergründe ein und das Wirtschaftsressort auf die wirtschaftlichen. Dabei ist es hilfreicher, ein Thema inhaltlich aufzubereiten und so verschiedene Sichtweisen zu beleuchten.

**Das passiert zunehmend auch bei großen Medienmarken. Was kritisieren Sie daran?**

Leider passiert das nicht häufig genug. Wenn man sich die großen Wochenzeitungen vornimmt und dort zum gleichen Thema den Wirtschaftsteil liest, dann das Feuilleton, glaubt man nicht, dass das in derselben Zeitung steht. Eine Kommunikation zwischen den Ressorts ist kaum sichtbar. Da liegt auch die Gefahr, denn die meisten lesen ja nicht beide Teile und es geht dann viel verloren.

„Es fängt schon damit an, dass man andere Fragen stellt bei der Problemstellung.“

Maren Urner



**Fördernd:** Klaas Heufer-Umlauf und die Schauspielerin Nora Tschirner gehören zu den Unterstützern des Projekts.

**Es gibt Studien, die besagen, Rezipienten sehnten sich nach weniger negativen Nachrichten. Glauben Sie, dass das in der Praxis tatsächlich angenommen wird?**

Es ist erst mal was Neues und neu ist, platt gesagt, im ersten Moment gefährlich. Gewohnheiten zu ändern, ist so ungefähr das Schwierigste, was man sich vornehmen kann. Da gucken wir glücklicherweise auf mindestens ein großes Beispiel, das zeigt, dass das funktionieren kann: De Correspondent aus den Niederlanden hat gezeigt, dass so eine Berichterstattung weg von den Neuigkeiten und hin zu neuen Ideen, neuen Perspektiven, neuen Ansätzen, sehr gut angenommen wird. Nach gut zwei Jahren zahlen rund 45.000 Mitglieder einen Jahresbeitrag von 60 Euro und lassen dieses Projekt immer größer werden. Die haben bei sich eine neue Kommunikationskultur etablieren können, die sehr gut ankommt. Das ist sehr motivierend für uns.

**Diese Reichweite zu erreichen ist für ein neues Medium nicht leicht. Warum verfolgen Sie Ihre Ziele nicht zum Beispiel als Autoren bei schon etablierten Medien?**

Das ist eine gute und berechtigte Frage. Genau diese Diskussion hatten wir am Anfang, als wir Perspective Daily geplant haben: Was machen wir? Gehen wir zu Projekten, die es bereits gibt, und schauen, ob wir alte Strukturen ändern und einen Impuls geben können? Oder machen wir was Eigenes? Von allen, mit denen wir darüber gesprochen haben, kam der Hinweis: Macht was Eigenes! Denn es ist weniger aufreibend, als zu versuchen, alte Strukturen zu verändern. Das heißt aber nicht, dass wir nicht mit anderen kommunizieren möchten. Wir sind auch jetzt schon im Austausch und je mehr es davon gibt, desto besser für unsere Vision von einem konstruktiveren Journalismus.

**Was heißt Austausch?**

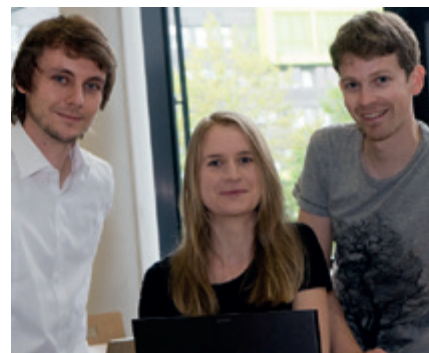
Wir haben zum Beispiel schon mehrere Anfragen von Journalistenschulen, Dozenten und Journalisten bekommen, die gern mit uns zusammenarbeiten möchten. Ganz konkret kann das so aussehen wie kürzlich, als wir per Skype bei einem Workshop in Wien mit Journalisten aus verschiedenen großen Redaktionen dazugeschaltet wurden.

**Neben dem Onlinemagazin wollen Sie auch mit Veranstaltungen dazu beitragen, etwas zu verändern. Was ist konkret geplant?**

Das ist ein Ansatz, der in den deutschen Medien relativ neu ist. Wir haben zusätzlich einen gemeinnützigen Verein gegründet, der Veranstaltungen organisieren wird. Es geht darum, dass wir Themen, die online erarbeitet werden, auch im „echten Leben“ diskutieren wollen. Auf Podien, in Workshops und so weiter. Dabei sollen Leute aus unterschiedlichen Bereichen zusammenkommen. In den Niederlanden macht das eine Dokumentationsendung sehr erfolgreich, die einmal die Woche ausgestrahlt wird. Die hat dann lokale Treffpunkte, wo die Menschen zusammenkommen, also auch die aus der Sendung selbst. Auch bei uns soll es so sein, dass unsere Autoren beim Austausch dabei sind.

**Das klingt ziemlich aktionistisch.**

Das hören wir öfter. Aber jeder, der einen Text schreibt, trifft bereits eine bestimmte Themenauswahl und könnte damit als „aktionistisch“ für das Thema gelten. Uns geht es darum, dass Themen möglichst breit diskutiert werden und dass nicht eine einseitige Diskussion stattfindet, wo einer schreibt und ich als Nutzer einen Kommentar abgeben kann, der im besten Fall nicht von einem Praktikanten gelöscht wird. Damit ist die Kommunikation zu Ende. Wir wollen die



Bernhard Eickenberg, Maren Urner, Han Langeslag

INFO

## Das Gründungsteam

Maren Urner ist Kognitionswissenschaftlerin und Journalistin. Sie will aber keine Wissenschaftsjournalistin sein, sondern der Frage nachgehen, wie Wissenstransfer im Journalismus funktioniert und wie Medien dazu zu einer besseren Welt beitragen können.

Gemeinsam mit Bernhard Eickenberg (*oben links*) und Han Langeslag, ihrerseits Wissenschaftler-Journalist-Hybriden, gründete sie 2015 im Rahmen eines EXIST-Stipendiums des Bundes das Onlinemagazin Perspective Daily. Ursprünglich sollte die Crowdfunding-Kampagne zum Start 12.000 Mitglieder bis Ende Februar bringen. Die Frist wurde nun bis April verlängert.

Das Magazin Perspective Daily wird hinter einer Paywall liegen: Die Jahresmitgliedschaft kostet 42 Euro – eine Anspielung auf „Per Anhalter durch die Galaxis“, wo ein Supercomputer die Zahl 42 als Antwort auf alle Fragen ausspuckt.

## LINKTIPPS

[www.perspective-daily.de](http://www.perspective-daily.de)  
<https://perspective-daily.de/werbefrei.html>



„Es ist uns total wichtig, unabhängig in der Berichterstattung zu sein.“

Maren Urner

Möglichkeit geben, Themen darüber hinaus weiter zu diskutieren, und stellen uns als Moderatoren zur Verfügung.

## Sie planen also eine Art Debattenforum?

Ich weiß nicht, ob man das so nennen kann, darüber habe ich noch nicht nachgedacht. Die Idee ist aber, einen geschützten Raum zu stellen. Gerade in der Onlinekommunikation ist es häufig so, dass Menschen sich aufgrund der Gegenkommentare, die kommen, gar nicht mehr trauen und sich aus Diskussionen rausziehen. Denen wollen wir wieder einen Raum bieten und sagen: Wer sich beteiligen möchte, der kann das. Das ist dann auch exklusiv im Mitgliederbereich möglich, um vorzubeugen, dass bestimmte Werte, die man im öffentlichen Leben ganz automatisch berücksichtigt, plötzlich nicht mehr berücksichtigt, weil man denkt, online herrschen andere Regeln. Dem wollen wir mit unserer Diskussionskultur entgegenwirken.

## Welchen Stil will Perspective Daily pflegen?

Es soll für Laien verständlich und unterhaltsam sein. Für uns schreiben quasi Mischlinge, also Leute, die auf der einen Seite einen konkreten fachlichen Hintergrund haben, Physiker oder Anthropologen, aber auch zum Beispiel journalistische Erfahrungen und ein gewisses Talent haben. Das sind aber keine Wissenschaftsjournalisten. Bei uns wird auch niemand Autor, der noch nie für ein breiteres Publikum geschrieben hat. Seit Monaten laufen bei uns im Hintergrund Redaktionskonferenzen ab und es werden Beiträge geschrieben. In den kommenden Wochen stellen wir auch einige Beispiele online, auch wenn die entsprechende technische Form von Perspective Daily noch nicht vollständig ist.

## Welche technische Form?

Zum Beispiel eine Klapperfunktion, wie das intern bei uns heißt. Das bedeutet, dass man Informationen in unterschiedlichen Tiefen konsumieren kann und dass wir Quellen transparent darstellen, aber nicht mit Hyperlinks, die dazu führen, dass man am Ende eines Artikels 50 Tabs in seinem Browser offen hat. Wichtig sind auch bestimmte spielerische Elemente, die die Leser einladen, die Inhalte auch interaktiv mit verschiedenen Sinnen aufzunehmen und zu verarbeiten.

## Was werde ich ohne Mitgliedschaft von Perspective Daily auf der Seite sehen können?

Es wird die Möglichkeit geben, einzelne Artikel weiterzuleiten. Wenn mir ein Mitglied eine URL schickt, kann ich den Text lesen, aber keine Kommentare abgeben. Das ist im Sinne des geschützten Raumes den Mitgliedern vorbehalten. Und ich kann nicht auf andere Artikel zugreifen. Das entwickeln wir auch technisch gerade.

## De Correspondent hat 2013 ein extrem erfolgreiches Crowdfunding hingelegt und eine Million Euro gesammelt. Perspective Daily hat sich 12.000 zahlende Mitglieder zum Startziel gesetzt. Das sind mehr als 500.000 Euro. Wieso gleich eine so hohe Summe?

Wir haben tatsächlich einen Businessplan geschrieben, schon für das EXIST-Stipendium des Bundes, das wir letzten Sommer bekommen haben. Der beinhaltete die Planung, wie groß das Ganze werden soll. Die Idee ist: Wir möchten einen längeren Beitrag pro Wochentag veröffentlichen und dafür brauchen wir sechs feste Autoren, wenn man davon ausgeht, dass ein Beitrag eine Woche Recherche und Schreibzeit benötigt. Dann haben wir das im Prinzip hochgerechnet, was für Kosten das sind, für die feste Redaktion plus die Entwicklung der Seite und zusätzliches Personal. Daraus ist die Summe entstanden.

## Die Kampagne für Perspective Daily läuft nicht auf einem Crowdfundingportal, sondern direkt auf Ihrer eigenen Seite. Warum?

Das ist ein ganz wichtiger Punkt. Wir sagen nicht ab Tag 0: Jetzt sind alle Mitglieder gesammelt, das Crowdfunding ist vorbei und fertig, sondern die Mitgliedergenerierung geht danach ganz normal weiter. Wo jetzt Crowdfunding steht, wird dann zukünftig einfach „Mitglied werden“ stehen. Wir brauchten die technische Realisierung also sowieso. Die jetzige Website bleibt die Landingpage mit einem entsprechenden Login-Bereich für Mitglieder.

## Sie haben die Kampagne im Februar verlängert, weil das Ziel noch nicht erreicht war. Das lief bei De Correspondent besser.

De Correspondent hatte den großen Vorteil, dass der Gründer am Anfang der Kampagne das Projekt in einer sehr populären Fernsehsendung vorgestellt hat. Das hat dafür gesorgt, dass sie in wenigen Tagen 8.000 Abonnenten hatten. Eine solche Reichweite zu erreichen ist nicht einfach. Wir gehen aber nach wie vor davon aus, dass es möglich ist, das Mitgliederziel zu erreichen.

## Und wenn nicht? Was ist Plan B?

Es besteht weiterhin die Möglichkeit, ein Darlehen in Anspruch zu nehmen, um Perspective Daily so wie geplant starten zu können. Es ist sehr motivierend, dass wir aktuell viel Zuspruch von Mitgliedern erhalten, die uns anspornen, in jedem Fall weiterzumachen.

## Wie wird Perspective Daily zukünftig finanziert? Mit Abos als primäre Erlösquelle?

Absolut. Natürlich stellen wir uns nicht quer, wenn eine größere Stiftung sagen würde, sie wollen uns mit einem Betrag unterstützen. Das würden wir aber in jedem Fall klar kommunizieren. Das ist aber das Einzige, was momentan angedacht ist. Es geht nicht darum, sich einen Investor zu suchen oder so. Unsere Veranstaltungen sollen zum Beispiel durch Spenden oder Kooperationen mit anderen Bildungseinrichtungen über den e. V. finanziert werden. Die Mitgliedsbeiträge sind ausschließlich für die redaktionelle Arbeit reserviert.

## Perspective Daily soll ohne Werbung auskommen. Warum ist Ihnen das so wichtig?

Es ist uns total wichtig, unabhängig in der Berichterstattung zu sein. Wir sind natürlich von unseren Mitgliedern abhängig, aber eben nicht von Werbekunden, von Einflüssen Dritter. Denn es ist tatsächlich so – und da reden wir auch über hochwertige Publikationen –, dass es eine Einflussnahme gibt. Es ist z. B. so, dass positiver über Produkte von Anzeigenkunden berichtet wird. Das hat für uns nichts mit unabhängigem Journalismus zu tun und den wollen wir auf jeden Fall wahren. Deswegen ist eine andere Form der Finanzierung nötig. Letztlich gibt es da grob drei Möglichkeiten: über Mitglieder, Werbung oder staatliche Gelder. Wir möchten das möglichst unabhängig von den letzten beiden halten und gar nicht erst in die Gefahr kommen, dass jemand anderes Inhalte bestimmen kann.

## Ist das nicht etwas kurz gedacht, sich nur auf Abonnements zu konzentrieren?

Man kann nur das eine oder das andere. Wir können uns auch für Werbung öffnen, aber wie wollen wir das den Mitgliedern verkaufen? Da würden wir unser Gesicht verlieren.

CAROLIN NEUMANN

ist Mitglied der „medium magazin“-Redaktion und freie Journalistin in Hamburg.

mail@carolin-neumann.de

