IMV Institut für Medienverantwortung
gUG (haftungsbeschränkt)

Rubensstr. 106
12157 Berlin
Fon +49 30 55650403

info@medienverantwortung.de
www.medienverantwortung.de

Pressemitteilung, 06.05.2025

Eine Woche Transparenz

Das Institut für Medienverantwortung ruft auch in diesem Jahr zur bundesweiten Initiative für **Medientransparenz** auf. Alle Medien sind aufgefordert in der **20. KW** – vom 12. bis 16. Mai 2025 das Entstehen ihrer Beiträge in einer Kurzbeschreibung zu erläutern. Das folgt der Erkenntnis, dass mehr Transparenz beim journalistischen Arbeiten die Qualität der Medienprodukte für Nutzer besser einschätzbar macht. Die Kurzbeschreibung kann auf die Online-Fassungen der publizierten Beiträge beschränkt sein.

Während der 20. Kalenderwoche sollen Sie einigen selbst gewählten Medienberichten folgende Kurzinfos voranstellen: etwa „gekürzte Agenturmeldung, Foto aus dem Archiv“; „Korrespondentenbericht mit Fotos von…“, „redaktionell bearbeitet“, „um Interview ergänzt“ und dergleichen mehr. Einzige Ausnahme bietet der Informantenschutz, den man ebenfalls erklären kann. Einblicke in das Zustandekommen von Berichterstattung hat den medienpädagogischen Effekt Medien besser zu verstehen, Mythen über Arbeitsweise und Beeinflussung abzubauen, sowie die Menschen über den journalistischen Beruf zu informieren. Wenn für die Leser, Hörer und Zuschauer das Geschehen hinter den Medienprodukten durchschaubarer wird, wachsen Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Davon profitieren alle Beteiligten; Medienschaffende ebenso wie Mediennutzende und die demokratische Öffentlichkeit.

Dieser aktive Beitrag der Medien dient dazu, dass sie wieder mehr als Interakteure an öffentlichen Diskursen wahrgenommen werden und nicht als verschworene Blackbox. Die Aufmerksamkeit der Mediennutzer erhöht sich zudem, wenn sie sich als aktiv Teilnehmende ernst genommen fühlen.

Bitte versehen Sie den Absatz sichtbar mit dem Logo der Transparenz-Woche, um die Wiedererkennbarkeit zu erhöhen! Das Logo kann hier heruntergeladen werden.

Die **Woche der Transparenz 2025** findet in der **KW 20 vom 12. bis 16. Mai** statt. Bitte informieren Sie uns über Ihre Beteiligung, gerne auch mit Beispielen.

Für Rückfragen stehen wir gerne zu Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. Sabine Schiffer
Institutsleitung

IMV: Das Institut für Medienverantwortung richtet sich an Medienschaffende und Mediennutzende gleichermaßen und klärt über Darstellungsmechanismen, Medieninhalte und Medienbildung in Seminaren, Publikationen und mit Konzepten auf.

Woche der Transparenz

Falls es noch weiterer Erläuterungen der Vorgehensweise in der **Woche der Transparenz** bedarf, hier ein paar Stichworte zu Ihrer Verwendung:

Zunächst geht es darum, Mediennutzern das Entstehen der Beiträge zu erklären. Eventuell hilft ein Mission Statement wie „Wir wollen diesen Artikel für unsere Leser transparent machen und erläutern, wie er zustande gekommen ist." (Bsp. 1 + 2) oder: „Im Rahmen der Woche der Transparenz verweisen wir auf das für Sie zusammengestellte Glossar mit Begriffen aus unserem journalistischen Medienalltag." (Bsp. 3)

Wir danken allen JournalistInnen für Tipps für unsere Beispiele!

Beispiel 1
Thema: Neue Studie zu Corona & Co.

Vor der Entscheidung für die Publikation steht die Prüfung von Relevanz und Validität einer jeden Studie. Deshalb werden die Stammdaten angefordert, um die Aussagen der zugeschickten Pressemitteilung zu überprüfen. Dann wurde eine (oder mehrere) weitere Expertenmeinung eingeholt, wobei die erste Anfrage nicht beantwortet wurde, weshalb wir die Expertise von Dr. … einbezogen haben. Die kurze Zusammenfassung ist eine erste Meldung. Nach weiteren Recherchen soll ein längerer Beitrag zum Thema erscheinen, weil wir dieses aufgrund von … für wichtig erachten.

Beispiel 2
Thema: Human Ressources/Wert von Mitarbeitern
Titel: Viele Firmen merken nicht, wenn sie das Potential ihrer Beschäftigten verschleudern

Eigener Korrespondentenbericht, also eines Mitarbeiters vor Ort. Der Beitrag wurde von einem freien Journalisten verfasst, der regelmäßig für unser Blatt schreibt. Der Beitrag kam hauptsächlich durch die Auswertung von Interviews zustande. Aus ca. 25 Fotos unseres Pressefotografen, der den Interviewer begleitete, haben wir dieses Bildmotiv ausgewählt, weil es freundliche Menschen, die Zufriedenheit ausstrahlen, zeigt.

Beispiel 3

Statt einer begleitenden Kommentierung ist auch ein **Glossar** etwa in einem Kasten möglich. Darin können Begriffe wie „Redakteur", „Glosse", „Agenturmeldung" und die Kürzel der Agenturen etc. erklärt, sowie übliche Abläufe erläutert werden. Auch die Existenz einer „Redaktionskonferenz" und von Entscheidungsprozessen sind von Bedeutung und nicht allgemein bekannt. (evtl. genügt ein Link: z.B. dmv-verband.de)

Alle Metainformationen machen die Arbeit von Qualitätsmedien greifbar und einzelne unspektakuläre Entscheidungen sichtbar. Dies stärkt die um Seriosität Bemühten.