

- ▶ **Transparenz:** Journalist_innen müssen erklären, wie sie arbeiten. Sie müssen offenlegen, was sie wissen und was sie nicht wissen. Und sie müssen zeigen, warum Themen aufgegriffen werden oder eben nicht.
- ▶ **Fehler benennen und korrigieren:** Fehler passieren. Jeden Tag. Wir werden aber nicht zur „Lügenpresse“, weil wir Fehler machen. Wir wären Lügenpresse, wenn wir diese Fehler nicht mehr benennen würden und daraus lernten.

Medienmagazin „Zapp“. Die Chance, zu lernen.

Von *Annette Leiterer*

Kurz vor Weihnachten 2018 befand sich die gesamte „Zapp“-Redaktion im Urlaub, als der „Spiegel“ offenlegte, jahrelang von seinem Redakteur Claas Relotius betrogen worden zu sein. Dieser habe Interviews verändert, Protagonisten sowie Details in den Geschichten schlichtweg erfunden. Mitarbeiter von „Zapp“ telefonierten, schrieben, kommentierten möglichst schnell und gründlich. Denn der Fall Relotius berührt in besonderer Weise ein Thema, das uns bei „Zapp“ seit mehreren Jahren intensiv beschäftigt: Vertrauen in die Medien – als Grundlage für die Funktion von Journalismus in Demokratien. Kurz davor hatten uns die Ausschreitungen und Angriffe auf Medienvertreter in Chemnitz beschäftigt, sowie die Sprache der AfD und das Verhältnis des US-Präsidenten zu den Medien. Immer wieder ringt die Redaktion bei diesen Themen um die richtigen Fragen. Im Fall Relotius entschieden wir uns u. a. für die Fragen: In welchen Momenten stehen Printjournalisten überhaupt vor der Versuchung, einen Text unlauter zu schönen? Welche systemischen Zwänge stehen dahinter? Auf der anderen Seite transportiert „Zapp“ immer wieder den Wert von unabhängigem Journalismus. Dafür berichten wir z. B. auch über einen Radiosender wie „Vijaya.FM“ in Nepals Region Gaidakot, der der Region durch eine bessere Vernetzung der Bewohner Fortschritt bringt.

Unser Ziel besteht darin, dass interessierte Beitragszahler Einblicke in die vielfältige Medienwelt bekommen, mediale Systemzwänge kennenlernen, in die Lage kommen, selbst PR-Aussagen zu hinterfragen und den Wert von handwerklich sauberem Journalismus schätzen zu lernen. Wir bei „Zapp“ wissen



Annette Leiterer leitet seit 2016 das Medienmagazin „Zapp“.

Zuvor hat sie u. a. für „Panorama“, „Visite“ und „markt“ im NDR Fernsehen gearbeitet.

Abbildung 4:
Screenshot der
Internetseite des
Medienmagazins
„Zapp“: [https://www.
ndr.de/fernsehen/
sendungen/zapp/](https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/)



zwar, dass „Lernen“ assoziiert wird mit „Erziehung“ und dass dieser Begriff im Zusammenhang mit öffentlich-rechtlichen Medien aktuell polarisiert. Wir meinen aber mit „Lernen“ Offenheit und Lernbereitschaft Neuem gegenüber. Wir selbst lernen immer wieder durch unsere Recherchen dazu.

Wenn wir zum Beispiel feststellen, dass sich Annahmen trotz umfangreicher Recherche beim Dreh vor Ort nicht bestätigen. Solche Prozesse sollen bei „Zapp“ transparent werden. Um unser Wissen und unsere Erfahrungen bestmöglich auffindbar weiterzugeben, hat die Redaktion Interviews, Beiträge und Texte zu einem Kompendium „Dossier Medienpolitik“ gebündelt und nach Stichworten sortiert.²

Die Resonanz auf die Sendung insgesamt wächst stetig. Hatte „Zapp“ vor 10 Jahren, also 2008, bei den Zuschauern ab 3 Jahren noch einen Marktanteil im NDR Sendegebiet von 3,8 Prozent, so lag dieser im vorigen Jahr bei 5,2 Prozent. Auch die durchschnittliche absolute Zahl der Zuschauerinnen und Zuschauer hat sich in demselben Zeitraum erhöht von 110 000 auf 140 000 Zuschauer_innen im NDR Sendegebiet. Bundesweit haben 2018 durchschnittlich 300 000 Zuschauer_innen „Zapp“ geschaut. Sonst erhält die Redaktion direkte Rückmeldungen zum Programm über die Sozialen Medien: Twitter, Facebook oder auch YouTube. Ausführlicher äußern sich Zuschauerinnen und Zuschauer aber in E-Mails an das Zuschauerpostfach, das wir werktäglich bearbeiten. Dabei haben wir den Anspruch, jede inhaltliche Frage zu beantworten oder auf jeden Themenvorschlag

2 Online unter <https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/medienpolitik/>.

zu reagieren. Lediglich Beschimpfungen und sachfremde Äußerungen lassen wir unbeantwortet. Dabei profitiert die Redaktion und am Ende auch die Sendung häufig von Themenvorschlägen aus dem Zuschauerpostfach.

Die Reaktionen auf unsere Berichterstattung sind sehr unterschiedlich. Insgesamt aber ist das Erstaunen darüber, dass überhaupt z. B. die ARD selbst zum Thema wird bei „Zapp“, sowohl beim Publikum als auch bei den angefragten Anstalten einer gewissen Gewöhnung gewichen. Der größte Schutz für „Zapp“ als kritisches Medienmagazin liegt in der sauberen Anwendung journalistischer Handwerksregeln. Sind diejenigen, über die wir berichten, zu allen Vorhalten angemessen befragt worden? Haben die Einlassungen angemessen Raum bekommen? Diese Fragen beschäftigen „Zapp“-Mitarbeiter ständig, ebenso wie die Klärung von Bildrechten, die keineswegs einfacher geworden ist, zum Beispiel bei Bildern von sportlichen Großereignissen. Für ein wöchentliches TV-Magazin ist die Redaktion verhältnismäßig klein. Sie besteht aus vier Redakteuren einschließlich der Redaktionsleitung. Dabei arbeiten nicht alle Vollzeit. Hinzu kommen eine Assistentin sowie die freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, also diejenigen, die die „Zapp“-Filme und damit ganz wesentlich die Sendungsinhalte gestalten. Sieben Freie bilden hier den Kern, unregelmäßig arbeiten deutlich mehr Autorinnen und Autoren an der Sendung sowie jede Woche drei Online-Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in einem Schichtsystem. Ein Mediengestalter unterstützt die Redaktion an zwei Tagen in der Woche, indem er aus vorhandenem Drehmaterial Online-Videos schneidet, textet und Interviews so bearbeitet, dass diese Online in voller Länge angesehen werden können. Bei der jüngsten Zuschauerbefragung waren zwei Wünsche zentral: Erstens ein früherer Sendeplatz und das Magazin bekannter zu machen. Das hat sich auch die Redaktion vorgenommen – soweit das in unserer Macht liegt und nicht in Richtung „plumpe PR“ geht, die wir selbst kritisieren. Denn auch das haben wir uns vorgenommen: Wieder mehr den Fokus auf Themen wie PR und den digitalen Wandel legen.

Die AfD und ihr Verhältnis zu den Medien haben uns in der Vergangenheit viel beschäftigt. Populismus und die dazugehörigen Skandalisierungswellen, werden auch „Zapp“ weiterhin bewegen. Wir wollen aber offen bleiben für andere mediale Fragestellungen. Denn diese werden gerade nicht weniger, sondern stetig mehr.

Themen wie PR oder der digitale Wandel sollen laut Leiterer bei „Zapp“ zukünftig stärker in den Fokus genommen werden.