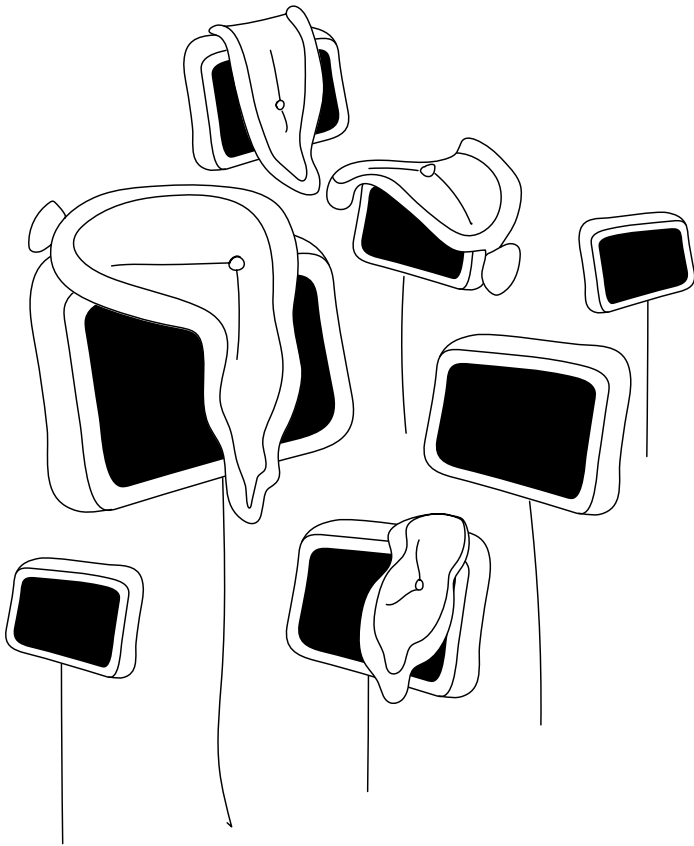


# „Mit dieser Viertelstunde müssen wir arbeiten“

Das Interview führten: STEFAN BRAND und SABINE WILKE



Der Journalist Dr. Kai Gniffke ist seit 2006 Chefredakteur von ARD-aktuell und somit auch der Tagesschau und Tagesthemen. In der Interviewserie „Sag es mir ins Gesicht“ machte Gniffke jüngst auf sich aufmerksam, als er live Fragen seiner Kritiker über Twitter, Facebook und Co. beantwortete. Das Ergebnis: eine erfrischend offene und ehrliche Diskussion auf Augenhöhe.

Auch CARE affair bekam Gniffke für eine gute halbe Stunde an die Strippe und diskutierte mit ihm darüber, warum, wieso und weshalb einige große humanitäre Krisen weniger in den Medien abgebildet werden als andere.

SB \_\_\_\_\_ Die Tagesschau ist mit über zehn Millionen Zuschauern pro Abend nach wie vor die größte Nachrichtensendung im deutschen Fernsehen. Sind Sie sich dieser medialen Macht bewusst?

KG Wir sehen uns nicht als mächtig. Vielleicht war das mal vor vielen Jahren so, als es in Deutschland nur ganz wenige Fernsehprogramme gab und kein Internet. Aber heute haben wir keine Macht in dem Sinne, dass wir die Meinung oder das Klima in Deutschland bestimmen könnten. Da sind wir deutlich bescheidener. Dennoch sind wir uns bewusst, welche Wirkung unsere Nachrichten haben und welche Verantwortung damit einhergeht.

SW \_\_\_\_\_ Welche Voraussetzungen muss bei Ihnen eine Nachricht erfüllen, damit sie einen Platz in der Tagesschau oder den Tagesthemen bekommt?

KG Wir bewerten grundsätzlich die Relevanz eines Vorgangs. Was relevant ist, darüber kann man natürlich auch streiten. Bei der Tagesschau und den Tagesthemen sehen wir das so: Wir schauen uns zum einen an, wie viele Menschen von einem Ereignis betroffen sind, also je größer die Zahl, desto höher ist die Relevanz. Dann geht es zum anderen darum, wie einflussreich die handelnden Akteure bei einem Ereignis sind. Zuletzt ist es auch wichtig, wie folgenreich ein Ereignis ist, also inwieweit der Fortgang der Weltgeschichte von diesem Ereignis abhängen wird. Das sind unsere Relevanzkriterien und danach wählen wir unsere Themen aus. Daneben sind Aktualität und die Nähe eines Ereignisses von großer Bedeutung. Dabei ist die Nähe nicht immer nur räumlich zu sehen, sondern auch zu einem bestimmten Kulturkreis. Und natürlich spielt auch eine Rolle, wie bildhaft ein Thema ist, ob es ein starkes Bild gibt. Und last, but not least schauen wir uns den Ge-

sprachswert eines Themas an. Ein Trainerwechsel beim FC Bayern wird vielleicht keine weltpolitischen Konsequenzen haben, aber am nächsten Tag sprechen eben viele Menschen darüber.

**SB** \_\_\_\_\_ **Man hört aus Ihrer Antwort heraus, dass die sogenannten westlichen Länder doch irgendwie eine größere Rolle spielen in der Berichterstattung, dass Sie eher in den Westen schauen, als zum Beispiel in den globalen Süden. Ist das so?**

**KG** Ja, das ist so und das würde ich auch nicht bestreiten. Obwohl die räumliche Entfernung jetzt relativ gleich ist, sind dem deutschen Publikum zum Beispiel die USA tatsächlich näher als beispielsweise Indien. Da gibt es eine kulturelle Nähe und das ist auch nichts, wofür man sich entschuldigen müsste. Das hat vor allem etwas mit dem Einfluss der Vereinigten Staaten nach dem Zweiten Weltkrieg zu tun. Spätestens seit dieser Zeit ist uns die US-amerikanische Gesellschaft eben näher als etwa die asiatische.

**SW** \_\_\_\_\_ **Um die Medien etwas von diesem „westlich geprägten Blick“ zu lösen, untersuchen wir unter anderem seit Jahren mit dem Bericht „Suffering in Silence“, welche Krisen weltweit die wenigste Berichterstattung erhielten. In 2016 waren das zum Beispiel die Nahrungskrisen in Eritrea, Madagaskar und Nordkorea. Diese Länder haben alle keine große Nähe zum deutschen Kulturkreis. Inwieweit ist ein solcher Bericht für Sie eine Kritik oder eher ein Ansporn?**

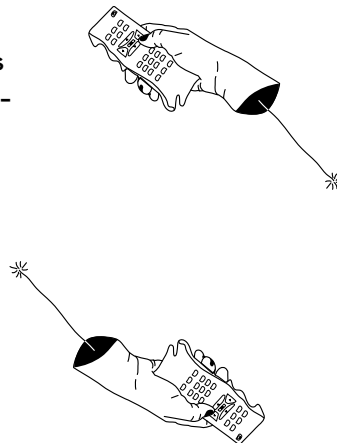
**KG** Das kann ein guter Ansporn sein um zu schauen, ob wir da ein Defizit haben, ob es Konflikte und Krisen gibt, über die wir möglicherweise noch nicht hinreichend berichtet haben. Ein Grundproblem ist allerdings, dass wir uns als Nachrichtenmacher immer mehr Zeit wünschen, um mehr Themen abzudecken. Leider haben Menschen für ihren Nachrichtenkonsum aber nur ein bestimmtes Zeitbudget und ich würde jetzt behaupten, dass das nicht mehr als eine Viertelstunde pro Tag

ist. Mit dieser Viertelstunde müssen wir arbeiten und verschiedenste Themen unterbringen. Natürlich ist eine humanitäre Katastrophe in Eritrea immer bedeutsamer und dramatischer, als beispielsweise die Diskussion über die Rente mit 67 in Deutschland. Denn es gibt nichts Schlimmeres als Elend, Leid und Tod. Trotzdem sehen wir unsere Aufgabe auch darin, die Dinge zu diskutieren, die in der deutschen Gesellschaft passieren. Das sieht auf den ersten Blick manchmal zynisch aus, am Ende müssen wir aber immer entscheiden, was der deutsche Zuschauer sehen will.

**SB** \_\_\_\_\_ **Dass Sie über deutsche Themen berichten müssen, verstehen wir. Aber wäre es nicht sinnvoll, statt wieder erneut über einen Tweet von Donald Trump zu sprechen, vielleicht auch einmal bewusst einen anderen Weg zu wählen und etwa über die Krise in Eritrea zu berichten? Da hat man manchmal das Gefühl, sie nehmen diese Chance nicht wahr.**

**KG** Uns ereilt diese Kritik häufig, dass wir zu viel über dieses oder jenes berichten. Es ist jeden Tag ein hartes Ringen um die Frage: Was sind heute die bedeutendsten Ereignisse? Und was man auch sagen muss: Nachrichten zeigen die Abweichung, das Neue. Nur leider ist es eben so, dass es in bestimmten Regionen der Welt, aufgrund von Korruption oder Klimafaktoren, häufiger zu Hungerkatastrophen kommt und es ist dort leider fast ein Stück Normalität. Deshalb schenken wir dem auch nicht immer die gleiche Beachtung, wie etwa dramatischen Ernteeinbußen irgendwo in Europa. Es ist wahnsinnig schwer, hier eine Balance zu schaffen. Da gibt es nicht die Maßeinheit wie beim Weitsprung, die man ansetzen kann. Das muss man jeden Tag neu erspüren.

**SW** \_\_\_\_\_ **Die Abweichung von der Norm, das hört sich für uns so an, als sollten wir vielleicht auch einen anderen Dreh finden, wenn wir Themen platzieren wollen. Wäre es für Sie also interessanter, wenn wir als Hilfsorganisation nicht immer nur über gerade akute Krisen sprechen, sondern vielleicht auch mal über die Verhinderung einer Krise, eine Lösung oder einen Erfolg?**



KG Dazu gibt es seit zwei bis drei Jahren im internationalen Journalismus eine sehr spannende Diskussion, die sich mit dem Stichwort „constructive journalism“ auseinandersetzt. Dieser Journalismus will Lösungen aufzeigen, die es gibt. Diese Form der Berichterstattung findet auch bei uns zunehmend Beachtung. Das heißt nicht, dass wir jeden Abend „die gute Nachricht des Tages“ zeigen, aber eben auch berichten möchten, wo es Initiativen gibt, die versuchen, Probleme zu lösen. Dabei ist es für uns Journalisten immer ein schmaler Grat, weil wir uns nicht mit einer Sache gemein machen möchten. Denn in dem Moment, wo ich eine Initiative vorstelle,



erwecke ich bei dem Zuschauer den Eindruck, genau das sei eben gerade eine besonders gute Lösung. Bei Hilfsorganisationen ist es schwierig, und das wissen Sie natürlich viel besser als ich, dass es eben auch einen Konkurrenzkampf gibt. Um Aufmerksamkeit, um Spenden. Deshalb sind wir auch sehr vorsichtig bei der Thementauswahl. Viele Organisationen bemühen sich intensiv, uns ihre Projekte nahe zu bringen.

SB \_\_\_\_\_ Verständlich, dass Sie keine Werbung machen möchten. Andersrum erleben wir es in unserer Arbeit häufig, dass Journalisten auf uns zählen, um etwa Zugang zu einem bestimmten Gebiet zu bekommen, um von dort zu berichten. Wir investieren dann also in Logistik und Betreuung, um etwa Berichterstattung in Somalia möglich zu machen. In der Reportage steht dann pauschal, hier werde Wasser „von einer Hilfsorganisation geliefert“. Das können Sie sicher auch verstehen, dass das ärgerlich ist. Wenn da CARE erwähnt würde, würden wir dadurch sicherlich keine Millionen Spendengelder bekommen. Aber es würde den Aufwand ein wenig rechtfertigen und hat auch mit Wertschätzung zu tun.

KG Es ist sicherlich kein absolutes No-Go, eine Hilfsorganisation zu erwähnen. Kürzlich haben wir Filmmaterial von einer Hilfsorganisation verwendet. Aber wir haben glücklicherweise auch ein großes Korrespondentennetz und können solche Reisen dann eben auch selbst organisieren. Am wenigsten schwer tun wir uns damit, wenn Filmmaterial von Unicef kommt.

SB \_\_\_\_\_ Warum machen Sie denn gerade bei Unicef einen Unterschied?

KG Mir ist klar, dass sich Unicef genauso im Wettbewerb um Spenden befindet wie andere Hilfsorganisationen. Aber da sie eine Organisation der Vereinten Nationen ist, genießt sie am Ende schon den Status, überparteilich zu sein.

SW \_\_\_\_\_ Spannend. Was wir auch beobachten, gerade, weil sich das Tempo der Berichterstattung erhöht, sind manchmal Ungenauigkeiten oder ein gewisses Breittreten von Klischees, wenn es um humanitäre Hilfe geht. 2015 war ein ARD-Korrespondent in Nepal in einem Dorf und berichtete zur besten Sendezeit, dass hier noch keine Hilfe angekommen sei. Faktisch sicher richtig, aber dass parallel hunderte weitere, weit entfernt liegende Bergdörfer schon erreicht und versorgt wurden, das schilderte er nicht. Beim Zuschauer blieb hängen: Die Hilfsorganisationen vor Ort machen nichts. Können Sie verstehen, dass dieses Spiel mit Klischees, oder eben diese verkürzten Erklärungen

**uns auch häufig ärgern? Wenn etwas in der Tagesschau läuft, klingen am nächsten Tag die Telefone und unsere Spender beschweren sich.**

KG Ich verstehe das. Aber wenn es in dem Dorf eine Stimmung gibt, dass hier seit vier Tagen nichts passiert ist, dann ist es nicht unredlich, diese Stimmung auch zu transportieren. Wenn man es allerdings so zuspitzt, liegt eben so ein Schluss nahe, das Geld sei versickert.

SW \_\_\_\_\_ **Zuschauer haben oft das Gefühl, dass viele Hauptmedien dieselben Nachrichten bringen, weil das Konkurrenzformat diese oder jene Nachricht auch veröffentlicht. Am Ende leidet darunter allerdings die nachrichtliche Ausgewogenheit und die verschiedenen Nachrichtensendungen bedingen sich gegenseitig. Können Sie diese Kritik teilen?**

KG Nein, das kann ich nicht. Den Vorwurf „Mainstream-Medien“ kenne ich zu genüge, den habe ich in den letzten drei Jahren häufig gehört und ich teile diese Kritik nicht. Auch wenn wir Hanseaten sind, verfahren wir da nach dem bayerischen Motto: „Mia san mia“. Also wenn die anderen was berichten, dann ist das halt so, dann leben wir damit, das alleine ist für uns als Tagesschau kein Grund, das Thema aufzugreifen. Es ist für uns natürlich immer interessant auf Medien zu schauen, die einen komplett anderen Kurs fahren und zu prüfen, ob da das ein oder andere Thema für uns auch interessant wäre. Ob das andersrum passiert, kann ich nicht sagen. Zumal wenn die Tagesschau läuft, die meisten überregionalen Tageszeitungen ja schon gedruckt sind.

SB \_\_\_\_\_ **Kommen wir zum Schluss nochmal auf den Begriff „Macht“ zurück. Sie sagten eingangs, dass Sie sich keineswegs als mächtig empfinden. Aber Macht kann ja auch etwas Positives sein. Warum sind Sie da so bescheiden?**

KG Wir müssen unser Licht sicher nicht unter den Scheffel stellen. Wir erreichen jeden Tag zehn Millionen Menschen um 20 Uhr mit der Tagesschau. Es ist uns schon bewusst, was das für eine Wirkung hat. Aber eben auch, was das für eine Verantwortung bedeutet. Aber damit sind wir nicht mehr alleine auf der Welt. Wir können nicht die Meinung in Deutschland machen. Dafür gibt es zu viele Informationsquellen und da tut uns Bescheidenheit gut. Wenn wir über humanitäre Katastrophen re-



den, da ist mir zum letzten Mal vor zehn Jahren bewusst geworden, am Beispiel Darfur, wie Öffentlichkeit auch entstehen kann. Wir brachten dieses Thema sehr regelmäßig in den Tagesthemen. Und ich glaube, wir hatten einen gewissen Anteil daran, dass andere auf das Thema eingestiegen sind, dass dieser Konflikt stärker in den Fokus gerückt wurde. Aber alleine können wir kein Thema anschieben. ●