

# Dem Problem näher als der Lösung

Jens Brehl sprach mit Dr. Uwe Krüger

Jens Brehl

*Während in den Medien Skandale und Krisen an prominenten Stellen und zu den besten Sendezeiten präsentiert werden, mangelt es meist an Lösungsvorschlägen. Hartnäckig hält sich der Glaubenssatz, nur schlechte Nachrichten seien gute Nachrichten. Dem widerspricht Dr. Uwe Krüger, der an der Universität Leipzig Journalistik lehrt. Er promovierte zum Thema „Netzwerke deutscher Journalismus-Eliten in Politik und Wirtschaft“ und setzt sich darüber hinaus für einen lösungsorientierten Journalismus ein.*



„Was ist lösungsorientierter Journalismus und was kann er leisten?“



„Wer den ganzen Tag nur mit Problemen konfrontiert ist, sieht bald nur noch schwarz. Der lösungsorientierte Journalismus hat daher soziale und ökologische Innovationen der Zivilgesellschaft im Fokus. Er kann aus der Resignation herausführen, indem er Menschen grundsätzlich dafür öffnet, dass es Lösungsansätze und engagierte Leute gibt.

Was lösungsorientierter Journalismus nicht leisten kann, sind direkte große Veränderungen im Bewusstsein und in der Lebensweise der Leute. Nicht gleich der erste Bericht über unmenschliche Methoden bei der Produktion von Billigfleisch macht mich zum Vegetarier, und auch eine sozio-ökologische Wende braucht ihre Zeit. Aber über die Jahre hinweg können lösungsorientierte journalistische Beiträge neue Themen ins öffentliche Bewusstsein rücken.“



„Was sind die typischen Stolpersteine?“



„Journalisten sollten nicht aus Übereifer Dinge beschönigen und Projekte hochjubeln, sondern auch kritische Fragen stellen und Schwachstellen thematisieren. Das Schema ‚Hier ist das Problem, und das ist die Lösung und alle werden glücklich‘ ist zu simpel. Wir leben in einer multikausalen Welt, in der alles mit allem verbunden ist.

Für lösungsorientierte Journalisten gelten die gleichen Regeln wie für problemorientierte: fundierte Recherche und Faktentreue. Sie sollten sich nicht zu sehr für die jeweilige Sache engagieren und einbinden lassen, denn dann kommen fast automatisch Scheuklappen, Denkverbote und Sprachregelungen ins Spiel. Wichtig ist es, sich von Werbung und PR deutlich abzugrenzen.

Generell ist es aufwendiger, sich mit Lösungsbeiträgen zu befassen, denn druckreife Inhalte kommen zurzeit nicht von den Nachrichtenagenturen. Alle Berichte müssen durch die



Dr. Uwe Krüger

Bildquelle: Olivia Jasmin Czok/Uni Leipzig

Redaktion oder freie Mitarbeiter recherchiert und erstellt werden, wobei diese auch über das Hintergrundwissen und die nötigen Kontakte zu Akteuren verfügen müssen. Das alles kostet Zeit und Geld, was durchaus ein Hindernis sein kann – denn an beidem mangelt es in vielen Medienhäusern.“

## Der Weg aus der Krise



„Warum widmen Sie sich dem lösungsorientierten Journalismus?“



„Früher habe ich mich hauptsächlich mit Problemen beschäftigt: Umweltsünden, Risikotechnologien, Kriege, Terrorismus und dergleichen. Zusehends fühlte ich mich ohnmächtig, was sich auch auf meine Psyche auswirkte. Die Beschäftigung mit lösungsorientiertem Journalismus ist auch aus dieser persönlichen Krise heraus entstanden: Ich möchte positive Visionen und ‚Inseln der Zukunft‘ stärken und ein anderes mediales Umfeld fördern. Für mich ist ein Journalismus wünschenswert, der Probleme offen benennt, die Medienkonsumenten jedoch gar nicht erst resignieren lässt.

Doch ohne ein Konzept vom lösungsorientierten Journalismus zu haben, kann er seitens der Kollegen oder Mediennutzer nicht eingefordert werden. Als Wissenschaftler möchte ich den lösungsorientierten Journalismus daher in Theorie, Forschung und Lehre untermauern. Auf diese Weise hoffe ich, zu Diskussionen anzuregen und auch eine entsprechende Erwartungshaltung zu generieren. Vor allem dass Krisen-Berichterstattung nicht nur von der Regierung und der unmittelbaren Opposition handelt, sondern auch von neuen Ansätzen und keimenden Alternativen in der Zivilgesellschaft.“



„Warum ist die Maxime nur schlechte Nachrichten seien gute Nachrichten in der Medienwelt so stark verwurzelt?“



„Seit Urzeiten sind wir Menschen darauf gepolt, unsere Umgebung nach Problemen und Gefahren abzusuchen, vor denen wir uns schützen müssen. Daher konzentrieren wir uns häufig auf negative Aspekte oder sie fallen uns als erste auf.“

Zudem gibt es bei Journalisten auch Berührungspunkte, sich mit Lösungen zu beschäftigen, denn das klassische Rollenverständnis heißt: Ich bin neutraler Beobachter und mache auf Missstände aufmerksam, für die Lösung sind andere zuständig.

Viele Berichtersteller möchten sich auch ungern aus dem Fenster lehnen, wenn eine Idee oder ein Projekt Neuland betritt und es keine Erfolgsbeispiele oder wissenschaftliche Studien darüber gibt. Oft engagieren sich in den Initiativen unbekannte Personen aus der Zivilgesellschaft, die mitunter auch als Spinner abgetan werden können.“



„Haben Sie dazu ein konkretes Beispiel aus Ihrer Praxis?“



„In Leipzig gibt es derzeit fünf alternative Währungsprojekte, darunter die Regionalwährung Lindentaler mit aktuell 400 Teilnehmern. In einem Rechercheseminar habe ich dies meinen Studenten als Thema vorgeschlagen, wobei sie zunächst wenig begeistert waren. Durch die Brille des Journalisten betrachtet fallen solche ‚kleinen‘ Sachen unter den Tisch, weil die klassischen Nachrichtenfaktoren fehlen. Gäbe es beispielsweise einen Konflikt mit dem Finanzamt oder würde sich der Oberbürgermeister als Unterstützer des Projekts präsentieren, sähe das schon anders aus. Daher hat es ein kleines Projekt schwer, Gehör zu finden.“

Speziell bei dem Thema Geld fehlte es auch am Problembewusstsein. Kaum einer hinterfragt das Geldsystem. Doch ohne die Fehler darin zu kennen, sieht man Regionalwährungen höchstens als Kuriosität und nicht als einen Weg zu einer anderen Form des Wirtschaftens. Am Ende ist im Rechercheseminar aber doch noch ein toller Beitrag mit nüchternem Blick entstanden, der das Projekt nicht hochjubelt, aber ihm Beachtung schenkt und viele Leute informiert hat, die davon noch nie gehört hatten. Erschienen im Stadtmagazin ‚Kreuzer‘, April-Heft 2013, Titel: ‚Die Geldmarkt-Idealisten‘.“

## Lösungen wachsen in der Nische



„Braucht es Skandale, Konflikte und Katastrophen, um genug Auflage zu machen und Einschaltquote zu erreichen?“



„Es ist tatsächlich fraglich, ob es in Deutschland einen Markt für lösungsorientierten Journalismus gibt, der groß genug ist, diesen auch zu finanzieren. Eventuell interessiert sich nur eine engagierte Minderheit dafür. Für denkbar halte ich einen neuen Themen-Mix in den klassischen Problem-fokussierten Medien. Denn schließlich muss man auch Probleme beleuchten, um zu erkennen, wie nötig ein Kurswechsel ist. Mögliche Lösungen kann ich auch erst im Kontext mit den vorhandenen Problemen richtig einordnen.“



„Wie ist es in Deutschland um den lösungsorientierten Journalismus bestellt?“



„In der Wochenendausgabe der taz gibt es beispielsweise die feste Rubrik ‚Fortschritt‘ über ein bis zwei Seiten, was mich grundsätzlich hoffen lässt. Die zarte Pflanze des lösungsorientierten Journalismus wächst aber eher in der Nische der Special Interest-Magazine, wie Oya, enorm oder Humane Wirtschaft. Bei etablierten Verlagen bewegt sich wenig.“

So lange etablierte Medien Lösungsansätze größtenteils ignorieren, entstehen als Gegenreaktion Medien mit speziellem Fokus darauf. Dabei könnten gerade klassische Zeitungen, die an Auflage verlieren, mit Lösungsjournalismus wieder Leser gewinnen. Es gab beispielsweise drei Sonderausgaben der taz mit solchen ‚good news‘, die haben sich am Kiosk überdurchschnittlich gut verkauft.“



„Könnten Kooperationen der kleinen Special-Interest-Magazine den lösungsorientierten Journalismus stärken und damit auch attraktiver für Nachwuchs-Journalisten machen?“



„Hier sehe ich weniger Potenzial, da die Magazine doch recht unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. Es ist auch vorteilhaft, wenn sich verschiedene Stile von lösungsorientiertem Journalismus unabhängig voneinander entwickeln.“

Allerdings könnte eine Zusammenarbeit einzelner Magazine mit Hochschulen fruchtbar sein, beispielsweise wenn dort die Ergebnisse von Rechercheseminaren publiziert werden. Dies ist besonders attraktiv für kleine Magazine, die wenig Budget für aufwendige Recherchen haben.

An der Universität Leipzig planen wir eine Konferenz zu lösungsorientiertem Journalismus. Das wäre dann auch ein Marktplatz für Lehrkräfte, Studenten und Herausgeber, um sich kennenzulernen und gegebenenfalls gemeinsam Projekte umzusetzen.“



„Bietet beispielsweise die Eurokrise auch für etablierte Medien einen Nährboden, um Systemfragen zu stellen?“



„Bei Leitmedien ist es wenig populär, das Wirtschaftssystem grundlegend zu hinterfragen. Wenn es doch geschieht, dann nur in Form von ‚Ausreißern‘. Gibt es also etwa in der ZEIT ein kritisches Dossier über den Wachstumszwang im Kapitalismus, wird in der nächsten Ausgabe zurückgerudert: ‚7 Gründe, warum der Kapitalismus doch funktioniert‘. Die etablierten Medien sehe ich als Träger des Systems an, weil sie mit dessen Verantwortlichen und Nutznießern eng verflochten sind - sei es durch ihre Eigentümer, ihre Werbekunden oder ihre wiederkehrenden Quellen wie die Eliten aus Politik und Wirtschaft. Wenn man das Tagesgeschehen aktuell begleiten und auch noch Profite machen will, braucht man ein mehr oder weniger gutes Verhältnis zu diesen Akteuren. Man kann zwar Einzelne mit einer Kritik verprellen, aber nicht alle mit einer Fundamentalkritik.“



„Sind die klassischen Medien überhaupt noch nötig, um einen sozio-ökologischen Wandel zu begleiten oder gar einzuläuten? Ihre Informationshoheit haben sie doch dank Internet und sozialen Medien schon lange verloren.“



„Auch wenn die klassischen Medien nicht mehr die alleinigen Mittler von Informationen und Meinungen sind, so halte ich sie dennoch für sehr wichtig. Sie selektieren für uns aus der Fülle an verfügbaren Informationen das heraus, was sie für das Wichtigste halten, ordnen ein, stellen Zusammenhänge her, überprüfen, recherchieren auch investigativ. Man kann über die Selektion und Darstellung der Informationen schimpfen und diese Welt-Sichten ablehnen, aber ohne dieses Angebot, an dem man sich dann abarbeiten kann, wäre die Gesellschaft sehr viel ärmer. Es legt eine Grundlage für gesellschaftliche Debatte. Durch das Internet und soziale Medien erhalte ich zusätzliche Sichtweisen und hier findet auch eine Korrektur statt, wenn Journalisten sich irren. Diese Kombination halte ich für sinnvoll.“



„Wie gelingt lösungsorientierter Journalismus?“



„Ein entscheidender Schlüssel kann es sein, sich einem Thema über einen längeren Zeitraum zu widmen. So kann man in der Tiefe zeigen, welche Lösungen funktionieren und warum und wie sie sich in der Praxis weiterentwickelt haben. Also weg vom Fallschirmjournalismus, bei dem ich über einem Projekt abspringe, mit zwei Akteuren spreche, meinen Beitrag schreibe und dann schon wieder woanders bin, hin zu Langzeitbeobachtungen.“

Wichtig ist es, sich gut zu vernetzen, ohne sich Vereinnahmungen zu lassen, und grundsätzlich offen für Lösungen zu sein. Und dann ist noch die Frage der Finanzierung: Alternative Finanzierungswege über Crowdfunding oder Stiftungen könnten abseits von etablierten Medienunternehmen neue Wege erschließen. Aber das steckt in Deutschland noch in den Kinderschuhen. In den USA geht das ‚Solutions Journalism Network‘ einen Weg, der nachahmenswert ist: Es akquiriert Gelder von verschiedenen Stiftungen und vergibt dann Recherchestipendien. Die damit finanzierten Beiträge erscheinen dann in großen Medien.“



„Mit welchen Themen sollten sich lösungsorientierte Medien derzeit am dringendsten beschäftigen?“



„Die Krisenherde in der Ukraine und im Nahen Osten zeigen, wie wichtig ein verstärkter Friedensjournalismus ist. In den Medien finden sich hauptsächlich militärfixierte Nachrichten: Welche Ziele wurden bombardiert, wer hat Stadt XY eingenommen, welche Waffentechnologie kam zum Einsatz, wie viele Tote gibt es und dergleichen. Auf vielen Ebenen gibt es Menschen und Organisationen, die sich bemühen, Konflikte zu verhindern, zu entschärfen und nachhaltig zu beenden. Der alleinige Fokus auf Militärisches bestätigt Vorurteile, dass sich Konflikte nur mit Waffengewalt lösen lassen. Medien sollten auch über zivile Konfliktprävention und -bearbeitung berichten und damit ein Bewusstsein dafür schaffen, dass Konfrontationen nicht zwangsläufig eskalieren müssen. Das würde auch die Nachfrage der Öffentlichkeit nach nicht-militärischen Interventionen fördern und eventuell sogar die Budgetverteilung im Bundeshaushalt zugunsten ziviler Konfliktprävention beeinflussen.“

Besonders beunruhigen mich darüber hinaus die Freihandelsabkommen TTIP und TISA, die es US-Konzernen ermöglichen sollen, soziale und ökologische Standards in Europa auszuhebeln und Staaten auf Schadensersatz zu verklagen, wenn diese etwa Entscheidungen zum Schutz von Konsumenten treffen. Und alles nur, um für die nächsten Jahre noch ein paar Prozentpunkte mehr Wachstum zu generieren. **Unser Wirtschaftssystem ist durch den Zwang zum Wachsen überhitzt. Es wird Zeit, dass es abkühlt und vielleicht sogar langsam abstirbt, während sich parallel dazu ein neues, am Gleichgewicht orientiertes Wirtschaftssystem etabliert.** Diesen Vorgang sollten lösungsorientierte Journalisten begleiten und befördern.“



„Vielen Dank für das Gespräch.“



Zum Autor  
Jens Brehl



Foto: © Svetlana Fitz

Geboren 1980 in Fulda. Er ist als freier Journalist mit den Themenschwerpunkten enkeltaugliches Wirtschaften, gesellschaftlicher Wandel und Medien tätig. Sein Buch „Mein Weg aus dem Burnout – Der Stress-Falle entkommen, Lebenskunst entwickeln“ ist vor kurzem im Pomaska-Brand-Verlag erschienen. Zudem wirft er in seinem Blog <http://www.der-freigeber.de> regelmäßig einen Blick hinter die Kulissen der Medienwelt.

