

TEXT: SARAH HEUBERGER

DIE SCHREIBMASCHINE: ICH VERSUS NARRATIVA

Ein Journalismus-Algorithmus stellt das Selbstverständnis einer Nachwuchsjournalistin infrage: Sarah Heuberger erzählt von ihrer Begegnung mit der Zukunft.

Narrativa ist besser als ich. Sie kann an einem Tag mehr Texte schreiben, als ich es in meinem ganzen Leben schaffe. Sie arbeitet gründlicher als ich, sie ist objektiv, sie beruft sich nur auf Fakten. Und ihr Wissen ist größer als meines. Narrativa ist ein Roboter.

Ich möchte später als Journalistin arbeiten. Dass ich mit dieser Berufswahl vermutlich nicht sonderlich reich werde, damit habe ich mich schon abgefunden. Doch immerhin, so konnte ich bislang meine verbeamtete Tante trösten, ist es ein Beruf, der nicht so schnell von Robotern ersetzt wird. Seit der Industrialisierung übernehmen Ma-

schinen die Arbeit von Menschen, erst die der Fließbandarbeiter, mittlerweile auch die der Buchhalter oder Krankenpfleger. Nur Journalisten können sie nicht so leicht werden – dachte ich zumindest, bis ich das erste Mal Narrativa traf. David Llorente hat Narrativa entwickelt. Der Spanier sitzt im zweiten Stock des Betahauses in Hamburg an einem kleinen Holztisch direkt vor dem Fenster. Hier befindet sich das Büro des Next Media Accelerators, eines Investitionsprogramms für Startups aus dem Medienbereich. Das Team von Llorente konnte die Investoren von ihrer Idee überzeugen:

Narrativa nutzt künstliche Intelligenz, um automatisch Nachrichten zu generieren.

Roboterjournalismus also – wie konnte das bisher an mir vorbeigehen? Ich bin zwar kein Social-Media-Junkie, aber ich bescheinige mir trotzdem eine gewisse Affinität für Digitales. Ich habe einen Account bei Facebook, Instagram, Twitter und Snapchat, von Periscope habe ich immerhin schon mal gehört. Ich muss an meine Tante denken – kann ich meinen Berufswunsch weiterhin vor ihr verteidigen? Oder gehen mir bald die Argumente aus gegenüber den Vorteilen unbefristeter Verträge und einer 37-Stunden-Woche?

Die Idee von Narrativa ist nicht neu. In den USA gibt es bereits seit mehreren Jahren Firmen, die sich mit Roboterjournalismus beschäftigen. Sie tragen Namen wie Narrative Science oder Automated Insights. Die US-amerikanische Nachrichtenagentur AP nutzt seit 2014 die Technologie von Automated Insights, um Nachrichten über Unternehmensbilanzen zu erstellen. In Deutschland ist der Markt noch deutlich kleiner, es gibt zwar bereits ein paar Anbieter wie Aexea, Text-on oder Retresco, doch keine der großen Nachrichtenagenturen hierzulande nutzt die Technologie bisher. Das will David Llorente ändern und hat den gesamten Gewinn aus seinem letzten Startup in Narrativa investiert, seinen Job gekündigt und seine Familie in Madrid zurückgelassen. Er ist nach Hamburg gekommen, um möglichst nah an den großen Medienhäusern zu sein. Zunächst wollen er und sein Team sich auf Fußballergebnisse konzentrieren, „weil es populär ist und weil es viele Daten gibt“, sagt Llorente. Bis zu 10.000 Datensätze werden pro Fußballspiel gesammelt, über den Spielstand, über Ballkontakte, über gelbe und rote Karten. Diese Daten werden in Textvorlagen eingefügt und hier komme ich als Journalistin wieder ins Spiel. Jemand muss diesen Texten verschiedene Blickwinkel geben. Unterstützt ein Leser etwa das Gewinnerteam, wird das 2 : 0 als „ein großer Sieg“ interpretiert. Sind sie



So sieht eine automatisch generierte Sportnachricht aus.

SARAH HEUBERGER, 24, hat gerade ihr Bachelorstudium der Kulturwissenschaften in Lüneburg beendet und will noch einen Master dranhängen. Sie ist Stipendiatin der Journalistischen Nachwuchsförderung (JONA) der Konrad-Adenauer-Stiftung.

sarahheuberger@yahoo.de

„Narrativas Trümpfe sind die Daten; meine sind es, Dinge zu hinterfragen, einzuordnen – eben eine Geschichte zu erzählen.“

Sarah Heuberger

auf der Seite der Verlierer, war es ein „unglückliches Spiel“. Auch der Kontext soll in den Texten berücksichtigt werden: Welche Position hat das Team in der Liga, steigt eine Mannschaft durch ihren Sieg in die Champions League auf? Narrativa trifft den richtigen Ton, auch das ist also kein Alleinstellungsmerkmal mehr von mir als Mensch. Llorente ist dennoch überzeugt, dass Journalisten nach wie vor gebraucht werden. Bloße Rohdaten und Visualisierungen nützen nichts, solange sie nicht interpretiert werden, sagt er. Auch Nico Lumma, einer der Leiter des Next Media Accelerators, ist optimistisch. Narrativa schreibe standardisierte Texte, deren Produktion sich finanziell eigentlich nicht mehr lohne, also zum Beispiel Spielberichte aus den unteren Fußballligen. Damit stellt Narrativa zwar keine Konkurrenz für mich persönlich dar, Fußball gehört sowieso nicht zu meinem Expertenbereich. Doch was ist mit Kollegen, deren Expertise genau darin

liegt? Deren Job kann Narrativa ersetzen – doch sie schafft auch neue. Stolz erzählt David Llorente, dass sein Team gerade auf der Suche nach Journalisten sei: „Wer sonst stellt gerade Journalisten ein?“

Eine mögliche Karriereoption, von der ich bei der nächsten Familienfeier berichten kann. Texte für eine Software schreiben erscheint mir im ersten Moment dienstleistungsorientierter und weniger glamourös, als ich es mir für meine berufliche Zukunft vorgestellt habe. Doch vielleicht sollte ich Narrativa nicht mehr als potenzielle Arbeitgeberin oder als Konkurrenz betrachten, sondern einfach als ein nützliches Werkzeug. Narrativas Trümpfe sind die Daten; meine sind es, Fragen zu stellen, Dinge zu hinterfragen, zu erklären und in den Kontext einzuordnen – eben eine Geschichte zu erzählen. Und wenn das meine Tante auch nicht überzeugt, habe ich immer noch Llorentes Jobangebot in der Hinterhand.

INFO

Narrativa ist ein spanisches Medien-Startup, das Sportergebnisse automatisch in redaktionelle Berichte verwandelt. Seit März 2016 sitzen Gründer David Llorente und sein Team im Next Media Accelerator in Hamburg, der Narrativa bei der Weiterentwicklung seines Journalismus-Algorithmus monetär und ideell unterstützt.

www.narrativa.com



Narrativa-Gründer David Llorente.

Hey CO₂, du willst dich doch nicht mit uns anlegen, oder?



Holz wächst nach – Öl nicht! Zudem bindet jede Tonne Holz 1,8 Tonnen CO₂. Zur Herstellung von Getränkekartons wird ausschließlich Holz aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern verwendet. Dafür steht das Qualitätssiegel des Forest Stewardship Council (FSC®). www.karton-natuerlich.de

Das Umweltbundesamt empfiehlt den Kauf von Mehrwegflaschen und ökologisch vorteilhaften Getränkekartons.

**KARTON,
NATÜRLICH!**

Eine Initiative des Fachverbandes
Kartonverpackungen für flüssige
Nahrungsmittel e.V.