

„Der Einzug von Roboterjournalismus wird den Journalismus besser machen“



Interview mit Mario Geisenhanslüke

Redakteur für digitale Entwicklung
bei der VRM,
Medienunternehmen in Mainz

Mario Geisenhanslüke

geboren 1991, studierte Kommunikationswissenschaft an der Universität Hohenheim. Anschließend volontierte er bei der Mittelbayerischen Zeitung in Regensburg, arbeitete als Redakteur mit dem Schwerpunkt Multimedia-Storytelling in der Online-Redaktion und baute im Anschluss die erste Entwicklungsredaktion des Verlages mit auf. Seit Januar 2018 gestaltet er als Redakteur für digitale Entwicklung bei der VRM die redaktionelle Weiterentwicklung des Medienhauses mit Sitz in Mainz mit. Nebenberuflich ist er als freier Dozent und Moderator unter anderem an der Akademie der bayerischen Presse tätig.





MARKUS KAISER: Herr Geisenhanslüke, Virtual Reality, 360°-Videos und Augmented Reality: Ist das nur etwas für überregionale Zeitungen und öffentlich-rechtliche Sender oder können hier auch lokale und regionale Medien mitmischen?

■ MARIO GEISENHANSLÜKE: Hier können regionale Häuser ebenfalls mitmischen – und das sollten sie auch tun. Natürlich ist es nicht für alle Verlage sinnvoll, sich als absoluter „Early Adopter“ zu versuchen. Allerdings sind Teile der genannten Technologien bereits so weit, dass man spätestens jetzt mit ihnen auch im Bereich von Lokaljournalismus experimentieren sollte, um zu wissen, was funktioniert und was nicht, wenn sie sich als Standard im Bereich des digitalen Journalismus durchsetzen sollten. Vor allem in 360°-Videos und -Fotos lassen sich Dinge für die User ganz anders erlebbar machen. Und zwar schon heute mit recht günstigem Equipment und günstigen Tools! So kommen bei unseren Nutzern auch schon kleine Projekte mit interaktiven 360°-Bildern sehr gut an – und sei es nur eine Industrieruine in Gießen, die bald abgerissen werden soll.

Sie haben bei der VRM in Mainz beispielsweise eine interaktive Stadionführung mit 360°-Fotos publiziert. Wie zeitaufwändig sind solche Projekte?

■ Das Projekt ist auf der einen Seite ein gutes Beispiel dafür, wie sich Geschichten heute im Internet erzählen lassen – und auf der anderen Seite ein schlechtes, weil es natürlich bewusst etwas ganz Besonderes mit hohem Aufwand war und weit weg vom Tagesgeschäft. Ich selbst war hier auch nur am Rande beteiligt. Die Idee kam von den Kollegen aus der Bewegtbild-Redaktion, die dann auch einen Großteil der Arbeit gemacht haben. Denn für das Projekt wurden alleine 55 hochauflösende 360°-Bilder produziert und dann mit speziell gestalteten Icons miteinander verbunden. Dazu kamen noch 11 Videos – darunter ein ziemlich cooler Drohnenflug über das Stadion – und 33 weitere Multimedia-Inhalte.

Und wie war die Resonanz der User?

■ Die war sehr gut! Auf unseren Social-Media-Kanälen kam das Projekt super an, unsere Analysezahlen zeigen, dass die Nutzer mit der Story viel Zeit verbracht haben – und negative Kritik gab es keine.



Wie wichtig sind Entwicklungsredaktionen oder Testlabore in einem klassischen Verlag, um neue Erzählformen auszuprobieren? Oder könnte man dies in einer Außenredaktion neben dem Tagesgeschäft auch schaffen?

■ Entwicklungsredaktionen, Labs oder zumindest einzelne Redakteure in der Redaktion, die sich nur mit solchen Dingen befassen können, sollte sich jeder Verlag leisten. Denn neben dem Tagesgeschäft – egal ob in einer Außenredaktion oder woanders – ist das nicht zu schaffen. Die Kollegen geben im Tagesgeschäft alles und versuchen stets aktuell, den bestmöglichen Lokaljournalismus zu realisieren. Da ist keine Zeit, sich in neue Tools einzuarbeiten, größere Projekte als Redaktionsvertreter zu begleiten oder etwa Projekte mit Startups zu planen.

Welcher Fortbildungsbedarf besteht hier?

■ Aus meiner Sicht ist die größte Herausforderung, dass in der Ausbildung sowie auch in der Weiterbildung zu wenig Wert darauf gelegt wird, dass Redakteure an der Schnittstelle zu technischen Abteilungen arbeiten können müssen. Es geht gar nicht darum, dass jeder Journalist in der Lage sein muss zu programmieren. Aber die Grenzen zu Dingen, mit denen sich zum Beispiel Webentwickler jeden Tag beschäftigen, sind fließend. Und nicht nur in einer Entwicklungsredaktion, sondern künftig in vielen anderen Bereichen werden Journalisten zumindest die Fähigkeit besitzen müssen, mit Kollegen aus der Webentwicklung oder -analyse auf Augenhöhe über dieselben Dinge zu reden. Außerdem benötige ich ähnliche Kenntnisse, wenn ich etwa in den Bereich Datenjournalismus möchte. Die gute Nachricht hier ist allerdings: Dass immer mehr Verlage – auch die VRM – das erkannt haben. Wir arbeiten aktuell genau an diesen Fragestellungen und habe auch schon erste Dinge auf Grundlage dieser Überlegungen geändert.



Ihre Entwicklungsredaktion ist eine Pflichtstation für Volontäre. Welche Projekte sind hier bereits entstanden? Wie waren die Rückmeldungen?

■ Ganz verschiedene Projekte: Vom multimediale Erklärstück zur neuen Mobilfunktechnologie 5G bis zur ersten 360°-Video-Reportage der VRM-Geschichte! Und die Rückmeldungen der Volos sind bisher sehr positiv – auch wenn es für sie ja schon eine Umstellung ist. In den vier Wochen genießen sie bei uns einen großen Vertrauensvorschuss, da sie nicht nur recht frei in ihrer Themenwahl, sondern auch komplett frei in ihrem Projektmanagement sind. Wichtig ist uns nur, dass sie in vier Wochen die verschiedenen Phasen durchlaufen: Erstens eine gute Themenrecherche auch auf Basis von Google Trends und anderem, zweitens ein überzeugender Pitch ihres Themas sowie drittens und viertens die Produktion und Postproduktion – sicherlich der größte Teil. Doch damit nicht genug: Denn die Volos sind, fünftens, bei ihrem Thema auch für die kanalgerechte Distribution verantwortlich und beschäftigten sich dann sehr intensiv mit Analyse- daten zu ihrer Story, um sie sogar noch „live“ anzupassen und so auf das Verhalten der Nutzer oder Feedback zu reagieren.

Beim Blick auf multimediale Erzählformen: Was wird wieder verschwinden? Was bleibt? Was wird das nächste große Ding?

■ In die ferne Zukunft will ich gar nicht blicken, da kann man eigentlich nur falsch liegen. In der näheren Zukunft glaube ich, dass vor allem interaktive Grafiken im Sinne eines sehr guten Datenjournalismus zunehmen werden, weil auf diese Weise große Datenmengen überhaupt einmal sinnstiftend dargestellt werden können und für den Nutzer verständlich werden. Außerdem glaube ich, dass mehr Elemente dazukommen, die in der Lage sind, den Inhalt an den jeweiligen Nutzer individuell anzupassen, indem sie beispielsweise auf sein bisheriges Verhalten oder sein Vorwissen eingehen.



Automatisierung nimmt bei Sport-, Wetter- und Börsenberichten bereits Einzug. Wird der klassische Journalist durch den „Roboterjournalismus“ wegrationalisiert?

■ Auf keinen Fall! Automatische Textgenerierung auf Basis von strukturierten Daten – was ja die meisten mit Roboterjournalismus meinen – kann „lästige“ Aufgaben erledigen, damit die Journalisten mehr Zeit für die wirklich wichtigen Dinge haben, oder dort Texte produzieren, wo sonst nur sehr wenig Journalismus stattfinden würde: zum Beispiel im Amateursport. Viel spannender finde ich Roboterjournalismus oder eher noch komplexe KI-Lösungen aber als Recherchehilfe für Journalisten: zum Beispiel beim Verstehen von großen Datensätzen. Ersetzt werden wird der Journalist im Sinne eines Reporters aber nicht, weil eine Maschine keine Dinge wie unter anderem investigative Recherche und auch keine Pflege von Kontakten übernehmen kann. Deshalb glaube ich, dass der Einzug von Roboterjournalismus den Journalismus besser machen wird: sowohl wegen dem, was er selbst leisten kann, aber auch durch die Tatsache, dass so Ressourcen für wirklich wichtige Dinge frei werden.

Sehen Sie speziell im Journalismus Anwendungsfelder für Blockchain bzw. für Künstliche Intelligenz?

■ Bei der Blockchain bin ich skeptisch, kenne mich aber ehrlicherweise aber auch zu wenig aus. Ich merke nur, dass alle darüber reden, ich bisher aber keine sinnvolle Anwendung im Journalismus gesehen habe, die ohne Blockchain nicht auch möglich gewesen wäre. Beim Thema KI hingegen sehe ich diverse Anwendungsfälle – und in verschiedenen Stellen in verschiedenen Häusern sind KI-basierte Lösungen ja bereits im Einsatz. Das typische Beispiel ist ja alles rund um Personalisierung. Spannend finde ich aber auch sämtliche Ideen, KI-gestützte Assistenzsysteme für Journalisten zu bauen, die ihnen die Arbeit oder die Recherche erleichtern.

///