

Episode 4: Regionale Medien und Populismus

JINGLE

Massenmedien stehen in Deutschland von verschiedenen Seiten unter Beschuss. Die einen finden die Berichterstattung zu einseitig, andere nicht kritisch genug oder im Gegenteil zu parteiisch. Heizen Medien wirklich nur Konflikte an und polarisieren unsere Gesellschaft? In diesem Podcast gehen wir diesen Fragen in acht Folgen auf den Grund. Profis aus Medienwelt und Wissenschaft teilen ihr praktisches Wissen und diskutieren die Rolle der Medien in gesellschaftlichen Konflikten.

“HALT @ Zusammen - Medien im Konflikt”

Dies ist ein Podcast von “Gegen Vergessen- für Demokratie e.V.”

Jingle ENDE - MUSIK, EINSTIEG IN EPISODE

Trenner drunter

O-TON_ Zitat Paula Diehl:

Das Problem, das wir haben, ist, dass eine zunehmende Kommerzialisierung der traditionellen Medien stattfinden, immer stärker auf Boulevardisierung zu gehen. Das heißt, Außergewöhnliches kommt zuerst. Wenn es einen gewissen Konflikt da ist, ist es potenziell interessanter. Und da sind solche Schlagworte in Titel, die der Wahrheit nicht so richtig entsprechen, die ein bisschen die Situation verzehren, aber die Aufmerksamkeit erzeugen. Und der Populismus bedient diese Regeln eins zu eins.

Autorin: Prof. Dr. Paula Diehl, Direktorin des Internationalen Netzwerks für Populismusforschung

O-TON_ Zitat Dennis Betzholz

Genau das wollen wir ja eben nicht machen. Also diese boulevardesken Überschriften, die haben bei uns keinen Platz. Und populistisch ist es ja vor allem dann, wenn ich Konflikte größer mache, als sie womöglich sind, indem ich nur eine Seite zu Wort kommen lasse oder besonders ausführlich zu Wort kommen lasse und die andere nur untergeordnet. Das ist ja unsere Aufgabe seit jeher, dass wir im Grunde die Fakten, die einfach vorliegen, in Worte, in Artikel packen.

Autorin: Dennis Betzholz, stellvertretender Chefredakteur der Kieler Nachrichten

TRENNER ENDE

ATMO knitternde Zeitung

Autorin: Dieses Geräusch kennen wir alle - aus unserem täglichen Gebrauch. Oder wir haben dabei zumindest ein Bild vor Augen - von unseren Großeltern oder Eltern, die mit ihrem ganzen Kopf hinter ihr - hinter einer großen Zeitung - verschwinden.

Verschwunden sind unsere Zeitungen glücklicherweise noch lange nicht. Auch, wenn wir alle viel am Handy oder Tablet lesen - es gibt sie noch - die WAZ im Westen, die Freie Presse im Osten, die Augsburger Allgemeine im Süden und das Hamburger Abendblatt im Norden. Da, wo ich heute unterwegs bin: in der nördlichsten Hauptstadt Deutschlands - in Kiel. Die meisten Menschen hier blättern in den KN, den Kieler Nachrichten. Da treffe ich mich jetzt mit dem Lokalchef, Dennis Betzholz. Denn ich möchte herausfinden, wie es regionale Medien schaffen in Konflikten neutral zu bleiben? Wie sie über

populistische Bewegungen berichten, ohne sie zu befördern und lokale Konflikte weiter anzuheizen.

ATMO - Begrüßung Dennis Betzholz

Begrüßung, Reingehen in die Redaktion, Treppen laufen, Kaffee holen, Tür schließen

Sprecher: Episode 4 - Regionale Medien und Populismus - von Julia Meyer

O-TON_ Dennis Betzholz

Julia: Was denkst du denn über unser Vorurteil? Regionale Medien fördern populistische Bewegungen und heizen Konflikte in Kommunen weiter an! Was denkst du? Und was fühlst du, wenn du das hörst?

Dennis Betzholz: Ich glaube, dass es falsch ist. Ich glaube, dass Medien nicht anheizen, sondern wir erleben eine Empörungsgesellschaft. Wir sehen ganz viel Wut und manchmal Hatespeech in sozialen Medien. Die Frage ist eben - sind das Medien, die dazu beitragen, dass Konflikte eskalieren? Oder ist es womöglich eben die Echokammer in den sozialen Medien, die dazu beiträgt? Ich würde tatsächlich eher sagen, das ist der zweite Part, weil wir unsere Aufgabe ist, es erst mal sagen, was ist. Wir machen das nicht, was da steht, sondern wir schreiben drüber. Und das ist im Grunde die Realität abbilden. Und sobald wir erzählen, was in der Stadt los ist, erhöht das natürlich die Ebene. Also natürlich ist ein Konflikt, der vielleicht in sozialen Medien eine Rolle spielt, vielleicht dann erst besonders groß,

wenn er dann über unsere Reichweite dann auch aufgegriffen wird. Das kann schon sein.

Autorin: Sagen, was ist - In einer Empörungsgesellschaft – das ist ein Begriff, der hängen bleibt. Denn genau hier beginnt meine Suche nach der heutigen Rolle von Medien als Akteuren in Konflikten. Sind sie Anheizer oder Schlichter? Oder womöglich beides? Früher zumindest hatten lokale Medien eine klare, demokratische Funktion.

Lokalzeitungen wurden als „Pfeiler der Demokratie“ bezeichnet. Ist das heute auch noch so? - will ich von Dennis Betzholz wissen.

O-TON_ Dennis Betzholz

Dennis Betzholz: Ja, mehr denn je, glaube ich. Tatsächlich. Wir haben eine Situation hier in der Stadt, in anderen Gemeinden, wo die Verwaltung Öffentlichkeitsarbeit macht mit einem großen Team. Wir haben Unternehmen, die Presseabteilungen haben, und da braucht es eine Institution, ein Medium, das eben unabhängig über die Geschehnisse in der Stadt berichtet. Und das sind wir. Und deswegen glaube ich, wenn man uns liest, dann hat man ein besseres Gefühl für die Stadt und für das, was man im Grunde auch braucht, um auch Entscheidungen zu treffen. Politischerseits, aber eben auch in anderen Dingen des Alltags.

Julia: Das heißt, glaubst du, wenn es Lokalmedien Lokalzeitungen nicht gäbe, dann wäre die Demokratie in gewisser Weise auch gefährdet?

Dennis Betzholz: Ja, bestimmt. Also wir haben ja die Situation, dass es in vielen Gemeinden in Deutschland keine Lokalzeitungen mehr gibt. Wir sehen es vor allem auch in Ostdeutschland, wo man dann einfach Bereiche hat, wo kein Lokalreporter mehr ist. Und ich glaube, dass das

schon einen Unterschied macht, ob man vor Ort eine gut funktionierende Presse hat, die eben beobachtet, die Missstände aufdeckt, die einordnet, die aber eben auch dahin guckt, wo es eben die Amtsträger auch nicht möchten.

Autorin: Dennis Worte machen mich nachdenklich. In einer Großstadt wie Kiel mit einer Tageszeitung, Stadtteilmagazinen, mehreren Radiosendern, einem lokalen Fernsehsender, dem Landesfunkhaus des NDR und unzähligen lokalen Online-Portalen kann ich mir nur schwer vorstellen, wie ein Alltag ohne regionalen Journalismus aussieht. Bei meiner Recherche stoße ich auf den Begriff „Nachrichtenwüsten“ - das sind Regionen ohne täglich erscheinende Lokalpresse. In Deutschland haben wir noch keine Wüste - aber doch schon extrem dürre Regionen - vor allem in ländlichen Räumen. In den USA sind „news deserts“ dagegen weit verbreitet und gut erforscht: Dort konnte der Zusammenhang schon nachgewiesen werden: Wo Lokaljournalismus verschwindet, fehlt eine demokratische Infrastruktur. Das kann auch populistischen Bewegungen Räume öffnen. Dagegen zu halten, klingt nach einer großen Verantwortung für unseren Lokaljournalismus ...

O-TON_ Dennis Betzholz

Es gibt ja kein Medium, das so nah dran ist an den Themen und den Leserinnen und Lesern, wie es eine Lokalzeitung ist. Und wir möchten natürlich unsere Verantwortung vor Ort übernehmen. Wir möchten aber gleichzeitig aber auch in 10-15 Jahren weiterhin Verantwortung übernehmen. Und das Medienverhalten hat sich kolossal verändert. Wir sind gerade mitten in der Transformation ins Digitale und müssen sehen, dass wir uns an dieses Medienverhalten auch anpassen, transformieren. Wir müssen gerade digital gute Inhalte machen, gute Geschichten

erzählen. Ja, wir empfinden eine Verantwortung. Aber wir haben eben auch die Verantwortung, in der Zukunft Beiträge aus Kiel zu bringen.

Autorin: Den digitalen Wandel nehme auch ich heute bei meinem Besuch wahr. Das ehemalige Zeitungshaus mitten in der Kieler Innenstadt hat sich in einen vielschichtigen Medienkonzern verwandelt. Während ich mit Dennis Betzholz spreche, ist die Zeitung von morgen längst im Druck - aber um uns herum summen trotzdem noch die Stimmen und klicken die Tastaturen.

Atmo_Büro

Autorin: Es entstehen Newsletter, Podcasts, Online-Artikel und Social-Media-Inhalte. RedakteurInnen und SEO-ExpertInnen um uns herum entscheiden, welche Themen Aufmerksamkeit bekommen, und welche verschwinden. Mich interessiert, ob Tageszeitungen wie die Kieler Nachrichten durch unser verändertes Nutzungsverhalten und die starke Online-Konkurrenz heute mehr unter Druck stehen. Ob Inhalte bewusst populistisch aufgezoogen werden, um Reichweite zu generieren. Denn Konflikte und Emotionen, die klicken doch besser - oder nicht?

O-TON_ Dennis Betzholz

Dennis Betzholz: Ich würde es nicht an dem Punkt Konflikt aufhängen. Menschen lesen gerne über Menschen und Menschen sind per se ja erstmal gefühlsgesteuert. Und natürlich sind Emotionen Teil unserer Identität und jeder liest gerne auch über die Emotionen anderer. Also die richtig guten Geschichten sind die, wo wir tolle Protagonisten haben. Gehen wir mal von dem Fall aus. Wir haben eine an Krebs erkrankte Frau und die Frau erzählt ihre Geschichte. Und diese Geschichte

funktioniert ja nicht über den Kopf, sondern sie funktioniert übers Herz. Von daher Personalisierung ja, Konflikte herbeiführen nein.

Julia: Das heißt aber Du sagst, ihr setzt jetzt nicht gezielt auf emotionale Zuspitzungen oder Ausspielen Gut gegen Böse, um jetzt zum Beispiel höhere Klickraten zu erzielen oder bessere Reichweite.

Dennis Betzholz: Nein, das ist nicht der Ansatz, mit dem wir an solche Themen rangehen. Das, was man rein objektiv sagen kann, ist, dass man schon wahrnimmt, dass Überschriften in gewisser Weise lauter werden. Aber laut bedeutet nicht falsch und auch nicht überspitzt. In dieser Transformation geht es ja auch darum, Leserinnen und Leser für unsere Inhalte zu begeistern und sie womöglich auch als loyale Leser zu gewinnen. Und natürlich ist dann eine Überschrift auch genau an diese Emotion natürlich auch angelehnt.

Also, man nimmt zum Beispiel dann eher ein Zitat, womöglich genau diesen Menschen in ihrer Kernaussage letztlich abbildet. Ich weiß gar nicht, ob sich so unbedingt verändert hat. Zu früher, vielleicht hätte man früher auch tatsächlich das gute Zitat in der Überschrift gemacht. Nur jetzt ist es halt einfach umso wichtiger, weil wir haben nur eben die Chance, Menschen für unsere Inhalte zu gewinnen. Indem du eine Überschrift und ein Bild hast. Und über diese zwei Komponenten funktioniert der Leseanreiz. Und jeder, der uns jetzt zuhört, jede, jeder, der Medien konsumiert, kennt das von seinem eigenen Leseverhalten. Wenn du in deine Kanäle reingehst und dort zig Posts findest und du scrollst durch und scrollst durch deine Aufmerksamkeit, bleibt ja in der Regel dann nur dann hängen, wenn es dich tatsächlich in der ersten Sekunde umhaut.

Autorin: Lautere Überschriften, digitale Konkurrenz, kürzere Aufmerksamkeit. Ein verändertes Konsumverhalten, das zeigt: Ganz so einfach scheint es nicht zu sein - als Medium heute nicht dem Populismus zu verfallen - bewusst oder unbewusst. Konflikte ziehen potenziell mehr Aufmerksamkeit auf sich. Das sagt mir auch Prof. Dr. Paula Diehl. Die Direktorin des Internationalen Netzwerks für Populismusforschung lehrt Politische Theorie und Ideengeschichte an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel und ist eine der gefragtesten Expertinnen für Populismus in Massenmedien.

O-TON_ Paula Diehl

Ich habe mir den Spaß gemacht, die beiden Logiken miteinander zu vergleichen, das heißt die Aufmerksamkeitslogik der Massenmedien einerseits und die Kommunikationsstrategien von populistischen Akteuren, das heißt rechts und linkspopulistischen. Und was dabei rauskam, war eine eins zu eins Entsprechung. Das heißt, Populismus geht auf einen Narrativ, das Narrativ des betrogenen Volkes. In diesem Narrativ gibt es einen Retter oder eine Retterin, die dann in den Mittelpunkt der Geschichte steht und das Ganze personalisiert. Es arbeitet auch mit Gut und Böse, mit vereinfachten Mustern und arbeitet auch mit Skandal und Tabubruch. Also es gibt diese Fokus auf Personen, auf Dramatisierung, auf Konflikten und auf eine Linie, die erklärt, was passiert ist, wie eine Geschichte. Und der Populismus bedient diese Aufmerksamkeitslogik der Medien. Und insofern haben Akteurinnen, die sich dem Populismus zunutze machen, immer einen Vorteil.

Autorin: AkteurInnen wie die Kieler Nachrichten? Um das herauszufinden hat Paula Diehl mit ihren StudentInnen ein spannendes Projekt gemacht, das so in unserem Alltag kaum mehr stattfindet. Denn

unsere heutige Gesellschaft hat ein großes Problem - erzählt sie mir.
Wir lesen nicht genug. Wir differenzieren nicht genug.
Paula Diehl hat das mit ihren StudentInnen geändert.

O-TON_ Paula Diehl

Paula Diehl: Wir haben uns für zwei Wochen viermal in der Woche getroffen, für eine Stunde, um zu diskutieren, was wir gelesen haben. Und wir haben dieses Programm abgerundet mit einem Interview mit der Korrespondentin von La Repubblica in Berlin, Toni Mastrobuoni . Und dann waren wir bei der FAZ, bei der Kieler Nachrichten und bei der taz, also drei ganz unterschiedliche Medien, um zu sehen, wie sie funktionieren. Und jetzt werden die Essays geschrieben, die dann auch reflektieren sollen, was passiert mit mir, wenn ich dann auf dieser Metaebene Zeitung lese, und zwar jeden Tag.

Julia: Können Sie sagen, ob die Artikel..es wurden ja viele Artikel gelesen, aber ob die Konsumentinnen in dem Fall auf populistischere Artikel mehr angesprungen sind.

Paula Diehl: Das haben wir auch gemerkt, dass...Also ich würde nicht populistische Artikel nennen, ich würde sagen kommerziellen, boulevardisierten Artikel, die dann auf diese knalligen Thesen reingehen, auch selbst wenn sie nicht so richtig stimmen. Die produzieren einen Skandal. Sie verzehren eigentlich. Und teilweise kann man auch den Titel nicht unbedingt mit dem Text eins zu eins finden. Wenn man den Text wieder liest, sind die teilweise auch nicht in denselben Ton. Aber man will diese Aufmerksamkeit ziehen, damit die Klicks stattfinden oder die Zeitung gekauft werden. Und das Problem,

das wir heute haben, ist, dass die Menschen wesentlich weniger Zeit aufwenden, um Zeitung zu lesen. Das heißt, meistens bleiben sie in den Klicks und sehen nur die Titel. Und da setze ich dann bei solche Boulevardisierungsstrategien dann was Falsches fest. Und das ist ein Problem.

ATMO_ - Dennis zeigt was am PC

Autorin: Ein Problem, dass Dennis Betzholz speziell im Lokaljournalismus nicht bestätigen kann. Er zeigt mir auf seinem PC, welche Online-Artikel bei den Kieler Nachrichten zuletzt am häufigsten geklickt wurden.

O-TON_ Dennis Betzholz

Dennis Betzholz: Also ich kann dir, komme gerne rum, damit du weißt, du siehst, dass ich hier keine Lügengeschichten erzähle. Also wenn man sich mal die reichweitenstärksten Texte von uns in den letzten zwei Wochen mal anschaut, dann sehe ich da auf den ersten zehn Plätzen keine konfliktreiche Geschichte. Wir haben hier eine Sprengstoffwarnung, ein Alarm, wir haben eine Bedrohungslage, also eine klassische Polizeimeldung. Wir haben ein THW Spiel, wir haben einen Weltmeisterschaftsnewsletter, wir haben den Stromausfall in Kiel, der viele hunderte Haushalte betroffen hat. Dass es da, wo wir in den Alltag der Menschen eindringen, da sind wir für die Leute wichtig. Das erste konfliktreiche Thema kommt auf Rang 13 und handelt von den Lärmbeschwerden während der Kieler Woche. Dass dort sich Anwohner beschwert haben, dass es dort zu laut ist am Abend. Das nur als kleiner kleiner Beleg für dem, was hier so los war.

Julia: Jetzt haben wir ja viel über Konflikte im negativen Sinne gesprochen, über Tendenzen zum Populismus, die einen Konflikt potenziell eher verschärfen. Geht es denn auch andersherum? Also kann lokaler Journalismus Konflikte auch entschärfen?

Dennis Betzholz: Also was wir merken, ist, dass wenn wir darüber berichten, über Konflikte berichten, dass es durchaus auch dazu beitragen kann, dass sich Konflikte auflösen, dass auf alle Fälle. Ein Beispiel: wenn wir über ein Hochhaus berichten, in dem der Aufzug ausfällt seit Wochen und Monaten, und eine alte Frau, die im obersten Stockwerk sitzt, seit Wochen nicht mehr aus ihrer Wohnung rauskommt, sich bei uns meldet mit dem Konflikt, den sie mit ihrem mit ihrer Hausverwaltung hat, dann reicht manchmal schon die Anfrage bei der Hausverwaltung, dass der Aufzug eine Woche später wieder fährt. Das merken wir schon. Also es hat eine Wirkung, wenn Kieler Nachrichten sich einschalten und wir können natürlich und das ist auch eine unserer täglichen Aufgaben, wir möchten natürlich auch Sprachrohr derer sein, die vielleicht sonst sich kein Gehör verschaffen können und wo wir dann eben mit Berichterstattung auch dabei helfen können, dass sich Konflikte aus dem Weg schaffen lassen.

Autorin: Konflikte aus dem Weg schaffen, anstatt sie anzuheizen - der Lokaljournalismus scheint trotz der veränderten Umstände anderen Mechanismen zu folgen als die überregionalen Massenmedien. Auf lokaler Ebene scheint Aufmerksamkeit keine Boulevardisierung zu benötigen. Verbindung wird über Nähe hergestellt. Etwas, das auch Paula Diehl und ihre StudentInnen in ihrem Seminar wahrgenommen haben. Ich frage Sie zum Abschluss, wie sie die Aufgabe des Journalismus heutzutage sieht.

O-TON_ Paula Diehl

Paula Diehl: Die Aufgabe der Medien wäre, im idealen Fall als vierte Gewalt zu fungieren. Recherchieren, Fehler offenlegen, die Diskurse kritisch zu analysieren und mit anderen Perspektiven zu konfrontieren. Das Problem, das wir jetzt haben, ist durch diese rechtspopulistischen Phänomenen, dass es nicht mehr ausreicht.

Julia: Was heißt das genau?

Paula Diehl Das heißt, wenn Sie gegenüber einen Partner oder eine Partnerin haben, die nicht auf Ihre Frage eingehen, die das Ganze nur als Bühne benutzt, die eine falsche Nachricht nach der anderen sagt, dann kommen Sie gar nicht weiter. Das heißt, sie müssen die Personen ständig unterbrechen und klarstellen. Und sie müssen wahnsinnig gut recherchiert sein. On top kriegen Sie auch die Konkurrenz mit den sozialen Medien, die keine Notwendigkeiten haben, deren Quellen zu zeigen oder zu überprüfen? Und die sind viel schneller als Sie. Das heißt, Sie haben diese doppelte Herausforderung, die sehr, sehr schwer zu meistern ist.

Julia : Und wie sehen Sie unsere Aufgabe als Konsumenten? Also wie? Wie sollten wir unser Medienverhalten vielleicht anpassen?

Paula Diehl: Bei den Konsumentinnen müssen wir natürlich mehr Zeit haben. Und zwar Zeit zum Lesen. Die Erfahrung, die wir in dem Seminar gemacht haben, war eine gewisse Entschleunigung, weil man dann sich tatsächlich auf ganze Lektüre von Artikeln konzentriert hat. Und ich

persönlich habe festgestellt, dass Print lesen eine entstressende Erfahrung hat. Also ich gehöre zu denjenigen, die Zeitung immer morgens online liest. Und dann habe ich mir gegönnt, eine Stunde Zeitung im Print wieder zu lesen. Und mein Tag war sehr schön.

Julia: Ja. Ich kriege gerade richtig Lust. Ich habe auch, ich weiß gar nicht, wann ich zuletzt eine Zeitung in der Hand hatte. Es ist ewig her.

Paula Diehl: Ja, das war. Das war eine Überraschung für mich auch.

Julia: Ja, da freuen sich auch die Kieler Nachrichten. Mehr Zeitung lesen wieder.

Autorin: Regionale Medien können Konflikte also verstärken und abschwächen. Sie können beides sein: Brennholz und Löschwasser.

Unsere beiden Protagonisten unterscheiden sich also gar nicht im Ziel ihrer Arbeit - aber etwas im Blickwinkel. Während Dennis Betzholz als Journalist die demokratische Funktion des Lokaljournalismus und die Nähe zu den Menschen vor Ort betont, warnt Prof. Dr. Paula Diehl als Dozentin und Wissenschaftlerin vor den Dynamiken, die entstehen können, wenn Medien ungewollt die Logiken populistischer Kommunikation übernehmen.

Und vielleicht liegt genau darin die eigentliche Aufgabe des Journalismus: Konflikte weder zu verschweigen – noch von ihnen zu leben. Sondern Räume zu schaffen, in denen Verständigung möglich bleibt. Und unsere Aufgabe als Konsument:innen ist es, diesen Räumen Aufmerksamkeit zu schenken. Denn Demokratie braucht nicht nur starke Medien. Sie braucht auch Menschen, die bereit sind, zuzuhören,

nachzufragen und sich Zeit zu nehmen. Für eine Zeitung - oder einen Podcast.

Trenner - Abtrennung zur Mini-Rubrik

O_Ton_Sprecherin

Die Protagonist:innen unseres Podcasts haben viel Expertise in der Medienwelt und wir möchten deren Tipps und Einblicke in unserer kurzen Mini-Rubrik abfragen und herausfinden, was könnte noch in der Berichterstattung geändert werden.

O-TON_ Dennis Betzholz

Julia: Was hättest du gerne gewusst, bevor du in deinen Beruf gegangen bist?

Dennis Betzholz: Also mein Werdegang was das angeht, ist ziemlich besonders, glaube ich, weil ich mit 14 eigentlich schon wusste, dass ich Journalist werden möchte. Und mit 17 bin ich dann in die Lokalzeitung gegangen und habe gefragt, ob ich da irgendwie mitmachen darf. Was hätte ich gerne gewusst? Die Arbeitszeiten, aber auch die, die weiß man natürlich irgendwann. Also auch bevor ich ins Volontariat gegangen bin, war mir klar, dass richtig familienfreundlich wird das Ganze nicht. Aber auch da hat sich so viel verändert. Also früher, wenn ich die Kolleginnen und Kollegen noch höre, die haben zum Teil noch bis 22:30 an den Ausgaben gearbeitet. Heute ist um 17:00 sozusagen Schicht im Schacht. Also auch da gibt es neue Flexibilitäten, die auch Menschen, die noch in den Beruf einsteigen wollen, vielleicht dieses gerne hören.

Julia: Darauf zielt die zweite Frage ab: was würdest du denn jungen Menschen raten, die planen, in den Medienbereich zu gehen?

Dennis Betzholz: Ich würde vor allem erst mal ein Praktikum bei meiner Lokalzeitung machen, würde dann, wenn ich mich gut bewiesen habe und das Angebot habe, als freier Mitarbeiter weiterzuarbeiten. Dann würde ich dieses Angebot dringend annehmen. Weil wir sprechen hier über einen Beruf, der ist Handwerk und Handwerk lernst du schwer durch Bücher lesen und durch Uni Workshops, sondern das lernst du, indem du es tust. Und da würde ich jedem jungen Menschen raten - Geht in die Lokalredaktion und bietet euch da an! Und es ist Bedarf da. Und die werden euch mit offenen Armen aufnehmen. Jedenfalls erst mal beim Thema Praktikum.

Julia: Und was würdest du heute in unserer Mediengesellschaft gerne ändern?

Dennis Betzholz: Man kann das Ganze irgendwie pessimistisch angehen und sagen Ach, das ist alles alles Teufelswerk. Dieses auch diese künstliche Intelligenz, die jetzt auf uns zukommt und Google und all das. Man kann es aber auch als Chance begreifen. Ich glaube, weniger jammern, mehr tun und mehr so positiv in die Zukunft gucken. Ich glaube, das täte uns insgesamt glaube ich ganz gut. Ich glaube, es ist eigentlich jetzt gerade für einen Journalisten eher eine sensationelle Zeit, Teil dieses ganzen Berufsstands zu sein. Ich glaube, diese Phase von der Printzeitung ins Digitale, das ist so wie von der Kutsche zum Auto. Wir sind da gerade mittendrin in so einer Revolution, in von einem so wichtigen Berufsstand, der, wie wir alle wissen, im Grundgesetz so weit vorne steht wie kein anderer Berufsstand. Ja, wir haben da eine

Verantwortung, dass wir auch in 15-20 Jahren noch weiterhin guten Journalismus machen können. Und deswegen ist es auch so wichtig, sich anzupassen und weiterzuentwickeln.

Jingle

Abmoderation: Das war Episode 4 unseres Podcasts “HALT @ Zusammen – Medien im Konflikt über Regionale Medien und Populismus. Der Podcast ist auf allen gängigen Streamingplattformen zu hören. Und wir freuen uns über eure Kommentare und Likes.

Abspann

Sprecher: Noel Schepp

Skript, Interview und Moderation: Julia Meyer

Redaktion: Olga Dietze, Liane Czeremin, Anastasia Gorokhova

Tontechniker, Sounddesign, Mix: Paul Milmeister

Musik: von Premium Beat

Studio: Publix

Dies ist ein Podcast von “Gegen Vergessen - für Demokratie e.V.” ,gefördert vom Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend im Rahmen des Bundesprogramms Demokratie leben!

Für inhaltliche Aussagen tragen die Publizierenden dieser Veröffentlichung die Verantwortung.

JINGLE

Outro