

BLICKPUNKT

JOURNALISMUS IN HESSEN



Zwei neue Gesichter im Landesvorstand

Verlegerverband:
Präsident Emmerich
über Druck auf Branche

Wächterpreis:
Mutige Recherche
von HNA-Redakteuren

Weiterbildung:
Seminarangebote
im zweiten Halbjahr

Feder für Pressefreiheit:
Solidarität mit
ägyptischem Gefangenen

BLICKPUNKT

Organ des Landesverbandes Hessen (Rheinbahnstraße 3, 65185 Wiesbaden) und des Deutschen Journalisten-Verbandes e. V., Gewerkschaft der Journalisten.
30. Jahrgang, Juli 2019

Herausgeber:

Deutscher Journalisten-Verband
Landesverband Hessen e. V.

V. i. S. d. P.:

Knud Zilian

Redaktion:

Dr. Christine Dressler (dre),
Jens Brehl (bre),
Andreas Lang (ala),

Koordination:

Andreas Lang

Schlussredaktion:

Andreas Lang, Maik Schulz

Titelbild:

Wolfgang Kühner

Anzeigen:

Axel Häslter

Anschrift der Redaktion:

Rheinbahnstraße 3
65185 Wiesbaden
Telefon: 06 11-3 419 124
Telefax: 06 11-3 419 130
E-Mail: info@djvhessen.de
Homepage: www.djvhessen.de

Erscheinungsweise:

viermal jährlich

Für Mitglieder im DJV Hessen ist der Heftpreis im Mitgliedsbeitrag enthalten.

ISSN 1861-9517

Gestaltung und Herstellung:

MSB VVW GmbH & Co. KG, Gotha

Veröffentlichungen, die nicht ausdrücklich als Stellungnahme des DJV-Vorstandes gekennzeichnet sind, stellen die persönliche Meinung des Verfassers dar. Für unverlangt eingesandte Manuskripte kann keine Haftung übernommen werden. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Herausgebers.

Achtung:

Textefürdienächste „Blickpunkt“-Ausgabe müssen **an maxala@online.de** eingereicht werden.

Aus dem Inhalt

Editorial

Service weiter ausbauen 3

Landesverbandstag

Klare Bekenntnisse zum Förderalismus 4

Ortsverband Frankfurt

Umberto Biagioni zieht sich zurück 6

Ortsverband Frankfurt

Ina Knobloch übernimmt Führung 8

„Feder für die Pressefreiheit“

Inhaftierter ägyptischer Journalist in Erinnerung gerufen 10

Verlegerverband

Präsident Michael Emmerich über Qualitätsansprüche 12

Leser-Daten

Fragwürdiger Einsatz von Facebook-Trackern 16

Datensicherheit

Multimedia-Journalist rät zur Verschlüsselung 17

Kolumne

Digitale Experimente in neuen Laboren 18

Strukturreform

Warum es weiter starke Landesverbände braucht 20

Wächterpreis

Drei HNA-Redakteure für documenta-Recherche geehrt 21

Seminare

Neue Akzente im zweiten Halbjahr 23

Medienpolitik

Risiken und Nebenwirkungen der digitalen Revolution 25

Hörfunk

Neuer englischsprachiger Privatsender in Frankfurt 26

Urheberrechts-Reform

Was Upload-Filter zurückhalten können 27

Kennzeichnung von Bildern

Licht und Schatten in hessischen Zeitungen 29

Bezirksverband Lahn-Dill

Ehrenmitglied Wolfgang Scheer seit 70 Jahren prägend 31

Jugendschutz

Mainzer Medienwächter pflegen Kultur im Netz 32

Nachruf

Ronald Lechner in Wiesbaden gestorben 34



Foto: Andreas Lang

Liebe Kolleg*innen, liebe Kolleginnen und Kollegen!

Nach dem Verbandstag ist vor dem Verbandstag. Wir sind noch in der guten Lage, dass wir die Mitgliedszahlen stabil halten konnten. Und trotzdem dürfen wir nicht ruhen. Es gilt den Verband neu aufzustellen, ihn an die Veränderungen des Berufsbildes und die Veränderungen in der Medienwelt auszurichten. Das müssen wir vor allem gemeinsam machen, hier sind alle gefragt. Nicht nur Vorstand und Funktionäre, alle Mitglieder sollten sich hier einbringen. Dabei darf der Verband aber nicht gespalten werden.

Alle gemeinsam sollten wir einen zukunftsfähigen Verband bilden.

Wir müssen noch genauer schauen, welche Bedürfnisse unsere Mitglieder haben, welchen Service wir ihnen noch anbieten können, über das hinaus, was wir schon im Angebot haben. Unsere Seminare und sonstigen Fortbildungsangebote werden überdurchschnittlich gut angenommen, dabei leisten wir uns einen Luxus für unsere Mitglieder, denn unsere Seminare sind kostenfrei. Darüber hinaus denken wir an Workshops, bei denen wir einen Kostenbeitrag erheben werden müssen, um sie professionell ausgestalten zu können. Wir bieten eine schnelle Rechtsberatung, bis hin zur Begleitung beim Gerichtsprozess. Service für unsere Mitglieder, der noch ausbaubar ist.



Knud Zilian, Landesvorsitzender
DJV Hessen
(Foto: Wolfgang Kühner)

Ein zukunftsfähiger Verband muss weiter auf regionaler Ebene präsent sein, denn das ist unsere Stärke. Kurze Wege, regionale Kenntnisse. Aber auch im Konzert der anderen Landesverbände und schließlich des Bundesverbandes müssen wir zukunftsfähig werden. Eine Aufgabe, die nicht ganz so einfach zu bewältigen ist. Dabei aber wird die Struktur des DJV föderativ bleiben müssen. Kooperationen nicht ausgeschlossen.

Aber es geht nicht nur ums veraltungstechnische, es geht auch um die Frage, ob unsere Aufnahme-kriterien noch zeitgemäß sind, in einer Welt, in der jeder seine Meinung

im Internet verbreiten kann. Hier müssen wir analysieren, wie sich das Berufsbild der JournalistInnen verändert, oder besser entwickelt. Wir werden Journalistenverband bleiben, aber orientiert an der neuen Medienwelt.

Packen wir es an – und alle sollen sich beteiligen. Wie? Das werden wir im Vorstand beraten und dann auf euch – die Mitglieder des DJV Hessen – zukommen.

Wie ihr gemerkt habt, bin ich noch nicht so ganz mit der Genderei einig. Das mit dem Sternchen soll sich ja durchsetzen. Unser alter Geheimrat Goethe, was würde der zu dieser Sprache sagen?

Euer Knud Zilian

Ein neues Hoch mit Zentrum in Frankfurt

Neues aus dem hr: Kann man's mit dem Wetter allen recht machen?

Der hr kann es wohl, denn der Sender wird Kompetenzzentrum fürs Wetter in der ARD. Bislang hat der hr einige Wettersendungen beigetragen, klassisch das Wetter am Ende der Tagesschau.

Andere ARD Sender, bzw. in anderen ARD-Sendungen hatte dann die Firma Cumulus

Media, Hagel, Hitze oder Donner verkündet. Das soll sich nun ändern. Im Zuge des ARD-Struktur-Prozesses haben sich die Verantwortlichen entschieden, dass künftig der hr beim Wetter den Ton angibt. Für die ARD, aber auch für andere öffentliche-rechtliche Sender in ihren regionalen Angeboten, könnte das bald gelten. Dafür

muss der hr ein Wetterstudio schaffen, damit auch alle Sender und die ARD zum Zuge kommen können.

Für den hessischen Sender, der schon in früheren Zeiten allein zuständig für's Wetter war, ein klarer Gewinn.

Knud Zilian



Drei Vorstandsmitglieder haben sich gleich in der Verbandsfarbe Orange gekleidet: die neue Beisitzerin Sylvia Kuck (rechts), der wiedergewählte Landesvorsitzende Knud Zilian (2. v. re.) und Schatzmeisterin Gabriela Blumschein (2. v. li.). Den Vorstand ergänzen (v. li.) Beisitzer Mika Beuster, der 2. Vorsitzende Jörg Steinbach, Schriftführer Martin Schmidt, Beisitzer Axel Häbler und die neue Beisitzerin Dr. Ina Knobloch.
Foto: Wolfgang Kühner

„Ab wann zu alt für die Zukunft?“

Verbandstag legt glasklares Bekenntnis zum Föderalismus ab -
Sylvia Kuck und Ina Knobloch neu in den Landesvorstand gewählt

Über die Zukunftssicherung des Verbands ist auch auf dem Verbandstag des DJV Hessen Mitte Juni in Wiesbaden heftig gerungen worden. Die Ansichten gehen weit auseinander, reichen von behutsamen Strukturanpassungen bis hin zu massiven Einschnitten und Vereinheitlichungen. Gesprächsbedarf ist reichlich gegeben. Mühsam wird dieses Unterfangen allerdings, wenn die Protagonisten nicht miteinander über Kompromisslinien debattieren, sondern in zwei verschiedenen Welten übereinander reden. Der gute Wille des Landesvorstands, auf die Kritiker zuzugehen, ist auf dem Verbandstag jedenfalls deutlich zum Ausdruck gekommen.

Die Befürworter einer radikalen Strukturreform mieden hingegen den offenen Austausch und zogen es vor, die Beiträge im analogen Plenum weit außerhalb des Konferenzsaals in der eigenen Online-Blase zu begleiten. Mit dem Effekt, dass man nicht miteinander ein zeitgemäßes Erscheinungsbild entwickelte, sondern aufeinander reagierte. So wird es mühsam,

einen gemeinsamen Nenner zu finden.

Den Aufschlag zur Debatte um das Selbstverständnis des Verbands hatte der wiedergewählte Landesvorsitzende Knud Zilian in seinem Rechenschaftsbericht gemacht. Darin äußerte er Unverständnis über die weitreichenden Forderungen und Vorstellungen des Fachausschusses Zukunft, streckte zugleich aber die Hand aus, um sich anzunähern. Wie im vorherigen „Blickpunkt“ skizziert, fordern der Bundesausschuss Zukunft und sein Vorsitzender Maurizio Gemmer, Mitglied im DJV Hessen, eine konsequente Regionalisierung, eine schärfere Profilierung und eine selbstbewusstere Vermarktung der DJV-Services. Insbesondere die Forderung nach größeren regionalen Einheiten und nach Auflösung identifizierter paralleler Strukturen wird seit der Einbringung des Papiers vor acht Monaten auf dem Bundesverbandstag allortens kontrovers diskutiert; eine Gegenrede zu den Thesen des Ausschusses Zukunft findet sich auch in dieser Ausgabe des „Blickpunkts“.

„Ich hadere mit der Aufforderung, den DJV nicht mehr föderativ zu führen“, bezog Zilian unmissverständlich Stellung. Zu den Stärken des Verbands gehöre, dass er vor Ort verankert sei, die spezifischen Bedürfnisse seiner Mitglieder kenne, diese kurze Wege nehmen müssten, um maßgeschneiderten Service zu erhalten. „Wir brauchen keinen Verband für die Jungen, wir brauchen einen zukunftsfähigen Verband für alle Mitglieder, ungeachtet ihres Alters“, meinte der Vorsitzende unter dem Applaus der Delegierten. Eine Kluft zwischen den Generationen zu konstruieren sei nicht zielführend. „Ab wann bin ich denn zu alt für die Zukunft?“, fragte Zilian. Eine direkte Antwort erhielt er von den Initiatoren nicht. Sie zogen es vor, seine Äußerungen exklusiv in den sozialen Medien zu kommentieren.

Rennen um Beisitzer-Amt

Die Neuwahlen brachten keine Veränderungen an der Vorstandsspitze: Vorsitzender bleibt Knud Zilian (61), Gesamtpersonalratsvorsitzender im Hessischen Rundfunk.

Sein Stellvertreter ist weiterhin Zeitungsredakteur Jörg Steinbach, der gerade zum Vorsitzenden der Ipr-Versammlung gewählt worden ist (wir berichteten im vorigen „Blickpunkt“). In ihren Ämtern bestätigt wurden auch Schatzmeisterin Gabriela Blumschein und Schriftführer Martin Schmidt. Überraschend viele Bewerbungen gab es für die Positionen der vier Beisitzer. Aus dem Kreis der sieben Aspiranten wurden gewählt: Sylvia Kuck (Vorsitzende des Ortsverbands Wiesbaden), Ina Knobloch (frisch gewählte Vorsitzende des Ortsverbands Frankfurt), Axel Häsler und Mika Beuster, die beide dieses Amt bereits ausgeübt haben. Der langjährige Beisitzer Klaus Andrießen hatte wegen der zeitlichen Belastung auf eine erneute Kandidatur verzichtet. Sein Engagement im Deutschen Presserat setzt er fort.

Eine Grundsatzdebatte wurde auch über die Repräsentanz der neun Ortsverbände auf Landesebene geführt. Anlass war die Wahl der Delegierten zum Bundesverbandstag im November in Berlin. Auf einem langjährigen Konsens beruhend wurden diese bislang in einem zweistufigen Verfahren bestimmt. Im ersten Durchgang stand jeweils ein Regionalvertreter zur Abstimmung, den die neun Ortsverbände vorab nominiert hatten. Damit sollte sichergestellt werden, dass sie allesamt vertreten sind.

Die Geschäftsordnung sieht darüber hinaus aber vor, dass diese

Kandidaten vom Verbandstag mit Mehrheit bestätigt werden. Und eben diese Mehrheit erhielten zwei nicht. Weil dem Vorstand aber sehr wohl daran gelegen ist, dass diese Parität gewahrt bleibt, will er bis zum nächsten Verbandstag einen entsprechenden Vorschlag vorlegen. Ob dafür die Satzung geändert werden muss, wird geprüft. Mit Blick auf die mitunter schwache Präsenz der gewählten Mandatsträger auf den Versammlungen auf Landes- wie auf Bundesebene wurde die Forderung erhoben, diese Aufgabe auch gewissenhaft wahrzunehmen. In Wiesbaden lag die Quote bei 80 Prozent.

Weiter forderten die Delegierten eine sichtbare Wiederbelebung der Arbeit in den Fachausschüssen. „Wenn ein solcher Ausschuss inaktiv oder nicht besetzt ist, muss das ein Warnsignal sein“, meinte der frühere Sprecher für die Tageszeitungen, Thorsten Becker. „Deren Mitglieder sind unsere Verbindungsleute vor Ort. Ohne sie geht uns auch noch die Möglichkeit verloren, mit angemessener Schlagkraft wenigstens Haustarifverträge abzuschließen, wenn die meisten Verlage in Hessen schon nicht mehr an den Flächentarifvertrag gebunden sind.“

Zufrieden äußerte sich Zilian in seinem Bericht über die Konstanz in der Mitgliederentwicklung und die erfolgreiche Klage auf rückwirkende



Flammender Apell an den Gemeinschaftssinn: Landesvorsitzender Knud Zilian bei seinem Rechenschaftsbericht. Foto: W. Kühner



Kuriose Ankündigung: Als Mitglieder des „JV Hessen“ wurden die Delegierten im Hotel digital begrüßt. Foto: ala

Blickfang: Geschäftsbericht in zeitgemäßer Aufmachung

Zu den Innovationen auf dem Verbandstag zählte die Öffentlichkeitsarbeit des DJV Hessen in eigener Sache. So hatte die neue Geschäftsführerin Imke Sawitzky einen 25 Seiten fassenden Geschäftsbericht zusammengestellt, der sich von der bisherigen Praxis abhob und optisch wie inhaltlich Aufmerksamkeit erregte. Darin nimmt sie ausführlich und teils pointiert Stellung zu Entwicklungen und Debatten im Verband. Überschriften wie „Wo sind die Jungen?“ oder „Tageszeitungen – zwischen Marktkonzentration und Online-Aufholjagd“ setzen Leseanreize. Wenn sie zum Einspruch verleiten, ist das nicht nur gewollt, sondern auch willkommen. Das gilt auch und besonders für Sawitzkys Fazit: „Ich habe von vielen Herausforderungen geschrieben, denen sich der DJV und die Geschäftsstelle gestellt haben und sich weiter stellen müssen.“

Ich habe von Problemen im Tageszeitungsbereich und von dem Kampf geschrieben, den viele freie Journalisten führen müssen, um existieren zu können. Ich möchte diesen Geschäftsbericht mit meiner festen Überzeugung schließen, dass Journalisten in dieser sich stark wandelnden Umgebung nur in einer starken Gemeinschaft bestehen können.“

Angereichert wurde der Bericht mit Beiträgen des Landesvorsitzenden Knud Zilian sowie zur Öffentlichkeitsarbeit und dem Seminarprogramm des Verbands. Und wie nicht anders zu erwarten, hat auch Geschäftsstellen-Mitarbeiterin Brigitte Schwiertz in gewohnt kreativer Manier ihre bunten Spuren hinterlassen, im Layout und in zahlreichen Statistiken.

ala

Die Anträge

Die 44 Delegierten hatten über zwei Anträge zu befinden. Der Ortsverband Osthessen erinnerte an den Pressekodex und erwartet nachhaltige Maßnahmen, um dessen Einhaltung in Erinnerung zu rufen. In einer durch die Antragskommission leicht entschärften Form wurde der Antrag bei einer Gegenstimme und acht Enthaltungen angenommen. Demnach soll der Verband unterhalb der einschlägigen Sanktionsmittel des Presserats informativ und aufklärend einwirken, wenn er auf Verstöße gegen den Kodex aufmerksam wird.

Der Ortsverband Frankfurt fordert den Landesverband auf, mit der hessischen Kreativwirtschaft zusammenzuarbeiten. In dieser Branche seien auch viele Journalisten, Dokumentarfilmer, Fotografen und Autoren vertreten, die den DJV-Aufnahmekriterien entsprächen und damit potenziell Mitglied werden könnten. Bei einer Enthaltung wurde dieser Auftrag vergeben. *ala*

Feststellung zweier hr-Mitarbeiter, die auch Mitglieder im DJV sind. Da diese Klage Präzedenzcharakter hat, sieht sich aber auch der Verband vor einer Quadratur des Kreises: Zum einen sind die Interessen der Mitglieder zu wahren, zum anderen muss die Rundfunkanstalt die Finanzierung sicherstellen können. Mit Blick auf die erforderlichen Rückstellungen und Sozialausgaben eine erhebliche Belastung des angespannten hr-Etats.

Solide sind die Finanzen des DJV Hessen, aufgrund der Mitgliederzahlen, aber auch wegen der kon-

sequenten Haushaltsführung von Schatzmeisterin Gabriela Blumschein. Ihr dankte der Vorsitzende ebenso wie Geschäftsführerin Imke Sawitzky, die sich in Rekordzeit eingearbeitet habe, loyal unterstützt von den Geschäftsstellen-Mitarbeiterinnen Brigitte Schwiertz und Christine Voll. Voll ist nach längerer krankheitsbedingter Zwangspause wieder eingestiegen, Schwiertz hat als „Seele des Verbands“ auch diesen Engpass souverän und in unerschütterlicher Ruhe überbrückt.

Vize-Bundvorsitzender Wolfgang Grebenhof machte in seinem Gruß-

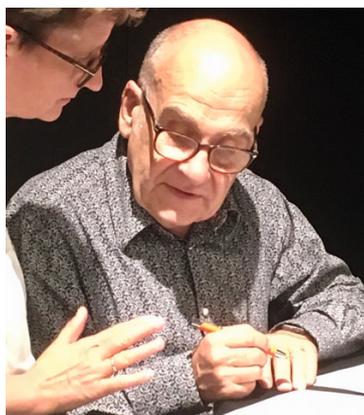
wort wenig Hoffnung auf höhere Gehälter. Vielmehr prognostizierte er das „Ende der Fahnenstange“ bei substanziellen Tariferhöhungen. Auf Verlegerseite sieht er jedenfalls wenig Bereitschaft zu finanziellen Zugeständnissen. Folglich sollte der Blick in künftigen Verhandlungen mehr auf eine erträgliche Gestaltung des Arbeitsumfeldes und der Arbeitsbedingungen gerichtet werden. Beunruhigt äußerte Grebenhof sich über die aggressiver werdende Medienkritik aus der Öffentlichkeit. „Es werden professionell Lügen auf den Markt geworfen, und wenn Journalisten diese entlarven, Fakten von fake news trennen, müssen sie dies unter Polizeischutz tun. Ja, geht's noch?“

Das Mitgliedermagazin „journalist“ nahm er gegen den auch in Wiesbaden laut gewordenen Vorwurf der unsauberen Trennung zwischen PR und Berichterstattung in Schutz. Der Bundesvorstand habe seine Erwartungen zur Abgrenzung gegenüber dem neuen Verleger unmissverständlich formuliert. Letzteren habe glaubhaft darlegen können, dass Anzeigenkunden keinen Einfluss auf redaktionelle Entscheidungen nähmen. *ala*

Wohl überlegt und wirkungsvoll gehandelt

Nach fast 20 Jahren an der Spitze des Ortsverbands Frankfurt zieht sich Umberto Biagioni unwiderruflich zurück

Er legt so gar keinen Wert auf Aufmerksamkeit. So gesehen war es schon bemerkenswert, dass Umberto Biagioni 18 Jahre lang an der Spitze des mit knapp 1250 Mitgliedern stärksten Ortsverbands des DJV Hessen stand. Die naheliegende Erklärung für diese Prominenz wider Willen: Es war ihm eine Herzenssache, die Geschicke des Verbands mitzugestalten. Dafür hat er in Kauf genommen, an exponierter Stelle zu stehen. Gebraucht hat er diese besondere Stellung nicht, zu nutzen wusste er sie wohl.



Gewissenhaft: Umberto Biagioni beim Auszählen. Foto: ala

Direkt nach seiner Bilanz sollte man Umberto Biagioni, seit drei Jahrzehnten Mitglied im DJV, besser nicht fragen. Er hat sich jegliche Belobigung anlässlich seines Abschieds nach fast 40 Jahren Verbandszugehörigkeit verboten. Einen Großteil dieser Zeit war er Funktionär, zunächst als stellvertretender und seit Frühjahr 2001 als Ortsverbandsvorsitzender in Frankfurt. Wer es trotzdem tut, riskiert eine Freundschaft. Weswegen Anfragen an treue Wegbegleiter abschlägig beschieden worden

sind. Auch wenn sie Profunderes über ihn zu sagen gehabt hätten. Einer übernimmt diese Aufgabe nun gegen Biagionis Willen, aber aus Überzeugung. So sang- und klanglos darf er sich nun mal nicht in die einfache Mitgliedschaft verabschieden. Dafür hat er den Landesverband zu sehr geprägt, auf seine unaufgeregte, pragmatische, zupackende Art. Zuletzt auf dem Verbandstag Mitte Juni in Wiesbaden, als er sich auch in den Momenten nicht aus der Ruhe bringen ließ, als improvisiert werden musste. Als Umberto Biagioni auf der jüngsten Sitzung des Erweiterten Vorstands seine Absicht bekräftigte, kein weiteres Mal für die Spitze des Ortsverbands zu kandidieren, war in den Gesichtern des Landesvorstands die leise Hoffnung zu lesen, dass er nicht ernst machen würde. Aber er hat es durchgezogen. So konsequent und unpräntiös wie er dieses Amt über diesen langen Zeitraum ausgeführt hat. In einer Medienlandschaft im rasanten Wandel, in den turbulenten Zeiten etwa bei der Frankfurter Rundschau, aber auch in unzähligen innerverbandlichen Strukturdebatten hat er die Ruhe bewahrt und nach vorne geschaut.

Für den Fachausschuss Europa, den er seit dem vergangenen Jahr leitet, war der Ligurer prädestiniert. Dass er so nebenbei seit 2007 in der Jury des Foto-



Aufmerksamer Zuhörer: Umberto Biagioni im Gespräch mit dem früheren Vorstandsmitglied Harro Menzel. Foto: ala

preises Hessen-Thüringen sitzt und auf Landes- wie auf Bundesebene quasi gesetzt ist, passt zum Image des fleißigen und unaufdringlichen DJV-Funktionärs, der zur Stelle ist, wenn er mit seinem Sachverstand gebraucht wird. Seine Einsätze als Mitglied der Mandatsprüfungskommission auf zig Verbandstagen auf Landes- wie Bundesebene war typisch für Biagioni: still und effizient im Hintergrund die Arbeit erledigen und nur gelegentlich auf der Bildfläche erscheinen und relevante Informationen zuschieben, um anderen zuzuarbeiten, damit diese ihren Job in vorderster Reihe professionell erledigen konnten.

Hauptberuflich arbeitet der stu-

dierte Philologe seit 1982 für das ZDF, zuerst in freier Mitarbeit für die „Tele-Illustrierte“, von 1986 bis 1996 als fest angestellter Redakteur, Regisseur und Leiter vom Dienst. Ende der 90er Jahre war Biagioni Gründungssendeleiter des Ereignis- und Dokumentationskanals Phoenix. Im ersten Jahrzehnt dieses Jahrtausends hat er die Bildagentur des ZDF und seiner Senderfamilie aufgebaut. Aktuell koordiniert er die Bewegtbilder auf Drittplattformen.

Vom Ehrenamt befreit hat der Wahl-Mainzer jetzt hoffentlich mehr Zeit für die Familie und sein ausgewiesenes Hobby, die Fotografie. Umberto Biagioni nicht mehr beim Äpfelwoi im „Gemalten Haus“ zu sehen, ist so gar nicht vorstellbar.

ala

Eine Bereicherung für den Berufsstand

18 Jahre sind eine lange Zeit und genau so lange hat Umberto Biagioni den größten Ortsverband des DJV Hessen geführt. Und das hat er mit einem großen Engagement getan, hat immer wieder neue Events, wie man heute sagt, gesucht und gefunden. Events, die für Journalisten immer eine Bereicherung waren. Aber auch solche, die dem leiblichen Wohl zuträglich waren. Zuletzt hatte Umberto das Grünkohlessen vom eher nördlich ansässigen, ehemaligen OV-Vorsitzenden Hans-Heinrich Matthiesen zum ortsüblicheren Treffen bei Äpfel und grüner Soße im Sachsenhäuser Gemalten Haus gewandelt. Und das sehr erfolgreich. Wo sonst an Journalisten-Stammtischen eher wenig los war, da kamen wieder einige Kollegen zusammen, um ungezwungen und in lockerer Atmosphäre über journalistische Belange oder Veränderungen zu plaudern. Und da hilft natürlich

auch ein Äpfel, um lockerer zu werden, wobei es schon erstaunlich ist, dass einem italienisch abstammenden Journalist dieser ebenso schmeckt, wie ein guter Roter. Auch solche Treffen gehören traditionell zum Verbandsleben. Um sich kennenzulernen und auszutauschen. Genauso wie Treffen am Fraport oder kulturellen Einrichtungen in Frankfurt. Umberto war ein emsiger Vorsitzender des OV Frankfurt und hat diesen auch immer gut vertreten. Aber das soll ja kein Abgesang sein, denn Umberto ist ja weiter im Verband aktiv, und das ist auch gut so. Denn sein Wissen, seine Gedanken sind weiterhin wichtig für den Verband. Und ich hoffe doch sehr – Umberto – dass ich Dich auch weiter beim Stammtisch in Sachsenhausen, im Gemalten Haus sehen werde. Ich jedenfalls freu mich drauf!

Knud Zilian

Luft holen im eigenen Baumhaus

Ina Knobloch beerbt Umberto Biagioni an der Spitze des größten Ortsverbands - Leidenschaftliche und prämierte Dokumentarfilmerin



Bücher schreiben ist eine von vielen Aktivitäten, denen Ina Knobloch – hier beim Signieren in Frankfurt – frönt. Foto: ala

Wo soll man anfangen, Dr. Ina Knobloch zu beschreiben? Als kreative Drehbuchautorin, als duftige Buchautorin, als engagierte Naturschützerin, als preisgekrönte Dokumentarfilmerin, als motivierte neue Vorsitzende des Ortsverbands Frankfurt, als frisch gewählte Beisitzerin im Landesvorstand des DJV Hessen, als kreativer Kopf in der Kreativwirtschaft? Diese bei weitem nicht abschließende Aufzählung verrät bereits eine Menge über das Wesen der energiegeladenen Vollblut-Journalistin, die einen Teil des Jahres in ihrem selbst gebauten Baumhaus in Costa Rica verbringt. Dort kommt sie zur Ruhe und tankt Kraft für die nächsten Projekte, die sie in Deutschland angehen will – wenn sie nicht gerade an einem ihrer Bücher weiterschreibt.

Ina Knobloch sprudelt geradezu vor Einfällen. Ihr Kopf ist so voller Thesen, Positionen und Ableitungen, dass ihr Mund mitunter gerade so nachkommt, sie zu formulieren. Ihr Credo: Lamentieren ändert nichts, sich zu engagieren schon. Ein Beweggrund, warum sie im Frühjahr den Vorsitz des Ortsverbands Frankfurt von Umberto Biagioni übernommen hat. Mit 1240

Mitgliedern ist er nicht nur der stärkste im Landesverband Hessen, er übertrifft damit auch die Größe einiger anderer Landesverbände.

Eine Verantwortung und Größenordnung, die die promovierte Biologin nicht abschreckt, im Gegenteil. In systemischen Zusammenhängen zu denken und zu agieren, ist immer mehr zu ihrem methodischen Ansatz geworden. Den hat sie als Biagionis Stellvertreterin in der Vergangenheit bereits auf ihre Verbandsarbeit übertragen. An der Spitze des Ortsverbands kann sie daran anknüpfen. Drei Projekten will Knobloch, seit über 25 Jahren Mitglied im DJV, besondere Aufmerksamkeit schenken: die Position der Freien zu stärken, den Dialog mit den Mitgliedern zu intensivieren und für journalistische Qualität zu werben. „Ich arbeite seit jeher selbstständig, das ist die freieste Form der Kunst“, wirbt die Produzentin und Autorin für freien Journalismus. Ihr ist bewusst, dass die Wertschätzung und die Auftragsvergabe an diese Berufsgruppe gesunken sind. Letztlich – und das wird nicht nur an ihrem eigenen Beispiel deutlich – setze sich Qualität aber durch, ziehe Wertschätzung, Beauftragung und Honorierung nach sich, ist Knobloch überzeugt. Wobei ihr bewusst ist, dass nicht jeder Auftraggeber diese Philosophie teilt. Ein Grund, warum sie beispielsweise immer wieder das Gespräch mit dem Hessischen Rundfunk sucht, um den Sender zu animieren, freie Autoren, Regisseure und Produzenten zu beauftragen und nicht nur feste freie Mitarbeiter zu beauftragen. Das, so Knoblochs feste Überzeugung, würde den Standort Hessen für Fernsehjournalistinnen und -journalisten insgesamt stärken.

Mit den Mitgliedern will die neue Vorsitzende, die sich auch im Fachausschuss Audiovisuelle Medien engagiert, auf den unterschiedlichen Ebenen in Kontakt bleiben. Zum einen mit Aktivitäten in Frankfurt, etwa einer Führung Ende September in der aufgefrischten Altstadt und ins Stoltze-Museum, zu der auch Oberbürgermeister Peter Feldmann stoßen will. Aber auch um die unterschiedlichen Sparten im Verband zusammenzuführen und zusammenzuhalten, über die klassischen Tageszeitungsredakteure hinaus gerade auch junge und Online-Journalisten. Drittens schließlich will sie auf allen Seiten, intern wie extern, eine Lanze für Qualitätsjournalismus und glaubwürdige Recherche brechen. In Zeiten, in denen immer mehr Journalisten ihren Beruf mangels Perspektive aufgeben; in denen die Einlösung dieses Anspruchs umgekehrt aber auch immer

mehr bezweifelt wird. Nicht nur mit dem Vorwurf der Lügenpresse, sondern auch hausgemacht wie mit der Relotius-Affäre beim SPIEGEL.

Hessischen Filmpreis erarbeitet

Bei solchen Debatten ist Ina Knobloch in ihrem Element. Sie ist aber viel mehr als nur DJV-Funktionärin und Interessensvertreterin, wie in der Arbeitsgemeinschaft Dokumentarfilm (AG DOK). Sie ist vielmehr Protagonistin. Landesweit Aufmerksamkeit hat sie zuletzt erregt, als ihr im Herbst 2018 der Hessische Filmpreis in der Kategorie „Bester Dokumentarfilm“ zuerkannt und von den ZDF-Moderatoren Dunja Hayali und Mitri Sirin überreicht worden ist. Für „Die Akte Oppenheimer – das dunkle Erbe antisemitischer Fake News“, die sie mit hessischer Filmförderung und in Zusammenarbeit mit dem Ereigniskanal phoenix realisiert hat. Darin rekonstruiert Knobloch minutiös die subversive Manipulationsstrategie des NS-Reichspropagandaministers Joseph Goebbels, der die Hinrichtung des jüdischen Kaufmanns Joseph Süßkind Oppenheimer für seine antisemitische Stimmungsmache missbraucht hat. Sie gipfelte in dem Propaganda-Film „Jud Süß“ von Veit Harlan, der bewusst mit Geschichtsfälschungen arbeitet und ein



Stolze Baumhausbesitzerin: Ina Knobloch vor ihrem selbstgebauten Domizil in Costa Rica – mit Holz von Bäumen, die sie selbst gepflanzt hatte.
Foto: Stephan Werner

weiterer Baustein war, um die deutsche Bevölkerung gegen die Vernichtungspolitik der Nationalsozialisten im Holocaust abzustumpfen. Dass solche Stereotype bis in die Gegenwart hinein wirken, gehört zu den beklemmenden Erkenntnissen aus Knoblochs akribischer Analyse.

IN DEN BAUMKRONEN VON COSTA RICA



Ideen und Projekte spuken Ina Knobloch unentwegt durch den Kopf. Einen Traum hat sich die Klimaschützerin erfüllt. In Costa Rica. In acht Meter Höhe. Dort hat sich die Frankfurter Journalistin ein komfortables Baumhaus eingerichtet, als CO₂-Speicher, als Kunstobjekt und als kreativen Rückzugsort. Aus dem Holz von Bäumen, die die promovierte Biologin vor gut 30 Jahren während eines Forschungsaufenthaltes selbst gepflanzt hatte.

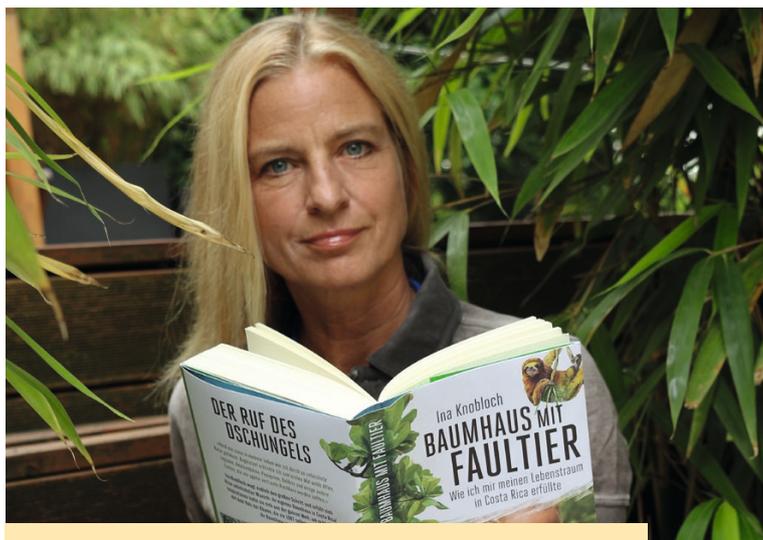
2018 und nach manchen Rückschlägen waren die komplexen Konstruktionsarbeiten nach gut drei Jahren Bauzeit endlich abgeschlossen. Auf Stelzen steht ein fünfeckiges Haupthaus, umrundet von zehn wilden Frangipani-Bäumen

und mit einer Brücke verbunden mit einem Nebengebäude. Zu den tierischen Nachbarn unter den Baumwipfeln gehören Brüllaffen, Faultiere, Kolibris, kleine Bären, Schlangen, Frösche, Leguane. So manches verletzte Tier hat die Baumkronen-Forscherin wieder aufgepäppelt.

Ein Forschungsstipendium der Goethe-Universität hatte die 55-Jährige Ende der 80er Jahre in das mittelamerikanische Land geführt. Mit seiner Tier- und Pflanzenvielfalt hat es Knobloch seitdem nicht wieder losgelassen. Die Umweltaktivistin gründete zwei Jahre später den Tropenwald-Schutzverein „Tropicaverde“, den sie bis heute fördert. Ihre journalistischen Fähigkeiten sind in die Produktion des ersten deutschsprachigen Reiseführers für Costa Rica eingeflossen. „Die feuchte Erde, die brauche ich in der Nase“, erklärte der bekennende „Geruchsmensch“ Ina Knobloch jüngst bei einem Vortrag über ihr ökologisches Engagement im Frankfurter VIP Business-Club. Als Kind konnte sie bereits in den Tropenhäusern des Palmengartens die Nase nicht voll genug bekommen.

Über den Baufortschritt an ihrem Urlaubsdomizil hat die Filmemacherin eine Reihe bei arte gedreht, die sie auch zu exotischen Baumhäusern an anderen Ecken der Welt geführt hat, wovon es – auch in Mitteleuropa – erstaunlich viele gibt.

Wie sollte es anders sein: Ihr ganz besonderes Stück vom Glück hat Knobloch auch medial aufbereitet, in diversen Artikeln, den Reihen „Wipfelglück“ für ZDF und ARTE, beziehungsweise „Der Traum vom Baumhaus“ für Spiegel TV Wissen, in dem Buch „Baumhaus mit Faultier“ und im Blog resonanzboden.com. **ala**



Im Einklang mit der Natur: Über ihr zweites Leben in Mittelamerika hat Ina Knobloch ein Buch verfasst. Foto: Privat

Dabei sind solch historische Stoffe gar nicht mal ihr Markenzeichen. Das sind vielmehr Natur- und Tierdokumentationen. Mit solchen Produktionen hat sie eine Reihe an Sendeplätzen bei der ARD und in deren dritten Programmen, im ZDF und bei arte bespielt, etwa in den Reihen „Deutschlands wilde Tiere“, „Expeditionen ins Pflanzenreich“ oder „Jäger verlorener Schätze“. Auch für diese Beiträge hat sie Drehbücher geschrieben, Aufnahmen geschnitten und die Begleittexte dazu formuliert. So wie man Ina Knobloch eben kennt: als akribische Allrounderin, die nichts dem Zufall überlassen will. Zu ihren Auftraggebern zählen nicht nur die öffentlich-rechtlichen Sender, sondern

auch Magazine wie GEO und stern oder die FAZ.

Auf dem Lesermarkt ist die eifrige Autorin Ina Knobloch nicht weniger präsent, vor allem mit Titeln zu einem weiteren Phänomen, bei dem sie ins Schwärmen gerät: der Magie von Düften. Im September erscheint ihr jüngstes Werk, „Aufschrei der Meere“, das sie zusammen mit dem Schauspieler Hannes Jaenicke geschrieben hat. Erste Promo-Auftritte in Talkshows sind bereits terminiert. Filmisch bereitet Knobloch gerade eine weitere Dokufiktion vor, zu einem weiteren der vielen Themenfelder, mit denen sich Knobloch leidenschaftlich beschäftigt: der #metoo-Debatte. Das fertige Drehbuch ist von HessenFilm gefördert worden.

Dass sich Ina Knobloch zwischen all diesen Verpflichtungen und den Auszeiten in Costa Rica Zeit nimmt, den Ortsverband Frankfurt zu führen, passt zu ihrem Selbstverständnis, Defizite nicht zu beklagen, sondern anzupacken. „Helfen statt jammern“ war schon in den 80er Jahren ihr Motto bei der Gründung des Tropenschutzvereins Tropicaverde.

An einem Manko arbeitet sie nach wie vor beharrlich: Vor Jahren hatte die Ur-Frankfurterin bereits ange-regt, im alten Botanischen Garten ihrer Heimatstadt Frankfurt den Prototypen eines Baumhauses zu er-richten. Auf der Maininsel kann bereits ein Entwurf von ihr studiert werden. Ina Knobloch wäre umge-hend eingezogen. Das hätte ihre eine lange Reise nach Lateinamerika erspart, wo sie nun in luftiger Höhe eine neue Wahlheimat gefunden hat. **ala**

Feder für einen Gefangenen

Inhaftierter ägyptischer Journalist Ismail Iskandarani zweiter Besitzer der „Feder für die Pressefreiheit“ - Anchorman Ingo Zamperoni erneut Pate

Der ägyptische Journalist und Blogger Ismail Iskandarani ist der zweite Träger der „Feder für die Pressefreiheit“ des DJV Hessen. Diese Erinnerung an drangsalierte und verfolgte Kollegen ist voriges Jahr von Schatzmeisterin Gabriela Blumschein ins Leben gerufen worden. Mit dem Tagesthemen-Moderator Ingo Zamperoni hat sie einen prominenten Paten gefunden, der einen Preisträger vorschlägt. Jeweils am Tag der Pressefreiheit am 3. Mai soll diesem ein graviertes Füllfederhalter gewidmet und damit öffentliche Aufmerksamkeit verschafft werden.

Auch Iskandarani konnte das Schreibgerät nicht persönlich in Wiesbaden entgegennehmen, weil er derzeit in Ägypten eine zehnjährige Haftstrafe verbüßt. Mitte Juni konnte ARD-Korrespondent

Daniel Hechler, für dessen Vorschlag sich Zamperoni entschieden hatte, es seiner Frau überreichen. Sie will versuchen, den Füller bei einem Besuch im Gefängnis zu übergeben. Zu dem Freiheitsentzug war ihr Mann im Mai 2018 wegen angeblicher Mitgliedschaft in einer verbotenen Organisation und Verbreitung falscher Nachrichten verurteilt worden. Der freie Journalist, der unter anderem für ägyptische Online-Publikationen wie Mada Masr und Assafir Al Arabi berichtet hatte, hatte militärische Operationen im nördlichen Sinai mehrfach kritisch hinterfragt. Dort entladen sich Konflikte zwischen staatlichen Sicherheitskräften und bewaffneten lokalen Einheiten immer wieder gewaltsam. Aufstände werden dort niedergeschlagen, die Berichterstattung über diese Operationen zensiert.

Iskandarani war Ende 2015 bei seiner Rückkehr aus Deutschland festgenommen worden, wo er seine kranke Mutter besucht hatte. Menschenrechtsaktivisten unterstellen der ägyptischen Botschaft in Berlin, die Inhaftierung nach seiner Rückkehr veranlasst zu haben, weil er bei seinen Auftritten im Ausland Ägyptens Ansehen „getrübt“ habe. Nach fast zweieinhalb Jahren in Untersuchungshaft – deutlich länger als ägyptisches Recht zulässt – ist der Investigativjournalist, der auch im Auftrag des Egypt Center for Economic and Social Rights recherchiert, im Mai 2018 zu der langen Haftstrafe verurteilt worden.

Diese verbüßt er im gleichen Gefängnis in der Stadt Maadi, in die einen Tag nach seiner Verurteilung mit Wael Abbas ein weiterer prominenter Journalist und Blogger des Landes eingeliefert worden ist. Nach der Festnahme in einer Nacht-und-Nebel-Aktion war sein Aufenthaltsort fast zwei Tage lang unbekannt und erst auf internationalen Druck bekannt gegeben worden. Wie im Fall Iskandarani war auch Abbas die Verbreitung von Falschnachrichten und eine Mitgliedschaft bei der Muslimbrüderschaft vorgeworfen worden. Der Gewinner des Journalismus-Preises des International Center for Journalists hatte in der Vergangenheit Videos von brutalen Polizeiübergriffen gepostet.

amnesty international schätzt, dass in Ägypten derzeit um die 25 Journalisten aus politischen Gründen inhaftiert sind. Zu ihnen gehört auch der bekannte Bildjournalist Mahmloud Abu Zeid (Künstlernamen)



Zum zweiten Mal hat Ingo Zamperoni an seinem Geburtstag den neuen Besitzer der „Feder für Pressefreiheit“ vorgestellt. Dank der charmanten Beharrlichkeit von Schatzmeisterin Gabriela Blumschein, die ihm in der IHK in Wiesbaden zuhört. Foto: Wolfgang Kühner

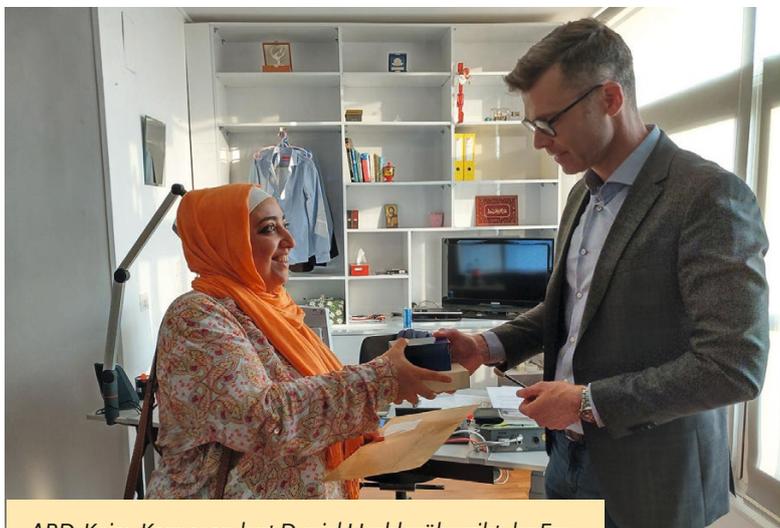
Shawkan), Träger des Internationalen Press Freedom Award 2016. Er hatte unter anderem Bilder eines Protestcamps der Muslimbrüder in Kairo veröffentlicht und sitzt auch für diese Aufnahmen im gleichen Hochsicherheitsgefängnis wie Iskandarani und Abbas.

Vorjahres-Trägerin wieder frei

Die „Feder für die Pressefreiheit“ ist von Zamperoni an dessen Geburtstag symbolisch in der IHK in Wiesbaden verliehen worden. Der aus Wiesbaden stammende Moderator will seine Kontakte nutzen, um dem Träger den Füllfederhalter über Mittelsleute zukommen zu lassen. Das ist bei der Premiere im vorigen Jahr

geglückt, als die Auszeichnung Zehra Dogan zuerkannt worden war. Wie berichtet, war die kurdische Künstlerin und Journalistin wegen einer künstlerisch ausgestellten Fotografie eines Einsatzes des türkischen Militärs in der Stadt Nusaybin wegen Propaganda sowie Mitgliedschaft in einer terroristischen Vereinigung angeklagt und zu 33 Monaten Haft verurteilt worden. Die Feder des DJV Hessen hatte sie noch vor ihrer Freilassung im Gefängnis entgegennehmen können. Mit Mitgefangenen hatte sie eine Zeitung gegründet.

ala



ARD-Kairo-Korrespondent Daniel Hechler übergibt der Frau von Ismail Iskandarani die „Feder für die Pressefreiheit“. Foto: Mohamed Ali Eddin

„Rollenbild verändert sich erneut“

Michael Emmerich zieht nach bald einem Jahr an der Spitze des hessischen Verlegerverbands eine erste Bilanz - Plädoyer für Desk-Modelle



„Reichweite ist nicht alles“: Michael Emmerich in seinem Büro in Wetzlar. (Foto: ala)

Seit bald einem Jahr steht Michael Emmerich an der Spitze des Verbands Hessischer Zeitungsverleger (VHZV). Dort hat der 58-Jährige im August 2018 Hans Georg Schnücker nach dessen vierjähriger Amtszeit abgewählt. Emmerich, der nun für 33 hessische Verlage spricht, ist Geschäftsführer der Wetzlardruck GmbH (Wetzlarer Neue Zeitung), die vor gut einem Jahr mit dem „Gießener Anzeiger“ fusionierte. Dessen Geschäftsführer war Emmerich von 2003 bis 2013. Seine berufliche Laufbahn hatte er als Assistent der Geschäftsführung bei der Verlagsgruppe Rhein Main (VRM) in Mainz begonnen. Mit dem „Blickpunkt“ sprach der VHZV-Präsident über die e-paper-Lektüre am Vogelsberg, Drohungen aus dem Hochtaunus und Allrounder am Desk.

Herr Emmerich, wie schätzen Sie die Zukunft der Tageszeitungen in Hessen ein?

Wir schätzen die Entwicklung der Zeitungen in Hessen insgesamt

gut ein. Wir haben eine stabile Leserschaft, aber wir beobachten auch schon seit der Jahrtausendwende die Erosion der Auflage. Neben demografischen Gründen – die deutschsprachige Bevölkerung schrumpft – hängt der Rückgang auch mit der Vielzahl an kostenlosen Nachrichten in Internet, Radio und Fernsehen zusammen. Insgesamt hat dies dazu geführt, dass jüngere Zielgruppen fast vollständig auf die Tageszeitung als Informationsmedium verzichten.

Reagieren die Verlage auf die massiven Veränderungen im Mediennutzungsverhalten dynamisch genug?

In den jüngeren Zielgruppen ist der Handyvertrag und das Spotify- oder Netflix-Abo wichtiger als das Abonnement einer Lokalzeitung. Dies treibt uns an, nutzergerechte neue Angebote zu entwickeln. Heute kann man sein Nachrichtenangebot auch aus digitalen Häppchen zusammenstellen, die einzeln auf der

Webseite der Regionalverlage abrufbar sind. In den vergangenen sieben, acht Jahren war unser erfolgreichstes digitales Produkt das E-paper, das sich mit beträchtlichen Zuwachsraten entwickelte und heute etwa acht bis zehn Prozent der verkauften Auflage ausmacht. Vor wenigen Jahren hätten die Verlage den Erfolg eines solchen zahlungspflichtigen Angebots nicht prognostiziert.

Das E-paper ist eines aus einer Vielfalt digitaler Bezahlmodelle. Die Zeitungsverlage in Hessen testen unterschiedlichste digitale Paywall-Modelle, mit unterschiedlichen Erfolgen. Es gibt metered-Bezahlmodelle, Freemium, es gibt later pay oder eine digitale Flatrate. Ein alleiniges Modell für die Branche zeichnet sich derzeit nicht ab. Die Verlage sind jedoch gut aufgestellt und investieren in eine Vielzahl von digitalen Angeboten. Hier kommt es auch zu neuen Berufsbildern: an den Redaktionsdesks arbeiten zunehmend Conversion Manager, die den Erfolg eines Artikels dazu nutzen wollen, neues Abonnementgeschäft zu generieren.

Ein E-paper-Anteil von zehn Prozent an den Abo-Erlösen stabilisiert die Erträge, reicht bei einem anhaltenden Abwärtstrend in der Printauflage aber nicht, um die Gehälter der Redakteurinnen und Redakteure nachhaltig sicherzustellen.

Die digitale Transformation ist für uns alle eine Herausforderung. Bereits in den vergangenen zwanzig Jahren wurde die Kostenstruktur der Verlage dauernd nach unten angepasst. Um die Digitalisierung zu meistern, bedarf es jedoch in der Tat auch permanent weiterer Investitionen. Die Verlage setzen dabei stark auf den eigentlichen Produktkern, die journalistische Qualität. Heute lässt sich

die Leserresonanz und -erwartung datenbasiert sehr genau und differenziert ermitteln. Reichweite ist aber nicht alles. Die Blätter der Ippen-Gruppe bespielen ihre Portale mit zum Teil reichweitenstarken boulevardesken Inhalten die sich dann ausschließlich über Werbeeinnahmen finanzieren müssen. Die Mehrzahl der anderen hessischen Nachrichtenportale der Verlage versuchen dagegen Abo-Modelle zu etablieren. Bei beiden Modellen kommt es aber auf die nachhaltige inhaltliche Qualität an. Nur der permanent wiederkehrende Nutzer ist für diese Vermarktungsansätze interessant.

Die Richtungsentscheidung zwischen lukrativer Erhöhung der Reichweite und Investitionen in rentablen Qualitätsjournalismus, um neue Abonnenten zu gewinnen, treibt die Verlage auch in Hessen um. Welche Empfehlung gibt ihnen Ihr Verband?

Der Verband kann hier keine eindeutige Empfehlung abgeben, sondern nur dafür sorgen, dass ein fairer ordnungspolitischer Rahmen gegeben ist. Fakt für die Redaktionen bleibt, dass Qualitätsjournalismus nach wie vor täglich konsumiert wird. Wer würde denn Entwicklungen wie in Wiesbaden, die dazu geführt haben, dass der amtierende Oberbürgermeister auf eine weitere Kandidatur verzichten muss, ans Tageslicht bringen, wenn nicht qualifizierte und gut informierte Journalisten? In Wetzlar hat die intensive Berichterstattung über den Streit über die Erhebung von Straßenausbaubeiträgen dazu geführt, dass in der Stadt ein Umdenkprozess eingesetzt hat, mit der Folge, dass Beiträge auf alle Bürger der Stadt umgelegt werden und nicht nur auf die direkt betroffenen Anlieger der Straße. Diese Korrekturen wären ohne eine freie, kritische und gründlich recherchierende Presse nicht zu erreichen. Aufgabe von Journalisten ist es, unangenehme Fragen zu stellen, zu kommentieren und damit den Markenkern unseres Mediums zu bedienen. Für Digi-

talartikel gilt da prinzipiell kein anderer Maßstab als für gedruckte Artikel.

Wenn der Lokaljournalismus diese Keimzelle ist und bleiben soll, wird die Arbeit von Lokaljournalisten dann auch angemessen honoriert?

Die Rahmenbedingungen für eine unabhängige Arbeitsweise zu schaffen, ist Aufgabe der Verlage. Die Höhe des Einkommens und seiner einzelnen Bestandteile hat sich in den vergangenen Jahren sicher geändert, das Einkommen ist aber angemessen. Der Wettbewerb um die besten Köpfe führt hier auch immer wieder zu Korrekturen. Zum einen bedauern wir die Auflösung der tariflichen Strukturen in Hessen, zum anderen waren diese Strukturen aber auch nicht mehr zeitgemäß.

Wie stark bremsen externe ordnungspolitische Rahmenbedingungen Ihre Handlungsfreiheit?

Die größte Herausforderung für den Verlegerverband sehe ich darin, eine starke Stimme zu bleiben, die politische Rahmenbedingungen einfordert, die kritischen und unabhängigen Journalismus dauerhaft zu erhalten helfen. Das ist eine anspruchsvolle Aufgabe geworden in einer rauen Umgebung, in der sich marktdominante amerikanische Plattformen wie Google, Amazon und Facebook ausbreiten. Dürfen diese weiterhin hemmungslos ihre Monopolstellung zu Lasten anderer Marktteilnehmer ausnutzen oder muss die deutsche und europäische Politik da regulierend eingreifen? Die Wettbewerbsbehörden müssen genau auf das unbegrenzte Wachstum dieser Giganten sehen. Die Entwicklung dieser marktdominanten Plattformen birgt unseres Erachtens auch sehr hohe Risiken für die Demokratie.

Wie erleichtert sind Sie über die vom EU-Parlament verabschiedete Urheberrechtsreform?

Sie ist leider übersteuert worden von der Diskussion über die

Uploadfilter. Wir wollen ja keine Unterdrückung von Nachrichten, sondern einen qualifizierten Urheberrechtsschutz. Wir fühlen uns da ein Stück weit missverstanden: Es geht uns nicht um verlegerische Privilegien, wir wollen vielmehr ähnlich wie die Musikindustrie unsere Inhalte schützen. Und wir wollen den marktdominanten amerikanischen Plattformen Einhalt gebieten, die auf unsere Kosten ihre Reichweiten weiter ausbauen würden, ohne diejenigen daran fair zu beteiligen, die die Inhalte geliefert haben.



„Der Markenkern für qualifizierten Journalismus wird sich erfolgreich weiter entwickeln“, ist sich Michael Emmerich sicher.

Foto: ala

Eine weitere ordnungspolitische Maßnahme, die Sie zur Kurskorrektur zwingt, ist die Implementierung des gesetzlichen Mindestlohns. Stellen Sie auch Überlegungen an, ähnlich wie in Thüringen in dünn besiedelten Gegenden die Zustellung der gedruckten Zeitung einzustellen und alternativ Tablets für die E-paper-Lektüre zu verteilen?

Wie wir die Zustell-Infrastruktur für die nächsten Jahre sicherstellen wollen, ist eine essenzielle Frage. Jeder unserer Verlage hat Abonnenten in dünn besiedelten ländlichen Regionen, sei es im Vogelsberg, im Knüllwald oder im Odenwald. Dort stoßen wir zunehmend auf Schwierigkeiten, die Zustellung weiter sicherzustellen.

Insofern hatte ich die Bereitschaft aus dem Bundeskanzleramt und dem Arbeitsministerium begrüßt, in Anerkennung des Demokratieförderlichen Auftrags den Mindestlohn befristet dauerhaft abzusenken, indem man die Zustellung als haushaltsnahe Dienstleistung definiert. Dieses Vorhaben ist im Bundestag bedauerlicherweise gescheitert. Heute reden wir über eine Bezuschussung der Zustell-Infrastruktur für Zeitungen. Im Bundesarbeitsministerium gibt es derzeit hierzu eine Untersuchung.

ist die digitale Infrastruktur inzwischen gut. Im Vogelsberg oder im Westerwald ist es in Orten mit sehr dünner Besiedelung durchaus eine Überlegung wert, statt 15 oder 20 gedruckte Exemplare zuzustellen die Inhalte über Tablets anzubieten. Alternativ werden auch Abholssysteme (Abholbox) diskutiert, weil nicht mehr überall die Zustellung bis in den Briefkasten garantiert werden kann.

Wie sehr lähmen die unterschiedlichen Höhen beim Mehrwertsteuersatz für gedruckte und digitale Produkte Ihre Vermarktungsstrategien?

Die EU hat eine Richtlinie für einen reduzierten Mehrwertsteuersatz für Bücher, E-paper und andere digitale Inhalte bereits verabschiedet, in Deutschland fehlt dazu nur noch das entsprechende Gesetz. Das würde es künftig erlauben gemischte Abos mit digitalen Inhalten von Montag bis Freitag und einer Papierzeitung am Samstag ohne bürokratische Hemmnisse wie gesplittete Mehrwertsteuersätze anzubieten.

À propos Abo-Entwicklung: Welche Strategien verfolgen Sie, um neue und junge Leser zu gewinnen?

Für jüngere Zielgruppen entwickeln die Verlage rein digitale Angebote, die dann auch zu attraktiven Preisen angeboten werden können. Wir brauchen hier andere vielfältigere Angebotsstrukturen als im klassischen Printgeschäft. Aber auch dort entwickeln Kollegen z.B. neue Einstiegsangebote für künftige Abonnenten.

Wie viel Wachstumspotenzial sehen Sie bei digitalen Anzeigen-erlösen?

Der Wettbewerb im Internet ist stark, die Wachstumsraten kommen dabei weniger aus dem Displaygeschäft, sondern aus Angebotsformen wie beispielsweise dem „native advertising“. Reichweitenbasierte Modelle sind sehr stark an sich wandelnde Algorithmen der marktdominierenden Plattformen gekoppelt. Hinzu

kommen strukturelle Veränderungen im lokalen Handel durch das wachsende Online-Geschäft. Handelsplattformen wie Amazon und Ebay dünnen den lokalen Handel aus, was in der Folge durch mangelnde lokale Werbung auch unsere Erlöse wieder schrumpfen lässt.

Sehen Sie die Pressefreiheit in Hessen bedroht oder zumindest bedrängt, etwa nach den verbalen Drohungen der AfD Hochtaunus oder den Beschränkungen der Berichterstattung durch die AfD in Bensheim?

Bisher sehen wir die Pressefreiheit nicht gefährdet. Das Auftauchen von Phänomenen wie alternative facts, hate speech und fake news unterstreicht aber die Notwendigkeit eines starken unabhängigen und qualifizierten Journalismus, der diese Entwicklungen einordnet, bewertet und kommentiert. An der ein oder anderen Stelle in Hessen ergeben sich Verwerfungen, etwa wenn die NPD es nicht hinnimmt, sich mit der Berichterstattung über ihre Kreistagsaktivitäten einen Spiegel vorhalten zu lassen. Und auch hier zeigen die Skandale um marktdominante Plattformen wie Facebook und Google: Hinter der einen oder anderen Nachricht stecken zum Teil fragwürdige Quellen. Die Glaubwürdigkeit von Tageszeitung und Hörfunk ist deshalb höher denn je, schön wäre es natürlich, wenn dies auch zu steigenden Absatzzahlen führte.

Finden sich in der Folge in Hessen noch genügend junge Leute, die Spaß an der Aufgabe finden, zu dieser Glaubwürdigkeit beizutragen und sich für ein Volontariat bewerben?

Im ländlichen Bereich plagen uns weniger Nachwuchssorgen, da liegen durchaus genügend Bewerbungen vor. Im städtischen Umfeld tun wir uns da deutlich schwerer, unter anderem auch wegen der Konkurrenz mit digitalen Start-ups sowie Unternehmen und Agenturen die im Content-Geschäft unterwegs sind.



Prägender Akteur in Mittelhessen: Die Zeitungsgruppe Lahn-Dill, deren Geschäftsführer Emmerich ist. (Foto: ala)

Wann werden also die ersten Tablets zum Zeitunglesen in Hessen verteilt?

In einzelnen Fällen, etwa an den dünn besiedelten Rändern unseres Verbreitungsgebiets, ist das bereits der Fall. Mir ist nicht bange vor solch einer Veränderung. Auch in den ländlichen Gebieten

Werden die Volontäre von heute noch als Tageszeitungsredakteure in Rente gehen?

Wahrscheinlich nicht als Tageszeitungsredakteure. Bill Gates hat Mitte der 90er Jahre in Folge der zunehmenden Digitalisierung das Ende der gedruckten Zeitung für die Zeit nach 2000 vorhergesagt. Die Millionenaufgabe deutscher Zeitungen im Jahr 2019 belegt, dass seine Aussage nicht ganz so zutreffend war und so bald auch nicht zutreffen wird. Die digital Natives arbeiten ja heute multimedial und bringen Bilder und Videosequenzen von Reportagen zurück. Die Mischung macht's zwischen der zeitnahen Online-Nachricht und der anschließenden umfangreicheren Fassung für das gedruckte Blatt am nächsten Tag.

Diese Begeisterung über die digitale Transformation wird nicht überall gleichermaßen geteilt. Erst recht nicht, wenn sie nicht mit einer schlüssigen Strategie begleitet wird und Arbeitszeiten immer weiter ausgedehnt werden. Erkennen Sie eine Strategie in den hessischen Verlagen?

In den vergangenen 25 Jahren haben sich die technischen Produktionsprozesse erheblich verändert, etwa im Satz oder in der Texterfassung. In der Folge wurde der Redakteur zum Allrounder am Bildschirm, der vornehmlich Seiten gefüllt hat. Ich sehe diese Entwicklung auch selbstkritisch, weil ich in den 90er Jahren solche Modelle in verschiedenen Verlagen mit eingeführt habe. Da wurden aus Reportern und recherchierenden Journalisten Seiten-Redakteure gemacht, die in ihren warmen Stuben eine Schar von freien Mitarbeitern dirigiert und Seiten gestaltet haben. Mit den heutigen Desk-Modellen wollen wir wieder eine stärkere Trennung erreichen zwischen Seitenproduktion und Reportern, die Geschichten aufspüren und nah an den Bedürfnissen der Menschen sind. Das ist teilwei-

se eine gravierende Änderung in der Arbeitsweise, da muten wir den Kollegen Einiges zu und der eine oder andere tut sich auch schwer mit diesem sich erneut veränderten Rollenbild. Ja, und Reportersein bedeutet leider auch, keinen nine-to-five-Job zu haben.

Wo werden die hessischen Zeitungsverlage am Ende Ihrer Amtszeit als VHZV-Präsident stehen?

Der Markenkern für qualifizierten Journalismus – Recherche, Berichterstattung und Kommentar – wird sich erfolgreich weiterentwickeln. Der Markenkern wird aber nicht mehr alleine Print sein, sondern multimedial. Um ihn zu erhalten, müssen wir die Prozesse um ihn herum effizienter und schlanker machen. Ein Beispiel: In Mittelhessen gab es vor 20 Jahren 15 Druckereien. Heute sind es noch fünf, künftig würden zwei ausreichen, um den gesamten Markt mit

gedruckten Zeitungen zu bedienen. Wir werden deshalb in der gesamten Branche weniger Beschäftigung haben. Durch Zusammenschlüsse und Kooperationen werden auch Kräfte in den Back-Offices gebündelt werden.

Wie bewerten Sie die Sozialpartnerschaft mit dem DJV?

Wir teilen das gemeinsame Interesse, das Berufsbild und die Ausbildung zu entwickeln. Wir werden nicht mehr alle materiellen Bedingungen gemeinsam aushandeln können, werden leistungsbezogener und differenzierter bezahlen müssen. Zu den spannenden Fragen der Zukunft wird gehören, wie wir den Status der Bestandsbeschäftigten erhalten und welche neuen Beschäftigungszusammenhänge wir entwickeln und gestalten können.

Das Gespräch führte
Andreas Lang

Die Zeitungslandschaft in Hessen

Der Zeitungsmarkt im Land wird von zwei Verlagsgruppen beherrscht: der VRM (früher Verlagsgruppe Rhein Main) und der Zeitungsholding Hessen (ZHH) mit dem Mehrheitseigentümer Zeitungsverlag F. Wolff & Sohn (Ippen-Gruppe). Als auflagenstärkste Blätter vertreibt die VRM in Hessen rund 35 Titel, im Wesentlichen die Bürstädter Zeitung, das Darmstädter Echo (mit Lokalausgaben im Odenwald, Ried und Groß-Gerau), die Lampertheimer Zeitung, die Main-Spitze, den Wiesbadener Kurier (mit Lokalausgaben im Main-Taunus, Rheingau, Wiesbaden und Untertaunus) sowie das Wiesbadener Tagblatt (Aar-Bote, Idsteiner Zeitung, Rheingauer Bürgerfreund und Wiesbaden). Der Gießener Anzeiger (inklusive Kreis-Anzeiger, Lauterbacher Anzeiger, Oberhessische Zeitung und Usinger Anzeiger) fusionierte voriges Jahr mit der Wetzlarer Druck GmbH (Wetzlarer Neue Zeitung, Hinterländer Anzeiger (früher Marburger Neue Zeitung), Weilburger Tageblatt, Dill-Post, Dill-Zeitung, Herborner Tageblatt) zum auflagenstärksten Tageszeitungsverlag in Mittelhessen. Die VRM beschäftigt an 36 Standorten in Rheinhessen, Süd- und Mittelhessen nach eigenen Angaben 1750 Mitarbeiter. Die verkaufte Auflage wird mit knapp über 300.000 Exemplaren angegeben. Unter der Flagge der ZHH erscheinen als führende Zeitungen die Frankfurter Rundschau, die Frankfurter Neue Presse, die Gießener Allgemeine Zeitung, die Offenbach Post und die Hessisch/Niedersächsische Allgemeine. Dafür und für weitere Publikationen im Verlag Dierichs, der Mittelhessischen Druck- und Verlagshaus GmbH sowie der Mediengruppe Frankfurt sind rund 870 Mitarbeiter in Redaktion und Druck beschäftigt. Die Gesamtauflage liegt bei etwa 250.000 gedruckten Exemplaren.

Neben diesen beiden Konglomeraten erscheinen in Hessen als auflagenstärkere Publikationen die Frankfurter Allgemeine Zeitung (Fazit-Stiftung), die Oberhessische Presse (Marburg), die Fuldaer Zeitung (Kinzigal-Nachrichten, Hünfelder Zeitung, Schlitzer Bote), die Butzbacher Zeitung, der Bergsträßer Anzeiger und der Hanauer Anzeiger. ala

Invasion der digitalen Parasiten

Heikler Trackereinsatz auch in Hessen: FAZ, HNA und FR

leiten Daten ihrer Leser an Facebook weiter – Ippen sucht nach Filtern

Der Chefredakteur von Zeit Online sah sich Anfang Juni einer unangenehmen Ehre ausgesetzt: Die Bielefelder Datenschützer von Digitalcourage überreichten Jochen Wegner den Negativ-Preis „Big-Brother-Award“ – unter anderem, weil der Verlag umfangreich Facebook-Tracker auf seiner Website einsetzt. Schlimmer noch: Der Verein stellte klar, dass auch viele andere Verlage und Nachrichtentportale ähnlich arbeiten.

Darunter sind auch die drei hessischen Zeitungen FAZ, HNA und FR. Erschreckende drei Viertel aller Medienwebsites in Deutschland nutzen Einbettungen von Facebook für verschiedene Zwecke, obwohl fast immer die Rechtsgrundlage fehlt. Die bekannteste Einbettung ist sicher der Like-Button, um den es bereits 2011 eine Datenschutzdebatte und verschiedene juristische Verfahren gab. Heute ist Facebook meist mit seinen neueren Produkten auf den Nachrichtenseiten verankert. Sie heißen Facebook Pixel, Brand Lift oder Audiencenetwork und werden meistens unsichtbar als Javascript in die Website integriert, oft auch indirekt durch den Vermarkter. Wenn der ahnungslose Leser seine Lieblingszeitung online aufruft und Artikelseiten mit diesen Trackern anklickt, werden die Aufrufe sofort bei Facebook registriert. Bei der FAZ geschieht das sogar auf allen Artikelseiten. Verlag und Vermarkter können dann mit den dazugehörigen Onlinetools diese Daten auswerten: Sie analysieren das Rezeptionsverhalten oder die Interaktion mit Anzeigen geräteübergreifend und helfen damit den Werbekunden, die Wirksamkeit ihrer Kampagnen nachzuvollziehen. Man kann weiterhin Zielgruppen erstellen, je nachdem wer welche Artikel gelesen hat und diesen Lesern dann interessensbezogene Anzeigen bei Facebook anzeigen. Während einige Verlage das nur für Abwerbung nutzen, offerieren andere wie die FAZ diese Zielgruppen auch den Werbekunden zur Nutzung. Denkbar wäre beispielsweise, dass ein Kreuzfahrt-Anbieter alle Leser eines Kreuzfahrt-Artikels als Zielgruppe für seine Facebook-Anzeigen nutzen darf und dafür Geld an die FAZ zahlt.

Nun kennt jeder Leser interessensbasierte Werbung, die ihn im Browser über mehrere Websites verfolgt. Aber es gibt beim Tracking von Facebook einen gewaltigen Unterschied: wenn man sich vor, während oder nach dem Lesen mit dem gleichen Browser bei Facebook einloggt, ist das Tracking nicht mehr pseudonym. Die Artikelaufrufe sind dann einem eindeutigen Facebook-Account mit Klarnamen und E-Mail-Adresse zugeordnet. Diese Daten wird man auch nicht mehr so einfach los wie die pseudonymen Cookies beim herkömmlichen Tracking. Der Einsatz auf Seiten einzelner Nachrichtenartikel ist daher besonders problematisch: Damit entstehen riesige Listen darüber, welche konkrete Person welchen Artikel gelesen hat. Da sind Kreuzfahrt-Reisen eher harmlos, aber es fallen na-

türlich auch viele sensible Themen zu Weltanschauungen oder Krankheiten an. Millionen Deutsche sind von dieser zentralen Speicherung ihres Nachrichtenkonsums betroffen. Das Missbrauchspotenzial diese Daten ist enorm, wie der Datenskandal um Cambridge Analytica gezeigt hat.

Aus gutem Grund ist daher personenbezogenes Tracking ohne Einwilligung des Nutzers gesetzlich untersagt. Bereits das alte Telemediengesetz enthält dieses klare Verbot. Die neue DSGVO lässt einen Ermessensspielraum – der aber bei einer so umfangreichen und unerwarteten persönlichen Datenspeicherung nicht mehr greifen dürfte. Die deutschen Datenschutzbehörden haben das im April in einer Orientierungshilfe für die Verlage auch nochmal klargestellt: Social-Media-Tracker sind normalerweise nur mit Einwilligung des Nutzers legal.

Warum machen die Verlage das dann? Die überraschendste Antwort kam vom Ippen-Verlag, der auch die HNA-Website verantwortet: Man gab unumwunden zu, dass man technisch und juristisch nicht mehr die Kontrolle über alle eingebetteten Skripte von Drittanbietern habe. Die Kritik sei richtig. Der Verlag wies darauf hin, dass man bereits seit Jahren versuche, gegen die Unart sogenannter Parasiten-Skripte vorzugehen. Die beschriebenen Verbindungen zu Facebook bei der HNA seien unerwünscht. Gemeinsam mit Werbefirmen wie Traffactive arbeite man an technischen Lösungen, die diese Einbettungen filtern. Und mit Organisationen wie netID versuche man das Werbetacking mit branchenweiten Standards datenschutzkonform zu machen. Die FAZ hat auf Anfrage im Wesentlichen nur mitgeteilt, dass sie den Einsatz der Tracker für rechtmäßig hält. Von der FR kam keine Stellungnahme zu den Vorwürfen.

Die Antworten zeigen die ganze Bandbreite des Dilemmas: Die einen schweigen, die anderen ignorieren die Rechtslage und die, die etwas ändern wollen, haben noch keinen Erfolg. Lösen die Verlage das Problem der Facebook-Einbettungen nicht bald, könnte es bald unangenehm werden: Es drohen hohe Bußgelder inklusive Gewinnabschöpfung und für die Verantwortlichen im Verlag drei Jahre Haft. Hinzu kommt der Vertrauensverlust, den die Verlage ihren renommierten Marken damit zufügen: Leser dürften nicht erfreut sein, wenn sie erfahren, dass etwa ihre portalübergreifende Recherche über Hodenkrebs oder Unfruchtbarkeit zentral unter ihrem Namen bei Facebook gespeichert sein könnte. Und auch für viele Redakteure dürfte es frustrierend sein, wenn sie engagiert über Facebook oder illegalen Datenhandel schreiben und dann den Leser dieser Artikel genau den gleichen Machenschaften aussetzen müssen. Das es anders geht, zeigen die wenigen Verlage in Deutschland, bei denen gar keine Facebook-Tracker gefunden wurden.

Matthias Eberl

„Wie man heute noch Facebook nutzen kann, ist mir unbegreiflich“

Multimedia-Journalist Matthias Eberl über die Sinnhaftigkeit verschlüsselter Kommunikation und die vermeintliche Sicherheit von Betriebssystemen

Journalisten stecken in der Regel viel Herzblut in die Recherche. Weniger Aufmerksamkeit schenken sie meist den Fragen rund um die Datensicherheit – sprich, wie sich die gewonnenen Informationen vor unbefugten Zugriffen schützen lassen. Dabei ist es nicht zwingend nötig, zum IT-Nerd zu mutieren und jede E-Mail zu verschlüsseln. Der Multimedia-Journalist Matthias Eberl, der sich auf Informanten- und Datenschutz spezialisiert hat, zeigt im Interview auf, wie ein guter Anfang gemacht werden kann.

Was versäumen Journalisten und Redaktionen am häufigsten, um ihre Daten zu sichern?

Passwortsicherheit ist ein riesiges und vernachlässigtes Thema. Viele nutzen aus Bequemlichkeit das gleiche Passwort für unterschiedliche Accounts und Dienste. Anfang des Jahres tauchte im Internet mit Collection #1 eine riesige Liste von Logindaten, E-Mail-Adressen und Passwörtern auf. Die Informationen stammen unter anderem aus Datenlecks von beliebten Anbietern wie Dropbox und schlecht gesicherten Internetforen. Wenn das gleiche Passwort Zugang zu verschiedenen Accounts gibt, ist dem Missbrauch Tür und Tor geöffnet (siehe Artikel „geheim“ ist wahrlich kein Geheimnis“ auf Seite 6 im Newsletter). Ein weiterer Dauerklassiker ist die mangelhafte Datensicherung, sprich das fehlende regelmäßige Backup.

Zu sicheren Passwörtern und regelmäßigen Datensicherungen raten IT-Experten seit Jahrzehnten. Erschreckend, dass man dafür weiterhin ein Bewusstsein schaffen muss. Der härteste Gegner ist nach wie vor die eigene Bequemlichkeit.

Warum sollte sich beispielsweise ein Lokaljournalist, der weder

zum Themenkomplex Geheimdienste noch investigativ recherchiert, Gedanken um Datensicherheit machen und beispielsweise seine E-Mails verschlüsseln?

Auch der Lokaljournalist kann irgendwann an den Punkt gelangen, an dem ein Informant ihm sicher Daten zukommen lassen können muss, so dass beide geschützt sind. Zunächst gilt es das Risiko zu bewerten: Wie wichtig sind die Daten?

Wie wahrscheinlich ist ein unbefugter Zugriff? Wer hat ein Interesse an den Daten, welche Ressourcen stehen ihm zur Verfügung und würde er illegale Methoden einsetzen? Welcher Aufwand ist gerechtfertigt, um die Daten zu schützen? Welche technischen Lösungen setze ich ein?

Wer nicht gerade technikaffin oder gar Informatiker ist, stößt schnell an seine Grenzen. Daher ist es auch eine Aufgabe von Journalistenverbänden und Organisationen allgemein sowie in konkreten Fällen zu beraten, welche technischen Mittel wie beispielsweise E-Mail-Verschlüsselung eingesetzt werden können. Schließlich haben freie Journalisten und kleinere Verlage anders als Der Spiegel, Süddeutsche Zeitung und Die Zeit oft keine eigenen Experten.

Facebook hangelt sich seit Jahren von einem Datenskandal zum nächsten. Jüngst wurde bekannt, dass der Konzern Beobachtungslisten von Kritikern führt, welche sich wiederum durch technische Möglichkeiten leicht überwachen lassen (<https://blog.wdr.de/digitalistan/facebook-methoden-wie-beim-nachrichtendienst/>). Medien berichten zwar, aber zementieren



Offenes Buch: Datenschutz im Netz wird oft vernachlässigt.
Foto: Jens Brehl

durch das Nutzen von Facebook und seinen Diensten wie WhatsApp oder Instagram weiterhin deren wirtschaftliche Basis. Das passt doch nicht zusammen.

Wie man nach zehn Jahren Skandalgeschichte und den andauernden Lügen von Mark Zuckerberg Facebook noch nutzen kann, ist mir unbegreiflich. Jeder einzelne Journalist muss seine Verantwortung allerdings mit sich ausmachen, wie es auch die Medienunternehmen tun müssen.

Ein Hauptargument ist, man gehe dorthin, wo man seine Leser findet. Dann schluckt man halt auch mal eine Kröte, um sein eigenes Geschäftsmodell zu sichern.

Natürlich gehört es zum journalistischen Auftrag, die Mediennutzer zu erreichen. Ein Teil der Leser wird jedoch immer sensibler und möchte der Werbeindustrie nicht mehr alle Daten verfügbar machen – was ja einem kompletten Ausverkauf des Privatlebens gleich kommt. Bislang kenne ich keinen Verlag, der in Sachen Facebook ein Ausstiegskonzept hat. Dabei ist es ungemein



„Leser müssen Nachrichten filterfrei konsumieren können“: Matthias Eberl (rechts) beim DJV-Workshop zu Informantenschutz und Verschlüsselung. Foto: Jens Brehl

wichtig, dass Leser Nachrichten filterfrei konsumieren können.

Natürlich gibt es auch Angst, weniger Aufmerksamkeit zu bekommen oder Wichtiges zu verpassen. Vor allem Freiberufler brauchen Mut, um auf Facebook und dessen Dienste zu verzichten. Ich verstehe jeden, der argumentiert, er könne sich diesen Schritt nicht leisten. Allerdings kann jeder zumindest darauf hinweisen, dass WhatsApp in Sachen Datenschutz problematisch ist und als Kommunikationsmöglichkeit einen sicheren

Messenger wie Signal anbieten. Journalisten sind schließlich keine reinen Unternehmer, sondern haben auch eine gesellschaftliche Verantwortung und eine Vorbildfunktion.

Windows und macOS X senden sogenannte Telemetriedaten über mein Nutzungsverhalten und eingesetzte Programme an Microsoft bzw. Apple. Was für Daten werden erfasst und kann man die Betriebssysteme sicher einstellen?

Bei Microsoft Office wird unheimlich viel erhoben, wie Absturz- aber auch Nutzungsdaten. Bleibt zu hoffen, dass die Informationen nur dem Verbessern der Produkte dienen und anonym verwendet werden. Allerdings bleibt die Unsicherheit, welche Daten insgesamt von den Betriebssystemen erhoben werden, und ob beispielsweise amerikanische Sicherheitsbehörden Zugriff haben. Generell stellt Windows im Zuge der DSGVO viele Unternehmen – und damit auch freiberufliche Journalisten – vor große Probleme.

Selbst mir ist es zu mühsam, juristisch und technisch zu durchschau-

en, welche Daten abfließen und was damit gemacht wird – ob bei Microsoft oder Apple. Unter dem Strich ist es dann einfacher, ein sicheres Betriebssystem wie Linux zu verwenden. Der Umstieg ist zwar mühsam, aber die Datensicherheit wird deutlich erhöht.

Warum setzt sich bei Journalisten und Medienunternehmen das sichere Betriebssystem Linux nicht durch?

Man muss alte Gewohnheiten brechen und sich mit einem neuen Betriebssystem beschäftigen. Der Umstieg fällt mitunter schwer. Oftmals ist man auch von bestimmten Programmen – oder im Falle von Apple – sogar von der Hardware abhängig. Wer viel Grafik bearbeitet und Filme schneidet, ist bei macOS X und Windows deutlich besser aufgehoben. Für Journalisten, die hauptsächlich schreiben, bietet Linux wiederum viele Vorteile.

Das Gespräch führte Jens Brehl.

Infos zum Thema gibt es auch im aktuellen Newsletter des DJV Hessen.

Pluspunkte sammeln

Was sich Journalisten alles einfallen lassen, um auf Tuchfühlung mit den Nutzern zu bleiben - Rezos Scoop wirkt nach

Wir müssen zumindest zum Einstieg mal wieder über's Geld reden. Ja, die „neverending story“ vom Geldverdienen im Netz mit journalistischen Inhalten. Die Gretchenfrage lautet dabei: Wie mache ich es meinen Nut-

... Lokal- und Regionalzeitungen haben dabei vielleicht den kleinen, aber entscheidenden Wettbewerbsvorteil, dass sie ihre Leser*innen nolens volens ganz gut kennen – meint man zumindest als Außenstehender.

Bei der Website der Schwäbischen Zeitung war es im Mai so weit. In Marketingsprache kündigte Yannick Dillinger, Leiter Digitales/Stellvertretender Chefredakteur, an: „Ein Plus für guten Journalismus: Leser von schwäbische.de genießen ab sofort mehr Exklusivität“. Der Onliner erklärte: „Wofür wir gedruckt Geld verlangen, darf digital nicht kostenlos sein“. Frei verfügbar sollen nur noch un-

bearbeitete Polizeinachrichten, Veranstaltungsankündigungen oder Vereinsberichte sowie Meldungen, „in denen es um die Abwendung akuter Gefahren für Einzelne oder die ganze Bevölkerung geht“ sein. „Sobald ein Journalist seine Arbeitskraft für die Erstellung investiert hat, hängt ein Plus dran“, wird den Nutzern mitgeteilt. Kleine, aber erwähnenswerte Abschweifung in die Niederungen dieser Arbeitswelt: Auf der DJV-Seite zum Thema Tarifflicht hängt bei der Ravensburger Schwäbischen Zeitung kein Plus dran: „Neueinstellungen erfolgen deutlich unter den Redakteurstarifen.“ (tinyurl.com/auf-tarifflicht).

Kolumne

zern schmackhaft, dass sie für das, was sie bislang weitestgehend umsonst im Internet bekamen, nun endlich auch mal einen angemessenen Preis bezahlen müssen? Die weitestgehend kostenlose Testphase dauert bei den meisten Angeboten nunmehr schon 25 Jahre

Aber zurück zu den Nutzern: in einem 40-minütigen Podcast-Gespräch mit Digitalredakteurin Andrea Pauly berichtet Chefredakteur Hendrik Groth davon, dass man in den letzten zwei Jahren gemerkt habe, „dass man mit guten Hintergrundgeschichten, sehr wohl Erfolg haben kann“, und dafür sei es „legitim, Geld zu verlangen“. Der Mann weiß wovon er spricht, möchte man den Chef loben. Einen anderen Eindruck bekommt man allerdings, wenn man die Nutzerkommentare unter dem Artikel, in welchem das Bezahlangesbot angekündigt wird, liest: Von 28 Kommentaren, davon zwei von der Redaktion, findet sich kein einziges lobendes Wort für das neue Angebot. Ganz im Gegenteil: Es wird mitunter die Qualität des Angebotes scharf kritisiert (tinyurl.com/schwaebische-zeitung). Sicherlich mögen diese Stimmen nicht repräsentativ für die Leserschaft sein – dennoch sind diese Impressionen für mich sinnbildlich für die Kluft zwischen Lesern und ihrem Blatt. Von wegen wir kennen unsere Print- und Online-Leser schon ganz gut.

Erodierende Beziehung

Der Schwäbischen, die für eine Regionalzeitung überaus aktiv im Online-Bereich agiert, und überdurchschnittlich in die Aus- und Weiterbildung investiert, ist da auch kein Vorwurf zu machen. Anderen Medienhäusern geht es da nicht besser. Das Publikum wird immer disperser, die technischen Anforderungen ändern sich laufend, neben den eh schon dominierenden Marktteilnehmern wie Google und Facebook drängen immer neue Angebote auf den Markt – hier mit guten und aufwändig produzierten journalistischen Inhalten mithalten zu können wird immer schwieriger.

Die über Jahrzehnte gewachsenen Beziehungen zu Lesern erodieren, was die Leserschaft eigentlich wirklich will, weiß man

selbst bei (Online-)Branchenführern wie der Süddeutschen Zeitung nicht genau, wie der Autor recherchierte (tinyurl.com/bjvreport5). Dort versucht man unter anderem mit neuen Erzähl- und Darstellungsformen den Bedürfnissen einer möglichst zahlungswilligen Zielgruppe nahezukommen. Daran arbeiten sage und schreibe 20 Kolleg*innen.

Auch der Bayerische Rundfunk bemüht sich stetig, mit digitalen Experimenten und neuen Formaten Nutzer nachhaltig an sich zu binden. Hier agieren zwei Dutzend Journalisten, Programmierer und Designer in Sachen Innovation. Im konsequent betriebenen Innovationsmanagement könnte auch einer der Lösungswege liegen, die immer volatileren Zielgruppen an sein Medium zu binden.

Trotz aller – manchmal auch grenzwertig betriebenen – Datensammelei über das Nutzerverhalten auf Medien-Websites scheint es so, dass der Nutzer für uns zunehmend zu einem unbekanntem Wesen mutiert oder dies eben schon ist. Grund zur Panikmache? Nein, solange Journalisten nicht chronisch an den Interessen ihres Publikums vorbeiarbeiten und den Dialog mit den Nutzern in den verschiedenen Kanälen aufrechterhalten können – solange werden wir auch weiterhin genügend dankbare und zahlungswillige Nutzer finden. Wir müssen uns also redlich bemühen und irgendwie wird das schon wieder mit der Aufmerksamkeit der Nutzer klappen.

Tja, und dann kam Mitte Mai ein 28-jähriger Youtuber daher und zeigte uns – salopp gesagt –, wo in Sachen Generierung von Aufmerksamkeit der Hammer hängt: Rezo erreichte bis zum Redaktionsschluss rund 15 Millionen Nutzer mit seinem knapp einstündigen Video „Die Zerstörung der CDU“ (tinyurl.com/rizo-video). Von Null auf 15 Millionen mit einem letztlich schlichten Video. Freilich kann man über den Gehalt des Darge-

botenen zweifeln und fragen, wie nachhaltig das Ganze überhaupt ist – ja, und schnell sind auch die Gralshüter des so genannten Qualitätsjournalismus wieder zur

**„Mit guten Geschichten kann man sehr wohl Erfolg haben.“
Hendrik Groth, Chefredakteur
Schwäbische Zeitung**

Stelle, die da schützend die Hand über den professionellen Journalismus halten, denn mit dem habe Rezos Video überhaupt nix zu tun, daher könne man diesen „Scoop“ am besten ignorieren.

Neue Zukunftswerkstatt

Dass man solche Netzphänomene einfach ignoriert, das ist das Falscheste, das man tun kann, das lehren mich rund 25 Jahre Arbeit in diesem Netz; andererseits brauchen wir auch nicht in Ehrfurcht zu erstarren und an unseren speziellen Fähigkeiten und Erfahrungen zu zweifeln. Ohne intensiven und stetigen Dialog mit unseren Nutzern, ohne Hilfe von außen, ohne gute Vernetzung kommen Journalisten und Medien bei diesen Herausforderungen nicht weiter – dies muss auch klar sein.

Es tun sich im Kleinen immer wieder positive Dinge auf, hier zum Abschluss noch ein Beispiel: Zu den bestehenden Initiativen, die über die Zukunft des Journalismus nachdenken, ist im Mai das VOCER Millennial Lab hinzugekommen. Das Millennial Lab ist eine Initiative des Journalismus-Thinktanks VOCER. Mit dem Millennial Lab möchten die VOCER-Kolleg*innen ein Bildungsprogramm etablieren, welches Journalist*innen und Medien unterstützt, die mit ihrer Arbeit jüngere Menschen ansprechen wollen: millenniallab.org. Patentrezepte zur Weiterentwicklung des digitalen Journalismus gibt's nirgends – doch in der Summe tun die meisten Journalisten viel dafür, dass wir überleben und weiter unsere Nutzer finden.

Thomas Mrazek

Stärke aus Nähe

Warum der DJV starke und selbstbewusste Landesverbände braucht - Eine Reaktion auf die Reformvorschläge des Fachausschusses Zukunft

Die Medienbranche und der Journalismus wandeln sich rasant. Auch der DJV muss sich verändern. Aber ist eine Zentralisierung im Interesse der Mitglieder?

Der DJV ist wie ein Automobilclub: Oft treten Kolleginnen und Kollegen ein, weil sie Hilfe brauchen. Früher, so erzählen die Älteren, habe man selbstverständlich mit dem Redakteursvertrag das DJV-Beitrittsformular unterschrieben. Heute lautet die Frage: Was bringt mir der Verband? Argumente für einen Beitritt sind: Der DJV ist für mich da. Im DJV ist etwas los. Und: Ich kann mitreden.

ZUKUNFT

Der DJV muss daher seinen Mitgliedern noch mehr bieten. Dieses Ziel verfolgt auch der Reformvorschlag des Bundesfachausschusses Zukunft, den Maurizio Gemmer im vorigen „Blickpunkt“ kurz vorgestellt hat. Beim Bundesverbandstag 2018 in Dresden stieß dieses „Zukunftspapier“ auf große Resonanz. „Die Jungen wollen das so“, sagten viele. Und einige meinten offenbar: Dann sollten wir das auch so machen.

Das kommt jenen gelegen, die eine große Strukturreform durchsetzen wollen. Denn das in Dresden vorgestellte Papier enthält neben anderen, kaum umstrittenen Punkten einen radikalen Vorschlag: Den Abschied von den bisherigen Landesverbänden. Doch: Wollen das wirklich „die Jungen“? Der Bundesfachausschuss hat sicherlich Erkenntnisse aus Ge-

sprächen mit jungen Mitgliedern in das Papier einfließen lassen. Aber woher wissen wir, ob die Mehrheit der Jüngeren so denkt? Ist eine Abschaffung der Landesverbände tatsächlich im Sinne der Kolleginnen und Kollegen, die (wie Maurizio Gemmer und ich) den größten Teil ihres Berufslebens noch vor sich haben?

Laut dem in Dresden vorgelegten Text sollen die Landesverbände „durch Regionalverbände mit Regionalgeschäftsstellen“ ersetzt werden. Ein Regionalverband „Mittelwestdeutschland“ würde Hessen, Rheinland-Pfalz und das Saarland umfassen. Zugleich soll der Bundesverband mehr Aufgaben übernehmen. Durch diese doppelte Zentralisierung dürfte das Angebot schlechter werden, als es in Hessen heute ist. Denn Nähe ist aus drei Gründen wichtig:

**Nähe heißt:
Der DJV ist für mich da**

Viele Neumitglieder entscheiden sich für den DJV, weil er ihnen hilft. So war es im Juni 2013, als gleichzeitig acht großenteils junge Kolleginnen und Kollegen in den Ortsverband Marburg eintraten. Der Grund: Wir kämpften mit dem DJV für einen Haustarifvertrag bei der „Oberhessischen Presse“ – letztlich erfolgreich. Das war nur möglich, weil der damalige Geschäftsführer Achim Wolff immer wieder nach Marburg kam und sich intensiv mit der Situation vor Ort befasste – wie es auch seine Nachfolgerin Imke Sawitzky macht.

Diese mühsame Arbeit ist gerade für die Jüngeren wichtig, weil sie meist nicht vom bundesweiten Flächentarifvertrag profitie-

ren. Stattdessen gelten für sie vielfältige Regelungen: Haustarifverträge, Verträge ohne Tarifbindung, unterschiedliche Formen atypischer Beschäftigung als (feste) Freie oder Leiharbeiternehmer. Wer für sie kämpfen will, muss die Verlage und Rundfunkhäuser genau kennen. Ein Geschäftsführer für ganz „Mittelwestdeutschland“ kann das nicht leisten.

**Nähe heißt:
Hier ist etwas los**

Spannende Veranstaltungen, zum Beispiel die Seminare des DJV Hessen oder die Hessischen Jung-Journalistentage, locken potenzielle Mitglieder an. Wenn künftig (wie im „Zukunftspapier“ vorgesehen) alle Veranstaltungen und Preise bundesweit ausgeschrieben werden, wird in den Regionen weniger los sein. Das ist auch für Nachwuchsjournalisten nicht egal: Viele Studierende haben kein Auto und wenig Geld. Mit dem Semesterticket kommen sie kostenlos von Marburg nach Frankfurt – aber nicht bis nach Hamburg oder Berlin.

**Nähe heißt:
Ich kann mitreden**

Junge Mitglieder können sich im DJV Hessen relativ leicht engagieren – zum Beispiel beim Landesverbandstag. Im großen Regionalverband würde wohl jeder Ortsverband weniger Delegierte entsenden als bisher. Zum Zuge kämen dann eher erfahrene Mitglieder.

Kurz: Das „Zukunftspapier“ ist ein wertvoller Denkanstoß für die Reformdebatte. Aber nur mit starken Landesverbänden bleibt der DJV attraktiv. **Stefan Dietrich**

Verzockt in Athen

Wächterpreis 2019 für HNA-Berichterstattung zum Millionendefizit der documenta in Kassel - Spießrutenlauf durch die Society

Im Spätsommer 2017 stand die documenta 14 in Kassel am Rand des Ruins. Der künstlerische Leiter Adam Szymczyk hatte Millionen in den Sand gesetzt. Geschäftsführung und Aufsichtsrat der Kunstaussstellung von Welt-rang hatten nicht bemerkt, dass der 34-Millionen-Etat um mehr als sieben Millionen Euro überzogen wurde. Für ihre Berichterstattung über den leichtfertigen Umgang mit Steuergeld wurden die HNA-Redakteure Frank Thonicke und Florian Hagemann von der Lokalredaktion Kassel sowie Ex-Chefredakteur Horst Seidenfaden mit dem Wächterpreis der deutschen Tagespresse 2019 ausgezeichnet.

Bei einer privaten Party wurde Frank Thonicke hellhörig, als ein Gast erzählte, der documenta sei wohl das Geld ausgegangen, Rechnungen würden nicht mehr bezahlt: „Da muss irgendwas sein.“ Das war der Ansatz für die schwierige Recherche. Denn die beiden leitenden Lokalredakteure und der Chefredakteur sahen sich einem Schweigekartell gegenüber. Für sie wurde die Arbeit an der Story, die weltweit Wellen schlug, zum monatelangen Spießrutenlauf in der Stadtgesellschaft. Denn die documenta gilt in der

nordhessischen Großstadt als unantastbares Heiligtum. Kulturschaffende, Kunstfreunde und Kommunalpolitiker machten den drei das Journalistenleben zur Hölle. Horst Seidenfaden spricht von Anfeindungen, wie er sie in fast 40 Berufsjahren noch nie erlebt hätte.

Aber dem gut vernetzten Journalisten-Trio gelang es, eine Quelle für Fakten zur dramatischen finanziellen Schiefelage der Kunst-

weit zitiert – das war einmalig in der Geschichte der Zeitung.

Annette Kulenkampff, seit 2014 neue Geschäftsführerin der documenta-Gesellschaft, hatte noch im Juli verkündet, finanziell sei alles im Lot. Im August klaffte dann ein Millionen-Loch im Etat. Die offenbar heillos überforderte Kunsthistorikerin musste gehen. In Wiesbaden gab es eine Sonder-sitzung des Aufsichtsrats der documenta, zu der Adam Szymczyk



ausstellung zu finden. Weil die HNA die einzige Zeitung war, der das gelang, wurde das Blatt welt-

Freuen sich über den Wächterpreis für ihre Berichterstattung zum documenta-Finanzskandal: Frank Thonicke, Florian Hagemann und Horst Seidenfaden (von links). Foto: Jörg Steinbach

Kommentar: Konsequenz vorangegangen

Es ist der schwerste Weg, den Lokaljournalisten gehen können. Zwar preisen die Spitzenleute einer Stadtgesellschaft gern den unschätzbaren Wert von Pressefreiheit und kritischer Berichterstattung für unsere Demokratie und unser Zusammenleben. Bloß über eigene Fehler liest man ungern in der Zeitung.

Wenn es dann plötzlich wie im documenta-Finanzskandal darum geht, dass Wähler sich künftig von den für Geldverschwendung verantwortlichen Politikern abwenden, weniger Eintrittskarten verkauft werden und der Ruf der glanzvollen Welt-Kunstschau leidet, wird zurückgeschossen. Bestenfalls wird man als Journalist nicht mehr begrüßt. Im schlechtesten Fall verliert man seinen Job.

Da ist es wohltuend, dass die drei Kasseler Reporter mit dem Wächter-Preis der deutschen Tagespresse ausgezeichnet werden. Solche investigative journalistische Arbeit ist heute, da die Wahrheit im Gespinnst asozialer Netzwerke zu verschwinden droht, wichtiger denn je.

schon gar nicht mehr eingeladen wurde. Das Land Hessen und die Stadt Kassel als Gesellschafter der documenta-Gesellschaft übernahmen Bürgschaften in Höhe von je 3,5 Millionen Euro. Damit konnte die Insolvenz abwendet werden.

Bei der Suche nach weiteren Verantwortlichen für das finanzielle Desaster gerieten auch die Mitglieder des Aufsichtsrates ins Visier. An der Spitze stand Kassels Ex-Oberbürgermeister Bertram Hilgen (SPD), ein Verfechter des kostspieligen zweiten documenta-Standortes in Athen. „Von Athen lernen“ lautete das Motto der documenta 14.

Die Aktivitäten in Griechenland hatten die documenta enorm viel Geld gekostet. Geschäftsführerin Annette Kulenkampff ließ von Mitarbeitern, die ständig zwischen Kassel und Athen hin- und herflogen, sogar hohe Bargeld-Beträge per Flugzeug an die Ägäis bringen. Bis zu 10.000 Euro nahmen Mitarbeiter im Kasseler Büro bar in Empfang und lieferten die Scheine im

Athener Büro wieder ab – in einem Land, das gegen Schattenwirtschaft und Schwarzgeld zu kämpfen hatte, um als bankrotter Staat zu überleben.

Das nach Meinung der Wächterpreis-Jury „haarsträubende“ Finanzgebaren der documenta-Verantwortlichen und das totale Versagen von Geschäftsführung und Aufsichtsrat öffentlich gemacht zu haben, sei eine großartige Leistung. Die drei Reporter hätten sich tapfer gegen alle Widerstände zur Wehr gesetzt.

Für den Chefredakteur ging die mit dem dritten Preis des Wächterpreises 2019 ausgezeichnete, mutige Berichterstattung und der kritische Umgang mit den documenta-Verantwortlichen persönlich nicht gut aus. Offiziell teilte der Verlag der HNA mit, dass man sich mit Horst Seidenfaden auf eine „einvernehmliche Beendigung der Zusammenarbeit zum 31. Dezember“ 2017 geeinigt habe. Der Grund dafür seien interne Meinungsver-

schiedenheiten zur Geschäftsstrategie.

Nicht unbeteiligt daran dürfte die documenta-Geschäftsführerin gewesen sein, ist hinter den Kulissen zu hören. Annette Kulenkampff werden aus ihrer Zeit als Geschäftsführerin eines Kunstverlages beste Beziehungen zu HNA-Verleger Dr. Dirk Ippen nachgesagt.

Warum er seinen Posten räumen musste, will Horst Seidenfaden nicht kommentieren. Der langjährige Chefredakteur sieht die Wächterpreis-Auszeichnung aber mit großer Genugtuung. „Ich habe eine Charaktereigenschaft, und die ist, dass ich überhaupt nicht nachtragend bin“, sagte der Ex-Chefredakteur im Interview mit dem Lokaljournalisten-Magazin „Drehscheibe“: „Dennoch ist es – auch wenn der Begriff politisch nicht ganz korrekt ist – ein kleiner innerer Reichsparteitag.“

Jörg Steinbach

- Anzeige -



pensionskasse
rundfunk

Ihre Altersversorgung passt sich Ihnen an – nicht umgekehrt.

Wir von der Pensionskasse Rundfunk zeigen Ihnen, wie Sie sicher vorsorgen und dabei flexibel bleiben – eben so, wie es zu Ihnen passt. Mit Beiträgen, die sich nach Ihrem Einkommen richten. Mit 100% Beitragszuschuss von Ihren Auftraggebern. Mit Rente oder Kapitalauszahlung und Hinterbliebenenversorgung. Umfassender Versicherungsschutz – maßgeschneidert für Freie in Film, Funk und Fernsehen.

Jetzt Zukunft sichern und Mitglied werden!
Informationen unter:
+49 (0) 69 155-4100
und pkr.de

Gut gestartet - weitermachen!

Aktuelle Bilanz und Vorschau der Seminare des DJV Hessen

Wichtig für den Erfolg unserer Seminare sind Praxisnähe, versierte Referenten und natürlich eine gute Themenmischung. Aber Lernprozesse und stetige Anpassung gehören dazu. Als Gesamtpaket war das Seminarangebot im ersten Halbjahr 2019 ein voller Erfolg. Die Themen von ‚Chancen für Fotojournalisten‘ über ‚Verschlüsselung‘ bis zu ‚Netzrecherche‘ wurden sehr gut angenommen.

Wann sollten die Seminare stattfinden? Diese Frage beschäftigt uns seit dem ersten Seminar, welches der DJV Hessen anbot. Und jetzt, nach vielen Jahren, kann ich eine eindeutige, praxiserprobte Antwort geben: Ich weiß es nicht genau. Umfragen unter den Seminarteilnehmern/-innen ergeben ebenso wenig ein klares Bild wie die Buchungen. Einige Grundregeln sind klar und einleuchtend, so sind Seminartermine eine Woche vor und nach den Ferien

wenig sinnvoll. Aber welcher Wochentag ist der beliebteste? Montag und Freitag haben sich bewährt, aber auch der Samstag als ‚besonderer Termin‘ wird oft gefordert. Für den 01.12. 2018 war das neue Seminar ‚Konzeption einer Ra-dio-Show‘ geplant. Es musste abgesagt werden, da es nur vier Anmeldungen gab. Da wir von dem Thema überzeugt sind, boten wir es Anfang 2019 wieder an, wenige Wochen später. Sehr beruhigende Gedanken waren das nicht, dass das erste Seminar im neuen Jahr möglicherweise wieder abgesagt werden muss. Aber es fand statt, mit 14 sehr zufriedenen Teilnehmern/Teilnehmerinnen.

Für das zweite Halbjahr bieten wir ausschließlich neue Seminare an. Mal sehen, an welchem Wochentag es die meisten Anmeldungen gibt.

Rolf Skrypzak



Als Journalist in der Unternehmenskommunikation

Aufträge und Ethik – Wie passt das in diesem speziellen Bereich zusammen?

Ist das noch irgendwie Journalismus oder sollte ich das lieber niemandem sagen? Interne Kommunikation für Unternehmen und Behörden bietet viele Diskussions- und Streitpunkte: Sind Kolleginnen und Kollegen die diese Arbeit verrichten reine ‚Firmenverstehler‘ oder gibt es Möglichkeiten, dies auch mit dem eigenen (journalistischen) Gewissen zu vereinbaren? Haben wir überhaupt Chancen für derartige Aufgaben? Lohnt sich das?

In diesem Einführungskurs werden praxisnah die wichtigsten Grundlagen vermittelt, damit freie Journalisten/Journalistinnen auch in diesem Markt bestehen können.

Seminar am 10.09.2019 11:00 – 17:00 Uhr, Frankfurt/Main



Mitarbeiterzeitschriften können mehr mit Journalismus zu tun haben, als man denkt. Allerdings sind für eine erfolgreiche Umsetzung viele Dinge zu beachten.

„Ich begrüße es sehr, dass der DJV Hessen Seminare zu verschiedenen, immer aktuellen Themen anbietet.

Auch bei unterschiedlichen Vorkenntnissen der Teilnehmer kann jeder Einzelne etwas für sich und seine Arbeit mitnehmen.“

Petra Schildbach



Gute Perspektiven
für Journalisten

Seminare ab August 2019

35.KW 29.08.
„Resilienz-Training - Widerstandskraft gegen Stress im Journalisten-Alltag“ **NEU**
Ulla Atzert

37.KW 10.09.
„Firmenverstehener oder investigativer Journalist?“ **NEU**
Interne Kommunikation als Chance für Journalisten, Rolf Skrypzak

39.KW 27.09.
„Fake News II, Praxis“ **NEU**
Volker Siefert

43.KW 21.10.
„Das Kollegengespräch (das Sprechen) im Radio“ **NEU**
Stefan Pommerenke

45.KW 04.11.
Facebook & Co live für Journalisten Fortgeschrittenen-Seminar, **NEU**
Referentin: Andrea Lindner

47.KW 18.11.
„DSGVO – und die Auswirkung auf die journalistische Praxis“ **NEU**
Dr. Jörg Buschbaum

47.KW 19.11.
Menschen, Länder, Abenteuer – praxisnahes Fotorecht für Journalistinnen /Journalisten“ **NEU**
Rolf Skrypzak

48.KW 25.11.
„Neue Bewegtbildkonzepte im lokalen Bereich“ **NEU**
Michael Schmidt

Eventuelle Änderungen werden schnellstmöglich bekannt gegeben: www.djv-hessen.de

Deutungshoheit über die Botschaft

Analyse Medienszene: Was vom analogen Journalismus in der digitalen Transformation bleibt - Nachbetrachtung zum zehnten Ipr-Forum

Man weiß nicht, ob man lachen oder weinen soll über den erratischen Kurs der CDU. Im März noch hat die Vorsitzende Annegret Kramp-Karrenbauer die Einrichtung eines hauseigenen Newsrooms im Adenauer-Haus angekündigt. Dort soll wohl gebündelt ausgebrütet und aufgesetzt werden, was die Partei gerne ungefiltert nach außen tragen möchte, von der klassischen Pressemitteilung über PR-Projekte bis hin zu Inhalten für die diversen Social Media-Kanäle. Ein Anfang ist gemacht worden, als das Werkstattgespräch der Union zum Thema Flüchtlingspolitik und Migration nur per eigenhändig inszeniertem und gesteuertem Livestream übertragen worden ist, Journalisten waren vor Ort nicht zugelassen. „Wir waren Herr über die Bilder, wir haben die Nachrichten selbst produziert. In diese Richtung wird es weitergehen“, formulierte AKK ähnlich ungenau und doppeldeutig wie sie sich Wochen später über den Boykottaufruf von Rezo echauffierte.

Realisiert worden ist dieser Newsroom bis dato noch nicht. Was eine Erklärung dafür sein könnte, warum die CDU von der viral gegangenen Kritik des Youtubers Rezo so eiskalt erwischt worden ist und keine adäquate Antwort, geschweige denn einen eigenen Clip entwickelt hat. So einfach lässt sich gute Öffentlichkeitsarbeit eben nicht aus dem Ärmel schütteln.

Entgrenzt und ersetzbar

Welche Auswirkungen es hat, wenn „wir Nachrichten selbst produzieren“, wurde zeitgleich zu Kramp-Karrenbauers Newsroom-Ankündigung im zehnten Forum Medienzukunft



Gefragter Gesprächspartner: Jörg Steinbach, stellvertretender Landesvorsitzender und neuer Vorsitzender der Ipr-Versammlung, am Rande des Ipr-Forums. Foto: ala

der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (Ipr) auf teils ernüchternde, teils inspirierende Art deutlich. „Entgrenzt_optimiert_ersetzbar“ lautete der Titel der zehnten Auflage. Rund 150 Wissenschaftler, Journalisten, Politiker und Medienschaffende dachten in Frankfurt über die Auswirkungen und Nebenwirkungen der digitalen Revolution nach. Insbesondere die Frage, was von den klassischen Medien bleibt, wenn ausschließlich Algorithmen Nachrichten sortieren und soziale Netzwerke Nachrichten selektieren.

Am Ende der vierstündigen Expertentalks konnten einen Zweifel beschleichen, wie lange der Journalismus noch seiner Wächterfunktion gerecht werden kann, wann der Boulevard

die Seriosität verdrängt, wie lange der Journalist noch der distanzierte Beobachter bleiben kann und wann er vor lauter Selbstreferenzialität und Nabelschau noch Zeit zur Recherche und Analyse hat. Ob den Lesern noch mehr Zeichen zumutbar sind als die 150 Zeichen bei Twitter, die Bildunterschrift bei Instagram oder ein per WhatsApp weitergeleitetes Snippet. Wie ein sorgfältig komponierter Leitartikel genug Reizwörter enthält, um nicht schon nach der Leitthese weggeklickt zu werden. Wie ein Erklärstück über die politische Lage in Venezuela hinter all der Unterhaltung und Kommerz in Youtube einen Moment Aufmerksamkeit erhaschen kann.

Wenn man der Zusammenfassung der „Welt“-Autorin (und früheren Kieler Oberbürgermeisterin) Susanne Gaschke folgen will, schnurrt die Aufmerksamkeit auf immer weniger Trigger zusammen. Die Zeitung verliert ihren Reiz des Gemischtwarenladens. Ähnlich wie Konsumenten lieber sonntags vom Sofa aus online bestellen als sich im Kaufhaus inspirieren zu lassen, entgeht den Lesern das vielfältige journalistische Angebot, wenn sie nicht mehr durch die Zeitung blättern, sondern am Rande bunter Social Media-Seiten nur noch süße Nachrichtenhäppchen aufschnappen.

Interessanterweise machte auf dem Ipr-Forum ein Naturwissenschaftler auch den Journalisten analoger Provenienz Hoffnung. Sebastian Markett, Professor für Molekulare Psychologie an der Berliner Humboldt-Universität erläuterte beeindruckend, wie es beispielsweise Facebook gelingt, mit positiver Stimulanz im

menschlichen Gehirn einen „unfassbar starken Einfluss auf das Belohnungssystem“ auszuüben. Mit anderen Worten: Ansprechend präsentierte Input weckt den Wunsch nach mehr. Dabei kommt es wohlgerne mehr auf die Aussagekraft an denn auf die Darreichungsform.

Also: Die Kommunikationskultur ändert sich im digitalen Zeitalter signifikant. Das Informationsbe-

dürfnis nicht. Zeitungen, Radio und Fernsehen haben seit Jahrzehnten, ja Jahrhunderten den Beweis erbracht, dass sie dieses Bedürfnis stillen können. Und mehr als das: dass sie überraschen und unterhalten können.

Dass ausgerechnet Komiker wie Joko und Klaas braucht, die – wie mit ihren geschenkten 15 Minuten Live-Sendezeit Ende Mai bei Pro Sieben – beispielhaft

demonstrieren, wie man heutzutage Spaß-TV mit toderner Meinungsausdrückung kombinieren kann, ist bezeichnend. Ausgerechnet diese beiden Spaßvögel haben ihre künstlerische Freiheit genutzt, um daran zu appellieren, dass neben niedlichen Tiergeschichten die toten Flüchtlinge im Mittelmeer nicht völlig untergehen dürfen. Chapeau!

Andreas Lang

Direkte Ansprache

Englischsprachiger Privatsender „Radio Germany One“ in Frankfurt gestartet - Geschäftsführer Schwenk will ins Digitalradio expandieren

Touristen und andere Menschen, die sich temporär in Deutschland aufhalten und die deutsche Sprache nicht beherrschen, aber auch junge Deutsche mit starker Affinität zur englischen Sprache bekommen seit Anfang Mai ein neues Radioprogramm, das sie über Deutschland informiert: Radio Germany One ging am 2. Mai aus Frankfurt am Main auf Sendung.



Lässt sich bislang nur in Umrissen erahnen: Webauftritt von Radio Germany One. Screenshot: Michael Fuhr

Die Studios befinden sich im „City Gate“, das vielen als ständiger Drehort für die ZDF-Fernsehserie „Ein Fall für zwei“ ein Begriff ist, wo der Anwalt seine fiktive Kanzlei im 27. Stock hatte. Neben dem neuen Programm „Germany One“ residiert hier auch das Businessradio „Antenne Frankfurt“. Beide Programme gehören zum Unternehmen „The Radio Group“.

Radio Germany One wird im Internet unter www.radiogermanyone.de (bei Redaktionsschluss noch „Under Construction“), per Apps sowie zunächst in Berlin über das digital-terrestrische Radio DAB+ verbreitet werden. Es handelt sich um das erste nationale Privatrado in englischer Sprache.

Geschäftsführer Stephan Schwenk kündigt eine Expansion im digitalen Radio an und will Radio Germany One auch in weiteren Großstädten deutschlandweit über DAB+ verbreiten. Man wolle jedoch „gesund und langsam wachsen“ und nicht um jeden Preis eine kurzfristige Flächendeckung anstreben, sagt er. Zunächst sei nach Berlin der Studiostandort Frankfurt an der Reihe: Programme in englischer Sprache, die durch die Besatzungsmächte in Deutschland produziert wurden, wie BFBS oder AFN, würden nach und nach reduziert. Diese Programme hätten bei einer gewissen Zielgruppe regelrechten Kultstatus. „Wir versuchen diese Lücke zu füllen. Zudem gibt es in fast allen Weltstädten einheimische Programme in englischer Sprache, dies ist gerade für Berlin und Frankfurt mit vielen englischsprachigen Einwohnern und Touristen eine wirkliche Alternative“, meint Schwenk.

Gesendet wird ein hit-orientiertes Programm mit viel neuer Musik und Moderatoren, die „Native Speakers aus den USA“ seien. Zudem sind Informationen aus und über Deutschland geplant.

Vorbilder gibt es im deutschsprachigen Ausland: In Österreich strahlt der Österreichische Rundfunk Teile seines Hörfunkprogramms FM4 in englischer Sprache aus, in der Schweiz ist World Radio Switzerland auf Sendung. Das Programm gehört zur Anglo Media Group SA, ein Schweizer Medienunternehmen mit Sitz in Genf.

Wie will sich Radio Germany One finanzieren? Geschäftsführer Schwenk gibt sich optimistisch: „Wir haben sehr gute Kontakte in die englischsprachigen Communities und werden dort einige direkte Werbeaufträge akquirieren können“.

Michael Fuhr

Was bleibt hängen im Uploadfilter?

Hinter dem Reizwort entfaltet sich ein komplexes Geflecht - Markierung mit digitalen Wasserzeichen konsequentester Ansatz

Insgesamt geht es um drei Themen: Es geht um ein Leistungsschutzrecht für Presseverleger, die Beteiligung der Verleger an den Einkünften der Verwertungsgesellschaften und um die Einführung von Uploadfiltern – kurz gesagt: Es geht um die Artikel 11, 12 und 13 im Entwurf für eine europäische Urheberrechtsreform. Die Pläne sind umstritten. In der Auseinandersetzung um ein neues europäisches Urheberrecht wird mit harten Bandagen gekämpft.

Vor allen Dingen Artikel 13 steht im Zentrum der medialen Aufmerksamkeit. Aber oft scheint in der Diskussion nicht so ganz klar zu sein, welche Uploadfilter in der Diskussion eigentlich gemeint sind. Es gibt sehr viele unterschiedliche Arten dieser Filter: An welche Art von Uploadfilter dachten denn die Europa-Politiker, die den Kompromiss zum neuen europäischen Urheberrecht ausgearbeitet haben?

Wissenslücken in der Politik

Vermutlich schwirrten da sehr unterschiedliche Vorstellungen von Uploadfiltern durch die Köpfe der Abgeordneten. Und bei einigen Politikern ist es wohl eher zweifelhaft, ob sie konkrete Vorstellungen haben, wie ein Uploadfilter aussieht und wie er funktionieren soll. Jedenfalls haben das weder der Rechtsausschuss des Europäischen Parlaments, noch der Rat, noch die Kommission Uploadfilter in ihren Texten überhaupt definiert. Stellt sich also die Frage: Was sollen diese Filter prinzipiell leisten? Die allgemeinste Antwort lautet: Sie sollen Beiträge, die auf eine Plattform hochgeladen werden sollen,

vor dem Hochladen prüfen, ob irgendeine Urheberrechtsverletzung besteht.

Wasserzeichen aufspüren

Auch heute schon werden verschiedene Filter eingesetzt, die sehr unterschiedlich arbeiten. Ziemlich unproblematisch sind Filter als Suchprogramme, die einfach eine Art Wasserzeichen suchen, das die Autoren oder Produzenten von Videos oder Audiostreamen, aber auch von Texten in ihre Datei eingearbeitet haben. Wird solch ein Wasserzeichen erkannt, meldet das System einen Urheberrechtshinweis. Dann muss per Datenbankabfrage geklärt werden, welche Verwertungsrechte definiert sind und welche Verwertungsmöglichkeiten vorliegen.

Prüfsummen berechnen

Etwas weiter geht da schon heute Google. Der Internet-Konzern verwendet ein Filtersystem, bei dem Autoren und Produzenten von Videos und Musikstücken Prüfsummen ihrer Werkdateien hinterlegen. Will ein Internet-Nutzer ein Video hochladen, wird von seiner Datei eine Prüfsumme berechnet und mit den in einer Datenbank hinterlegten Prüfsummen der geschützten Werke verglichen.

Für Zensurzwecke entwickelt

Bei einer Übereinstimmung gibt es eine Urheberrechtsmeldung, die Datei kann nicht hochgeladen werden. Das funktioniert bei Videos

und Audios relativ gut. Allerdings kommt es oftmals zu ungerechtfertigten Verwertungsblockaden.

Stellt die Prüfsoftware zum Beispiel bei einem Video von einer Demonstration per Prüfsumme eine Urheberrechtsverletzung fest, weil im Hintergrund die Demo-Banden der Teilnehmer mit einem urheberrechtlich geschützten Musiktitel einheizt, wird das Video blockiert. Urheberrechtlich bzw. verwertungsrechtlich wäre diese Musik als „unwesentliches Beiwerk“ in einem Video über eine Demonstration durchaus erlaubt. Doch die Uploadfilter von Google berücksichtigen solche Verwertungsschranken nicht (ausreichend).

Bei Fotos ist das noch schwieriger. Bei Texten kann man damit überhaupt keine Ergebnisse erzielen. Mit den hier verfügbaren und verwendeten Uploadfiltern lassen sich Urheber- und Verwertungsrechte überhaupt nicht schützen. Filter dieser Art sind ursprünglich zu Zensurzwecken entwickelt worden.

Kleinkinder mit Taliban verwechselt

Bei Fotos werden bildbestimmende Farben und Elemente zu einer Prüfsumme verrechnet. So erstellt etwa ein Filter von Microsoft einen digitalen Fingerabdruck eines Fotos. Das Verfahren ist zum Beispiel eingesetzt worden, um zu verhindern, dass Fotos von Taliban-Führern auf Plattformen hochgeladen werden.

Als Folge wurden bei Facebook, die dieses Verfahren einsetzen, viele Fotos von Neugeborenen blockiert, weil sie angeblich terrorverdächtig

sind. Bei genauerer Analyse liegt das daran, dass Babies und Taliban mit sehr vielen weißen Textilien bedeckt sind. Das führt dann zu einer Übereinstimmung bei der Prüfsumme.

Bei Texten kommen Prüfsummen bisher nur zum Einsatz, um sicherzustellen, dass eine Originaldatei nicht manipuliert wurde. Textfilter arbeiten dagegen mit Scanningsoftware. Diese haben aber oft ein Problem, den Textzusammenhang zu erkennen.

Ganz furchtbar ist das, wenn nur nach einzelnen Stichworten gesucht wird. Dann werden etwa alle Texte zurückgewiesen, in denen Suchworte erkannt werden, die auf einem Index stehen.

Lückenhafte Datenbasis

So hat ein Prüfprogramm von Google Texte zurückgewiesen, in denen

das Wort Analyse vorkam. Die wurden als pornografisch eingestuft: Anal -yse. Fortgeschrittenere Mustererkennungsprogramme machen diesen Fehler nicht. Aber die können dann zum Beispiel Zitate nicht erkennen oder Ironie.

Hinzu kommt bei allen Filtersystemen, dass sie natürlich nur so gut sind wie ihrer Datenbasis. Aber Softwareauswahl und Datenbasis wollen die Urheberrechtspolitiker den Plattformbetreibern überlassen. Die Politik will hier nicht einmal Mindeststandards definieren.

Deshalb kann man heute schon die Prognose wagen: Diese Uploadfilter werden jede Menge Dateien zurückweisen, in denen nun wirklich keinerlei Urheberrechtsverletzung steckt.

Gegen diese Entscheidung von Algorithmen gibt es keinen wirklich effektiven Rechtsweg. Denn der Nutzer hat den AGB von Youtube & Co zugestimmt. Zwar sieht der Refor-

mentwurf ein Beschwerdemanagement vor. Aber das bleibt schwammig und da ist nirgendwo definiert, wer für Beschwerden zuständig ist und in welchem Zeitraum diese bearbeitet werden müssen. Deshalb wird hier Meinungsfreiheit massiv eingeschränkt.

So nimmt sich die Google-Tochter Youtube 30 Tage für die Bearbeitung einer Beschwerde über die Sperrung eines Videos. Nach 30 Tagen ist ein Video, mit dem über eine Demonstration berichtet wird, natürlich hoffnungslos veraltet und interessiert niemanden mehr. Ein Beitrag zur Meinungsbildung kann damit jedenfalls nicht mehr geleistet werden.

Verantwortungsvoll wäre ein Kompromiss, Dateien nur auf Wasserzeichen untersuchen zu lassen. Aber schon bei der Diskussion im Rechtsausschuss im Sommer 2018 hat sich gezeigt, dass kein Verständnis für die unterschiedlichen Arten von Filtern vorhanden ist. **Peter Welcherling**

Quelle: „Blickpunkt. Das Medienmagazin. DJV Baden-Württemberg“

- Anzeige -

Jubiläumsaktion

70 Jahre



fotolia/ivanko80

Erwachsene Kinder von Presse-Versicherten können sich im Rahmen der Jubiläumsaktion bei uns versichern. Unabhängig von Alter und Beruf erhalten sie unsere ausgezeichneten Konditionen!

Mehr Rente für Journalisten
www.presse-versorgung.de


Presse-Versorgung

0711 2056 244
info@presse-versorgung.de

Am Tag der Pressefreiheit wurden die Tageszeitungen in Hessen nach der korrekten Kennzeichnung der Bilder durchforstet. (Foto: Jens Brehl)



Ritterschlachten ohne Blutvergießen
35 Nationen kämpfen bei der Historical Medieval Battle um WM-Medallien

Die 35 Nationen kämpfen bei der Historical Medieval Battle um WM-Medallien. Die Teilnehmer sind aus aller Welt und kämpfen auf Pferden mit langen Lanzen. Die Schlachten sind sehr spektakulär und werden von Tausenden Zuschauern verfolgt.

**rtliche Zukunft von
Was nach Infarkt ungewiss**
hatte noch Glück im Unglück

Der 37-jährige Mann aus dem Main-Kinzig-Kreis erlitt vor Kurzem einen Herzinfarkt. Die Ärzte sind sich nicht sicher, ob er sich vollständig erholen wird. Seine Zukunft ist ungewiss.



Der 37-jährige Mann aus dem Main-Kinzig-Kreis erlitt vor Kurzem einen Herzinfarkt. Die Ärzte sind sich nicht sicher, ob er sich vollständig erholen wird. Seine Zukunft ist ungewiss.

Melsungen festigt Rang fünf in Ludwigshafen

Die Handballmannschaft von Melsungen hat sich in Ludwigshafen gegen den VfL Eintracht Löhndorf durchgesetzt. Die Spieler zeigten eine starke Leistung und sicherten sich den fünften Platz.

Köln: Der fabelhafte M.T. Melsungen hat sich in der Handball-Bundesliga...

Die Handballmannschaft von Melsungen hat sich in der Handball-Bundesliga gegen den VfL Eintracht Löhndorf durchgesetzt. Die Spieler zeigten eine starke Leistung und sicherten sich den fünften Platz.



Rützel weiß: Gewinnt sein Team nicht, wa
Verbandsliga Nord, Eichenzell muss liefern / Steinbach kann für Vorentscheid

Die Fußballmannschaft von Eichenzell muss in der Verbandsliga Nord gute Leistungen zeigen, um sich für den Vorentscheid zu qualifizieren. Steinbach hat die Chance, den Vorentscheid zu gewinnen.

Überleben d
Kreisoberligen: Lü

Die Fußballmannschaft von Lübeck hat in der Kreisoberliga eine starke Leistung gezeigt. Die Spieler haben sich durch ihre gute Zusammenarbeit und ihre schnelle Spielweise einen Namen gemacht.

FULDA
Der Vorsitzende Martin D... hat sich letzten... viele Jahre und als be... wunde, dass ich in Min... ren werde, hat sich Mart... mir in Verbindung geset... demals in ein Verbin...

Der Vorsitzende Martin D... hat sich letzten... viele Jahre und als be... wunde, dass ich in Min... ren werde, hat sich Mart... mir in Verbindung geset... demals in ein Verbin...

Das Recht am eigenen Namen

„Fotografen haben Namen“: Durchwachsene Bilanz in Hessen - Kennzeichnung von Agenturbildern wird unterschiedlich gehandhabt

Aus hessischer Sicht bleibt das Ergebnis der jährlichen DJV-Aktion Fotografen haben Namen wie vor durchwachsen. Nur fünf der 15 am Stichtag 3. Mai ausgewerteten Tageszeitungen nennen bei mindestens der Hälfte der Fotos den Urheber korrekt. Das Spektrum reicht von 71 Prozent der Oberhessischen Presse bis zu 26 Prozent der Langenselbolder Zeitung. Wo liegt das Problem?

„Wenn die Agentur die Namensnennung vorschreibt, dann geben wir dem nach.“ Die Arbeiten der Fotografen wertschätzt er, auch wenn sie vom Zwischenhändler Agentur stammen. Laut Tillmann sollten Agenturen ihre Kunden verpflichten, die Namen der Fotografen zu nennen und die Journalisten umgekehrt in ihren Verträgen mit Agenturen darauf bestehen.

Täglich erreichen die Redaktionen Meldungen nebst Bildern von Vereinen und anderen Organisationen – oft fehlt dabei der Name des Fotografen. „Der Aufwand diesen stets zu erfragen ist meist hoch und nicht verhältnismäßig“, erklärt Michael Tillmann, Chefredakteur der Fuldaer Zeitung (FZ). Und Hand aufs Herz: Jeder Verein freut mich, wenn es seine Nachricht mit Bild ins Blatt schafft. Wer pocht dann noch auf das Urheberrecht? Die Fuldaer Zeitung weist den Urheber immer korrekt aus, wenn die Bilder von den eigenen Redakteuren oder von direkt beauftragten freien Fotografen stammen. Das betrifft in der aktuellen Auswertung allerdings nur rund ein Drittel der Fotos.

Für Andreas Lukesch, Chefredakteur der Hessisch-Niedersächsische Allgemeine (HNA), ist es hingegen selbstverständlich, auch bei Agenturfotos stets die Urheber zu nennen. Bei einspaltigen Fotos gab es in der Vergangenheit Probleme, alle Angaben unterzubringen. Daher wurde die Schriftart angepasst, so dass neben dem Namen der Agentur auch lange Nachnamen der Fotografen Platz finden.

Vereinbarung mit dpa

Im Falle von Agenturmaterial schaltet das Blatt aufstür. „Wir haben mit der dpa vereinbart, die Namen der Fotografen nicht zu nennen. Sie haben keinen regionalen Bezug und sind daher für uns nicht rele-

Die nicht gekennzeichneten Agenturbilder nebst dem eingesandten Bildmaterial sorgen seit Jahren für das „durchwachsene“ Ergebnis der Fuldaer Zeitung. An der Kennzeichnung soll sich nichts ändern, dennoch könnte das Blatt schon im nächsten Jahr ein besseres Ergebnis erzielen. Kürzlich haben sich die Fuldaer einen deutlich größeren Regionalbezug erordnet und so fährt man den Anteil an Agenturfotos und -fotos zugunsten von selbst erstelltem Material deutlich zurück – und bei diesen ist der Urheber stets genannt. „Auch bei bundesweiten

Themen möchten wir die Fotos regionalisieren“, sagt Tillmann.

Die Frankfurter Neue Presse (FNP) ist dem letzten Platz mit einem Prozentpunkt knapp entkommen – nur rund bei einem Viertel der Fotos sind die Namen korrekt genannt. Im Vorjahr belegte das Blatt noch den vierten Platz.

Schriftlich teilt die Chefredaktion auf Nachfrage mit: „Wir betrachten das Urheberrecht als hohes Gut. Die FNP hat wie auch der DJV selbstverständlich den Anspruch, die Urheber von Fotos immer zu nennen, wenn dies geboten ist. Wie in den Publikationen des DJV gibt es dennoch auch Fotos ohne Namensnennung. Wir verwenden beispielsweise im Überregionalen viele Fotos von Agenturen. Hier erfolgt üblicherweise keine Nennung des Urhebers, da dies die Vereinbarung der Fotografen mit der Agentur in der Regel nicht vorsieht. Sollte der DJV aus dieser branchenüblichen Verwendung den Anschein von weitreichenden Urheberrechtsverletzungen erwecken wollen, hielten wir das für unredlich.“

Die Stellungnahme der FNP trifft einen wunden Punkt: Auch bei den Mitgliederzeitschriften der Landesverbände und des Bundesverbands gibt es positiv formuliert noch Aufholpotenzial, wenn es um das Nennen der Fotografen geht. Eine letztjährige Auswertung fiel ernüchternd aus. Bis auf den bjrreport musste mindestens jedes vierte Foto ohne Urheber auskommen, beim Journal aus Nordrhein-Westfalen sogar die Hälfte (Siehe Blickpunkt 4/18 „Der Kopf hinter dem Bild.“).

Vorbildfunktion erfüllen

Leuchtendes Vorbild war der bjrReport aus Bayern: In den untersuchten Ausgaben sind nahezu alle Fotos korrekt beschriftet – die Fehlerquote lag lediglich bei 1,4 Prozent. „Ein Verbandsmagazin sollte eine Vorbildfunktion haben. Wir können es anderen nicht ankreiden, keine Namen zu nennen, wenn wir das ebenfalls tun“, stellte damals die leitende Redakteurin Michaela Schneider klar. „Ich nehme keine Bilder ohne Fotografenname an.“ Ihren Kollegen in der Redaktion habe es einiges an Überzeugungsarbeit gegenüber Pressestellen abverlangt. Allerdings sind die Namen nicht immer ermittelbar. Wird das Foto dennoch benötigt, erfolgt zumindest der Hinweis „der Fotograf ist nicht bekannt“.

Die Auswertung:

Seit 2009 wird im Rahmen der DJV-Aktion „Fotografen haben Namen“ an einem bestimmten Stichtag die Ausgaben der Tageszeitungen ausgewertet, ob bei den abgedruckten Bildern auch die Namen der Fotografen korrekt angegeben sind. Dazu muss mindestens der Familienname des Urhebers genannt sein. Berücksichtigt werden Tageszeitungen ab einer Mindestauflagenhöhe von 15.000 Exemplaren.

Den Namen nicht zu nennen ist ein Verstoß gegen das Urheberrecht. Wenn er fehlt, haben Fotografen einen Anspruch auf Schadensersatz mindestens in Höhe des angemessenen Honorars.

Die Ergebnisse aus hessischer Sicht: Anzahl der richtigen Namensnennung in Prozent, soweit vorliegen (Stichtag 2019 war am 03. Mai)					
Medium	2019	2018	2017	2016	2015
Oberhessische Presse	71	-	-	-	-
Bild Frankfurt	61	-	-	78	-
Darmstädter Echo	55	49	-	-	-
Frankfurter Rundschau	54	46	27	79	42
Wetzlarer Neue Zeitung	50	-	-	-	-
Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)	47	29	25	51	38
Main-Spitze	46	43	-	59	-
Wiesbadener Kurier	44	43	-	55	-
Wiesbadener Tagblatt	43	43	-	60	-
Offenbach-Post	35	-	-	-	-
Fuldaer Zeitung	35	36	-	40	-
Hessische Niedersächsische Allgemeine (HNA)	35	69	-	25	-
Rüsselsheimer Echo *	33	55	-	-	-
Frankfurter Neue Presse (FNP)	27	44	-	35	-
Langenselboder Zeitung **	26	-	-	-	-

* Auflagenhöhe nicht bekannt und wird auch seitens des Verlags nicht kommuniziert.
 ** In der bundesweiten DJV-Aktion werden nur Tageszeitungen mit einer Mindestauflage von 15.000 berücksichtigt. Die Auflagen der markierten Titel liegen darunter.

Aus hessischer Sicht hat die Auswertung Zuwachs bekommen, da im Vergleich zum Vorjahr vier Tageszeitungen mehr berücksichtigt wurden. Unter den Tisch gefallen sind allerdings der Main Taunus Kurier und die Gießener Allgemeine. Letztgenannte belegte 2014 bundesweit den vorletzten Platz, da nur bei jedem zehnten Foto der Urheber genannt war. Dafür ist erstmals die Oberhessische Presse vertreten – auch Bild Frankfurt (zuletzt 2012: 51 Prozent) und Wetzlarer Neue Zeitung (zuletzt 2014: 51 Prozent) sind wieder an Bord.

Wenn alle Blätter kontinuierlich ausgewertet werden, lässt sich eine Tendenz ablesen. Da es nur einen Stichtag jährlich gibt, schwanken die Ergebnisse teilweise stark. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung ist vom Schlusslicht ins Mittelfeld aufgerückt. Extrembeispiel ist die HNA, die im letzten Jahr die Nase vorn hatte. Allerdings teilt sich das Blatt 2019 mit der FZ und Offenbach-Post den viertletzten Platz.

Da auch Verlagsbeilagen zu werten sind, hat die beiliegende Programmzeitschrift rtv das Ergebnis deutlich verhängelt. Ohne wäre die HNA mit 62 Prozent auf dem zweiten Platz gelandet. Für sein eigenes Blatt sieht Lukesch die Strategie bestätigt, er sei bei Verlagsbeilagen weder verantwortlich noch zuständig, auf das Nennen der Fotografen zu drängen.

Jens Brehl

Ehepaar macht Lokalfernsehen

Ehrenmitglied Wolfgang Scheer für 70 Jahre im DJV geehrt -
Bezirksverband Lahn-Dill bestätigt Mika Beuster als Vorsitzenden

Während sich die Lage des Journalismus und der Journalisten global, bundesweit und lokal dramatisch verändert und ein Glaubwürdigkeitskrise nach der anderen die Branche beutelt, bleibt es unter den im Bezirksverband Lahn-Dill des DJV Hessen organisierten knapp 70 Kolleginnen und Kollegen ausgesprochen still. Nur eine Handvoll von ihnen fand sich im April zur Jahreshauptversammlung in Wetzlar ein – obwohl Vorstandswahlen anstanden und die Referenten des Abends von Weilburg TV einen spannenden Blick hinter die Kulissen ihrer lokalen Fernsehproduktion gaben.

Bevor die Anwesenden den bisherigen Vorstand um den Vorsitzenden Mika Beuster mit Kilian Scharf als Stellvertreter und Klaus P. Andrießen als Schriftführer im Amt bestätigten, berichtete Beuster von seinem Besuch bei Wolfgang Scheer, dem er zuhause Urkunde und Ehrennadel zur 70-jährigen Mitgliedschaft im DJV überreicht hatte.

Der 1929 in Frankfurt geborene Tageszeitungsjournalist Scheer ließ die Kolleginnen und Kollegen herzlich grüßen. Zu seinen Ehrenämtern auf Landesebene gehörte die Tätigkeit als Schatzmeister (1979 bis 1995), daran anschließend die vierjährige Mitarbeit als Beisitzer im Landesvorstand sowie von 1988 bis zum Frühjahr 2001 der Vorsitz der Fachgruppe „Tageszeitungen“. Besonders geprägt hat er den ehe-

maligen Ortsverband Wetzlar und späteren Bezirksverband Lahn-Dill zwischen 1966 und 1991 sowie 1997 bis Mai 2001. Bis ins hohe Alter hat

und kostenlose Seminarangebot sowie die gemeinsame Vertretung beruflicher Interessen in den Wind.



*Seltenes Jubiläum: Wolfgang Scheer gehört dem DJV fast seit Verbandsgründung an.
(Foto: Mika Beuster)*

Scheer kaum je eine Jahreshauptversammlung versäumt.

Beuster: „Was zu Scheers Zeiten selbstverständlich war, das ehrenamtliche Engagement im Journalistenverband, ist heute so gut wie nicht mehr gefragt. In jüngster Zeit sind im Bezirksverband fast alle Versuche ins Leere gelaufen, junge Kolleginnen und Kollegen zum Eintritt in den DJV zu bewegen.“ In Gesprächen schlugen sie immer wieder handfeste Vorteile einer Mitgliedschaft wie den Berufsrechtsschutz, das gerade in Hessen umfangreiche

Beuster schilderte in seinem Vorstandsbericht die vielfältigen Probleme, mit denen sich der DJV als Gewerkschaft und Berufsverband konfrontiert sieht. Dennoch, so sein Fazit, gebe es gute Gründe, an die Zukunft des Journalismus und seiner Produkte zu glauben und sich für ihre stetige Verbesserung einzusetzen: „Packen wir es an!“

Auf großes Interesse der wenigen Anwesenden stieß im Anschluss das Referat von Ralph und Sabine Gorenflo, die aus der Praxis ihres lokalen Fernsehangebotes Weilburg TV berichteten. Das Ehepaar produziert seit etlichen Jahren alle 14 Tage eine professionelle Magazinsendung mit lokalen Nachrichten und Geschichten, die sich in Qualität und Anspruch deutlich von Angeboten selbst in wesentlich größeren Städten abhebt. „Im Schnitt schauen 8500 Zuschauer unsere Sendungen an“, sagt Ralph

Gorenflo. Seit Ende letzten Jahres ist die Talkshow „aRthaus-Talk“ hinzugekommen, die einmal im Monat das Weilburger Rathaus-Cafe zur Bühne für Prominenz, Politik und Kultur werden lässt. Ein lokales Angebot, das bundesweit seinesgleichen sucht. Demnächst wollen die beiden eine auf ganz Hessen bezogene Genuss-Serie mit Michaela Scherenberg veröffentlichen. Wer das in HD produzierte Angebot noch nicht kennt, findet es im Internet unter weilburg-tv.de.

ka

An den Grenzen des Zumutbaren

Medienwächter von jugendschutz.net spüren kritische Online-Inhalte auf - Vielfältige Materialien zu Medienbildung und -pädagogik herausgegeben

Die Medienkompetenz von Kindern fördern, Jugendliche gegen Hassbotschaften im Netz immunisieren, rechtsextremer oder islamistischer Propaganda fundierte Fakten entgegenhalten – in schöner Regelmäßigkeit wird die Aufforderung erneuert, junge Leser und User im Dickicht des Internets nicht allein zu lassen. Projekte wie „Zeitung in der Schule“ der hessischen Verlage sind seit Langem ein bewährtes Instrument, um diese Zielgruppe analog mit seriöser und glaubwürdiger Berichterstattung vertraut zu machen. Doch im Netz herrschen eigene, anarchischere Gesetzmäßigkeiten. Zur Medienbildung der jungen Generation, zum Entlarven manipulativer Postings, zur mäßigenden Einwirkung auf ausufernde Chats bedarf es ganz eigener Formate. Eines davon ist jugendschutz.net, eine gemeinnützige GmbH mit Sitz in Mainz, die auf eine Initiative der Jugendministerien der Länder zurückgeht.

In Sichtweite zur hessischen Landeshauptstadt durchforsten mittlerweile 55 Mitarbeiter das Netz unter anderem nach jugend- und entwicklungsgefährdenden Inhalten und halten solchen Manipulationen medienpädagogische Empfehlungen und Unterrichtshilfen entgegen. Es ist harter Tobak, mit denen die Fachleute konfrontiert werden: sexuelle Ausbeutung von Kindern, selbstverletzendes Verhalten, Verherrlichung von Drogenmissbrauch, Anleitungen zum Suizid, politischer Extremismus, demokratiefeindliche Propaganda von Influencern. Im Netz findet sich so ziemlich alles. Und vieles, das Jugendliche nicht recht einordnen können, ihr Kommunikationsverhalten subtil beeinflusst oder sie auf falsche Fährten lockt.

Propaganda offen legen

Einer dieser Jäger im World Wide Web ist Patrick Frankenberger, Leiter des Bereichs Politischer Extremismus. Im Auftrag des Bundesfamilienministeriums hat seine Abteilung (gemeinsam mit der EU-Initiative klicksafe) jüngst die Broschüre „Salafismus Online“ veröffentlicht. Sie hat Arbeitsmaterialien für aufklärenden Unterricht erarbeitet, aber auch Hintergrundinformationen über digitale Propagandastrategien zusammengestellt. Die Sammlung ergänzt den Bericht



Leitet die Sektion Politischen Extremismus: Patrick Frankenberger
Fotos (2): ala



„Islamismus im Netz 2018“. Bei der Vorstellung in Berlin bekräftigte Bundesfamilienministerin Franziska Giffey, deren Haus jugendschutz.net mit finanziert, ihre Absicht, Jugendliche per gesetzlicher Re-

gulierungen beim Surfen im Netz noch besser zu schützen. So sollen Plattformbetreiber dazu angehalten werden, extremistische Inhalte zu verdrängen, etwa durch sichere Voreinstellungen in Online-Chats, niedrigschwellige Meldesysteme oder deutliche Alterskennzeichnungen.

Frankenberger und seine Mannschaft durchforsten die Weiten des Web eigenständig nach kritischen Inhalten, bekommen potenziell gefährdende Einträge aber auch von Schulen, Medienwächtern wie den Landesmedienanstalten oder über digitale Hotlines gemeldet. Allein zu seinem Spezialgebiet Extremismus veröffentlicht der studierte Politikwissenschaftler mit seiner Mannschaft bis zu sechs Papiere mit Empfehlungen pro Jahr. Für dieses Referat sind in dem 1997 eingerichteten Mainzer Kompetenzzentrum allein zehn volle Stellen besetzt, viereinhalb davon allein für Islamismus. War es anfangs fast ausschließlich mit rechtsextremistischer Propaganda befasst, so stoßen die Experten nun verstärkt auf dschihadistische und salafistische Inhalte.

Ethische Grenzen verschwimmen

Nicht nur das Spektrum hat sich gespreizt. Auch der Konsens darüber, was „entwicklungsbeeinträchtigend“ ist und was Jugendlichen im gesellschaftlichen Diskurs noch zugemutet werden kann. Was eine Generation zuvor noch geächtet worden wäre, ist mittlerweile in den allgemeinen Sprachschatz übergegangen. Die Grenzen des politisch Korrekten verschwimmen. Entsprechend kontrovers wird die Rolle von jugendschutz.net etwa in Chats oder der Blogger-Szene diskutiert. Der Vorwurf der Zensur oder moralinsaurer Altherren-Attitüde gegenüber der Web-Wirklichkeit wird periodisch erhoben.

Diese Kritik hält Frankenberger aus. Vielmehr beschäftigt sich der Jugendschützer mit den Web-Inhalten, in denen die Hemmschwelle signifikant gesunken ist. „Zu Hass und Gewalt wird immer unverhohlener aufgerufen, und zunehmend auf ausländischen Plattformen.“ Große Betreiber wie Facebook, Twitter oder Instagram kooperierten zwar konstruktiver bei Verstößen gegen jugendschützende Vorgaben, aber im

Hase-Igel-Spiel sind die Mainzer Medienwächter eher die Getriebenen als dass sie Treiber einer adäquaten Kommunikationskultur im Netz wären. Immerhin zählt jugendschutz.net zu den „trusted flaggern“ bei YouTube. Was die Mainzer als Grenzüberschreitung markieren, wird im fernen Kalifornien nicht leichthin ignoriert.

Die Prüfer agieren nicht nach Geschmack und moralischem Empfinden. Was zumutbar ist, definiert der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag der Länder. Auch wenn der aufgrund der langwierigen Abstimmung unter 16 Bundesländern längst nicht mit der Dynamik im Netz Schritt halten kann. Das schreckt die Mitarbeiter von jugendschutz.net allerdings nicht ab. Sie nutzen ihre Kanäle und Möglichkeiten, um Hassinhalte und Aufforderungen zu Exzessen im Netz zu verfolgen, sei es über die Aufforderung zum Löschen, das Einleiten von medienrechtlichen Verfahren bei der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) oder mit Anregungen zur Indizierung von Seiten. Denn wo letztlich Straftatbestände erfüllt sind, findet auch die Meinungs- und Religionsfreiheit ihre Grenzen. **Andreas Lang**

Mainzer Medienwächter

jugendschutz.net versteht sich als „gemeinsames Kompetenzzentrum von Bund und Ländern für den Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet“. Die gemeinnützige GmbH ist 1997 auf Initiative der Jugendministerien der Länder gegründet worden und achtet auf die Einhaltung der Vorgaben des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags in den vielfältigen Telemedienangeboten. Verstöße werden den Landesmedienanstalten beziehungsweise der Kommission für Jugendmedienschutz gemeldet.

Im Rahmen der Medienbildung und Medienpädagogik entwickelt jugendschutz.net aber auch Aufklärungsmaterial und Hintergrundinformationen, etwa zur sensiblen Wortwahl bei der Suizidberichterstattung oder der Suchtprävention. Besondere Aufmerksamkeit erzielen auch die Studien zum politischen Extremismus, etwa dem Salafismus oder Dschihadismus in Deutschland. Nicht zuletzt aufgrund dieses Aufgabenspektrums sieht jugendschutz.net Organisationen und Verbände, die Medienpolitik auf den diversen Ausspielwegen beobachten, als natürliche Kooperationspartner. ala



Nachruf: Ronald Lechner, ein Wohlwollender

Er war spitzzüngig, mitunter spitzfindig und oft genug ein Spitzbube. Ronald Lechner gehörte zu der Sorte Kollegen, die sich schwer taten, Wertschätzung und Anerkennung auszudrücken, die so ambitioniert und perfektionistisch veranlagt waren, dass sie ihre Mühe haben, wenn andere diese Latte nicht reißen. Dabei hat es der Kritiker Lechner im Grunde seines Herzens gut gemeint. Zur Wesensart eines Wiener Originals scheint es zu gehören, dass er diesem guten Willen nicht immer Ausdruck verleihen konnte. Anfang April ist Ron 82-jährig in Wiesbaden verstorben. Eine wohlmeinende und wohlwollende Stimme ist verstummt.



Denn bei aller Granteligkeit war Lechner ein Philantrop. So lange er konnte, hat er nicht nur an sich gedacht – auch wenn er als frei publizierender Journalist fürs eigene Auskommen sorgen musste. Als Veranstaltungsmanager hat er zahlreiche Wohltätigkeitsveranstaltungen organisiert, zuletzt einen Benefizball in Bad Homburg.

In seiner unnachahmlichen Hartnäckigkeit hatte er auch da nicht eher locker gelassen, bis sich der Hotelmanager auf die Konditionen einließ und Ministerpräsident Bouffier höchstselbst seinen Besuch zugesagt hatte. Dann konnte auch der damalige DJV-Bundesvorsitzende Michael Konken nicht anders, als auf die Höhe anzureisen.

Die ganze Arbeit machte Lechner sich nicht, um sich im eigenen Licht zu sonnen, sondern für den guten Zweck. So wie er als Vorsitzender des Ortsverbands Wiesbaden für Galas und Bälle zu Gunsten des DJV-Sozialfonds, der „Aktion Sorgenkind“, der VRM-Benefizaktion „Ihnen leuchtet ein Licht“ oder der Horst-Schmidt-Kliniken schillernde Shows choreografierte und Schlagerstars verpflichtete. Mit André Sarrasani hat er die „Galanacht der Stars“ im legendären Zirkuszelt akribisch vorbereitet, wovon am Ende Wiesbadener Sportvereine profitierten. Die Musikhochschulen Wiesbaden und Wien hat er zu einem „Kaleidoskop der Nationen“ zusammengeführt.

Verbandspolitisch hat Lechner sich auf Landes- und auf Bundesebene nachhaltig für eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen der Freien eingesetzt. Der „Mann mit Handschlagqualität“, so der frühere Landesvorsitzende Hans-Ulrich Heuser über seinen Kumpel Ron Lechner, hatte wenig Mühe, Sponsoren für Veranstaltungen seines Verbands oder Anzeigenkunden für den „Blickpunkt“ zu rekrutieren. Die Führung seines geliebten Ortsverbands Wiesbaden nach all den Jahren abzugeben fiel ihm schwer. Genauso wenig wie das Bekenntnis, dass es die Jungen, die ihm nachfolgten, gar nicht so schlecht gemacht haben. Aber empfunden hat er es so, auch wenn er seinen Empfindungen wenig Ausdruck verliehen hat. Emotionalität oder gar Sentimentalität waren nicht seine Sache.

1937 wurde Lechner in Baden bei Wien geboren, nahezu sein gesamtes berufliches Leben hat er in seiner Wahlheimat Hessen verbracht. Dass er sich trotz seines herausfordernden Status' als freier Autor und Filmemacher leidenschaftlich und ausdauernd ehrenamtlich engagierte, gehörte zu seinem Wesenszug. Er hat eben nicht nur verbal ausgeteilt, er hat auch geteilt mit denen, die bedürftig waren.

Für seine sozialen Verdienste ist Lechner unter anderem mit dem Ehrenbrief des Landes Hessen und der Bürgermedaille in Gold der Stadt Wiesbaden ausgezeichnet worden. Die Stadt Wien ehrte ihn mit dem „Signum Pulchrarum Artium“ in Gold für außergewöhnliche künstlerische Leistungen. „Ja, du warst schon ein spezieller Typ mit Ecken und Kanten“, rief der Wahl-Österreicher Heuser dem gebürtigen Österreicher Ron Lechner nach. „Aber wir hatten viel Spaß, und es war eine schöne Zeit mit dir.“