

Reportage 2.0

Die Zukunft des Qualitätsjournalismus liegt im Internet – sagt Brian Storm. Der amerikanische Journalist zeigte in Hamburg eine neue Darstellungsform für die Reportage. Für das Reporter-Forum berichtet Hauke Friederichs.

Nach dem Krieg, so hofft Marine Lance Corporal James Blake Miller, soll alles besser werden. Er heiratet seine Jugendliebe, will die Gesichter der getöteten Kameraden, die Gesichter der von ihm erschossenen Iraker vergessen. Doch der Krieg bleibt nicht im Irak, Miller nimmt ihn mit nach Hause, in die Hügel von Kentucky.

Über seine Angst, Alpträume und Depression erzählt Miller in der Internet-Slideshow „Marlboro Marine“, die der amerikanische Journalist Brian Storm produziert hat. Der Streifen funktioniert wie eine Art digitale Dia-Show, die mit Millers Stimme, Musik und Geräuschen unterlegt ist. „Es sieht wie ein Video aus, ist aber Fotografie“, sagt Storm.

„Marlboro Marine“ vereint eindrucksvolle Fotos, authentische Erzählung und eine starke, relevante Geschichte. So sehe der Qualitätsjournalismus der Zukunft aus, sagte Storm während eines Besuchs bei Gruner + Jahr in Hamburg. Für Qualitätsjournalismus und für das multimediale Geschichtenerzählen wachse der Markt.

Storm nutzte das Bildmaterial von Luis Sinco für die Slideshow. Sinco hatte Miller 2004 im Irak, während der Schlacht um Faludscha fotografiert. Das Foto vom erschöpften, rauchenden Soldaten wurde in den USA zu einem Sinnbild des Irakkrieges. Der Fotojournalist begleitete Miller dann mehrere Wochen lang nach seiner Rückkehr in die USA. Für die Los Angeles Times beschrieb er, wie sich der Kriegsheld zum menschlichen Wrack wandelte. Die Zeitung druckte seine Reportage und Fotos auf mehreren Seiten, doch die meiste Aufmerksamkeit bekam Luis Sinco im Internet.

Millionen User sahen auf der Homepage der LA Times (<http://www.latimes.com/news/nationworld/nation/marlbormarine>) die insgesamt 16-minütige Slideshow. Die Agentur „Media Storm“ habe keinen Fernsehsender, keine Druckerei, erreiche dennoch Millionen, sagt Storm. Nach der Veröffentlichung habe er

hunderte Anrufe von Frauen bekommen, die Miller heiraten wollen und zehn Anrufe von Müttern, die in Miller ihren Sohn erkannten.

„Es sind sehr aufregende Zeiten für Journalisten“, sagt Storm. Das Internet sei die Plattform, um die eigene Arbeit unzähligen Nutzern auf der ganzen Welt näher zu bringen. Verlage müssten sich zu Medienanbietern wandeln, die eine Geschichte, wie die vom „Marlboro Marine“, nicht nur auf Papier, sondern multimedial verbreiten.

Nach dem gleichen Prinzip wie der "Marlboro Marine" funktioniert auch die Slideshow "Kingsley's Crossing". Sie erzählt von einer gefährlichen Reise, von der Suche nach dem Paradies und der Erkenntnis, dass die Heimat nicht zu ersetzen ist. Held der Geschichte ist der 23-jährige Kameruner Kingsley. Ihn begleitete der französische Fotograf Olivier Jobard bei seiner abenteuerlichen Reise nach Europa. Er machte hunderte Fotos, von denen Brian Storm die besten Aufnahmen auswählte. Storm traf Kingsley in Frankreich und ließ ihn sein Leben erzählen. Aus der Kombination von Bildern, die das Flüchtlingselend aus nächster Nähe zeigen, und der Stimme des Helden, die alles erklärt, entstand eine Slideshow, die mehr erklärt als jeder Text.

Das sei Handwerk, sagt Storm, keine Raketentechnik. Jeder könne lernen, selbst aufwendige Slideshows zu Hause an seinem Computer herzustellen. „Das einzige was zählt, ist Qualität“, sagt Storm. „Und Qualität kostet Geld.“

Hauke Friederichs

Zur Person:

Der amerikanische Journalist Brian Storm leitet die Produktionsfirma „Media Storm“ (www.mediastorm.org). Zuvor arbeitete er für die Multimediaagenturen Corbis und MSNBC. Storm studierte photojournalism an der University of Missouri. Zu Storms Kunden gehören NBC, Reuters, die New York Times, die LA Times und Washington Post.