

Authentisch, emotional, partizipativ: Neue Qualitätskriterien eines subjektiven Journalismus

Janis Brinkmann

Abstract

Vor dem Hintergrund aktueller Debatten über die journalistische Qualität junger Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sowie eines in der Praxis beobachtbaren Trends einer Subjektivierung journalistischer Angebote argumentiert der Beitrag, dass existierende Kriterienkataloge journalistischer Qualität angesichts innovativer, explizit subjektiver Formate modifiziert werden können. Die Ergebnisse einer quantitativen und qualitativen Inhaltsanalyse von 1.155 Video-Reportagen zeigen, dass in subjektiven Presenter-Formaten des ARD-ZDF-Content-Netzwerks *funk* seltener Merkmale traditioneller journalistischer Qualität zu finden sind, während Kriterien wie Authentizität, Emotionalität und Partizipativität stark ausgeprägt sind – obwohl sich einzelne Formate wie *STRG_F*, *Y-Kollektiv* oder *follow me.reports* dabei deutlich unterscheiden. Neben der Frage, ob sich hier neue Typen von Qualitätsjournalismus konturieren, wird auch kritisch reflektiert, ob die Leistungspotenziale eines subjektiven Journalismus insbesondere bei gesellschaftspolitisch emotional aufgeladenen Themen wie Klimawandel, soziale Gerechtigkeit oder Migration einen Haltungsjournalismus befördern können, der die Grenze zum journalistischen Aktivismus leicht übertreten kann.¹

1. Einleitung: Subjektiver Journalismus = schlechter Journalismus?

Die medienjournalistische Perspektive auf die Presenter-Reportagen des ARD-ZDF-Content-Netzwerks *funk* ist auch deswegen oft so kritisch, weil die Reporter:innen bei manchen Themen selbst die nötige Distanz zum und damit Kritik am Berichterstattungsgegenstand vermissen lassen: Ob eine Reporterin in der *Y-Kollektiv*-Reportage „Was hat Antifeminismus mit

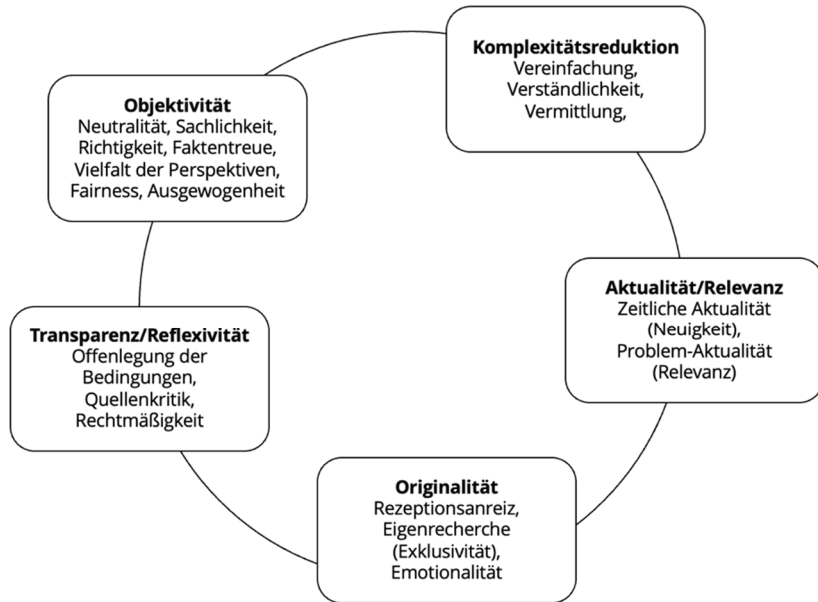
1 Dieser Beitrag fasst die theoretischen Überlegungen und empirischen Erkenntnisse aus den Vorträgen „Authentisch, emotional, konstruktiv – Leistungspotenziale und Qualitätskriterien des subjektiven Journalismus“ sowie „Haltungsjournalismus oder Aktivismus? Die Berichterstattung über Nachhaltigkeit in den Reportage-Formaten des ARD-ZDF-Content Netzwerks *funk*“ zusammen, die im Februar 2024 auf der Jahrestagung „Nachhaltig in der Medienkommunikation“ der DGPK-Fachgruppe Medienkommunikation und Medienethik sowie des Netzwerks Medienethik gehalten wurden (vgl. Guyton 2024; Röben 2024). Der Schwerpunkt liegt jedoch auf dem ersten Vortrag, der zudem um aktuelle Erkenntnisse und eine detailliertere Auswertung der empirischen Ergebnisse (vgl. Kapitel 3) erweitert wurde. Zudem enthält der Beitrag Passagen aus der im Erscheinen begriffenen Habilitationsschrift „Subjektiver Journalismus - Theorie, Konzept und Praxis“ des Autors.

rechter Ideologie zu tun“ mit einer religiösen Influencerin vor der Kamera betet (Kräher 2023) oder es eine Kollegin in „Heli-Skiing – Leider geil!“ verpasst, kritische Nachfragen zu einem offensichtlich klimaschädlichen Hobby zu stellen (Kräher 2024) –junge öffentlich-rechtliche Formate werden in der medienjournalistischen Debatte zunehmend kritisch gesehen (Reisin 2022; Schwarzer 2021; Kissler 2020). Den Presenter-Formaten, bei denen die Reporter:innen sehr offen über ihren jeweils persönlichen Bezug zum jeweiligen Thema sprechen und dadurch eine subjektive Perspektive ermöglichen, wird dabei unterstellt, sie seien zu oft irrelevant, thematisch redundant, distanzlos sowie einseitig verzerrt (Brinkmann 2023: 30-32). Dass die subjektive Perspektive der Reporter:innen nicht nur als Schwäche der *funk*-Formate wahrgenommen, sondern insgesamt mit der Darstellungsform verbunden wird, zeigt die Kritik an weiteren jungen Reportagen bzw. Dokumentation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wie „Der Klimastreit“ (ZDF), in der ein früherer *funk*-Reporter wegen der bewegenden Äußerungen einer jungen Klimademonstrantin zu weinen beginnt (Reisin 2023). Nicht zuletzt die eskalierte Auseinandersetzung zwischen Journalist:innen des *funk*-Formats *STRG_F* mit dem Content-Creator Rezo u.a. über die Reportage „Privatjets, Yachten, Kaviar: Wie beeinflussen Superreiche das Klima“ und die anschließende reumütige Fehlerrückmeldung der Redaktion (funk 2024) zeigen: Die subjektiven Presenter-Reportagen werden vor allem als journalistisch problematisch bewertet. Sie stehen mancherorts sogar im Ruf, „authentisch schlechter Journalismus“ zu sein (Schiffermüller zit. nach Reisin 2022). Ihre explizit persönliche Ansprache und der subjektive Umgang mit den Themen ist dabei durchaus zeitgemäß – eine Personalisierung, Emotionalisierung und Subjektivierung des Journalismus wird von der Journalistik bereits seit zehn Jahren befundet (Wahl-Jorgensen 2013; 2020; Habers 2016; Habers/Broersma 2014; Steensen 2017; Weidenfeld 2017), von Praktiker:innen als „Ich-Journalismus“ aber überwiegend kritisch bewertet (Schneider 2022; Sontheimer 2014; D’Inka 2019) – und potenziell geeignet, um insbesondere in sozialen Netzwerken junge Zielgruppen zu adressieren (Stollfuß 2020; Drössler 2021). Der Medienethik und der Journalismusforschung bieten diese Entwicklungen Anlass, solche neuen Formen eines subjektiven Journalismus, den auch private Medien wie *Vice* oder *BuzzFeed* praktizieren (Stringer 2018; Tandoc 2017), in den Blick zu nehmen und zu analysieren, welche Leistungspotenziale (*Performanz*; McQuail 1992) subjektive Formen des Journalismus erbringen und mit welchen Qualitätskriterien diese gegenstandadäquat bewertet werden können.

2. Theoretischer Rahmen: Subjektiver Journalismus als Journalismus-Konzept mit eigenen Qualitätskriterien

Als theoretische Hintergrundfolie dient die journalistische Qualitätsforschung (u.a. Arnold 2016), die sich im deutschsprachigen Raum vor allem an Kriterien für einen ‚objektiven‘ Informations- und Nachrichtenjournalismus ausrichtet (Meier 2018: 241-243; Reineck 2018). Deshalb lässt sich ein Katalog von Qualitätskriterien für einen Informationsjournalismus sowohl auf der Ebene journalistischen Handelns (Unabhängigkeit, Richtigkeit, Fairness, Aktualität, Relevanz und Originalität) als auch auf der der journalistischen Produkte (Vielfalt, Unparteilichkeit, Verständlichkeit, Sinnlichkeit, Attraktivität, Nutzwert) ableiten, wobei „viele Kriterien nur schwerpunktmäßig einer Ebene zugeordnet werden können“ und die Trennung zwischen den Qualitätsdimensionen des journalistischen Handels und der journalistischen Produkte als „allenfalls analytisch“ verstanden wird (Meier 2018: 241). Da journalistische Qualität aber kein absoluter, statischer Begriff ist, sondern normativ und relativ, stets abhängig von sich derzeit disruptiv wandelnden Zuschreibungen (Arnold 2016: 552) wie beruflichen Normen und Handwerksregeln im Journalismus, Publikumserwartungen oder medialen Rahmenbedingungen (Mast 2018: 198-201), wandelt sich auch das Verständnis von journalistischer Qualität: Einen flexiblen Analyserahmen hat Ruß-Mohl (1992) mit dem „Magischen Vieleck“ entworfen und weiterentwickelt (Held/Ruß-Mohl 2005), in dem sich die vielfältigen – inzwischen von anderen Forschenden „konkretisierten, modifizierten, ergänzten oder gewichteten“ (Klås/Birkner 2020: 7) – Kriterien journalistischer Qualität „überlappen, gegeneinander konkurrieren und sich nicht alle gleichzeitig erreichen lassen“ (Meier 2018: 241; Haarkötter 2015: 269-270.)

Abb. 1: Das Vieleck der Medienqualität



Quelle: eigene Darstellung in Brinkmann (2021: 98) auf Basis von Ruß-Mohl (1992); ergänzt um die rezente Literatur.

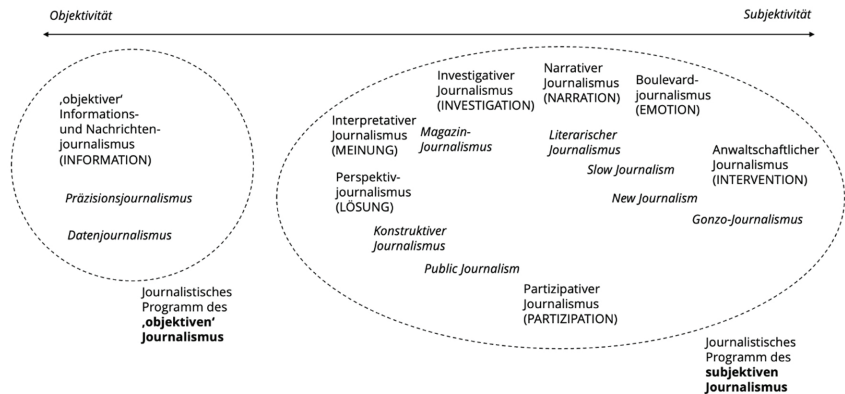
Obwohl die Dimension der „Originalität“ mit ihren Kriterien wie Rezeptionsanreiz, Eigenrecherche und insbesondere Emotionalität bereits auf eine sinnliche Komponente von Journalismus abzielt, die auch subjektive Formate ausmachen (Schlütz 2020; Le Masurier 2019; Lindgren 2017), fehlt es der Journalistik bislang aber an systematischen Versuchen, Qualitätskriterien für subjektiven Journalismus zu entwickeln.² Subjektiver Journalismus

2 Kläs und Birkner (2020: 6-8) konzipieren für Ihre Studie zur Verbindung von Narration und Nachrichtenfaktoren ein an Ruß-Mohl (1992) angelehntes Raster für journalistische Qualität in *True-Crime*-Podcasts, wobei sie bestehenden Faktoren – Komplexitätsreduktion, Aktualität, Originalität, Transparenz/Reflexivität, Objektivität sowie Relevanz und Interaktivität/Dialogfähigkeit – explizit das Qualitätskriterium „Subjektivität“ hinzufügen, das einen „Gegenpol zur Objektivität“ darstellen soll. So verlockend dieser Versuch einer simplen Ergänzung des klassisch-objektiven Qualitätskanons um das Kriterium der Subjektivität auch wirken mag, kann diesem Vorschlag nicht gefolgt werden: Subjektiver Journalismus ist im hier verstandenen Sinne ein ‚größeres Konzept‘ (Haas 1999: 15), ein aus mehreren alternativen Journalismen kompilierter Meta-Journalismus, dessen qualitative Eigenschaften sich gerade nicht in der bloßen

ist hier zunächst als *subjektiverer Journalismus* zu verstehen – als eine vielfältige *Subjektivierung* journalistischer (Arbeits-)Programme, Praktiken und letztlich auch Produkte des „Standardmodell[s] des Informationsjournalismus“ (Evers/Greck/Altmeyen 2021: 456) und damit als Abgrenzung und Ergänzung zu einem objektiven Journalismus. In der existierenden deutschsprachigen Forschung zu journalistischen Konzepten, Formen oder Berichterstattungsmustern ist ein solcher Zusammenhang immer wieder beschrieben worden: Die alternativen Muster und Konzepte entwickelten sich als Reaktion auf die „Schwächen des ‚Objektiven‘ Journalismus“ (Meier 2018: 195) und ergänzten diesen (Weischenberg 1995: 113-116; Meier 2019: 106; Wyss/Keel 2010: 362-363.; Fink 2016: 9-12; Greck/Kössler 2013: 109; Hohfeld 2003: 232-233). Subjektiver Journalismus ist hier aber nicht als weiteres Berichterstattungsmuster zu verstehen, sondern als ein journalistisches Programm unter mehreren Journalismen und analog zu Haas' (1999) „Empirischem Journalismus“ als ein „größeres Konzept“ (ebd.: 15). Ausgehend von einer dualen Differenzierung zwischen den Konzepten eines objektiven und eines subjektiven Journalismus – z.B. anhand einer Dualität von *objektiver Information* und *subjektiver Information* als jeweilige Grundintentionen – lassen sich die etablierten Berichterstattungsmuster entlang der Achse *Objektivität-Subjektivität* in journalistischer Berichterstattung verorten (empirisch messbar z.B. durch Rekonstruktion und Analyse des Handelns von Journalisten und der daraus resultierenden Inhalte). Dabei erscheint es zielführend, die Konzepte und ihre Berichterstattungsmuster, die sich „in verschiedenen Journalismuskonzepten wiederfinden“ (Evers/Greck/Altmeyen 2021: 440), nach ihren jeweiligen Grundintentionen zu differenzieren. Während diese Grundintention bei einem objektiven Journalismus mit „objektiver Information“ (Hohfeld 2003: 222-227) relativ eindeutig angegeben werden kann, bietet sich für eine Bestimmung „subjektiver Information“ als Grundintention eines subjektiven Journalismus an, Information durch eine Integration subjektiverer Berichterstattungsmuster sowie deren charakteristische Intentionen ins Subjektive zu wenden. ‚Subjektive Information‘ als Grundintention des subjektiven Journalismus ergibt sich demnach nicht *sui generis*, sondern als Schmelztiegel diverser, ausgehend von einem ‚objektiven‘ Journalismus die journalistischen Arbeitsprogramme subjektivierender Programme (vgl. Abbildung 2).

Addition von Subjektivität erschöpfen (ebenso erscheint aus denselben Gründen Objektivität kein überzeugendes Qualitätskriterium für einen ‚objektiven‘ Journalismus).

Abb. 2: Programme des objektiven bzw. subjektiven Journalismus und die sie prägenden Berichterstattungsmuster inkl. ihrer Grundintentionen (versal) und Sub-Muster (kursiv)



Quelle: eigene Darstellung.

Die Grundintention *subjektiver Information* ist demzufolge das Aggregat aus alternativen journalistischen Intentionen, die die Basalfunktion Information sukzessive subjektivieren und so ergänzen: Während der interpretative Journalismus die reine *Information* um orientierungsgebende *Meinung* akzentuiert, tragen die Berichterstattungsmuster eines Perspektivjournalismus *Lösungen* und der partizipative Journalismus *Partizipation* bei. Ein investigativer Journalismus ergänzt das Programm ebenso um *Investigation* wie die Spielarten des narrativen Journalismus um *Narration*. Während der Boulevardjournalismus *Emotion* integriert, aktualisiert der anwaltschaftliche Journalismus die *Intervention* in das Programm eines subjektiven Journalismus. Dieser subjektive Journalismus gewinnt durch die Aktualisierung seiner journalistischen Arbeitsprogramme (Altmeyen 1999; Evers/Greck/Altmeyen 2021) – „zusätzliche Recherche-, Darstellungs- und Inszenierungsmuster“ (Hohfeld 2003: 232) – z.B. anhand eines „New New Journalism“ (Boynton 2005) an Kontur, wenn er zunächst mit Hohfeld (2003: 230-231) als „Gegenkonzept zum distanzierten Informationsjournalismus und dessen rationalem Zugang zur Wirklichkeit“ angelegt wird: Gefühle statt Fakten, Storytelling statt Nachrichtenwerte, „persönliches ‚Einschleichen‘ in die Geschichte und emotionales Eingehen auf die Protagonisten“, eine authentische Sprache sowie die Innenperspektive („Insiderreportage“) verdichten „neben der erzählerischen Subjektivität auch andere Elemente

wie Aktivismus, Leidenschaft, anwaltschaftliches Vorgehen und Partizipation zu einer etwas unübersichtlichen Melange“ (ebd.: 231; vgl. grundlegende auch die Beiträge in Bleicher/Pörksen 2004). Um den potenziellen Leistungen und Qualitäten eines solchen subjektiven Journalismus gerecht zu werden, können am objektiven Informationsjournalismus ausgerichtete Qualitätskriterien aktualisiert bzw. modifiziert werden. Bei einer solchen ‚subjektiven‘ Revision journalistischer Qualität kann es jedoch nicht darum gehen, den Qualitätsdiskurs und die hervorgebrachten Kriterien als bloße Konstruktionen im Sinne eines radikalen Konstruktivismus vollständig aufzulösen, sondern ausgehend von als zentral wahrgenommenen und etablierten „Kernqualitäten“ – die sich zudem kritisch von „Objektivitätskriterien“ wie Wahrheit, Neutralität, Ausgewogenheit etc. abgrenzen – „Orientierungspunkte“ für die Analyse und Reflexion journalistischer Leistungen zu reformulieren: Vielmehr lassen sich hier in einer normativ-pragmatischen Perspektive auf Journalismus Bereiche identifizieren, in denen auch Subjektivität als journalistische Qualität bzw. subjektiver Journalismus *in toto* als Qualitätsjournalismus verstanden werden kann. So betont Arnold (2016: 557), dass insbesondere bei „anderen Journalismuskonzepten [als dem Informations- und Nachrichtenjournalismus; J.B.], die stärker die Analyse und investigative Recherche betonen“ sowie bei „subjektiven Genres, z.B. der Reportage (...) offen ausgewiesene Subjektivität eine besondere Qualität sein kann“. *Subjektivität*, die hier neben subjektiven Einschätzungen von Protagonist:innen oder Quellen (*source subjectivity*; Steensen 2017: 30-31) die „Subjektivität seitens der Journalist:innen [meint], welche sich beispielsweise in Form von Anmerkungen oder Meinungsäußerungen innerhalb des journalistischen Produkts oder aber durch vorangegangene Investigativ-Recherchen erkennen lässt“ (Klås/Birkner 2020: 7), kann unter Umständen eine höhere Glaubwürdigkeit, Resonanz und Transparenz schaffen, wenn die aufgrund der Selektionsproblematik allen journalistischen Angeboten inhärenten „subjektiven Einflüsse“ derart expliziert werden – z.B. in *News-Stories* oder Nachrichtenmagazin-Geschichten, die auf die Trennung von Fakten und Meinungen verzichten (ein prominentes Beispiel wäre hier die „Geheimplan“-Recherche von *correctiv*) – dass „subjektive Einflüsse für die Rezipienten leicht erkennbar“ werden, „was bei als ‚objektiv‘ ausgeflaggten Nachrichten deutlich schwieriger ist“ (Arnold 2016: 555):

“The first-person perspective the correspondents employ already highlights their active presence and implicitly draws the attention to the reporting process. In addition, they also draw attention to their journalism

practice in a more explicit way. Their accounts are interlaced with short moments of reflection on their own conduct.” (Habers 2016: 506)

So votiert auch Habers (2016: 494) unter Berufung auf postmoderne und konstruktivistische Sichtweisen am Beispiel des *Slow Journalism* für eine Re-Definition von Qualitätsjournalismus, seiner Standards und Kriterien, die stärker auf Emotionalität und Authentizität abzielt (ähnlich Habers/Broersma 2014; Wahl-Jorgensen 2013; 2020). Da die umfangreiche Forschung zur Qualität im digitalen Journalismus (u.a. Lacy/Rosenstiel 2015; Harcup/O’Neill 2017) und insbesondere zu einem über soziale Netzwerke wie *Facebook*, *YouTube* oder *Instagram* verbreiteten *Social Journalism* (Engesser 2013; Reineck 2018; Hermida/Mellado 2020 sowie zum Überblick Sehl/Eger/Kretzschmar 2022: 48-53) zwar substantielle Ergänzungen gängiger Qualitätskriterien des Informationsjournalismus liefert, aber von wenigen Ausnahmen abgesehen (z.B. Radü 2018; Kläs/Birkner 2020) explizit „subjektive“ Qualitäten des Journalismus ausspart, orientiert sich der Katalog deduktiv ableitbarer Qualitätskriterien des subjektiven Journalismus weitgehend an den oben für alternative Journalismen beschriebenen Grundintentionen, die über Indikatoren auf den Ebenen journalistischen Handelns und der Produkte operationalisiert werden und eine empirische Untersuchung der Qualität von subjektivem Journalismus anleiten können.

Abb. 3: Potenzielle Qualitätskriterien des subjektiven Journalismus

Qualitätskriterium	Indikatoren auf den Ebenen journalistischen Handelns und Produkte
Relevanz	Zeitliche Aktualität (aktueller Bezug, Neuigkeit), Problem-Aktualität
Vielfalt	Pluralität der Meinungen, Akteure
Narrativität	Dramaturgie (inkl. Konflikte, Protagonist:innen, Szenen), erzählerischer Rhythmus und Struktur, Sinnlichkeit
Authentizität	Nähe, Identifikation, Anschaulichkeit, Glaubwürdigkeit; Personalisierung
Emotionalität	Unterhaltung, Gefühle, Überraschung
Exklusivität	Eigenrecherche, Originalität, gesellschaftlich relevante Perspektive und Themen

Qualitätskriterium	Indikatoren auf den Ebenen journalistischen Handelns und Produkte
Kontextualität	Komplexitätsreduktion, Hintergrundinformationen, Einordnung, Verständlichkeit, Kontinuität
Nutzwert	Alltagstauglichkeit von Wissen, (lebens-)praktischer Nutzen der Information
Reflexivität	Medienethische bzw. handwerkliche Reflexion, Fehlerkultur
Partizipativität	Ansprache bzw. Einbindung sowie Input des Publikums (Engagement)
Transparenz	Offenlegung der Bedingungen der Recherche und Berichterstattung, Quellenangaben

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von u.a. Wahl-Jorgensen (2013; 2020); Habers (2016); Habers/Broersma (2014); Steensen (2017); Schlütz (2020); insbesondere im Digitalen u.a. Engesser (2013); Lacy/Rosenstiel (2015); Harcup/O'Neill (2017); Reineck (2018); Hermida/Mellado (2020); Sehl et al. (2022).

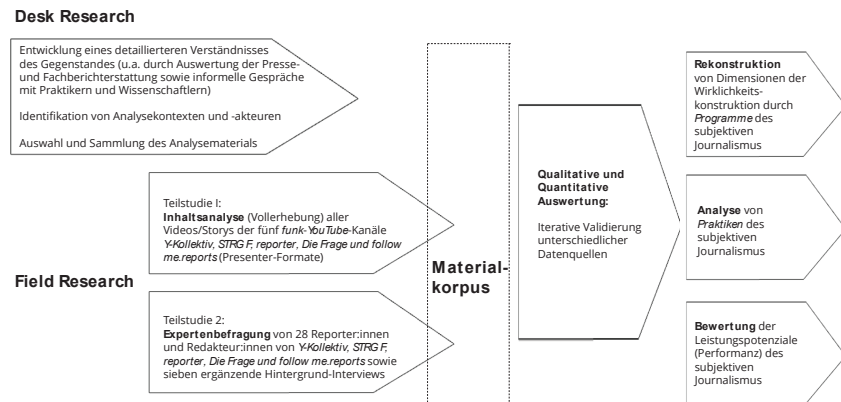
3. Qualitätskriterien eines subjektiven Journalismus: Ergebnisse einer kombinierten Inhaltsanalyse der Presenter-Reportage von funk

Als journalistische ‚Orte‘ eines solchen subjektiven Journalismus geraten insbesondere Presenter-Reportage-Formate in den Blick (Morawski/Weiss 2007: 167-171), wie sie das ARD-ZDF-Content-Netzwerk *funk* für Zielgruppen zwischen 14 und 29 Jahren insbesondere über soziale Medien wie *YouTube* anbietet (Drössler 2021; Hepp et al. 2021: 567). Im Rahmen eines übergeordneten Forschungsprojektes zum subjektiven Journalismus (vgl. Abb. 3) wurden die Qualitätskriterien eines subjektiven Journalismus anhand von fünf Presenter-Reportagen-Formaten von *funk* erhoben (*Y-Kollektiv*, *STRG_F*, *reporter*, *follow me.reports* und *Die Frage*).³ Dazu wurde eine quantitative und qualitative Inhaltsanalyse (Rössler/Geise 2013; Fürst et al. 2016) von insgesamt 1.155, zwischen 2016 und 2022 über *YouTube* pu-

3 Nicht berücksichtigt wurden die ebenfalls als Presenter-Formate firmierenden Angebote *Vollbild* (SWR), *Exactly* (MDR) oder *PULS Reportage* (BR), die zwar im öffentlich-rechtlichen Kontext, aber für die jeweiligen Rundfunkanstalten bzw. deren digitale Kanäle und nicht für das gemeinsame Content-Netzwerk *funk* produziert werden (vgl. Brinkmann 2023: 37). Diese Formate werden jedoch in einem gegenwärtig laufenden Folgeprojekt analysiert.

blizierten Video-Reportagen durchgeführt, bei denen neben u.a. Themen, Akteuren, Quellen, Orte, Berichterstattungsmuster und Darstellungsformen (Brinkmann 2023) auch die in Tabelle 1 deduzierten Qualitätskriterien erhoben wurden (für das methodische Vorgehen vgl. ebd.: 33-41). Der analytische Fokus dieses Beitrags liegt hier auf dem dritten Schwerpunkt der Bewertung der Leistungspotenziale (Performanz) eines subjektiven Journalismus. Zur Operationalisierung griff das Codebuch auf die oben genannten Indikatoren zurück, um Ausprägungen von „nicht“ über „mittel“ bis „stark ausgeprägt“ zu codieren. Der Reliabilitätswert nach Holsti lag für diese Kategorien bei insgesamt 0.8.

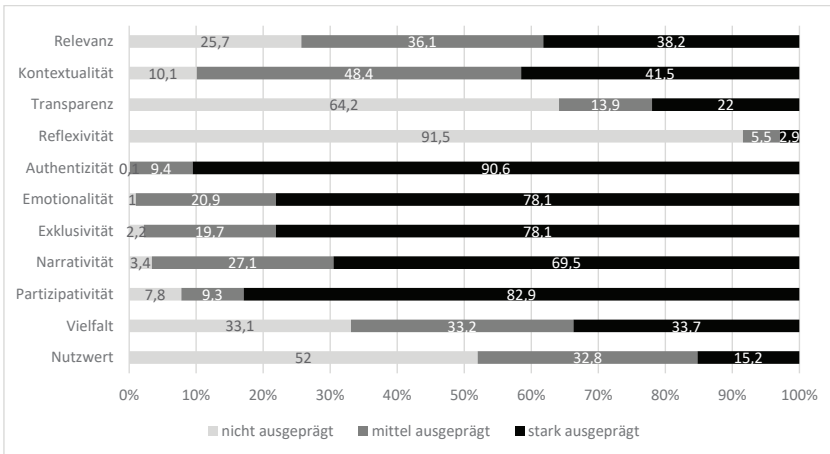
Abb. 4: Studiendesign und methodisches Vorgehen des übergeordneten Forschungsprojekts



Quelle: eigene Darstellung nach Buschow (2012: 64).

Die Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse zeigen ein eindeutiges Bild (vgl. Abbildung 4): Während journalistische Qualitätskriterien, die eher einem ‚objektiven‘ Informations- und Nachrichtenjournalismus zugeordnet werden können – z.B. Relevanz, Kontextualität, Transparenz, Vielfalt und Nutzwert – in der Mehrheit der Presenter-Reportagen formatübergreifend nicht stark ausgeprägt sind, gilt dies für eher mit einem subjektiven (Erzähl-) oder *New Journalism* verbundenen Kriterien durchaus: Authentizität (90,6 Prozent), Partizipativität (82,9 Prozent), Emotionalität und Exklusivität (beide je 78,1 Prozent) sowie Narrativität (69,5 Prozent) sind formatübergreifend „stark“ ausgeprägt (hinzu zählen in diesen Kategorien jeweils noch nennenswerte Anteile mittlerer Ausprägung).

Abb. 5: Ausprägung journalistischer Qualitätskriterien formatübergreifend in Prozent



Quelle: eigene Darstellung auf Basis des empirischen Materials, n = 1.155.

Auf Basis der qualitativen Inhaltsanalyse können hier einzelne Reportagen als Ankerbeispiele für jeweils stark ausgeprägte Qualitätskriterien auf Beitragsebene identifiziert werden, wobei im Sinne des Tagungsthemas Beispiele aus dem Themenkreis Nachhaltigkeit gewählt wurden:

- Als Beispiele für besonders *relevante* Beiträge können so die Reportagen „Was würdet ihr fürs Klima tun? Radikale Aktivisten kämpfen gegen Klimawandel“ (*Y-Kollektiv*) oder „Fake-Institut: Wie die Anti-Klimaschutz-Lobby euch verarscht“ (*reporter*) gelten, da diese gesellschaftspolitische Missstände für junge Zielgruppen aufbereiten.
- Während die Reportage „Aktivisten sabotieren ein Kohlekraftwerk!“ (*Die Frage*) eine *Exklusivität* durch die besonderen Einblicke des Reporters in die Szene einlöst, ist der *Nutzwert* für die Zuschauenden in „Challenge: Klimaneutral leben – geht das?“ (*Die Frage*) durch die zahlreichen Hinweise und Tipps stark ausgeprägt.
- Ein Beispiel für journalistische *Reflexivität* liefert der Film „Noch zu stoppen? So wirkt sich der Klimawandel schon jetzt aus“ (*Y-Kollektiv*), in dem der Reporter seine eigene Haltung zum Thema immer wieder selbstkritisch im „On“ reflektiert, während der Film „Undercover in

- China: Wer fälscht unsere Rucksäcke? (STRG_F) sehr *transparent* die Bedingungen der Recherche thematisiert und erklärt.
- Eine stark ausgeprägte *Kontextualität* liefert dagegen z.B. die *follow me.reports*-Reportage „Aktivismus extrem: Hungern fürs Klima?“ durch das Einblenden von Texttafeln mit Statistiken und Hintergrundinformationen zum Thema.
 - Auf *vielfältige* Quellen stützt sich beispielsweise „Fair Fashion – Die nachhaltige und faire Mode durch neue Ideen“ (*Y-Kollektiv*), wenn die Reportage sowohl Studien einbindet als auch verschiedene Protagonist:innen mit unterschiedlichen Ansichten zum Thema zu Wort kommen lässt.
 - Als stark *narrativ* kann dagegen die Reportage „Plastikmüll von Nestlé und Co. – Suche im Meer“ von STRG_F gelten, deren aufwändiges Storytelling die Recherchereise der Reporter:innen als „Suche“ inszeniert.
 - Während die *Y-Kollektiv*-Reportage „Klimakatastrophen-Sommer: Wie die Klimakrise unser Leben bedroht“ durch ihre persönliche Ansprache stark emotionalisiert, wirkt der Film „Selbsttest: Bewusster leben – Wie teuer ist Nachhaltigkeit wirklich?“ durch den persönlichen Bezug des Reporters besonders *authentisch*.
 - Besonders partizipativ sind vor allem Reportagen wie „Tiere töten & essen - Hannah im Schlachthof“ (*follow me.reports*) oder „Fridays For Future mit Luisa Neubauer“ aus der Reihe „Was kann ich gegen den Klimawandel tun?“ (*Die Frage*), die an vielen Stellen Fragen der Community integrieren und explizit zum Kommentieren des Films aufrufen.

Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse erlauben zudem eine Differenzierung subjektiver Journalismen (vgl. Tabelle 2; Brinkmann 2023: 101): Reportergetriebene Formate wie *Y-Kollektiv* und STRG_F setzen eher auf härtere Gesellschaftsthemen, gehen regelmäßig investigativ vor, erkunden Milieus und berichten über politische Ereignisse. Sie stellen Auslandsbezüge her, die Reporter stehen als zentrale Akteure und Informationsquellen im Mittelpunkt der Filme. Sie sind daher von der Subjektivität der Autoren geprägt. Diese Formate sind zudem relevanter, transparenter, vielfältiger und kontextualisierender – prägen also traditionelle journalistische Informationskriterien stärker aus. Beispielhaft dafür können die Ausprägungen der Qualitätskriterien bei STRG_F gesehen werden (vgl. Abb. 5).

Protagonistengetriebene Formate wie *follow me.reports* und *Die Frage* (sowie mit Einschränkungen *reporter*) thematisieren konsequenter Lebenswelt- und Zielgruppenthemen, porträtieren Menschen und deren Einzel-

schicksale fast ausschließlich in Deutschland und zeigen häufiger journalistische Selbstversuche. Ihre zentralen Akteure und Informationsquellen sind Protagonisten, die von den Hosts in Hybrid-Formaten aus Interview und Reportage zu ihren emotionalen Geschichten befragt und begleitet werden. Ihre Filme werden eher durch eine Quellen- oder Protagonisten-Subjektivität dominiert. Diese Formate sind noch stärker narrativ, emotional und partizipativ geprägt und betonen damit neue Qualitätskriterien eines subjektiven Journalismus. Als Beispiel bieten sich Qualitätskriterien an, die das Format *follow me.reports* in den Reportagen ausprägt (vgl. Abb. 6)

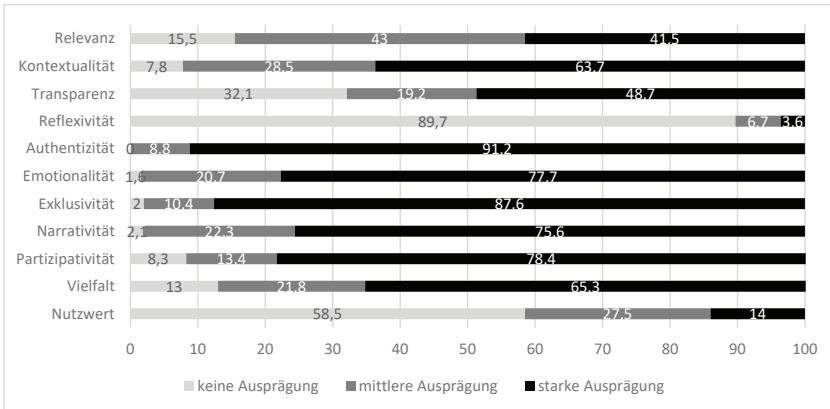
Abb. 6: Reporter- und protagonisten-getriebene Konzepte des subjektiven Journalismus und ihre ausgewählten charakteristischen Dimensionen

Journalistische Charakteristika	Reporter-getriebene Konzepte des subjektiven Journalismus	Protagonisten-getriebene Konzepte des subjektiven Journalismus
Themen	Lebenswelt- und Gesellschafts-Themen	Lebenswelt- und Zielgruppen-Themen
Thematisierung bzw. Zielgruppenansprache	Emotional-narrativ, teilweise investigativ	Emotional-narrativ, interaktiv
Berichterstattungsmuster	<i>New Journalism</i> mit investigativ-anwaltschaftlichem Impetus	<i>New Journalism</i> , mit anwaltschaftlich-partizipativem Impetus
Reportage-Formen	Milieus, teilweise auch Personen und Rollenspiele, (politische) Ereignisse	Portraits und Selbstversuche; Interview-Reportagen-Hybride
Informationsquellen und handelnde Akteure	Reporter:innen (Haupt), Protagonist:innen (Neben)	Protagonist:innen (Haupt), Reporter:innen (Neben)
Örtlicher Fokus	Deutschland als wichtigstes Ereignisland, Auslandsbezüge erkennbar (teilweise auch Berichterstattung vor Ort)	Deutschland als einziges Ereignisland, kaum internationalen Bezüge, keine Auslandsberichterstattung

Journalistische Cha- rakteristika	Reporter-getriebene Konzepte des subjek- tiven Journalismus	Protagonisten-getrie- bene Konzepte des subjektiven Journalis- mus
Form der journalis- tischen Subjektivität (nach Steensen 2017)	Reporter-Subjektivität (<i>byline subjectivity</i>)	Quellen-Subjektivität (<i>source subjectivity</i>)
Beispiele innerhalb des Content-Netzwerks <i>funk</i>	<i>STRG_F</i> , <i>Y-Kollektiv</i>	<i>Follow me.reports</i> , <i>Die Frage (reporter)</i>
Journalistische Pro- gramme (Sub-Formen bzw. Typen des subjek- tiven Journalismus)	<i>Slow Journalism</i> , Gonzo-Journalismus	Empathischer Journalis- mus, Selfie-Journalismus
Journalistische Prakti- ken	u.a. persönliche The- matisierung, thesenge- leitete Recherche, eige- ne Inaugenscheinnah- me, investigatives Sto- rytelling, On-Off-Re- porting, reflexives Framing	u.a. persönliches Invol- vement, redaktionelle Recherche und Fact- Checking, chronologi- sches Storytelling, emo- tionale Interviews, On- Presenting, Empower- ment der Community
Journalistische Quali- itätskriterien	Narrativität, Authen- tizität, Exklusivität, (Vielfalt), (Transpa- renz)	Emotionalität, Partizi- pativität, (Nutzwert)

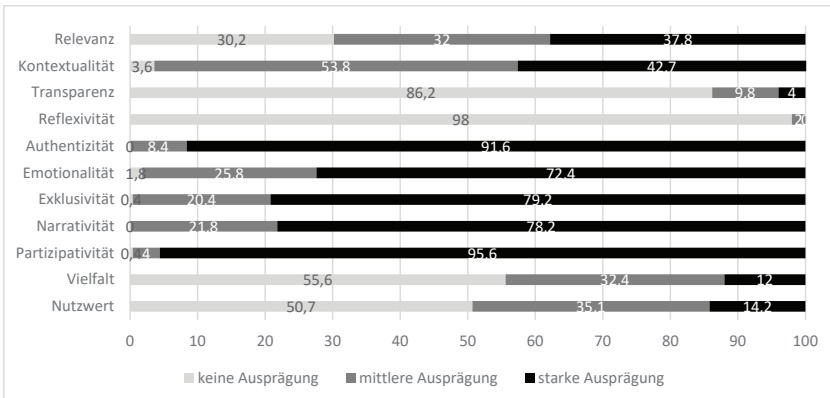
Quelle: eigene Darstellung auf Basis des empirischen Materials (erweitert nach Brinkmann 2023)

Abb. 7: Ausprägung journalistischer Qualitätskriterien im Format STRG_F in Prozent



Quelle: eigene Darstellung auf Basis des empirischen Materials, n = 193.

Abb. 8: Ausprägung journalistischer Qualitätskriterien im Format follow me.reports in Prozent



Quelle: eigene Darstellung auf Basis des empirischen Materials, n = 225.

4. Ausblick: Journalistische Subjektivität und die Gefahren eines „strategischen Rituals“ und eines Haltungsjournalismus

Die starke Ausprägung von Kriterien wie Authentizität, Emotionalität und Narrativität spricht ebenso wie die narrativ-emotionale, gefühlsorientierte Zielgruppenansprache dafür, dass die Presenter-Reportagen von *funk* als Vertreterinnen eines neuen subjektiven Journalismus Informationen auch unterhaltend vermitteln – was angesichts des kompetitiven Kampfs um Aufmerksamkeit in sozialen Netzwerken auch nachvollziehbar erscheint. Die erzählerische Tiefe, die emotionale Personalisierung, die authentische Subjektivität, die thematische Heterogenität, oder die konsequente Partizipativität sprechen demnach einerseits dafür, gerade die reporter-getriebenen Formate wie *Y-Kollektiv* und *STRG_F* als Qualitätsformate eines neuen Typs zu verstehen. Journalistische Fehler, wie in der Berichterstattung über bzw. im Umgang mit Rezo, stören diese Perspektive zwar empfindlich, sollten aber – ähnlich wie beim *Spiegel* im Fall der erfundenen Reportagen des Reporters Claas Relotius – nicht dazu führen, jungen Formate und ihren „Neuen Journalismus“ grundsätzlich die Glaubwürdigkeit und die journalistische Qualität abzuspochen. Insbesondere nicht, wenn sich die Redaktionen wie angekündigt reflektiert und transparent geben und versprechen, journalistische Arbeitsweisen und redaktionelle Abläufe zu verbessern. Andererseits können die Entwicklungen der Presenter-Reportagen insofern auch kritisch betrachtet werden, als dass die starke Formatierung der Filme ein „strategisches Ritual“ der Subjektivität befördert, wenn Redaktionen und Zielgruppen einen subjektiven Angang durch die Reporter:innen bzw. mindestens durch die Protagonist:innen bei jedem Thema erwarten. Statt einer authentischen, vermittelnden Subjektivität (Habers/Broersma 2014) erzeugen die Reporter:innen dann nur noch eine artifiziell inszenierte Subjektivität, die die eigentliche Stärke der Darstellungsform letztlich aushöhlt und langfristig unglaubwürdig wirken muss. Darüber hinaus birgt die ostentativ subjektive Reporter:innen-Perspektive gerade bei gesellschaftspolitisch aufgeladenen Themen die Gefahr, Aktivismus im journalistischen Gewand zu betreiben. Eine Form des Haltungsjournalismus, der persönlich und explizit Partei für bestimmte Positionen ergreift – zum Beispiel, indem Reporter:innen vor der Kamera vor den Folgen des Klimawandels warnen und ethisch begründet an einen nachhaltigeren Lebensstil der Nutzer:innen (und sich selbst) appellieren wie im Film „Noch zu stoppen? So wirkt sich der Klimawandel schon jetzt aus“ (*Y-Kollektiv*) – mag zeitgemäß und den aktuellen globalen Herausforderungen angemessen sein. Er bietet aber

insbesondere Kritiker:innen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und den Vertreter:innen gegenteiliger Positionen eine breite Angriffsfläche, um die Formate, *funk* und Formen des subjektiven Journalismus zu diskreditieren.

Abb. 9: Y-Kollektiv-Reporter Dennis Leiffels thematisiert das Problem des Klimawandels in „Noch zu stoppen? So wirkt sich der Klimawandel schon jetzt aus“ ethisch-moralisch direkt vor der Kamera im „On“ und an die Nutzer:innen gerichtet



Quelle: Screenshot aus der Reportage.

Literatur

- Arnold, Klaus (2016): *Qualität als Funktionssystem der Gesellschaft*. In: Löffelholz, Martin/Rothenberger, Liane (Hg.): *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden: Springer VS, S. 551-564.
- Bleicher, Joan Kristin/Pörksen, Bernhard (Hg.) (2004): *Grenzgänger: Formen des New Journalism*. Wiesbaden: Springer VS.
- Brinkmann, Janis (2023): *Journalistische Grenzgänger. Wie die Reportage-Formate von funk Wirklichkeit konstruieren*. Arbeitsheft 111 der Otto-Brenner-Stiftung. Online verfügbar unter: <https://www.otto-brenner-stiftung.de/journalistische-grenzgaenger/> (Abfrage am: 13.06.2024).
- Buschow, Christopher (2018): *Die Neuordnung des Journalismus Eine Studie zur Gründung neuer Medienorganisationen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Buschow, Christopher (2012): *Strategische Institutionalisierung durch Medienorganisationen. Der Fall des Leistungsschutzrechtes*. Köln: Herbert von Halem.

- D'Inka, Werner (2019): *Ein kleines Wort mit großen Folgen. Die Ich-Form im Journalismus. Grenzgängerei oder Transparenz-Vorbild?* In: *Journalistik* 2 (3), S. 218–229.
- Drössler, Kira (2021): *Formate für Digital Natives: Innovatives Entwickeln, Umsetzen und Managen Strategien und Erfolgsfaktoren für junge Social Media Formate*. Wiesbaden: Springer VS.
- Engesser, Sven (2013): *Die Qualität des Partizipativen Journalismus im Web: Bausteine für ein integratives theoretisches Konzept und eine explanative empirische Analyse*. Wiesbaden: Springer VS.
- Evers, Tanja/Greck, Regina/Altmeyen, Klaus-Dieter (2021): *Die Strickmuster auseinanderhalten: Strickmuster des politischen Journalismus*. In: Prinzing, Marlis/Blum, Roger (Hg.): *Handbuch Politischer Journalismus*. Köln: Herbert von Halem, S. 439–462.
- Fink, Christin (2016): *Journalistische Genres. Idealismus, Realität und neue Normen*. In: DFJV (Hg.): *Journalistische Genres*. Köln: Herbert von Halem, S. 9–18.
- Fürst, Silke/Jecker, Contanze/Schönhagen, Philomen (2016): *Die qualitative Inhaltsanalyse in der Kommunikationswissenschaft*. In: Averbeck-Lietz, Stefanie/Meyen, Michael (Hg.): *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: Springer VS, S. 209–226.
- funk (2024): *Liebe Community*. Online verfügbar unter: <https://www.funk.net/channel/strgf-11384?document=abschlussbericht> (Abfrage am: 13.06.2024).
- Greck, Regina/Kössler, Tanja (2013): *Journalismus und Berichterstattung*. In: Altmeyen, Klaus-Dieter/Arnold, Klaus (Hg.): *Journalistik: Grundlagen eines organisationalen Handlungsfeldes*. München: Oldenbourg, S. 107–119.
- Guyton, Patrick (2014): *Haltung im Journalismus: Die Maximen umschreiben*. Online verfügbar unter: <https://taz.de/Haltung-im-Journalismus/!5991902/> (Abfrage am: 13.06.2024).
- Haarkötter, Hektor (2015): *Die Kunst der Recherche*. Konstanz: UVK.
- Haas, Hannes (1999): *Empirischer Journalismus: Verfahren zur Erkundung gesellschaftlicher Wirklichkeit*. Wien: Böhlau.
- Habers, Frank (2016): *Time To Engage. De Correspondent's redefinition of journalistic quality*. In: *Digital Journalism* 4 (4), S. 494–511.
- Habers, Frank/Broersma, Marcel (2014): *Between engagement and ironic ambiguity: Mediating subjectivity in narrative journalism*. In: *Journalism* 15 (5), S. 639–654.
- Harcup, Tony/O'Neill, Deirdre (2017): *What is News? News values revisited (again)*. In: *Journalism Studies* 18 (12), S. 1470–1488.
- Held, Barbara/Ruß-Mohl, Stephan (2005): *Qualitätsmanagement als Mittel der Erfolgssicherung. Erfahrungen – Probleme – Perspektiven*. In: Fasel, Christoph (Hg.): *Qualität und Erfolg im Journalismus*. Konstanz: UVK, S. 49–63.
- Hepp, Andreas/Loosen, Wiebke/Kühn, Hendrik/Solbach, Paul/Kramp, Leif (2021): *Die Figuration des Pionierjournalismus in Deutschland. Akteure und Experimentierbereiche*. In: *M&K Medien- & Kommunikationswissenschaft* 69 (4), S. 551–577.
- Hermida, Alfred/Mellado, Claudia (2020): *Dimensions of Social Media Logics: Mapping Forms of Journalistic Norms and Practices on Twitter and Instagram*. In: *Digital Journalism* (8) 7, S. 864–884.

- Hohlfeld, Ralf (2003): *Vom Informations- zum Pseudojournalismus. Berichterstattungsmuster im Wandel*. In: *Communicatio Socialis* 36 (3), S. 223–243.
- Klås, Anne/Birkner, Thomas (2020): *Listen! Let me tell you a story. True Crime-Berichterstattung in Podcasts*. In: *kommunikation@gesellschaft* 21 (2).
- Kissler, Alexander (2021): *Linke Politik und Sex. Das Jugendangebot «Funk» von ARD und ZDF ist zum Chefankläger der Mehrheitsgesellschaft geworden*. In: *Neue Zürcher Zeitung* vom 05.10.2021, S. 28.
- Kräher, Lisa (2024): *Leider nicht so geil. „Y-Kollektiv“-Doku über Heli-Skiing*. Online unter: <https://uebermedien.de/93329/leider-nicht-so-geil/> (Abfrage am: 13.06.2024).
- Kräher, Lisa (2023): *Y-Kollektiv: Beten wir für eine bessere Doku über Antifeminismus*. Online verfügbar unter: <https://uebermedien.de/87691/beten-wir-fuer-eine-bessere-doku-ueber-antifeminismus/> (Abfrage am: 13.06.2024).
- Lacy, Steven/Rosenstiel, Tom (2015). *Defining and measuring quality journalism*. Online verfügbar unter: <https://www.issueelab.org/resources/31212/31212.pdf> (Abfrage am: 14.11.2024).
- Le Masurier, Megan (2019): *Slow Journalism*. London: Routledge.
- Lindgren, Mia (2017): *Autoethnographic Journalism: Subjectivity and Emotionality in Audio Storytelling*. In: Monk, Nicholas/Lindgren, Mia/McDonald, Sarah/Pasfield-Neofitou, Sarah (Hg.): *Reconstructing Identity*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, S. 183–206.
- Mast, Claudia (2018): *ABC des Journalismus. Ein Handbuch*. Köln: Herbert von Halem.
- McQuail, Denis (1992): *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage.
- Meier, Klaus (2019): *Berichterstattungsmuster als Strategien der Komplexitätsreduktion*. In: Dernbach, Beatrice/Godulla, Alexander/Sehl, Annika (Hg.): *Komplexität im Journalismus*. Wiesbaden: Springer VS, S. 101–116.
- Meier, Klaus (2018): *Journalistik*. Konstanz/München: UVK.
- Morawski, Thomas/Weiss, Martin (2007): *Trainingsbuch Fernsehreportage. Reporter-glück und wie man es macht – Regeln, Tipps und Tricks. Mit Sonderteil Kriegs- und Krisenreportage*. Wiesbaden: Springer VS.
- Radü, Jens (2018): *New Digital Storytelling. Anspruch, Nutzung und Qualität von Multimedia-Geschichten*. Baden-Baden: Nomos.
- Reineck, Dennis (2018): *Die soziale Konstruktion journalistischer Qualität. Fachdiskurs, Theorie und Empirie*. Köln: Herbert von Halem.
- Reisin, Andrej (2023): *37 Grad Leben: Weinen ist nicht „authentisch“, sondern unprofessionell*. Online verfügbar unter: <https://uebermedien.de/88439/weinen-ist-nicht-aut-hentisch-sondern-unprofessionell/> (Abfrage am: 13.06.2024).
- Reisin, Andrej (2022): *Reporterformate: Ein „authentischer“ Host ersetzt keine Recherche*. Online verfügbar unter: <https://uebermedien.de/69778/ein-authentischer-host-ersetzt-keine-recherche/> (Abfrage am: 13.06.2024).
- Ruß-Mohl, Stephan (1992): *Am eigenen Schopfe... Qualitätssicherung im Journalismus – Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche*. In: *Publizistik*, 37 (1), S. 83–96.

- Ruß-Mohl, Stephan (1994): *Der I-Faktor. Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus. Modell für Europa?* Zürich: Edition Interfrom.
- Schlütz, Daniela (2020): Auditive "deep dives". Podcasts als narrativer Journalismus. In: *kommunikation@gesellschaft* 21 (2).
- Schneider, Annika (2022): *Ich-Journalismus: Recherchen aus dem Leben, vorzugsweise dem eigenen*. Online verfügbar unter: <https://uebermedien.de/77795/recherchen-aus-dem-leben-vorzugsweise-dem-eigenen/> (Abfrage am: 13.06.2024).
- Schwarzer, Matthias (2021): *Reportageformate bei Funk: Das große Fest der Einzelschicksale*. Online verfügbar unter: <https://www.rnd.de/medien/funk-reportageformate-journalismus-oder-unterhaltung-das-grosse-fest-der-einzelschicksale-N4YZR7GZ7FGY7IP7YLZCFQ4YTA.html> (Abfrage am: 13.06.2024).
- Sehl, Annika/Eder, Maximilian/Kretzschmar, Sonja (2022): *Journalismus auf Instagram Qualität neu definiert?* In: Schützeneder, Jonas/Graßl, Michael (Hg.): *Journalismus und Instagram. Analysen, Strategien, Perspektiven aus Wissenschaft und Praxis*. Wiesbaden: Springer VS, S. 45-58.
- Sontheimer, Michael (2014): *Das Ich im Journalismus: Im Zeitalter der Selbststilisierung*. Online verfügbar unter: <https://taz.de/Das-Ich-im-Journalismus/!5032682/> (Abfrage am: 13.06.2024).
- Stensen, Steen (2017): *Subjectivity as a Journalistic Ideal*. In: Fonn, Birgitte Kjos/Hornmoen, Harald/Hyde-Clarke, Nathalie/Hågvar, Yngve Benestad (Hg.): *Putting a Face on it: Individual Exposure and Subjectivity in Journalism*. Utgivelsesår: Cappelen Damm Akademisk, S. 25-47.
- Stollfuß, Sven (2020): *Soziales Fernseherleben: Social TV. Formen, Dynamiken und Entwicklungen am Beispiel des Contentnetzwerks funk*. In: *Media Perspektiven* 20/2020, S. 649-660.
- Stringer, Paul (2018): *Finding a Place in the Journalistic Field. The pursuit of recognition and legitimacy at BuzzFeed and Vice*. In: *Journalism Practice* 19 (13), S. 1991-2000.
- Tandoc, Edson C. (2017): *Five ways BuzzFeed is preserving (or transforming) the journalistic field*. In: *Journalism* 19 (2), S. 200-216.
- Wahl-Jorgensen, Karin (2020): *An Emotional Turn in Journalism Studies?* In: *Digital Journalism* 8 (2), S. 175-194.
- Wahl-Jorgensen, Karin (2013): *Subjectivity and Story-Telling in Journalism. Examining expressions of affect, judgement and appreciation in Pulitzer Prize-winning stories*. In: *Journalism Studies* 14 (3), S. 305-320.
- Weidenfeld, Ulrike (2017): *„Wenn die Welt brennt, redet man nicht über die Katze.“ Das neue Ich im Journalismus*. In: Renner, Karl Nikolaus/Schultz, Tanjev/Wilke, Jürgen (Hg.): *Journalismus zwischen Autonomie und Nutzwert*. Köln: Herbert von Halem, S. 331-342.
- Weischenberg, Siegfried (1995): *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2. Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Wyss, Vinzenz/Keel Guido (2010): *Journalismusforschung*. In: Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried/Siegert, Gabriele (Hg.): *Einführung in die Publizistikwissenschaft*. Bern: utb, S. 337-378.