

BLICKPUNKT

JOURNALISMUS IN HESSEN



**Spielräume
ausloten
im Jahr der
Freien**

Feder für Pressefreiheit:
Zehra Dogan stellt
in Wiesbaden aus

Morde in Hanau:
Ausnahmestand
auch für „Anzeiger“

Nachwuchsförderung:
VRM schreibt
Recherchepreis aus

„Lügenpresse“-Vorwurf:
Rechte gehen Reporter
im Kreistag Lahn-Dill an

BLICKPUNKT

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

31. Jahrgang, April 2020

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:

Andreas Lang

Anzeigen:

Axel Häsler

Anschrift der Redaktion:

Rheinbahnstraße 3
65185 Wiesbaden
Telefon: 0611-3 419124
Telefax: 0611-3 419130

E-Mail: info@djhessen.de
Homepage: www.djhessen.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:

Texte für die nächste „Blickpunkt“-Ausgabe müssen **an maxala@online.de** eingereicht werden.

Aus dem Inhalt

Editorial:

Journalismus bleibt systemrelevant 3

Jahr der Freien:

Wie der Landesverband praktisch unterstützt 4

Jahr der Freien:

Helga Kleisny ist in der Freiberuflichkeit angekommen 5

Jahr der Freien:

Tipps und Verordnungen, die bares Geld wert sind 7

„Feder für Pressefreiheit“:

Preisträgerin stellt in Wiesbaden aus 8

Arbeitszeiterfassung:

Geteilte Meinungen bei hessischer Tageszeitung 10

Hessischer Rundfunk:

Hessen Unit expandiert in die Fläche 12

Morde in Hanau:

Wie der Hanauer Anzeiger im Ausnahmezustand arbeitet 14

Trennung von Redaktion und Anzeige:

Zwei Onlinemedien akzeptieren Abmahnung 15

Iranische Wirtschaftsjournalistin:

Vermittlerin zwischen Orient und Okzident 16

Hörfunk:

Konsortium speist 16 neue Programme ein 17

Frankfurter Allgemeine:

Herausgeber d'Inka geht in Ruhestand 18

Porträt:

Alice Engel seit einem Jahr Sprecherin des Sozialministeriums 19

Jungjournalisten:

VRM schreibt neuen Recherchepreis aus 21

Kontroverse um Julian Assange:

Journalist oder Whistleblower? 22

Alternative für Deutschland:

Proteste gegen Annonce in Fuldaer Anzeigenblatt 24

Kolumne:

Vom Mehrwert des Journalismus' in Zeiten von Corona 25

Kampagne der hessischen Polizei:

Bildjournalisten verwahren sich gegen Zerrbild 27

Medienkritik:

Lokalreporter wird zum Gegenstand von Debatte im Kreistag 29

Kommentar:

Plädoyer für sauberes Handwerk 30



Foto: Andreas Lang

Auch in Zeiten von Corona: Journalismus bleibt relevant

Was sind das für Zeiten, Zeiten, in denen ein Virus umgeht, das die ganze Welt lahmlegt? Eines, das soziale Kontakte verbietet, das zu Hamsterkäufen und unsozialem Verhalten führt. Es ist ein Virus, welches aber auch Existenzen bedroht, Menschen arbeits- oder einkommenslos macht. Wer hätte gedacht, so etwas einmal erleben zu müssen?



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

Es ist eine Zeit der gesundheitlichen und sozialen Bedrohung. Selbst Experten hatten das Virus zu Anfang falsch eingeschätzt. Deshalb wurden in einigen Ländern Maßnahmen viel zu spät ergriffen. Auch hierzulande. Und nun können wir nur über die Runden kommen, wenn wir tun, was Politiker und Experten raten. Bleibt zu Hause!

Doch wie soll das für Journalistinnen und Journalisten gehen? Wenn es zur Aufgabe des Berufs gehört, zu recherchieren, um die Bevölkerung auf dem Laufenden zu halten? Home-Office ist eine gute Sache, kann aber allein auch nicht für eine gute und ausgewogene Berichterstattung führen. Home-Office ist auch und gerade da nicht geeignet, wo das Vor-Ort-Sein absolut notwendig ist.

Bild-Journalisten können schlecht vom Home-Office aus agieren. Kolleginnen und Kollegen für die aktuelle Berichterstattung genauso wenig. Aufträge brechen weg. Das finanzielle Paket des Bundes und der Länder für Solo-Selbstständige muss jetzt beweisen, dass es da ankommt, wo es dringend benötigt wird.

Das Verfahren muss beweisen, dass es unbürokratisch geeignet ist, die Kolleginnen und Kollegen über Wasser zu halten, dafür

sorgen, dass gemietete Räume für die Berufsausübung nicht gekündigt werden können, falls Zahlungsverzug eintritt. Es muss aber auch den Medienunternehmen unter die Arme greifen. Eine unabhängige Presse ist vor allem in Krisenzeiten wichtig und darf nicht dem Untergang geweiht sein.

Der DJV Hessen und der Bundesverband haben sehr schnell reagiert und Bund und Länder zu geeigneten finanziellen Maßnahmen aufgefordert. Wir haben den hessischen Innenminister, Wirtschaftsminister und Sozialminister angeschrieben und verschiedenste Forderungen gestellt, wie Journalisten unter die systemrelevanten Berufe einzuordnen und finanzielle Hilfen zur Verfügung zu stellen.

Und wir haben gefordert, Ihnen/Euch die Möglichkeit zu geben, sich anhand des Presseausweises frei zu bewegen um recherchieren zu können. Grundsätzlich haben diese Forderungen zum Erfolg geführt. Wo und wie nun finanzielle Hilfen abgerufen werden können und zu weiteren Themen hat unsere Geschäftsstelle ein Corona-Update für die Mitglieder ausgearbeitet, das per Mail und auf der Homepage kommuniziert wird.

Sobald sich neue Entwicklungen ergeben, wird es aufbereitet. Hier gilt mein ganzer Dank unseren Damen in der Geschäftsstelle, die auch in diesen Zeiten in Wiesbaden einen tollen Job machen, für die Mitglieder, für uns alle.

Ich wünsche uns allen, dass wir gut durch diese Krise durchkommen. Bleibt gesund, haltet Abstand!

Euer Knud Zilian

Was der Landesverband für Freie tut

Zum Jahr der Freien: Vorstand und Fachausschüsse richten Angebote auf spezifische Bedürfnisse aus – Solidarität gerade in der Corona-Krise

Freie Journalistinnen und Journalisten sind nicht allein auf weiter Flur. Erst recht nicht, wenn sie sich – wie im DJV – zusammenschließen. Dort können sie sich auf Landes- wie auf Bundesebene nicht nur spezifisch austauschen und solidarisieren. Sie erhalten auch logistische Unterstützung und juristische Vertretung.

Frei ist nicht gleich frei. Im Landesverband Hessen, wo „die Freien“ in Summe etwas mehr als die Hälfte der Mitgliedschaft stellen, werden sie analog zum Berufsbild vier Sparten zugeordnet: Autoren für Printprodukte (im jüngsten Berichtszeitraum rund 950), Fotografen (240), Onliner (100) und eine kleine Gruppe Allrounder im Online-Bereich, die Texte und Bilder liefern (16).

Auf diese Gruppen schneidet der Landesverband nicht erst im Jahr der Freien spezielle Angebote und Services zu. So enthält das von Rolf Skrypzak verantwortete Seminarprogramm (www.djv-hessen.de/termine/seminare-djv-hessen), das im „Blickpunkt“ periodisch vorgestellt wird, speziell konzipierte Inhalte mit Mehrwert und Vermarktungs-

chancen für Freie. Im viel beachteten Wettbewerb „Presse-Foto Hessen-Thüringen“ wird auf Initiative des Landesvorstands erstmals eine eigene Rubrik ausgeschrieben, kündigte Geschäftsführerin Imke Sawitzky an. Auf der Homepage wird fortlaufend über Aktivitäten im Aktionsjahr berichtet. Und die umfangreiche und auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnittene Betreuung der Mitglieder in der Geschäftsstelle in Wiesbaden ist laufendes Geschäft.

Auch der Sprecher des Landesfachausschusses, Erich Mauracher, macht sich seine Gedanken, wie er den Kolleginnen und Kollegen behilflich sein kann.



Absicherung, nicht nur wegen Corona: Freiberufler dürfen nicht hängen gelassen werden. Foto: ala

Dr. Lydia Polwin-Plass

Journalistin, Texterin, Autorin und Lektorin:

Als Freie hat man oft das Gefühl, dass die professionelle Arbeit von manchen Auftraggebern nicht genug gewürdigt wird.

Denn viele Unternehmen drücken die Preise so lange, bis man alleine schon um die eigene Würde zu wahren, ablehnen muss.

Vielleicht sollte man solche Auftraggeber öfter mal fragen, ob sie selbst für dieses Geld arbeiten würden. Die Antwort wäre mit Sicherheit „Nein“.

Dennoch erwartet man von Freien immer häufiger für einen „Pappentiel“ zu arbeiten.

Und das obwohl die meisten von uns, so wie ich auch, das journalistische Handwerk sogar an Unis oder Fachhochschulen studiert oder in anderen professionellen Ausbildungen gelernt haben.

Die Ideen, die ihm vorschweben, haben wir im vorigen „Blickpunkt“ skizziert. Dazu gehören eine Bildergalerie, ein Heißluftballon-Aufstieg mit plakativen Forderungen auf einem Banner, eine Freien-Messe, ein öffentlichkeitswirksamer Staffellauf oder eine Weinbergwanderung. Inspiration hat Maura-

cher genug, ihm fehlen die Mitstreiter. Denn wenn es darum geht, Interessen sichtbar zu machen und für berechtigte Forderungen demonstrativ einzustehen, wird es einsam um ihn herum, so seine Beobachtung.

Braucht es ein Jahr der Freien? Ja, so sehr wie es die Freien in der Branche braucht. Der Bedarf an einem pluralen Meinungsangebot ist groß, die Verhältnisse sind aber oft prekär und die Absicherung alles andere als ausreichend. Zu oft sind Freie nur Lückenfüller für unterbesetzte Redaktionen, Leiharbeiter für einen Full-time-Job. Umso mehr braucht es Gesichter und Geschichten zu solchen Biografien. Der Geschäftsstelle und dem Vorstand des DJV Hessen sind solche Trends hinlänglich bekannt; der Öffentlichkeit weniger. Zu

den Stärken des solidarisch aufgestellten Verbands zählt es, dass im Kleinen und unaufgeregt geholfen werden kann. Sei es auch „nur“ über die geldwerte Vermittlungen in die Künstlersozialkasse oder eine Verwertungsgesellschaft oder eine kostenlose professionelle Beratung.

Aber das reicht eben nicht aus. Das „Jahr der Freien“ will über die Identifikation der Defizite hinaus Perspektiven aufzei-

gen, die vorhanden sind: die erwähnte KSK, das Presseversorgungswerk, die allgemeinverbindlichen Honorarsätze, um nur die materiellen Facetten zu nennen; von den ideellen und dem Mehrwert der Vernetzung ganz zu schweigen. Sie zu beanspruchen und einzufordern kann mühselig sein und erfordert Engagement, Kreativität und Flexibilität. Dass Freie aber eben nicht allein auf weiter Flur sind, wenn es darum geht, beim Auftraggeber, aber auch in der

Ordnungspolitik Rechte einzufordern – auch dazu braucht es im „Jahr der Freien“ Stimmen und Stimmung.

Und Mut machende Entwicklungen von Selfmade-Freien, die es in Hessen auch zur Genüge gibt. Die Nischen im Fach-Journalismus finden und besetzen, wie etwa Helga Kleisny, die wir im Artikel unten stellvertretend porträtieren. Auch sie ist ein Beispiel, dass freier Journalismus läuft. **Andreas Lang**

Im Höhenflug, aber nicht abgehoben

Zum Jahr der Freien: Wie sich Helga Kleisny als Luft- und Raumfahrtjournalistin eine Nische erobert hat

Sie kennt das alles: Vorurteile gegen Frauen und Technik, die bequemen Seiten der Festanstellung, die Gratwanderung zwischen unabhängigem Journalismus und Verlautbarungsauftrag einer Öffentlichkeitsarbeiterin, den Kampf der Freien um ein dauerhaftes Einkommen, die Zähigkeit der Buchautorin, den Reiz des journalistischen Bloggens. All das kennt Helga Kleisny aus eigener Erfahrung – und hat nun als freie Journalistin ihre Nische gefunden und dauerhaft besetzt.

Dass die gebürtige Österreicherin mit heutigem Wohnsitz in Südhessen keinem gängigen Klischee entspricht, zeigte sich bereits bei der Wahl ihres Studienfachs: An der Technischen Universität in Wien hat sie Technische Physik studiert und mit einem Diplom abgeschlossen. Danach griff ein Rädchen ins andere: Bei Siemens in Wien hat Kleisny ihren ersten Job als Softwareentwicklerin angenommen. Ihr Arbeitgeber entsandte sie nach Florida, wo sie in ihrer Freizeit unter idealen Bedingungen zwei neue Leidenschaften entdeckte: das Fallschirmspringen und das Fliegen. Auch auf diesem Feld war Kleisny wenn nicht eine Pionierin, so doch eine Ausnahmeerscheinung.

Die Serie setzte sich fort: In einem Fliegermagazin wurde die aktive und pas-

sionierte Pilotin auf die Ausschreibung einer Redakteursstelle beim Ringier-Verlag in München aufmerksam. Sie konnte das Berufliche mit dem Privaten kombinieren, mit der Rückendeckung eines renommierten Verlags für ein Fachmagazin recherchieren. Bis sie sich fünf Jahre später zwischen Traumjob und Traummann entscheiden musste. Die Liebe gewann letztlich; Kleisny wechselte von Süddeutschland ins Rhein-Main-Gebiet, wo sie bei der Deutschen Flugsicherung die interne Kommunikation und die Chefredaktion des Flugsicherungsmagazins übernahm.

Damit verschob sich der Fokus ihrer beruflichen Tätigkeit erneut. In einer sensiblen Phase der Flugsicherungsgeschichte steuerte Kleisny über Beiträge im Mitarbeitermagazin den Wandel in der Unternehmenskultur mit, glich publizistisch zwischen den verschiedenen Positionen aus, hatte aber auch technisches Verständnis für die Darstellung wissenschaftlicher Zusammenhänge. Ein bisschen Therapeutin, ein bisschen Sprecherin, primär aber immer noch Journalistin – eine Mischung, die Kleisnys Vorstellungen entsprach.

Acht Bücher veröffentlicht

Und dann der nächste Schnitt in der be-

ruflichen Vita der so vielseitig interessierten Vollblut-Journalistin: Weil sie nicht nur passionierte Pilotin und Fallschirmspringerin ist, sondern auch ein Herz für Katzen hat, ging sie – ausgelöst durch die Anfrage eines Kollegen – unter die Buchautoren, bekam von einem Agenten einen Vertrag, um über das Wesen der Samtpfoten zu schreiben. Sieben weitere Publikationen sollten folgen, unter anderem in der Pionierphase des Internet mit einschlägigen Ratgebern, aber auch wissenschaftlichen Themen, etwa zur Bionik.

Weil sich Bücher aber nicht so nebenbei schreiben, wollte sie ihre Arbeitszeit bei der Flugsicherung reduzieren. Der Arbeitgeber spielte nicht mit, und Kleisny sprang vor gut 15 Jahren mutig in die Freiberuflichkeit. Und kommt als gefragte Luft- und Raumfahrtjournalistin bestens damit zurecht – zumal oder gerade weil sie beträchtliches Fachwissen in diesen Sparten angesammelt hat.

Aber auch weil sie nicht ausschließlich vom Schreiben abhängig ist. Mit ihrer Fähigkeit, technische Sachverhalte plastisch darzustellen, berät sie zu (flug-)technischen Fragen, ist Lehrbeauftragte, gibt Seminare, wird als anerkannte Sachverständige und Autorin bei der Analyse von Flugunfällen angefragt. Und gibt ihre Erfahrung als Mentorin gerne und geduldig an jüngere Kolleginnen und Kollegen weiter. Den Jung-



Wissenschaftsjournalistin, Bloggerin, Pilotin:
Helga Kleisny bei der Arbeit.

Foto: Andreas Lang

journalistentag des DJV Hessen begrüßt das langjährige DJV-Mitglied als innovatives Format. Genauso sehr wünscht sie sich aber auch eine generationenübergreifende Reihe, in der Wissen in beide Richtungen ausgetauscht werden kann, Netzwerke zum beiderseitigen Nutzen angezapft und ausgeweitet werden können.

Hinterm Steuerknüppel

Helga Kleisny bleibt neugierig, selbstsi-

cher, zielstrebig. Dass sie als Astronautin ins Weltall wollte, entspricht ihrem vorwärts stürmenden Naturell. Dass sie dieses Ziel nicht erreicht hat, ist untypisch. Den Steuerknüppel von Wasserflugzeugen hält die Pilotin jedenfalls immer noch sicher in der Hand. Aber auch von der Erde aus weiß sie sich zu behaupten. Mit ihrem Luft- und Raumfahrt-Magazin „FlugundZeit“ hat sie den in der Community erarbeiteten Respekt über die Jahre ausgebaut. Dort meldet sich die Wissenschaftsjourna-

listin auch einordnend zu Wort, wenn nach einer Flugzeugkatastrophe die medialen Wogen hochschlagen, auch wenn die Fakten noch nicht ausreichend bekannt sind.

Da geht für Kleisny Gründlichkeit vor Schnelligkeit. Was eigentlich selbstverständlich sein sollte, exerziert sie vor: Fakten publiziert sie erst dann, wenn sie auch belastbar sind; Quellen nutzt sie nur aus erster Hand. In der Recherche kommen ihr die jahrelang aufgebauten und weltweit greifenden Kontakte in alle Sparten der Luft- und Raumfahrt zupass. Gepaart mit ungebrochener Neugier und Wissensdurst sind damit genug Voraussetzungen und Material für eine seriöse und ausgewogene Berichterstattung und Kommentierung beisammen. Der regelmäßig bestückte Blog ist nicht Kleisnys einziger multimedialer Auftritt. Erste Clips hat sie bereits für YouTube produziert. Eine Sprecherausbildung hilft, dem professionellen Anspruch für dieses Genre gerecht zu werden.

Wie wird man Freie, wie erarbeitet man sich lukrative Perspektiven, wie kann man sich behaupten auf dem Markt, und wie kann man seine Expertise ausbauen und gewinnbringend verkaufen? Helga Kleisny hat es eindrücklich vorgelebt.

Andreas Lang

Mehrdimensional

Im Online-Magazin „Flug und Zeit. Mehr als zwei Dimensionen“ führt Helga Kleisny ihre beiden Leidenschaften, den Journalismus sowie ihr Interesse an Themen aus der Luft- und Raumfahrt, zusammen. In dem Blog kommentiert und unterfüttert sie nicht nur weltweite Meldungen von Flugzeugunfällen oder kuriosen Begebenheiten in der Luft. Die Beiträge erfüllen bewusst nicht die Ansprüche an Artikel in einer Fachzeitschrift. „Den Anspruch der fachlichen Korrektheit erhebe ich aber auch hier. Allerdings entspricht die Darstellung der Fakten eher der journalistischen Darstellung einer Kolumne als einem Artikel. Und da kann durchaus (begrenzt) die eigene Einschätzung nach bestem Wissen und Gewissen einfließen“, definiert Kleisny die Standards.

Neben Themen aus der Luft- und Raumfahrt und Flugunfällen werden auch juristische, naturwissenschaftliche, technische, astronomische und künstlerische Aspekte gestreift. Der zum Redaktionsschluss dieser Ausgabe aktuellste Beitrag beginnt aus gegebenem Anlass unter der Überschrift „Hört auf mit dem Gejammer!“ mit der Feststellung: „So schlimm der Einfluss des Covid-19 Virus auf die Wirtschaft ist – den Einfluss auf die Gesellschaft haben wir alle in der Hand. Die Panikmache von Journalisten in allen Medien überträgt sich mehr als 1:1 auf die Gesellschaft und das wiederum wirkt sich auf das Verhalten der Menschen und damit der Wirtschaft aus. Die wirtschaftliche Krise ist hausgemacht“.

Willkommenes Zubrot

Zum Jahr der Freien: Wie Freiberufler bares Geld verdienen und sparen können

Sich als freier Journalist auf dem freien Markt zu behaupten, bleibt eine Herausforderung – publizistisch, aber auch unternehmerisch. Um von der Arbeit leben zu können, ist die Branche auf faire Auftraggeber und zumutbare Rahmenbedingungen angewiesen. Weil das immer noch keine Selbstverständlichkeit ist, nimmt sich der Berufsverband dieser bedeutsamen Klientel an. Im „Jahr der Freien“ will der DJV auf allen (Gesprächs-)Ebenen für seine Kolleginnen und Kollegen in den unterschiedlichsten Branchen und Abhängigkeiten aufmerksam machen.

Auch der Fiskus reagiert auf die wachsende Zahl selbstständiger Medienschaffender. Verschiedene Gesetzesänderungen, die ab diesem Jahr greifen, wirken sich Kosten schonend aus. Nicht erst seit Inkrafttreten der Datenschutz-Grundverordnung haben freie Unternehmerinnen und Unternehmer aber auch neue gesetzliche Vorgaben und Auflagen zu berücksichtigen – die letztlich dem Schutz auch ihres geistigen Eigentums dienen sollen. 2020 ändert sich also manches für freischaffende Journalistinnen und Journalisten.

Eine Auswahl:

- Der neue Medienstaatsvertrag, der nach der Ratifizierung durch die Länder den Rundfunkstaatsvertrag im Lauf des Jahres ablösen wird, erlegt den Anbietern von Nachrichten auf Websites, und damit beispielsweise auch von Blogs, eine gezielte Sorgfaltspflicht auf. Die kann formal zum Beispiel dadurch erfüllt werden, dass sich Betreiber einer freiwilligen Selbstkontrolle unterwerfen und etwa die Zuständigkeit des Presserats anerkennen. Andernfalls können die Landesmedienanstalten – wie bereits jetzt schon beim Jugendschutz – bei der Frage als Schiedsrichter fungieren, ob fake news verbreitet werden oder ob es sich um publizistische Inhalte, nicht mehr nur private Äußerungen handelt.

Norbert Dörholt:

In meiner Zeit als Freier habe ich mir zum Vorsatz gemacht, ein bestimmtes Mindesthonorar nicht zu unterschreiten – und habe konsequenterweise den einen oder anderen Auftrag dann tatsächlich auch abgelehnt. Warum? Es hätte sich andernfalls längerfristig nicht nur das Komma auf meinem Konto nach links verschoben, sondern ich hätte auch meinen Kolleginnen und Kollegen insgesamt geschadet, wenn ich sie mit Dumpingpreisen unterboten hätte. Das tut in seiner Not zwar mancher, was seine traurigen Gründe haben mag, insgesamt bedeutet das aber einen freien Fall in Richtung Hungerhonorare. Nur die Auftraggeber freuen sich über diese Art freiwilligen Selbstverzichts. Grundsätzlich gilt: Gute Arbeit muss auch mit guten Honoraren vergolten werden!

Dr. Ina Knobloch

City Media TV

Nur freie Journalisten sind frei in ihren Gedanken, freie Geister, frei von Politik und Wirtschaft, frei von redaktionellen Zwängen und Verlagsintressen – doch wer honoriert ihnen das?

- Inwieweit sich die neue EU-Drohnenverordnung, die am 1. Juli in Kraft tritt, auf den (Bewegt-)Bildjournalismus auswirkt, ist noch in der Diskussion. Fakt ist, dass der professionelle Einsatz dieser Fluggeräte besonderen Auflagen unterliegt, insbesondere zum Schutz von Persönlichkeitsrechten.
- Bei der Umsatzsteuer wird die Kleinunternehmergrenze (die per Definition weniger als 50.000 Euro Umsatz im Jahr machen) von 17.500 auf 22.000 Euro angehoben. Ab dem kommenden Jahr reduziert sich in einem zweiten Schritt der bürokratische Aufwand für Existenzgründer: Sie müssen ab dann nicht mehr monatlich, sondern nur noch einmal im Quartal ihre Umsatzsteuer-Voranmeldung einreichen.
- Die Verpflegungspauschale ist zu Jahresbeginn von 24 auf 28 Euro für ganze Tage auf Dienstreise gestiegen. Für dienstliche Einsätze über acht Stunden können nun 14 statt zwölf Euro angesetzt werden.
- Selbstständige, die sich ein Fahrzeug mit Elektromotor anschaffen, müssen für diese umweltfreundliche Variante für die Privatnutzung nicht das übliche eine Prozent in der Einkommen-Überschussrechnung (EÜR) angeben. Dieser Satz reduziert sich je nach Emission auf 0,25 bis maximal 0,5 Prozent des Listenpreises.
- Der Einkommensteuer-Freibetrag ist auf 9.408 Euro erhöht worden. Für ein Vereins-Ehrenamt, etwa als Übungsleiter, erhöhen sich diverse Steuerpauschalen.
- Für e-Publikationen und Zugang zu publizistischen Datenbanken gilt jetzt der ermäßigte Steuersatz von sieben Prozent.
- Die Archivierungspflicht für elektronische Steuerunterlagen halbiert sich von zehn auf fünf Jahre.
- In der Sozialgesetzgebung können sich die Anhebung von Freibeträgen und Obergrenzen ausgabenmindernd auswirken, etwa beim Wohngeld, beim Kindergeld oder der Beteiligung an Pflegekosten.
- Unter bestimmten Umständen werden die Anwartschaften auf den Bezug von Arbeitslosengeld großzügiger kalkuliert.

ala

„Ich werde Gefängnisse mit Pinsel und Stiften zerstören“

Zehra Doğan, erste Trägerin der „Feder für die Pressefreiheit“ des DJV Hessen, zu Gast bei einer Ausstellung mit ihren Werken in Wiesbaden

Knapp drei Jahre saß Zehra Doğan unschuldig im türkischen Gefängnis und hat mit Farben aus Petersilie, Oliven und Blut ihre Mitgefangenen porträtiert. Jetzt waren ihre eindrucksvollen Werke im Nassauischen Kunstverein Wiesbaden zu sehen.

Bereits 2018 hatte der DJV Hessen der kurdischen Künstlerin und Journalistin die „Feder für die Pressefreiheit“ verliehen und wollte damit ein Zeichen setzen. Denn Zehra Dogan würde nur aufgrund eines Gemäldes einer kurdischen Stadt unter türkischer Belagerung verurteilt, der Vorwurf: „Propaganda für eine Terrororganisation“. Aufmerksam haben Sylvia Kuck, Ortsverbandsvorsitzende Wiesbaden, und ARD-Redakteurin Nazéy Kuklu das Schicksal der inhaftierten Journalistin verfolgt. Sie hatten sich vorgenommen, die mutige Kollegin nach Hessen einzuladen, sobald sie wieder auf freiem Fuß wäre.

Zehra Dogan sollte über ihre Arbeit erzählen, über die vom IS verfolgten Jesidinnen berichten, wie sich die türkische Besatzung der kurdischen Städte nach dem gescheiterten Militärputsch genau abspielte und vor allem wie schwierig es für sie als Kriegsberichterstatteerin war, journalistisch zu arbeiten. „Nazéy, die aus einem kurdischen Dorf stammt, erzählte mir, dass sie wahnsinnig stolz auf Zehra Dogan ist und dass sie sie persönlich kennt. Ab da waren wir in Kontakt“, erinnert sich Sylvia Kuck.

Als die ARD-Redakteurin erfuhr, dass ihre Freundin aus der Haft entlassen worden war, begannen die monatelangen Bemühungen um einen Ausstellungsraum. Elke Gruhn vom Nassauischen Kunstverein hat schließlich angeknipst. Der DJV Hessen konnte dort die erste Ausstellung von Zehra Dogans in Deutschland eröffnen. Neben internationalen Schauplätzen wie



Ausdruck der Willkür: DJV-Preisträgerin Zehra Doğan mit dem Landesvorsitzenden Knud Zilian vor einer Auswahl ihrer in Haft entstandenen Werke. Foto: Heike Parakenings

New York und London nun also auch Wiesbaden. Sechs Wochen lang waren ihre Bilder unter dem Titel „Der Zeit ihre Kunst / Der Kunst ihre Freiheit“ im Rahmen einer international besetzten Doppelausstellung, die sich mit dem gegenwärtigen Erstarken des Autoritären und Populistischen auseinandersetzte, zu sehen.

Farben aus Joghurt und Oliven gewonnen

In drei Räumen zeigten die ausdrucksstarken Bilder den Gemütszustand der gepeinigten Häftlinge. „Die Ausstellung ist eher ungewöhnlich entstanden“, resümiert Kuratorin Elke Gruhn, „normalerweise suchen wir Kunst und Künstler

selbst aus.“ Doch dieses Mal übersetzte und vermittelte Nazéy Kuklu zwischen Künstlerin, internationalen Unterstützern und dem Ausstellungsteam in Wiesbaden. „Ich wollte, dass die ganze Problematik mal in einem anderen Rahmen dargestellt wird“, erläuterte Kuklu.

Der Aufwand wurde belohnt. Die Besucher waren ergriffen. Die auf Zeitungen, Kartons und Bettlaken gemalten Porträts haben schockiert und gleichzeitig die Herzen berührt. Da Zehra Dogan im Gefängnis Malutensilien verwehrt wurden, improvisierte sie und erstellte Pinsel aus Federn und Frauenhaar. „Als ich wieder malen wollte, realisierte ich, dass ich ziemlich viele Materialien zur Verfügung hatte. Tomatenmark, Joghurt, Petersilie, Tee, Oliven, Sauerkirnschen...

Aus all dem kann ich Farben gewinnen. Wenn Du also den Namen Zehra aussprichst, stell Dir bitte keine verzweifelte und traurige Zehra vor. Hier bin ich sehr glücklich“, schrieb sie im August 2017.

Welche Stärke und Präsenz Zehra Dogan trotz dreijähriger Haft und unzähliger erniedrigender Verhöre hat, zeigte sie bei ihrer Performance „Weiße Fahne“ in der Wiesbadener Innenstadt. Die 31-jährige war aus London auf Einladung in die hessische Landeshauptstadt gekommen, um an einer Podiumsdiskussion über Presse- und Meinungsfreiheit mit Knud Zilian, Vorsitzender des DJV Hessen, und Bernhard von Grünberg, Vorstand der UNO-Flüchtlingshilfe, teilzunehmen.

Die kurdische Journalistin ist die Erste, der die „Feder für die Pressefreiheit“ verliehen wurde. In diesem Jahr hat der DJV Hessen Raif Badawi dafür ausgesucht. Der Online-Publizist sitzt in Saudi-Arabien zu Unrecht in Haft. Pate des Projektes ist Ingo Zamperoni, der am „Tag der Pressefreiheit“ Geburtstag hat. „Journalismus ist kein Verbrechen“, betonte Zilian. „Das sehen manche Länder jedoch anders“, bedauerte er. Allerdings sei auch in Deutschland „nicht alles paletti“. Auf der von Reporter-ohne-Grenzen erstellten Rangliste befindet sich Deutschland aktuell auf Platz 13 – hinter Jamaika, Costa Rica und Estland.

Bernhard „Felix“ von Grünberg machte auf die katastrophale Situation in der Türkei aufmerksam. 4.500 Richter seien ihres Amtes enthoben, manche säßen in Haft und wurden enteignet. In der Türkei gäbe es statt Rechtsstaat Willkür. Er kritisiere das Verhalten deutscher Politiker, aber auch von Unternehmern, die dort Geschäfte machten.

Zehra Dogan ist eine der Betroffenen. „Wer sich mit Politik oder Gesellschaft beschäftigt, wird sich irgendwann im

Gefängnis wiederfinden“, übersetzte der an ihrer Seite sitzende Dolmetscher. Mit kräftiger Stimme fuhr sie auf türkisch fort: „Wir sind vor dem Faschismus in der Türkei geflohen. Aber sind wir hier frei?“ Niemand könne sagen, es betreffe ihn nicht. Das würde die Tat in Hanau zeigen. „Es entwickelt sich in Deutschland eine rechts-extreme Bewegung, das ist ein Problem. Wir müssen das Problem gemeinsam angehen“, appellierte sie.

Heike Parakenings



Dogan mit der „Feder für die Pressefreiheit“, die ihr der DJV ins Gefängnis in der Türkei geschickt hatte.
Foto: Heike Parakenings

– Anzeige –

« Frei – auch im Alter! »



fotolia/baranq

Jetzt informieren
www.presse-versorgung.de

Ganz einfach mit den
geförderten Presse-Renten.

Je nach Typ mit staatlichen
Zulagen oder Steuervorteilen!



Presse-Versorgung

0711 2056 244
info@presse-versorgung.de

Wenn Qualität nur noch mit Überstunden zu gewährleisten ist

Pro und Contra der Arbeitszeiterfassung in Redaktionen - Ergebnisse der Befragung bei einer hessischen Tageszeitung

Warum ist es immer noch so, dass viele Journalisten ungern ihre Arbeitszeit erfassen? Den Grund dafür nur in einer Tendenz zur Selbstausbeutung zu sehen greift zu kurz, wie die Mitarbeiterbefragung bei einer hessischen Tageszeitung ergab. Der Betriebsrat hatte die anonyme Befragung konzipiert, um herauszufinden, welche Probleme für die Mitarbeiter am gravierendsten sind und wie er selbst seine Arbeit verbessern kann. Weil er den Befragten Vertraulichkeit zusicherte, soll der Name der Zeitung hier nicht genannt werden. Die Ergebnisse aber sind sicherlich beispielhaft für andere Medien. Ähnelt sich doch in Zeiten der Zeitungskrise die Lage in vielen Häusern.

In der vorliegenden Befragung überschreiten nach eigenen Angaben 54,8 Prozent regelmäßig ihre vertragliche Arbeitszeit – also eine klare Mehrheit der Befragten! Bei 43,5 Prozent ist das nicht der Fall. Bei der Frage, ob sie eine Arbeitszeiterfassung befürworten, sieht es fast genau spiegelbildlich aus. 43,5 Prozent wollen diese, 53,2 Prozent nicht.

Sehr auffällig dabei: Viele, die ihre Arbeitszeit nicht überschreiten, befürworten eine Erfassung. Viele, die Überstunden machen, wollen dagegen keine. Woran liegt das?

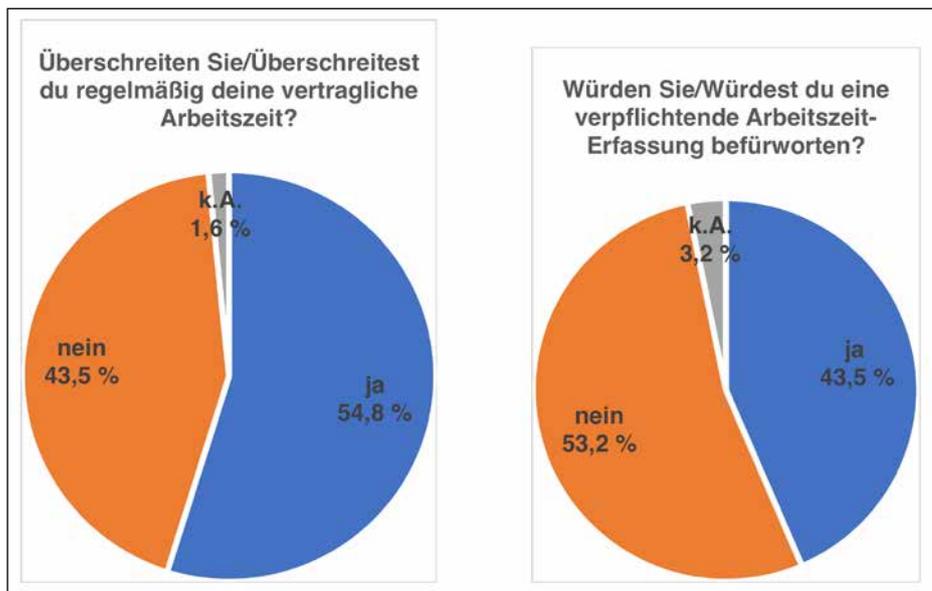
Die häufigsten Gründe sind vielmehr andere: Fast die Hälfte (49,2 Prozent) ist generell für das Modell der Vertrauensarbeitszeit. Einzelne sagen, dass sie Mehrarbeit an anderen Tagen ausgleichen können. Neben den Redakteuren wurden auch kaufmännische Angestellte befragt, da nicht alle ihre Abteilung nannten, lässt sich die Zahl nicht aufschlüsseln.

Die Identifikation mit dem Produkt ist jedenfalls hoch: 29 Prozent ist die Qualität ihrer Arbeit so wichtig, dass sie dafür auch Überstunden in Kauf nehmen. In Zeiten von Sparmaßnahmen und Arbeitsverdichtung in den Redaktionen sehen viele keinen anderen Weg als Überstunden, um die Qualität ihres Mediums aufrechtzuerhalten. Denn letztlich kann es bei Qualitätsverlusten, die vom Leser so wahrgenommen werden, in Zeiten sinkender Auflagen auch schnell um die Existenz einer Zeitung gehen.

Die Sparmaßnahmen, die 92 Prozent als größtes Problem sehen, führen etwa zur Nichtbesetzung von Stellen, zum Wegfall von freien Mitarbeitern. Die Sparmaßnahmen werden sogar als noch gravierender empfunden als die Lage in der Medienbranche und die Angst um den Job.

Die Belegschaft der Zeitung hat in den letzten Jahren einen Rückgang von 20 Prozent der Beschäftigten hinnehmen müssen. Dadurch steigt die Arbeitsverdichtung der Verbliebenen weiter – für 77,4 Prozent ist das belastend oder sehr belastend. Egal ob die Arbeitszeit überschritten wird oder nicht: Die Schlagzahl hat sich deutlich erhöht und wird von den allermeisten als zu hoch empfunden.

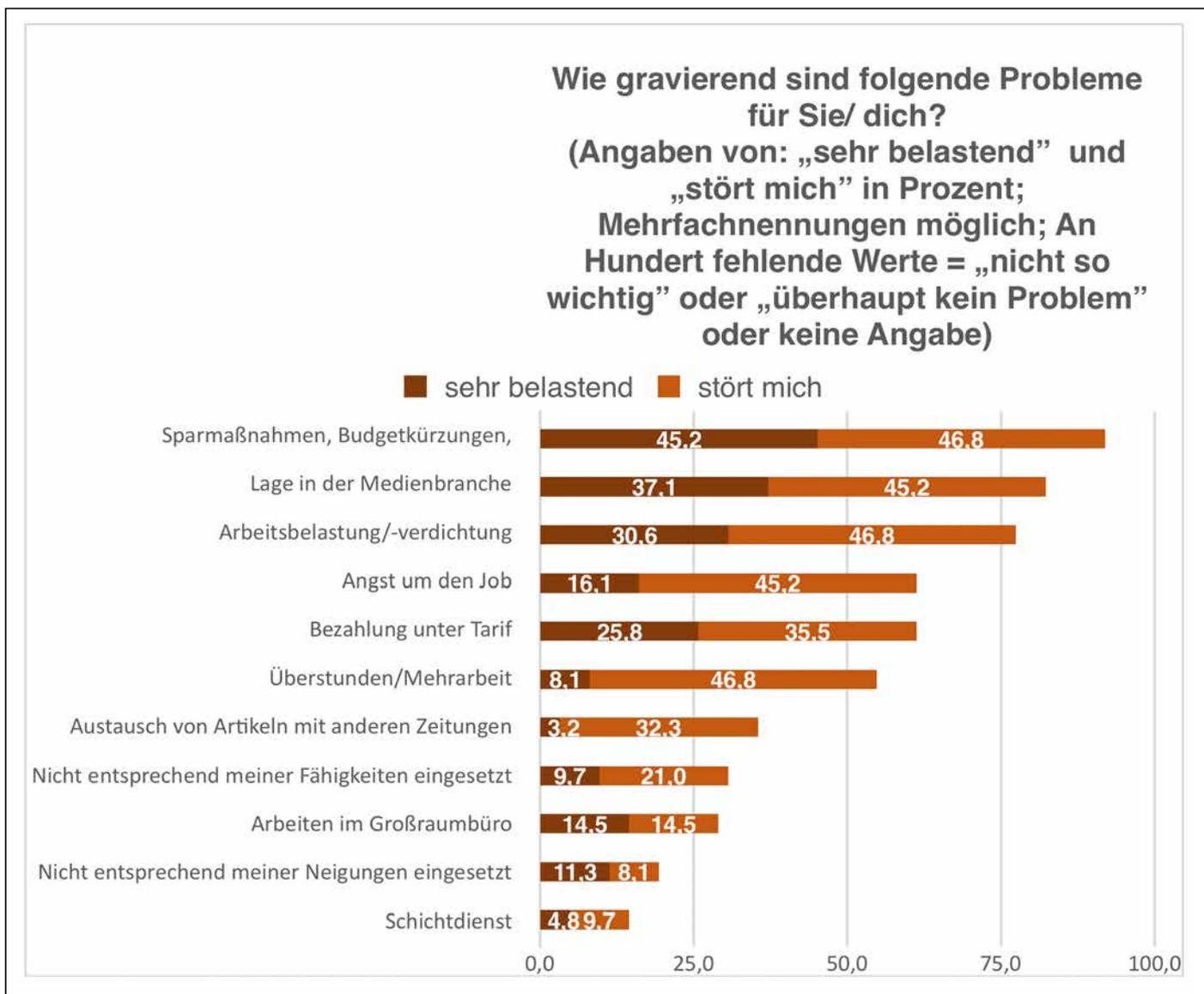
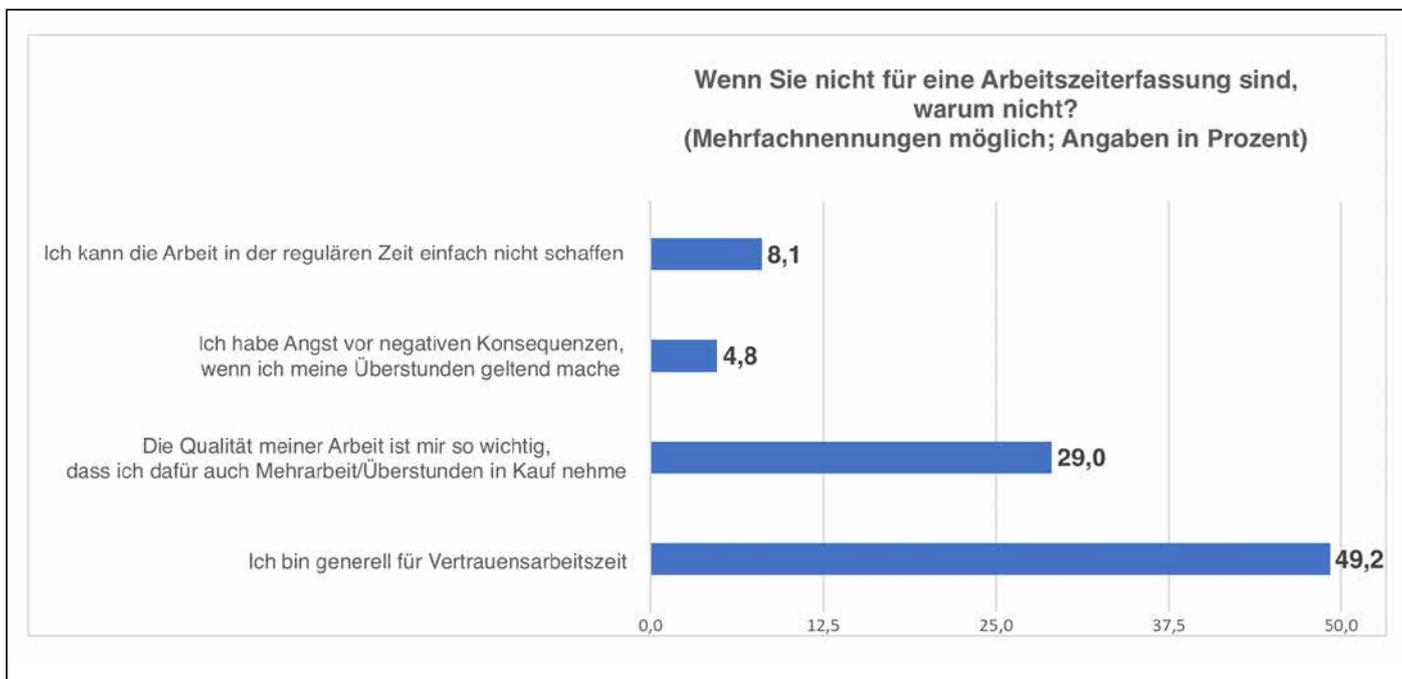
Auch die Art der Arbeit hat sich verändert, wie die Umfrage zeigt: Für fast jeden Dritten ist es ein Problem, dass er nicht entsprechend seinen Fähigkeiten eingesetzt wird – das sind etwa Redakteure, die editieren müssen, aber eigentlich Artikel schreiben möchten. Manche machen dann lieber Überstunden, als aufs Schreiben zu verzichten.



Es liegt jedenfalls nicht daran, dass viele Mitarbeiter langsam sind und ihre Arbeit sonst nicht schaffen. Nur 8,1 Prozent geben diesen Grund in der Umfrage an. Es fürchten auch nur 4,8 Prozent negative Konsequenzen, wenn sie ihre Überstunden aufschreiben.

Es zeigt sich also, dass das Thema Überstunden nicht isoliert betrachtet werden kann. Es steht im Zusammenhang mit vielen anderen Problemen der Zeitungskrise und Strukturen in den Redaktionen.

rob





Vorausschauend: hr-Teammanagerin Eva Grage und Redakteur Marcus Narloch bei der Absprache am neuen Desk. Foto: ala



Wegweisend: Das Regionalstudio in der Gießener Innenstadt wird als Erstes in die Multimedia-Strukturen der Zentrale in Frankfurt integriert. Foto: ala

Offen für Strategiewechsel

Hessischer Rundfunk dockt Regionalstudios peu à peu an Hessen Unit an - Nachrichten crossmedial entwickeln und verwerten

Vielseitiger, näher am Nutzer, informativer und unterhaltsamer – das sind die Effekte, die sich der Hessische Rundfunk von seiner Cross-media-Strategie verspricht, die er seit gut zwei Jahren in der neuen Abteilung mit dem neudenglischen Namen „Hessen-Unit“ konsequent umsetzt. Dazu ist in der Zentrale am Frankfurter Dornbusch eine neue Schaltstelle aufgebaut worden (wir berichteten in der Ausgabe 3/2019). Nun werden die Regionalstudios kontinuierlich angedockt. Der Anfang ist in Gießen gemacht worden. In Kürze soll Fulda folgen, den Abschluss soll dann Darmstadt machen.

Mit der Hessen Unit wollen die Programmierer „nur“ sicherstellen, dass journalistische Inhalte optimal verwertet und nicht unter Wert versendet werden. Dass Geschichten, die in einer Sparte entdeckt und in der Vergangenheit oft exklusiv versendet worden sind, auf ihre Vermarktung hin geprüft werden und die Verwertungskette weitergesponnen wird. Dieser Strategiewechsel bedarf hinsichtlich des beträchtlichen Verbreitungsgebiets einerseits und der unterschiedlichen Produktionsweisen für TV, Radio, Online und Social Media andererseits der Ko-

ordination, Sensibilisierung und Weiterentwicklung. Diese Aufgabe hat im Sommer 2017 Jörg Rheinländer übertragen bekommen. Der Leiter des neuen Programmbereichs Hesseninformation hat im ersten Schritt eine konzertierte und konzentrierte Logistik im Raumschiff aufgebaut, um Inhalte zu gewichten und crossmedial aufzuteilen.

Piloten in Gießen

Im nächsten Schritt geht die Hessen-Unit nun in die Weiten des Bundeslandes, um die Satelliten einzubinden. Als Pilotprojekt für das Roll-

out ist Gießen ausgewählt worden, unter anderem, weil die Chefstrategen dort auf ein aufgeschlossenes Team für die Pionierarbeit gestoßen sind und ein Online-Kollege in dem bis dahin reinen Hörfunkstudio seine Arbeit aufgenommen hatte. Anfang vorigen Jahres wurde in Mittelhessen eine Arbeitsgruppe gebildet, die die Umstellung der eingespielten und individualisierten Prozesse und Abläufe im Einklang mit der neuen Direktive entwickelte. Was nicht nur beträchtliche Auswirkungen auf die Arbeitsweise hatte, sondern auch eine Anpassung der Räumlichkeiten an die künftige Teamarbeit nach sich zog.

Innerhalb kürzester Zeit kam diese AG zu konkreten und weitreichenden Ergebnissen, berichtet Eva Grage, Teammanagerin für den Hörfunk beim hr, die gewissermaßen Pate stand. Zunächst bei der Umstellung der redaktions-internen Planungen und Absprachen, um künftig nicht mehr nur Beiträge für eine der sechs Radiowellen (inklusive hr-Info und You FM) zu produzieren. Dabei, so die Erkenntnis von Grage, war es inspirierend, dass mit Bodo Weissenborn, ein digital native von Frankfurt an die Lahn gekommen war, und seine Einschätzung eingebracht hat, welche lokale Themen regional viral gehen könnten.

Die neue Denke hat im bestehenden Team aus den beiden Festangestellten Marcus Narloch und Mike Marklove, sechs freien Mitarbeitern sowie den Regionalkorrespondenten für Marburg-Biedenkopf beziehungsweise Limburg-Weilburg so rasch gezündet, dass Weissenborn kurz danach in Elternzeit gehen konnte, ohne dass der Mentalitätswechsel verpuffte. Die Wende in der Regionalberichterstattung war binnen kürzester Zeit eingeleitet.

Eine praktische Konsequenz des verstärkten crossmedia-

len Teamworks war, dass die ohnedies beengten Räumlichkeiten in der Gießener Innenstadt aufgebrochen werden mussten. Heraus kam ein neues Großraumbüro im ersten Stock, was nach den Sommerferien besetzt werden konnte und – im Gegensatz zu den früheren Einzelbüros – die unverstellte Koordination und Kommunikation erleichtert. Das Erdgeschoss soll in diesen Tagen halbtags auch wieder gezielt für Publikum geöffnet werden, um über diesen Kanal an Informationen und Nachrichten zu kommen, aber auch generell, um transparent und ohne großen Aufwand erreichbar zu sein.

Mehrwerte ausspielen

Eva Grage, die einmal in der Woche von Gießen aus arbeitet, ist überrascht, wie rasch und geräuschlos der Schalter hin zur vernetzten Produktionsweise umgelegt worden ist. Natürlich, so wird auch im Gespräch mit Redakteur Marcus Narloch deutlich, sind die Prozesse noch nicht optimierbar, ist die Multifunktionalität bei planbaren Themen ohne Zeitdruck eher zu leisten als bei aktualitätsgetriebenem Zeitdruck. Aber gerade mit den freien Themen können

die hr-Reporter den Mehrwert einer Nachricht mit vermeintlich begrenzter Wirkung ausschöpfen.

Zum Beispiel aus dem weltweit umfangreichsten Archiv für Chormusik, das ein Privatmann in Limburg in einem Fachwerkhaus aus dem 13. Jahrhundert angelegt hat. Das ist nun nicht mehr nur ein Feature für hr2, sondern mindestens auch eine Bilderstrecke für ein Online-Dossier. Der bundesweit älteste Secondhand-Plattenladen in Gießen hat sogar noch mehr hergegeben, nämlich auch Bilder für die Hessenschau. Solche Fundstücke bündeln par excellence, was die Hessen Unit an Mehrwert bieten will: regionale Besonderheiten, die je nach Ausspielweg unterschiedlich wirken, die Emotionen wecken, nicht nur beim Stammpublikum, sondern auch bei neuen Zielgruppen, die nicht mehr linear unterwegs sind.

Darmstadt und Fulda folgen

Nun werden in Gießen die Workflows verfeinert und die Schichtmodelle angepasst, auch um online länger präsent zu sein. Schulungen mit dem Smartphone, um den An-

forderungen an die Qualität von Bildern oder gar Bewegtbildern zu genügen, sind bereits vor der Umstellung gelaufen. Damit sind die Voraussetzungen geschaffen, damit ein klassischer Hörfunkjournalist auch für andere Sparten liefern kann. Das ist von einem wie Narloch, der seit bald 30 Jahren Radio macht und seit 18 Jahren für den hr arbeitet, lange nicht abverlangt worden – und schon gar nicht in dieser Dichte. Aber auch für ihn hat eine neue Phase begonnen, deren Notwendigkeit er nicht in Frage stellt. Auch für den gestandenen Hörfunkmann besteht kein Zweifel, dass dieser Paradigmenwechsel hin zur Crossmedialität zukunftsweisend und zukunftsichernd ist.

Die Kollegen im Darmstädter Regionalstudio holen sich in Gießen Inspiration, wie Südhessen noch konsequenter Teil der Hessen Unit werden könnte. In Fulda hat sich die AG zur crossmedialen Aufstellung des Studios Ende vorigen Jahres zusammengesetzt. Die Zeiten, in denen sich der hr exklusive Gebietsreporter hat leisten können, sind vorüber. Jetzt wird vernetzt, bis in die hintersten Winkel Hessens.

Andreas Lang

Aus drei mach eins

Der Programmbereich Hesseninformation und die crossmediale Sportredaktion sind die ersten beiden sichtbaren Strukturen im neuen Organigramm des Hessischen Rundfunks. Wie Intendant Manfred Krupp Mitte März mitteilte, wird die Strukturreform ab Sommer noch prägnanter und sichtbarer werden. Hörfunkdirektor Heinz Sommer, der Anfang August nach 25-jähriger Tätigkeit in den Ruhestand gehen will, wird in dieser Funktion nicht mehr ersetzt. Künftig soll es mit der

bisherigen Fernsehleiterin Gabriele Holzner (60) nur noch eine Programmdirektorin geben, die TV, Hörfunk und Multimedia verantworten soll. „Weniger Hierarchie, mehr Eigenverantwortung“, bringt der Intendant den Paradigmenwechsel auf den Punkt. Die Betriebsdirektion soll erhalten bleiben, das Justizariat direkt an die Intendanz angedockt werden.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollen mit Infoveranstaltungen und Workshops weiter in den crossmedialen Change-Prozess eingebunden werden. (ala)

Den Opfern eine Stimme geben

Wie der „Hanauer Anzeiger“ die Berichterstattung zum rechtsextremistischen Anschlag erlebt und gestaltet hat

Fünf Wochen nach dem Anschlag in Hanau, bei dem ein 43-jähriger Mann zehn Menschen tötete, ist das Brüder-Grimm-Denkmal vor dem Rathaus der Stadt noch immer von Kerzen und Blumen umsäumt. Das Denkmal der in Hanau geborenen Brüder Jacob und Wilhelm Grimm, das für die Kraft der Sprache und die Freiheit des Geistes steht, ist zu einem Mahnmal gegen Gewalt und für das Zusammenstehen in der Gesellschaft geworden.

Der 19. Februar 2020, an dem mitten in der hessischen 100.000-Einwohnerstadt der offenbar von rechtsextremem Gedankengut geleitete psychisch kranke Tobis R. am späten Abend neun Menschen mit ausländischen Wurzeln ermordete, bevor er seine Mutter und sich selbst tötete, hat sich tief ins Bewusstsein der Menschen eingegraben. Er rückte die Goldschmiede- und Brüder-Grimm-Stadt in eine Reihe mit Städten wie Halle, Kassel oder Christchurch.

Auch in unserer Zeitung, dem HANAUER ANZEIGER, kehrte dieser Tag das Unterste nach oben. Am Freitag, 21. Februar, erschienen wir mit einem Titelblatt, das ganzseitig eine brennende Kerze vor schwarzem Hintergrund zeigte. Über der Flamme stand das Datum 19.2.2020. Nie sprachen wir so viel miteinander wie in den Tagen nach dem Anschlag, teilten unsere Fassungslosigkeit und Ratlosigkeit miteinander – und mussten doch Planung und Struktur aufrechterhalten, um unsere Leser zu informieren. Dabei hatten einige Kollegen aus dem Ausland überhaupt erst erfahren, was passiert war. Während eine Handvoll Kollegen bereits in der Nacht an den Tatorten unterwegs war und versuchte, sich ein erstes Bild zu machen, wurden viele, die davon nichts mitbekommen hatten, am frühen Morgen beim Blick aufs Handy aufgeschreckt. Aus Mallorca, Australien und Südamerika fragten sie via Whatsapp nach, welche Katastrophe sich in Hanau ereignet hatte.

Dieses globale Interesse an der Stadt, die in Shanghai, New York oder Windhuk sonst kaum wahrgenommen wird, begleitete uns tagelang. Immer wieder mussten wir unsere Arbeit unterbrechen, weil Kollegen aus der ganzen Welt anriefen und um Einordnung der Geschehnisse baten. Die Korrespondentin der norwegischen Zeitung „Klassekampen“ meldete sich telefonisch aus Kairo und wollte wissen, was „Hanoi“ für eine Stadt sei, wo diese genau liege und ob man dort schon länger Probleme mit Rechtsextremismus gehabt habe. Von einer Minute auf die andere waren die jahrzehntelangen Bemühungen von Stadtpolitik und -gesellschaft um ein friedvolles Miteinander der aus über 120 Nationen stammenden Menschen wie weggeffegt.

Zwei Tage nach dem Anschlag fanden wir uns selbst im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit ausländischer Medien wieder: Das Schweizer Fernsehen fragte an, ob es uns für seine Berichterstattung durch den Tag begleiten dürfe. An diesem Tag begann unsere Morgenkonferenz vor laufender Kamera. Und als wir später eine Andacht in einer Moschee in der Innenstadt besuchten, verabredeten wir uns auch dort wieder mit den Kollegen des Schweizer Teams. An diesem Tag drängten sich in der Moschee, die sonst nur Männern

und gläubigen Muslimen offensteht, neben Hunderten von Trauernden auch Vertreter zahlreicher Teams von Medien aus aller Welt – auch Frauen.

So angenehm, sachlich und unaufgeregt die Zusammenarbeit mit den Schweizer Kollegen war, so sehr erschwerte uns die ungewollte Internationalität an anderer Stelle die Arbeit: Dutzende von Teams von BBC, dem türkischen oder holländischen Fernsehen oder Al Jazeera bauten sich an den Tatorten auf, umringten Politiker wie Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier oder Hessens Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir, die an den Tagen nach der Tat zu Gedenkfeiern oder Gesprächen nach Hanau kamen. Das machte das Durchdringen zu den Bundespolitikern noch schwerer.

Legendär wurde in dieser Situation der per Videofilm festgehaltene Auftritt einer HA-Kollegin. Sie war mit dem Aufnahmegerät in die Innenstadt gefahren, wo Innenminister Horst Seehofer sein Kommen angekündigt hatte. Nachdem Seehofer minutenlang von einer Kollegin aus der Schweiz interviewt worden war, drängte sich die HA-Kollegin nach vorn: „Herr Seehofer, WIR sind die örtliche Tageszeitung, der HANAUER ANZEIGER!“, rief sie. Seehofer hielt inne, wandte sich der Kollegin zu und beantwortete ihre Fragen.



Am Tag danach: Medienrummel in Hanau. Foto: Axel Häsler

Immer wieder saßen wir in Konferenzen zusammen und berieten über die angemessene Form und den Umfang der Berichterstattung. War es etwa legitim, sich in der Nachbarschaft des Täters umzuhören? Sollten wir die Opfer namentlich nennen, nachdem deren Namen in Facebook kursierten und an eine Hauswand in der Innenstadt gesprüht waren? Wir entschieden uns dafür, die Nachbarn des Täters zu befragen, aber dagegen, etwas darüber zu schreiben. Wir versuchten Opfern eine Stimme zu geben und erlebten neben den selbst gesetzten Grenzen von Pietät und Anstand die Zurückhaltung der Opferfamilien. Wir begleiteten Hanaus Oberbürgermeister Claus Kaminsky, der – von den Geschehnissen gezeichnet – Haltung bewahrte und Haltung zeigte.



Sprachlosigkeit in Worte fassen: Spitzenpolitiker aus Bund, Land und Stadt stehen Rede und Antwort.
Foto: Axel Häslner

Was wir auch erlebten, waren Zusammenrücken, Solidarität und Zusammenhalt. Tausende Bürger nahmen an den Gedenkveranstaltungen teil, die von der Stadt eingesetzten ehrenamtlichen Opferbeauftragten standen rund um die Uhr als Ansprechpartner zur Verfügung. Uns erreichten unzählige Leserbriefe, in denen der feste Wille bekundet wurde,

über die Geschehnisse hinaus langfristig für die Gemeinschaft arbeiten zu wollen.

Unsere Berichterstattung, die sich wochenlang dem Anschlag des 19. Februar widmete, wird inzwischen vom Coronavirus bestimmt. Geblieben ist das Nachdenken darüber, wie das Zu-

sammenleben von Menschen mit und ohne Migrationshintergrund weiter gestärkt werden kann und welchen Beitrag wir dazu leisten können. Ins kollektive Gedächtnis hat sich das Datum eingebrannt wie eine Narbe, die weiter mahnen wird.

Jutta Degen-Peters

„Bitter, aber lehrreich“

Zwei hessische Onlinemedien akzeptieren Abmahnung

Am Ende war ihnen das finanzielle Risiko zu groß: Die beiden von einem Energieversorger abgemahnten hessischen Onlinemedien (wir berichteten in Ausgabe 3/19) gingen einem Rechtsstreit aus dem Weg und bezahlten jeweils die Abmahngebühren in Höhe von 1.242,84 Euro.

Der Energieversorger sah einen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht, da der Inhalt der veröffentlichten Pressemitteilung Vorzüge eines Konkurrenten zu werblich hervorhebe und nicht als Anzeige gekennzeichnet war. Es fehle jegliche kritische Distanz. Faktisch handele es sich um eine Werbeanzeige, die als redaktioneller Beitrag getarnt sei. Dem Konkurrenzunternehmen wurde ein Siegel verliehen, worüber die Pressemitteilung informierte. Tatsächlich gab es Argumente, die die Gründe der Abmahnung untermauern und solche, die dagegen sprechen. Zu diesem Ent-

schluss kam auch der hinzugezogene Rechtsbeistand, das Schreiben liegt der Redaktion vor.

Bei dem mündlichen Güetermin Ende Oktober letzten Jahres machte die zuständige Richterin klar, dass sie der Argumentation des Energieversorgers folgt und daher für die abgemahnten Medien kaum Chancen bestünden, einen Rechtsstreit zu gewinnen. Kurioses Detail: Die Richterin verwechselte einen Landkreis mit einem Energieversorger und erkannte bis zum Schluss nicht den korrekten Absender der Pressemitteilung. Einer der beiden Herausgeber machte immer wieder auf den Fehler aufmerksam und legte sogar eine entsprechende eidesstattliche Versicherung des Pressesprechers vor, der die Mitteilung geschrieben und verschickt hatte. Keine Chance. Fassungslos schildert der Herausgeber die als zermürbend empfundene Situation.

Im Falle einer Niederlage hätten die Herausgeber vor das Oberlandesgericht ziehen müssen. Den zeitlichen und finanziellen Aufwand bei ungewissem Ausgang wollten beide nicht auf sich nehmen. „Das war eine bittere, aber lehrreiche Erfahrung“, sagt einer der beiden. Er achtet nun sorgfältig darauf, Pressemitteilungen ordentlich zu kennzeichnen. Der Energieversorger sei als abmahnfreudig und klagewillig bekannt, wenn in seinen Augen zu positiv in Form von veröffentlichten Pressemitteilungen über seine Konkurrenten berichtet wird, weiß der Herausgeber darüber hinaus zu berichten.

Wie bei jedem Inhalt muss auch bei veröffentlichten Pressemitteilungen die Grenze zwischen redaktioneller Berichterstattung und Werbung gewahrt bleiben. Wo diese genau verläuft, hängt oft vom Einzelfall ab. **Jens Brehl**

Zahlen in Worte fassen

Wirtschaftsjournalistin Ryhane Karbalaii pendelt zwischen Iran, Italien und Nordhessen - Dolmetscherin zwischen Kulturen

Dr. Ryhane (Mahya) Karbalaii ist seit 2016 Mitglied in DJV Hessen. Die promovierte Mathematikerin arbeitet heute als freie Journalistin in Deutschland, Italien und im Iran. Seit Jahren zieht es sie immer wieder auch nach Kassel, Augsburg, Düsseldorf und Frankfurt. Carsten Gohlke hat die quirlige 34-Jährige in einem kleinen Cafe in Bad Wilhelmshöhe in Kassel getroffen und wollte zunächst von ihr erfahren, was sie überhaupt nach Nordhessen gezogen hat.

Eigentlich war es zunächst die Neugierde. Meine Schwester ist Künstlerin, Malerin in Teheran, und sie hat mir von der Documenta vorgeschwärmt. Ein Freund meiner Familie hat damals in Kassel gearbeitet. So habe ich ihn, das Weltkulturerbe „Bergpark Bad Wilhelmshöhe“ und eben auch die Documenta besucht. Ich habe dann begonnen, eine kleine Interviewserie über diese Region zu schreiben. Dabei habe ich auch festgestellt, dass es sehr viele Menschen gibt, die mehr Informationen aus dem Iran und auch über den Iran aus erster Hand wünschen. In der Folge habe ich eine enge Verbindung zur IHK in Kassel, der Universität und auch zu mehreren Unternehmen in der Region aufgebaut. Es folgten Zeitungsartikel in meiner Heimat über Nordhessen und über die Menschen an Weser, Fulda und Werra.

Eigentlich bist Du Wirtschaftsmathematikerin, deine Ambitionen lagen zunächst in der Welt der Zahlen und Analysen. Was hat dich schließlich zum Journalismus gebracht?

Als ich 2008 nach Italien zog, um meine Promotion in Mathematik zu beginnen, war ich eine eindimensionale, junge und begeisterte Wissenschaftlerin, für die fast nichts außerhalb der Mathe-Welt existierte. Nach meiner Promotion an der Uni in Triest und einem weiteren Jahr als Post-Doc verließ ich Italien im Jahr 2015 als eine ganz andere Person. In meinem Jahr als Post-Doc habe ich viel Zeit mit freiwilliger Sozialarbeit in

Rumänien und Afrika verbracht. Ich habe Ärzte und Zahnärzte in ihrem humanitären Dienst an den Ärmsten der Armen unterstützt. In dieser Zeit reifte in mir der Entschluss, keine Lehrtätigkeit in der Akademie anzunehmen. Diese hatte für mich zu wenige Herausforderungen aus dem „echten“ Leben. Ich wusste einfach, dass ich viel reisen wollte und nicht länger als ein paar Monate an einem Ort bleiben möchte. Meine Idee war, bei einer humanitären Organisation anzuhauern.

Und bist aber zunächst doch in der Welt der Zahlen geblieben?

2015 bin ich zu meiner Familie in Teheran zurückgekehrt. Bereits nach wenigen Tagen fragte mich die Middle East Bank in Teheran an, ob ich als Wirtschaftsanalytikerin für den Vorstandsvorsitzenden arbeiten wollte.

Diese Arbeit brachte mich in Kontakt mit dem Chefredakteur einer großen iranischen Wirtschaftszeitung. Anfangs schrieb ich wie ein Wissenschaftler, weniger wie ein Journalist. Ich war fasziniert vom Schreiben, weil ich ja nun komplexe wirtschaftliche Zusammenhänge klar formulieren und andern vermitteln konnte. Zur Vertiefung habe ich mich für einen Journalistenkurs an der London School of Journalism entschieden.

Auch das Umfeld hat deine Entwicklung beeinflusst, denn der Iran stand ja wieder einmal im Fokus des weltweiten Interesses.

Es war die Zeit, in der Iran das Atomabkommen mit den 5 + 1-Ländern mit all seinen Chancen abgeschlossen hatte. Dank meiner Verbindungen zu deut-



Wirtschaft und Mathematik journalistisch erklären: Dieser anspruchsvollen Aufgabe widmet sich Ryhane Karbalaii. Foto: Carsten Gohlke

schen und italienischen Unternehmen begann ich, Top-Manager in Europa zu interviewen und für „Donyay-e-Eqtesad“ zu schreiben, die führende Wirtschaftszeitung im Iran, die mir eine wöchentlich erscheinende Kolumne einrichtete.

Im November 2015 habe ich meinen wöchentlichen Online-Newsletter „Iran Economy in Brief“ eingerichtet. Mein Hauptpublikum sind Unternehmen und Institutionen, die Interesse an einer Zusammenarbeit mit Iran haben. Sechs Monate später habe ich dem Newsletter eine Farsi-Version hinzugefügt, in der ich über Wirtschaftsentwicklungen und allgemeine Nachrichten außerhalb des Iran berichte.

Der Zugang zu iranischen Statistiken ist sehr schwierig, nicht nur, weil sie im Internet nicht leicht zu finden sind, sondern auch wegen der Sprachbarrieren. Oft werden Informationen nicht aktualisiert, man muss daher zuverlässige Verbindungen zu Quellen haben, um damit arbeiten zu können. Zahlen sind hauptsächlich roh und nicht aufgearbeitet, und benötigen eine Interpretation durch Analyse und Quervergleich. Dieses Hindernis konnte ich für ausländische Zei-

tungen überwinden. Daraus ergab sich die Zusammenarbeit mit verschiedenen Zeitungen in Deutschland und Italien wie dem Handelsblatt, FAZ, L'Espresso, Il Corriere della Sera und anderen.

Du bist jetzt seit gut vier Jahren so etwas wie eine Wanderin zwischen zwei Welten, die nach Auffassung vieler Menschen in Europa unterschiedlicher nicht sein könnten. Du selbst entdeckst hingegen mehr Gemeinsames als Unterschiede.

Ich sehe meine Aufgabe heute darin, diese zwei Welten, die durch politische Willkür getrennt sind, zusammenzubringen. Die Menschen auf beiden Seiten bekunden schon lange und unermüdet den Wunsch nach normalen persönlichen und wirtschaftlichen Kontakten, so wie in der Vergangenheit.

Wo stößt du an deine Grenzen?

Oft muss ich gegen vorgefasste Meinungen und Vorstellungen in den Redaktionen in Europa antreten. Dann muss ich Überzeugungsarbeit leisten und Mauern in den Köpfen einreißen. Das ist oft sehr schwer und langwierig. Manchmal vermisste ich da den offenen Blick, den Journalisten eigentlich haben sollten.

Oftmals sind es aber auch ganz simple Probleme, die mir meine Arbeit über die Grenzen hinweg erschweren. Ich benötige Visa, um nach Europa reisen zu können. Diese zu erhalten ist stets mit dem Risiko behaftet, keine Reiseerlaubnis zu bekommen. Iranischen Staatsbürgern verwehren europäische Banken zum Beispiel auch die Eröffnung eines Bankkontos. Deutsche Unternehmen dürfen umgekehrt kein Geld in den Iran überweisen. Wenn ich für meine journalistische Arbeit von deutschen Verlagen bezahlt werden will, dann brauche ich ein Konto in Deutschland. Keine leichte Aufgabe und nur mit guten Freunden realisierbar.

Aktuell bist du auch in Sachen Agrarwirtschaft und Produkte unterwegs, hast in Nürnberg die „BIOFACH“, die Weltleitmesse für Bio-Produkte, besucht. Der Iran ist ja ein Agrarland und berühmt für seine Tomaten, seinen Safran sowie sein vielfältiges Obst.

Ein sehr weites Feld für interessierte Journalisten, besonders auch aus dem Iran. Für viele hochwertige landwirtschaftliche Produkte wie Safran, Berberitzen oder Rosenblüten, um nur einige zu nennen,

gehört der Iran sowohl qualitativ als auch quantitativ zu den weltweit führenden Produzenten. Viele deutsche Importeure sind daran interessiert, eine direkte Verbindung zu diesen Herstellern aufzubauen und nicht über Zwischenhändler kaufen zu müssen, was die Nachverfolgbarkeit der Quellen unmöglich macht. Gerade im Werra-Meißner-Kreis bauen viele Produzenten biologisch an und würden ihr Sortiment gern erweitern. Hierfür sind vertrauenswürdige Informationen über produzierende Unternehmen und ihre Arbeitsweise, aber auch über Trends auf den europäischen Märkten wichtig.

Inzwischen ist Dr. Mahya Karballai wieder nach Teheran zurück geflogen. Dort will sie Kontakte knüpfen, zwischen iranischen Erzeugern von Bioprodukten und Spezialitäten, wie Safran und Trockenfrüchte, um dem einen oder anderen Produzenten auch Wege in den europäischen Markt aufzeigen zu können. Und sie wird natürlich auch wieder darüber berichten, wie sie die Menschen, das Leben, die Agrarproduktion und die Wirtschaft in Nordhessen erlebt hat.

Das Gespräch führte Carsten Gohlke.

Der Äther füllt sich

16 neue nationale Radioprogramme des Konsortiums

Antenne Deutschland sollen ab Sommer auch in Hessen zu empfangen sein

Das digital-terrestrische Radio DAB+ brachte schon in der Vergangenheit viele neue Radioprogramme über Antenne in den hessischen Äther. Je nach Lage sind zwischen 35 und 70 Hörfunkprogramme zu empfangen. Diese Vielfalt soll nun nochmal steigen. Voraussichtlich zur IFA startet das Konsortium Antenne Deutschland bis zu 16 neue nationale Radioprogramme.

Auch Hessen wird von der neuen Vielfalt profitieren: Über die Sendeanlagen Großer Feldberg, Frankfurt, Mainz-Kastel (Wiesbaden), Gießen (Dünsberg) und Fulda sowie einstrahlende Anlagen auf dem Großen Inselsberg (Thürin-

gen) und Heidelberg-Königsstuhl (Baden-Württemberg) wird ein Großteil der Einwohner die neuen Programme mit einem handelsüblichen Digitalradio, das es ab 25 Euro im Handel gibt, hören können.

Das Konsortium Antenne Deutschland, ein Zusammenschluss des Programm-anbieters Absolut Radio mit dem Netzbetreiber Media Broadcast, plant den Start der neuen Radioplattform zur IFA 2020 (4. bis 9. September) in Berlin. Einen Teil der Übertragungskapazitäten will Antenne Deutschland für eigene Programme nutzen. Um den Rest soll sich ein separates Unternehmen kümmern.

„Unsere neue Plattform spielt eine entscheidende Rolle für die rasante Weiterentwicklung des deutschen Radiomarktes“, sagen Willi Schreiner und Arnold Stender, die beiden Geschäftsführer der Antenne Deutschland. „Mehr bundesweit empfangbare, attraktive Programme und neue Formate werden mehr Hörer finden und mehr Hörer werden auch das DAB+ Angebot für Werbetreibende noch attraktiver machen. In den kommenden Wochen und Monaten erhalten Radiomacher und Content-Anbieter die einmalige und eben auch letzte Chance, mit bundesweiten Programmen in den deutschen Radiomarkt einzutreten und nachhaltig von den

Veränderungen im Hörer- und Werbemarkt zu profitieren.“

Antenne Deutschland hat Anfang März als Plattformbetreiberin mit der Marktplatzierung der freien Programmkapazitäten die National German Radio GmbH, so der Name des neuen Unternehmens, beauftragt. Diese hat am 2. März eine internationale Interessenbekundung für noch freie Programmplätze gestartet.

Interessierte Unternehmen können sich ab sofort auf der Website <https://national-german-radio.com/> registrieren und ihre Teilnahme am Interessenbekundungsverfahren verbindlich erklären. Die Belegungsentscheidung wird durch

Antenne Deutschland bis Ende Juni 2020 fallen. Dann weiß man, welche neuen Radioprogramme unter anderem Hessen beglücken werden.

Zuvor konnte ein Rechtsstreit beigelegt werden. Schon im Jahr 2017 hatte die federführende Sächsische Landesmedienanstalt (SLM) der Antenne Deutschland GmbH drahtlose Übertragungskapazitäten für die bundesweite terrestrische Verbreitung privater Hörfunkangebote im technischen Standard DAB+ (Multiplex) auf der Grundlage einer Entscheidung der Gremienvorsitzendenkonferenz der Landesmedienanstalten zugewiesen. Gleichzeitig lehnte sie den um diese Kapazitäten konkurrierenden Antrag der DABP GmbH, einem Konsortium um den Investor und ehemaligen Rennfahrer Steffen



BU: Das Konsortium Antenne Deutschland kündigt 16 weitere Hörfunkprogramme über DAB+ an.

Göpel, ab. Gegen diese Zuweisungsentscheidung erhob die DABP im Dezember 2017 Klage beim Verwaltungsgericht Leipzig. Das Gericht gab der Klage der DABP mit Urteil vom Mai 2019 teilweise statt. Die SLM

legte daraufhin im September 2019 Sprungrevision zum Bundesverwaltungsgericht ein, die aufgrund übereinstimmender Anträge der Parteien zugelassen worden war.

Die erreichte außergerichtliche Lösung beendet eine der bedeutendsten Rechtsstreitigkeiten der deutschen Medienlandschaft der jüngeren Geschichte.

Michael Fuhr

Unpräzise und unkompliziert

Werner d'Inka geht nach vier Jahrzehnten bei der FAZ in Ruhestand - Träger des Hessischen Journalistenpreises

Abgang einer Instanz: Werner d'Inka scheidet in diesen Tagen auf eigenen Wunsch aus dem Quartett der Herausgeber der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ) aus und wird von Carsten Knop, seit 2018 Chefredakteur für die digitalen Produkte, abgelöst. D'Inka geht nach vier Jahrzehnten der stilbildenden und Maßstäbe setzenden Mitarbeit in den Ruhestand, die letzten eineinhalb davon als Quasi-Chefredakteur der regionalen „Rhein-Main-Zeitung“.

Als solcher hat er die FAZ in der Region verkörpert, war geschätzter und sympathischer Repräsentant und Gesprächspartner. Der gebürtige Freiburger ist Anfang

der 80er Jahre an den Main gekommen, hat für die FAZ geschrieben, deren Ausflug ins private Fernsehen ein Gesicht gegeben und ist Anfang der 90er Jahre als Chef vom Dienst wieder ins angestammte Printgeschäft zurückgekehrt. 2005 ist er Dieter Eckart ins Herausbergremium gefolgt. Seinen 65. Geburtstag und den 70. der FAZ im November vorigen Jahres (wir berichteten im „Blickpunkt“) hat d'Inka zum Anlass zur Zäsur genommen – auch wenn sich der Profi das beim Gespräch mit der Redaktion zu diesem Anlass nicht hatte anmerken lassen. Da hatte der Autor vielmehr noch darüber räsoniert, welche Geschichten er bislang noch nicht hatte schreiben

können – was im Medienhaus in der Hellerhofstraße nach wie vor zur Agenda eines Herausgebers zählt. Sein Blatt wird diese auch aus der Feder eines künftig freien Journalisten gerne abnehmen.

Das gepflegte Gespräch zu führen und hernach zu verschriftlichen oder zu senden, ist d'Inkas Leidenschaft geblieben. Auf rhein-main.tv ist er zusammen mit dem pensionierten FAZ-Ressortleiter Peter Lückemeier regelmäßig Gastgeber des Interviewformats „Drei kluge Köpfe“ mit jeweils einem prominenten Gast aus dem Bundesland. Als Vorsitzender des Frankfurter Presse-Clubs führt er Medien und gesellschaft-

lich relevante Akteure zusammen. Neben seinem feinen journalistischen Stil zählen das Vernetzen und Repräsentieren zu den Stärken, die er sichtlich gerne auslebt. Geduld, Empathie und eine vornehme Noblesse fallen dem Gesprächspartner im persönlichen Umgang mit dem undogmatischen Konservativen rasch auf. D'Inka weiß Menschen im positiven Sinne für sich einzunehmen, Gemeinsamkeiten herauszuarbeiten und Begabungen zu fördern.

Solche Tugenden, seine Weltoffenheit und sein perspektivisches Denken führten auch dazu, dass er rechtzeitig vor seinem selbstgewählten und selbst-

bestimmten Karriereende mit dem Hessischen Journalistenpreis des DJV Hessen und der Sparda-Bank Hessen ausgezeichnet worden ist.

Werner d'Inka gehörte zur Sorte unpräventioser Chefredakteur, die an der Seite oder nötigenfalls hinter ihrer Mannschaft standen und nicht über ihr. Auch deshalb ist das Verhältnis zur Journalisten-Gewerkschaft ein unkompliziertes und ungetrübtes geblieben. Und dürfte es auch im Ruhestand des FAZ-Granden bleiben.



Ausdrucksstark: Werner d'Inka in seinem Büro, das er dieser Tage räumt.

Foto: Andreas Lang

Andreas Lang

Engels Geduld

Vor einem Jahr ist Alice Engel vom Hessischen Rundfunk ins hessische Sozialministerium gewechselt – Chefin von sechs Mitarbeiterinnen in der Pressestelle

Langweilig wird es Alice Engel jedenfalls nicht. Als sie vor gut einem Jahr vom Hessischen Rundfunk ins hessische Ministerium für Soziales und Integration wechselte, kam die Pressesprecherin des neuen Ministers Kai Klose (Grüne) aus dem Stand mit zwei toxischen Elementen in Berührung: den Studien zu den Missbrauchsfällen in der Odenwaldschule, eine Hypothek, die das Team aus der vorangegangenen Legislaturperiode übernommen hat; und keine vier Wochen später den von Günther Wallraff plakativ aufgedeckten Missständen in der Psychiatrie des Klinikums in Frankfurt-Höchst.

Zum ersten Jahrestag wird das Ministerium wieder von einer Entwicklung in Beschlag genommen, die ein enormes Medienecho auslöst und die Kräfte im Haus, das neben sozialen Fragen auch für Integration, Asyl, Familie, Arbeit und Gesundheit zuständig ist, seit Wochen bündelt: der Ausbruch des Coronavirus; beginnend mit der Rückholung der deutschen Staatsbürger aus der chine-

sischen Provinz Hubei zunächst nach Frankfurt und aktuell mit dem wuchtigen Ausbruch der Erkältungskrankheit und den massiven Einschränkungen im öffentlichen Leben.

Überraschende Offerte

Auch auf dem Höhepunkt dieses Hypes hat Alice Engel die Ruhe weg. Zwar muss sie eben noch schnell eine Pressemitteilung fertig formulieren, aber dann widmet sie sich unbeeindruckt und konzentriert dem Gesprächspartner. Sie kann sich fokussieren, Fragen präzise beantworten, Erwartungshaltungen antizipieren. Das ist einerseits ihr Job, andererseits kommt sie aus der Branche, hat beim hr 22 Jahre lang zunächst journalistisch gearbeitet und getickt und zuletzt Marketingkonzepte für hr-iNFO entwickelt. Sie weiß, was Journalisten brauchen und wie sie Botschaften an den Mann beziehungsweise die Frau bringen kann. So versteht sie ihren Job als Pressesprecherin: Botschaften unmiss-

verständlich platzieren, die Expertise des Hauses anbieten, formulieren und platzieren. „Weder gibt es etwas zu verheimlichen noch ist das meine Mission“, verschreibt sie sich der Transparenz. So wie sie es früher auf der anderen Seite des Konferenzraums auch erwartet und eingefordert hat.

Völlig überraschend hat sich für Engel die Perspektive ergeben, die Seite zu wechseln. Minister Kai Klose war auf sie aufmerksam geworden, nachdem sie ihn gelegentlich interviewt oder zu Gast auf einem der von ihr moderierten Foren (etwa dem hessischen Unternehmerintertag) hatte. Weniger als eine Woche hatte sie Bedenkzeit, seine Offerte anzunehmen. Ein Parteibuch brauchte sie dafür nicht, die gegenseitige Sympathie reichte aus. Engel, teils alleinerziehende Mutter eines damals sieben Jahre alten Kindes, musste sich fragen: Gebe ich eine sichere Position für eine neue und zeitlich zunächst auf vier Jahre befristete Herausforderung auf? Kann ich meine journalistische Unabhängigkeit und Frei-

heit zügeln zugunsten einer Sprachrohrfunktion? Kann ich und will ich Politik machen? Und komme ich mit diesem Chef klar, an den so hohe Erwartungen gestellt werden und den ich persönlich noch so gar nicht einschätzen kann?

Sie hat all diese Fragen mit Ja beantwortet. Und sie hat es bislang nicht bereut. Auch wenn Vieles anders gekommen ist als sie es sich vorgestellt hat. Wenn sie bei null anfangen musste, das buchstäblich leerräumte Büro vorfand und von Entwicklungen und Erwartungen überrollt wurde. Diese Konfrontation mit dem Unbekannten machte umgekehrt gerade den Reiz aus, setzte Energie und Kreativität frei.

Und so fuchste sich Alice Engel ein in die neue Aufgabe, baute ein harmonisches Verhältnis zum neuen Chef und zur etablierten Ministerialbürokratie auf, wurde ihrerseits Chefin von sechs Mitarbeiterinnen in der Pressestelle des Ministeriums, machte sich mit administrativen Abläufen vertraut. Wenn ihre ansteckende Fröhlichkeit und natürliche Offenheit von der exekutiven Wirklichkeit ausgebremst worden sein sollten, lässt sich Alice Engel das zumindest nicht anmerken. Im Gegenteil: Mit Defiziten und Wissenslücken, die einem Neuling zugestanden werden, geht sie offensiv um, räumt ein, dass sie noch eine Menge lernen und sich erarbeiten muss.

Und sieht diesen natürlichen Aufholbedarf völlig uneitel als Chance und Privileg, nicht als Handicap. Was Engel zwar nicht die Anspannung genommen hat, als sie gleich in die Vollen gehen und früheren Kollegen zu heiklen Themen Rede und Antwort stehen musste. Aber auch an diesen Herausforderungen ist sie gewachsen.

Nichts mehr in 1:30

Keine Probleme hat sie damit, dass sie Politik nun nicht mehr kommentiert, sondern verkauft, das Wording vorgibt und nicht mehr hinterfragt. „Ich kann mich auch zurücknehmen“, gibt sie sich zurückhaltend. Herausfordernder seien vielmehr die Abstimmungsprozesse gewesen, bis solche Sprachregelungen im kompletten Haus durchgewunken seien. „Schnelle Postings

oder Aufsagen in 1:30 gehen hier nicht. Es kann dauern, bis die Schleifen in allen relevanten Abteilungen gedreht sind“, umschreibt Engel ihre Geduldssproben routiniert-charmant. Dass solche Prozesse Teil ihres neuen Jobs sind, hat sie mittlerweile verinnerlicht. Eigene Befindlichkeiten könne sie mittlerweile zurückstellen.

Das hat sie positiv auch auf dem Jungjournalistentag des DJV Hessen Mitte November in Frankfurt erfahren, wo der interessierte Nachwuchs ihr aufmerksam zuhörte. Gerade auch bei ihrer Einschätzung zur immer wiederkehrenden Grundsatzdebatte, ob interessengeleitete PR-Arbeit gleichwertig ist mit unab-



Schlagfertige Frohnatur: Alice Engel, hier mit Ingo Zamperoni auf dem Podium zum Jungjournalistentag des DJV Hessen. Foto: ala

„Ich bin dankbar, mit Mitte 40 die Chancen bekommen zu haben, beruflich die Seiten zu wechseln“, bilanziert Engel in der ihr eigenen Unverstelltheit. „Und es war gut, dass ich vorher nicht wusste, was da alles auf mich zukommt. Inklusive Scheinwerferlicht, inklusive Führungsverantwortung für einen Mitarbeiterstab, inklusive Garderobenwechsel, weil casual im Ministerium allenfalls noch sporadisch geht. Engel ist eben Teil der Ministeriumsspitze, ihr Wort hat Gewicht.

hängiger Berichterstattung.

Und wenn es die Grünen in der nächsten Legislaturperiode nicht erneut in die Regierung schaffen? Dann bleibt Alice Engel, die in der arg knapp gewordenen Freizeit leidenschaftlich gerne Salsa tanzt, aufgeschlossen für die nächste berufliche Herausforderung. Dass sie beim Sprung ins kalte Wasser nicht untergeht, hat sie in Wiesbaden ja hinlänglich bewiesen.

Andreas Lang

„Recherche bedeutet, keinen O-Tönen auf den Leim zu gehen“

VRM-Chefredakteur Friedrich Roeingh über die Überlegungen, die zur Ausschreibung des Gutenberg-Recherchepreises für Jungjournalisten geführt haben

Die Verlagsgruppe Rhein-Main (VRM) schreibt zum ersten Mal den Gutenberg-Recherchepreis für Jungjournalisten aus. Zielsetzung ist es, den regionalen Qualitätsjournalismus zu stärken. Bis 15. Mai können Autorinnen und Autoren unter 35 Jahren Artikel und Dossiers einreichen, die in Lokal-, Regionalzeitungen und regionalen Onlinemedien erscheinen. Sie sollen sich durch „exzellente Recherchearbeit“ auszeichnen und zwischen dem 1. Mai 2019 und 30. April 2020 publiziert worden sein. Dotiert ist der Gutenberg-Recherchepreis mit insgesamt 15.000 Euro für drei Preisträger. Verliehen werden soll er im Herbst in Mainz.

Über den Preis, den die VRM zusammen mit der Lingen-Stiftung ausschreibt, die Qualität der Recherche im Verbreitungsgebiet und Nachwuchsrekrutierung bei der VRM haben wir mit Friedrich Roeingh, Mit-Initiator und Chefredakteur der Allgemeinen Zeitung (Mainz), gesprochen.

Herr Roeingh, inwieweit hebt sich der Gutenberg-Recherchepreis von bereits existierenden Auszeichnungen ab?

Im Zentrum unseres Preises steht nicht die Reportage, nicht die originelle Idee, nicht die beeindruckende Serie, nicht die brillante Schreibe. Im Zentrum unseres Preises steht die mühsame Recherche. Der Preis hebt sich zudem dadurch ab, als es uns



Werben um Nachwuchs: der Chefredakteur des Wiesbadener Kuriers, Stefan Schröder, im Dialog mit Teilnehmern des Jungjournalistentags des DJV Hessen. Foto: Axel Häslner

gezielt um die Förderung des journalistischen Nachwuchses geht. Und er hebt sich dadurch ab, dass wir uns an regionale und lokale Medien richten, in denen gründliche Recherche großgeschrieben wird. Wo die jungen Kollegen aber natürlich nicht die gleichen Arbeitsbedingungen vorfinden können wie etwa beim Spiegel, der FAZ oder der Süddeutschen, beim Handelsblatt oder der Zeit.

Wie ist der Preis geboren worden?

Die Kölner Lingen-Stiftung ist auf die VRM zugekommen. Der Gründer des Lingen-Verlages in Köln, Helmut Lingen, hatte über Jahrzehnte hinweg gemeinsam mit den Regionalzeitungen ein florierendes Geschäftsmodell für sogenannte Treueartikel aufgebaut. Daher hat sich seine Nachlass-Stiftung nicht nur

auf die Förderung von medizinischer Exzellenz, sondern auch auf die Journalismus-Förderung ausgerichtet. Von der VRM aus haben wir die Idee eingebracht, junge Journalisten zu fördern, die sich der Recherche verschreiben. Und natürlich stammt die Idee von uns, Gutenberg als Paten zu bemühen. Das passt – finden wir – auch ganz gut zu der Mediendisruption, die wir gerade erleben.

Die Stifter richten sich auch mahnend an die Verlage. Warum braucht es diese indirekte Schelte?

Es gibt keinen Grund zur Schelte und wir wollen auch nicht mahnen, sondern anspornen. Tatsache ist aber, dass alle regionalen Medienunternehmen und alle Redaktionen massiv damit beschäftigt sind, die richtigen Online-Strategien um-

zusetzen und die gedruckte Zeitung in gewohnter Qualität zu produzieren. Wir sind da alle mit einer sehr hohen Schlagzahl unterwegs. Den Raum für Recherchen, die nicht gleich morgen oder übermorgen zu einer Story führen, muss man sich da erkämpfen – übrigens nicht nur im schneller gewordenen Produktionsprozess, sondern auch im eigenen Kopf. Dafür wollen wir mit dem Preis einen Anstoß geben.

Welche Signale setzt die VRM im eigenen Verbreitungsgebiet, um dem Nachwuchs die schöne Recherche schmackhaft zu machen?

Sorry für die Korrektur, aber Recherche ist nie schön. Schön ist, Termine zu besuchen und aufzuschreiben, was einem dort gesagt worden ist. Diese Art von Ereignisberichterstattung gibt

es bei der VRM kaum noch. Zumindest kümmern sich darum nicht die Redakteure und Volontäre. Recherche bedeutet, tiefer einzudringen. Recherche bedeutet, keinen O-Tönen auf den Leim zu gehen. Recherche bedeutet, hinter die Verhältnisse zu schauen und auch Dinge zu recherchieren, die unsere Gegenüber so wahrhaftig nicht dargestellt haben möchten..

Dazu gehört natürlich auch die investigative Recherche. Die meiste Wirkung auf unseren Nachwuchs üben beispielhafte Recherchen aus, mit denen wir unsere Relevanz und unsere Unabhängigkeit beweisen. So wie der Wiesbadener Kurier gerade maßgeblich an der Aufdeckung der Vetternwirtschaft und des Selbstbedienungsskandals bei der Arbeiterwohlfrucht in Frankfurt und in Wiesbaden beteiligt war.

Ihr Kollege Stefan Schröder hat auf dem Jungjournalistentag des DJV Hessen im November das gewachsene cross- und multimediale Angebot der VRM vorgestellt. Müssen sich die klassischen Recherchewege an diese Dynamik anpassen? Oder wie vermitteln Sie umgekehrt Ihrem Nachwuchs, dass Gründ-

lichkeit unabhängig ist von Geschwindigkeit?

Indem wir beides lehren und beides üben. Auch crossmediales Arbeiten ist ja nicht nur von Geschwindigkeit geprägt. Unsere Volontäre haben gegen Ende ihrer Ausbildung einen Monat Zeit, crossmediales Storytelling zu erlernen und sich darin zu üben. Dabei entsteht in der Regel eine große „VRM-Story“. Da paaren sich crossmediales Arbeiten und Tiefenrecherche.

Stefan Schröder hat auch davon berichtet, dass Sie immer mehr Quereinsteiger mit Lebenserfahrung einstellen. Ist das hilfreich(er) für praxisnahe Recherchen?

Dabei geht es nicht um Praxisnähe, sondern um Milieunähe. Wir wollen junge Leute finden, die nicht alle den gleichen Erfahrungshorizont haben, die aus unterschiedlichen Milieus stammen. Das ist in allen Medienhäusern das dickste Brett: Nicht nur Volontäre zu finden, die aus liberalen, kosmopolitischen Akademikerhaushalten stammen.

Wie sehr goutieren die Leser der VRM-Gruppe gründliche Recherche? Wie machen Sie diese den Lesern gegenüber



Foto: Sascha Kopp

transparent?

Die Leser erwarten von unseren Medienmarken kritischen und unabhängigen Journalismus. Der geht nur mit Recherche. Insofern spielt gründliche Recherche auch in unser Paid-Content-Strategie eine zentrale Rolle. Meinungsjournalismus kann dagegen jeder. Die Meinungsschlacht im Netz erdrückt uns ja fast. Dafür wird in Zukunft niemand Geld bezahlen.

Müssen Sie im Verbreitungsgebiet objektive Berichterstattung aus gründlicher Recherche heraus (zunehmend) gegen den Vorwurf von Fake news verteidigen?

Nein, wenn wir Sachverhalte offenlegen und wir keine Fehler gemacht haben oder Missdeutungen aufgesessen sind, dann werden diese konkreten Recherchen nicht bestritten. Das wäre ja auch dämlich. Die Vokabel der Fake-News ist ja

im Gegenteil ein Generalangriff auf unabhängige Medien, der ihre Glaubwürdigkeit grundsätzlich in Frage stellen soll. Ich habe aber noch nicht erlebt, dass er gegen einzelne Rechercher-Ergebnisse ins Feld geführt wurde.

Constructive Journalism, Lesernähe, Servicegedanken – verlocken solche Ansätze nicht eher zu subjektiverer Berichterstattung?

Nein. Constructive Journalism ist zwar etwas anderes als investigative Recherche. Die eine Disziplin sucht die Faulstellen, die andere sucht konstruktive Lösungsansätze, die die Protagonisten vielleicht noch gar nicht im Blick haben. Beides setzt aber tiefe Recherche voraus. Konstruktiver Journalismus, der nicht Hand und Fuß hätte, würde uns eher schaden als nützen. Das gilt auch für Service-Journalismus. Service-Journalismus heißt ja nichts anderes, als dem Leser Recherche abzunehmen. Wer es anderen bequem machen will, hat damit selbst bekanntlich viel Arbeit.

**Die Fragen stellte
Andreas Lang**

Infos: www.gutenberg-recherchepreis.de

Julian Assange - (K)einer von uns?!

Journalist oder Whistleblower? Am Umgang mit dem Australier und seinen Haftgründen scheiden sich die Geister

Daniel Domscheit-Berg versteht die Welt nicht mehr, oder besser gesagt einen großen Teil der Medienwelt. Der ehemalige WikiLeaks-Mitarbeiter nimmt die Solidarität der Medien mit Julian Assange zur Kenntnis, wundert sich jedoch über die Debatte, ob dieser überhaupt ein Journalist sei.

Quer durch die Berichterstattung von FAZ bis Deutschlandfunk wird er oft

als „Whistleblower“ und damit als Informant bezeichnet. Ein Whistleblower ist per Definition meist ein Mitarbeiter, der interne Informationen nach außen gibt. Berühmtes Beispiel: Edward Snowden. Assange selbst war nie Whistleblower, sondern bereitete gemeinsam mit einem Redaktionsteam erhaltenes Informationsmaterial auf und publizierte es auf seiner eigenen Plattform. Manch

einer mag zudem vergessen haben, dass Assange einen australischen Presseausweis besaß. Ob er ihn aufgrund seines langjährigen Aufenthalts in der ecuadorianischen Botschaft verlängern konnte, ist unbekannt.

Zugegeben, Julian Assanges Rolle ist nicht leicht zu erfassen. Einerseits ist er ein Mensch mit einem schwierigen Cha-

rakter, andererseits sind die Grenzen seiner Tätigkeitsfelder fließend. Journalist, Hacker, Aktivist? Vor gut zehn Jahren war er jedenfalls auf dem besten Weg zu einer Art journalistischem Rockstar zu werden. Er veröffentlichte Material zu Steuerhinterziehung beim Bankhaus Julius Bär, wie auch Dokumente, die Einblicke in Amerikas fragwürdige Kriegsführung zuließen. Die Mächtigen der Welt fürchteten sich vor seiner Internetseite.

„Überhaupt infrage zu stellen, ob Julian Assange ein Journalist ist, erschließt sich mir nicht“, sagt Domscheit-Berg entschlossen. „Wir haben viel klassische journalistische Arbeit geleistet. Alle Publikationen auf WikiLeaks waren damals in Kontext eingebettet und sind es heute auch noch.“ Aufgrund seiner Mitarbeit bei WikiLeaks wurde Domscheit-Berg beim Deutsche Presse Verband aufgenommen, seitdem ist auch er im

Besitz eines Presseausweises. „Allerdings ist WikiLeaks damals nicht dem professionellen Standard gerecht geworden, den die Plattform hätte haben müssen. Deswegen bin ich auch ausgestiegen“, räumt er ein. WikiLeaks hat in vielerlei Hinsicht journalistisches Neuland betreten. Aufgrund der (globalen) Relevanz des veröffentlichten Materials war jeder noch so kleine handwerkliche Fehler potenziell folgenschwer. So haperte es beispielsweise am durchgängigen Informantenschutz. „Ich habe den Eindruck, WikiLeaks war zu dem Zeitpunkt bezüglich der großen Mengen an hochgeladenen Daten und der weltweiten Aufmerksamkeit schlicht über-

fordert“, sagt Christian Mihr, Geschäftsführer von Reporter ohne Grenzen.

„Man versucht sich vom Fallout dieser Fehler zu distanzieren“, erklärt sich Domscheit-Berg einen Teil der Weigerung, Assange als gleichwertigen Journalisten-Kollegen zu bezeichnen. Vor seinem Abgang bei WikiLeaks setzte er sich mit anderen Mitstreitern dafür ein, die Plattform in der Außenwahrnehmung von der Person Julian Assange zu trennen. Denn dadurch war das Projekt angreifbar, wie die Vergewaltigungsvorwürfe später schmerz-

entsprach nicht den journalistischen Kriterien wie sie in der Ausbildung von Journalisten in Deutschland vermittelt wird. Es fehlt das Einordnen und Bewerten von Informationen.“ In seiner Pressemitteilung vom 2. Dezember letzten Jahres hatte der DJV Assange ebenfalls als Whistleblower bezeichnet.

Zörner verweist auch auf die schwierige Zusammenarbeit zwischen Spiegel und Assange. Streitpunkte waren der Quellenschutz und laut Zörner die Frage, wo die Grenze zwischen journalistischer Sorgfaltspflicht und Assanges Gebot der

vollständigen Transparenz verläuft. „Daher würde ich es als unredlich halten, wenn wir sagen, Assange sei genauso ein Journalist wie die DJV-Mitglieder. Daher bemühe ich mich, einen gewissen Abstand zu ihm zu wahren – aber die Solidarität ist ungebrochen. Die US-Regierung will an ihm ein Exempel statuieren, welches nicht

hinnehmbar ist. Für ihn als Mensch nicht hinnehmbar, aber auch nicht für all diejenigen Journalisten weltweit, die ähnlich wie Assange arbeiten und Informationen frei veröffentlichen wollen.“

Wie der DJV, fordert auch Reporter ohne Grenzen Assanges sofortige Freilassung. „Julian Assange steht für etwas, was es vorher nicht gab. Daher ist es schwer, ihn mit den bekannten Begriffen einzuordnen. Für unsere Definition seiner Arbeit als ‚journalismus-ähnlich‘ wurden wir kritisiert, da wir ihn nicht eindeutig als Journalist bezeichnen“, erklärt Mihr. Ein Whistleblower sei er allerdings auf keinen Fall. „Er ist eher Journalist als

Pressemitteilungen

Julian Assange
DJV gegen Auslieferung

02. Dezember 2019

Der Deutsche Journalisten-Verband wendet sich gegen eine Auslieferung des Whistleblowers und Wikileaks-Gründers Julian Assange von Großbritannien an die USA.

Assange, dessen Gesundheitszustand sich rapide verschlechtert haben soll, sitzt derzeit in Großbritannien eine Haftstrafe wegen Verstoßes gegen Bewährungsaufgaben ab. Anschließend verlangen die US-Behörden seine Auslieferung, um ihn wegen der Veröffentlichung geheimer Regierungsdokumente anzuklagen. „Assanges Aufenthalt in der Londoner Botschaft von Ecuador war faktisch bereits eine mehrjährige Haftstrafe“, sagt DJV-Bundesvorsitzender Frank Überall. Die Weltöffentlichkeit verdanke dem Whistleblower umfassende Informationen und Einblicke in Regierungsmachenschaften, die sonst nie ans Tageslicht gekommen wären.

Skandalös sei auch die Überwachung von Journalisten in der Londoner Botschaft Ecuadors, in der Julian Assange jahrelang Zuflucht hatte. Nach NDR-Informationen sind drei Journalisten des Senders ausspioniert worden, als sie Assange in der Botschaft besuchten. Der Sender hat Anzeige erstattet. „Die betroffenen Journalisten haben das Recht zu erfahren, welche Informationen abgeschöpft wurden und mit welcher Rechtfertigung dies geschah“, so Überall.

Screenshot: Jens Brehl

zeigten. Die schwedische Staatsanwaltschaft hat ihre Ermittlungen dazu längst eingestellt und auch an den Anschuldigungen wird heute gezweifelt. Doch ein gewisser Makel ist an Assange und damit an WikiLeaks hängen geblieben.

Distanziert, aber solidarisch

„Julian Assange kann man nicht klar als Journalist einordnen, weil er völlig anders gearbeitet hat“, sagt Hendrik Zörner, Pressesprecher des Deutschen Journalisten-Verbands (DJV). „Seine Arbeit

Whistleblower. Aber kein echter Journalist, wobei ich das nicht abwertend meine.“ Auch er vermisst bei WikiLeaks das Einordnen von Informationen, da man diese nur bis zu einem minimalen Grad in Kontext setze. Die Diskussion um Begrifflichkeiten sei in seinen Augen allerdings zweitrangig, denn am Ende gehe es darum, die Pressefreiheit zu schützen und größtmögliche Solidarität mit Assange zu zeigen.

„Ich weiß nicht, ob es ratsam ist, Julian Assange in eine Schublade zu stecken. Ist er Journalist, Whistleblower oder gar ein Spion? Er selbst hat aus seiner Verachtung für den Journalismus jedenfalls nie ein Geheimnis gemacht. Als das US-Magazin ‚New Yorker‘ 2017 ein großes Porträt über ihn veröffentlichte, zitierte es ihn mit den Worten: ‚Wir kommen nicht, um den Journalismus zu retten, sondern um ihn zu zerstören.‘“, meint

Imke Sawitzky, Geschäftsführerin des DJV Hessen. „Es fällt mir also schwer, einen Mann, der den Journalismus zerstören wollte und ihn wohl als Teil eines überkommenen Systems ansah, als Journalisten zu bezeichnen. Weil ich aber weiß, dass es im DJV viele unterschiedliche Meinungen zu Julian Assange gibt, spreche ich an dieser Stelle nicht stellvertretend für die Gremien des DJV Hessen. Ich gebe meine persönliche Meinung wieder.“

Noch oder schon journalismus-ähnlich?

Doch ist es für Assange eine rein akademische Debatte, ob er als Journalist oder Whistleblower bezeichnet wird? Das verneint Domscheit-Berg und plädiert in der Diskussion für eine klare Ausdrucksweise. „Man tut der Medienbranche

und allen (potenziellen) Whistleblowern keinen Gefallen, Begrifflichkeiten bunt zu vermischen. Die Trennschärfe ist im Diskurs durchaus wichtig.“ Es sei eben keine Haarspalterei klar zu machen, dass nicht ein Informant in Gefahr sei, sondern ein Journalist.

Bei der Definition „journalismus-ähnlich“ kann er sich ein Lachen kaum verkneifen. „Wir sollten lieber diskutieren, wie Journalismus in einer digital vernetzten Welt funktioniert und was er leisten muss. Indem man jedoch die Arbeit von WikiLeaks nicht in den Journalismus aufnimmt, wie wir ihn heute definieren, ist es folglich irgendetwas Anderes, das nicht den gleichen professionellen Regeln unterliegt. Man muss solche Projekte unterstützen, sich weiter professionalisieren – als Teil der Medienlandschaft.“

Jens Brehl

Maulkorb für den Marktkorb?

Ist mit einer Annonce der AfD im Fuldaer Anzeigenblatt „Marktkorb“ eine rote Linie überschritten? Aktivisten protestieren beim Verlag

Erster Weihnachtsfeiertag gegen fünf Uhr morgens. Zwei maskierte Gestalten nähern sich der Geschäftsstelle der Fuldaer Zeitung am Peterstor und kleben ein Plakat ans Schaufenster. „Dieser Verlag unterstützt Faschisten“ steht darauf. Der Autor war selbst nicht dabei, eine an der Protestaktion beteiligte Person hat die Szene so geschildert.

Wenige Tage zuvor hatte das Anzeigenblatt „Marktkorb“, welches wie die Fuldaer Zeitung zur Parzeller Mediengruppe gehört, auf seiner Titelseite eine Werbeanzeige mit Spendenaufruf des AfD-Kreisverbands Fulda veröffentlicht. „Für mich war damit eine rote Linie überschritten“, erklärt einer der an der Protestaktion Beteiligten. „Die AfD

ist eine menschenverachtende und faschistische Partei. Der Verlag macht sie salonfähig, wenn er sie wie einen normalen Werbekunden behandelt.“

„Der Marktkorb arbeitet wie alle anderen Publikationen unseres Hauses nach dem Grundsatz, dass wir jegliche Form extremistischer Inhalte, egal welcher Cou-

leur, rigoros ablehnen. Und dies gilt für alle Bereiche im Marktkorb: für die Redaktion ebenso wie für die Anzeigenabteilung. Allerdings können wir nicht erkennen, dass die (eindeutig als solche erkennliche) Anzeige einen eben solchen extremistischen Inhalt gehabt hätte. Auch steht der AfD-Kreisverband unter keiner verfassungsmäßigen Beobachtung. Solche Anzeigen geben explizit nicht die Meinung des Verlags wieder. Wir können nachvollziehen, dass es für einige Mitbürger schwer erträglich ist, dass eine solche Anzeige erscheint. Aber das muss in einer Demokratie möglich sein“, teilt Verlagsleiter und Prokurist Thomas Kirchhof auf Nachfrage mit.

Brisant: Mitglieder des AfD-Kreisverbands Fulda hatten enge Verbindungen mit der vom Verfassungsschutz als eindeutig rechtsextrem eingestuften Identitären Bewegung (IB). Das berichtet auch das Magazin *move36* (<https://www.move36.de/2020/02/17/afd-fulda-und-identitaere-bewegung-gibt-es-eine-weitere-verbinding/>), welches ebenfalls in der verschachtelten Parzeller Mediengruppe erscheint. Seit längerem ist bekannt, dass AfD Kreistagsabgeordneter Jens Mierdel Mitglied der IB und dort zeitweise als Regionalleiter in Hessen aktiv war. Kreissprecher Martin Hohmann lobte auf einer Parteiveranstaltung offen und eindeutig die Identitäre Bewegung und wünschte ihr weitere Erfolge, wie die Frankfurter Rundschau berichtete (<https://www.fr.de/rhein-main/greenpeace-org27103/martin-hohmann->

[lobt-identitaere-bewegung-10959828.html](https://www.fr.de/rhein-main/greenpeace-org27103/martin-hohmann-lobt-identitaere-bewegung-10959828.html)). Auch wenn die Werbeanzeige einen reinen Spendenaufruf und keine weiteren politischen Botschaften zum Inhalt hatte, sind zumindest in Teilen des AfD-Kreisverbands Fulda rechtsextreme Tendenzen und Sympathien mit entsprechenden Vereinigungen und deren Gedankengut durchaus naheliegend.

Auf die Verbindungen zur Identitären Bewegung hingewiesen und nachgehakt, ob diese kein Grund gewesen seien die Werbeanzeige abzulehnen, ob möglicherweise künftig wieder welche abgedruckt oder unter welchen Voraussetzungen diese abgelehnt würden und wo der Verlag bei erkennbaren extremistischen Tendenzen seiner möglichen Kunden Werbeanzeigen ablehnen würde, teilt Kirchhof schriftlich mit: „Im Hinblick auf die grundsätzliche Haltung unseres Medienhauses haben wir – so denken wir – unzweideutig Stellung genommen.“

„Die AfD ist keine ‚normale‘ Partei. Sie würde sogar gefährlich populistisch bleiben, wenn sie sich von ihren radikalsten Teilen – etwa bei den Themen Erinnerungspolitik, Verharmlosung des Nationalsozialismus, Ausländerfeindlichkeit – distanzieren würde“, stellt Professor Bernd Gäbler klar, der für die Otto Brenner Stiftung zwei Studien zum Thema „AfD und die Medien“ verfasst hat. Der Verlag mache mit dem Abdruck der Werbeanzeige die Partei salonfähig. Mit dem Plakat-Spruch „Dieser Verlag

unterstützt Faschisten“ würden es sich die Aktivisten allerdings zu einfach machen. „Die Faschisten haben den Zweiten Weltkrieg angezettelt, Völkermord begangen und das europäische Judentum systematisch ausrotten wollen. Wer die AfD für eine faschistische Partei hält, verharmlost den realen Faschismus.“

„Die Annahme von Werbeanzeigen auch der Parteien liegt in der freien Entscheidung jedes Verlags. Rechtlich gesehen ist die AfD ein Kunde wie jeder andere auch“, stellt Anja Pasquay, Pressesprecherin des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger (BDVZ) klar. Man habe sich bisher nicht mit der Frage beschäftigt, ob Verlage Werbeanzeigen der AfD annehmen oder ablehnen sollen, da sich der Verband nicht in die wirtschaftlichen Belange seiner Mitglieder einmische. Unter dem Strich bleibt es eine moralische Entscheidung, welche Anzeigenkunden man annimmt und welche Botschaften man damit verbreitet.

Die Aktivisten haben nun ein Auge auf den Verlag geworfen. Sollte noch einmal eine Anzeige der AfD erscheinen, wollen sie wieder öffentlich protestieren. Letztes Mittel wäre ein politischer Aufruf, Abos der Fuldaer Zeitung zu kündigen, da es beim kostenlos verteilten Marktkorb keine gibt. „Der Verlag soll merken, dass seine Leser nicht einverstanden sind, wenn er Werbung der AfD abdruckt.“

Jens Brehl

Weil solide Inhalte ihr Geld wert sind

Warum es sich lohnt, Tag für Tag Überzeugungsarbeit für den digitalen Journalismus zu leisten

Da surft man wissbegierig über Nachrichten-Websites und bleibt an einem Anreizertext der Augsburger Allgemeinen hängen: „Augsburg und das Coronavirus: Und plötzlich ist die Stadt fast leer“. Der unübersehbare Hinweis „PLUS +“ bremst den Surfer: „Weiterlesen mit dem Plus+ Paket ...“, heißt es da. Yannick Dillinger, seit Dezember 2019 stellvertretender Chefredakteur/Digitale Transformation, erklärt den Nutzern was Sache ist: „Viele unserer Artikel sind nur noch mit einem

Digital-Abo lesbar. Hier erklären wir, wieso wir auf die Unterstützung unserer zahlenden Kunden zählen, um unseren Journalismus zukunftsfest zu machen“ (<https://tinyurl.com/plus-augsburg>). Dillinger zeigt anhand von Beispielen, warum es für sein Medium so wichtig ist, dass die Nutzer nicht alle Inhalte auf der Website kostenlos konsumieren können und für ausgewählte Inhalte ein Digitalabonnement benötigen.

„Fast 200 Redakteure und Korresponden-

ten arbeiten hauptberuflich für die Augsburger Allgemeine“, sagt Dillinger. Bei schwindenden Auflagen der Printausgabe

Kolumne

muss der Verlag im Netz alle Chancen nutzen, um diese Entwicklung einigermaßen aufzufangen. Nach Verlagsangaben sind es derzeit über 13.000 Digitalabonnenten; ein einzelnes Abo kostet 9,99 Euro

pro Monat, Abonnenten der Tageszeitung oder des E-Papers zahlen 1,99 Euro monatlich. Dieses Zahlungsmodell ist keine Innovation, das behauptet auch niemand. Es ist vielmehr das Ergebnis mehrmonatiger Arbeit der Redakteure und Redakteurinnen, die herausfinden wollten, wie sie die unterschiedlichen Leserinteressen noch besser bedienen und – letztlich auch – Geld damit verdienen können.

In rund 25 Jahren journalistischer Arbeit habe ich schon viele solcher Ansätze gesehen, getestet und bewertet. Nach wenigen Wochen Testen bin ich überzeugt, dass die Kollegen damit auf einem guten Weg sind – die Inhalte sind ihr Geld wert. Was für einen Berufskollegen wie mich wohlfeil

Transparentes Arbeiten in der Krise

Und eben in dieser Krisenphase fiel mir diese Zeitung im Netz weiter positiv auf. Neben den Standards der Berichterstattung mit Infografiken, unterstützt durch Adhoc-Blogs oder -Newsletter. Das beherrschen alle Onliner aus dem Effeff. Eine Zusammenstellung, wie vielfältig und informativ Zeitungen über das Virus und dessen Auswirkungen berichten, stellte der ehemalige Chefredakteur der Rhein-Zeitung, Christian Lindner, zusammen: <https://tinyurl.com/viraler-journalismus>. Für das Arbeiten und die journalistische Lehre in Post-Corona-Zeiten sind das wertvolle Hinweise.

unsere Finanzen, Besitzverhältnisse, Arbeitsweisen, Fehler, Löhne – weil wir überzeugt sind, dass es wichtig ist zu zeigen, unter welchen Bedingungen Journalismus hergestellt wird.“ Die Rede ist vom in Zürich ansässigen Online-Projekt REPUBLIK. Ebenso wie die Augsburger Kollegen muss man hier möglichst viele Nutzer vom Wert des Journalismus‘ überzeugen (republik.ch). Mitte März gab es diesen Tweet: „Seit heute Morgen ist es offiziell: Die Republik überlebt. 21'000 Menschen (okay: 20'998) haben sie abonniert. Und Investoren riskierten 2,5 Millionen Franken. Das ist ziemlich atemberaubend. Für eine Stunde habe ich den Corona-Virus fast vergessen“, schrieb einer der Gründer, Constantin Seibt.



Foto: Pixelio

erscheint, ist freilich für die potenziellen Nutzer nicht unbedingt genauso. Dass die Schwaben möglichst viele Abonnenten im Netz gewinnen wollen, sei nur ein Bestandteil ihrer Strategie vom „digitalen Dreiklang“, wie Digitalchef Dillinger im Februar in der Fachzeitschrift „Der neue Vertrieb“ erläuterte. Weitere Ziele seien die Steigerung der Reichweite und das Stärken der Marke. Angesichts der Corona-Krise dürften diese beiden Vorgaben zumindest temporär erfüllt werden sein. Mitte März kritisierten Nutzer in den sozialen Netzwerken, dass nicht alle Beiträge der Augsburger Allgemeinen zum Thema Corona frei zugänglich seien, schreibt Dillinger in einem Beitrag aus dem Home-Office: „Wir überlegen sehr genau, welche Hintergrund- und Lesegesichten zwar für viele Menschen interessant, aber deren Lektüre eben nicht überlebenswichtig ist. Solche Beiträge stellen wir hinter unsere Bezahlschranke“. Ein faires Angebot, dass einige Nutzer offenbar gerne akzeptieren und das auch in Post-Corona-Zeiten funktionieren sollte.

Angebote wie die Augsburger Allgemeinen boten ihren Nutzern noch mehr, die Kolleg*innen erklärten ihr Vorgehen, ihre Situation und ihre Probleme bei diesem schwierigen Thema: Ob ein Erklärstück über die Online-Arbeit (azol.de/57079606), Gedanken zur Arbeit im Homeoffice (<https://tinyurl.com/aa-homeoffice>) oder ein knapp 30-minütiges Podcast-Interview mit einer Redakteurin und dem Chefredakteur: „Wie ‚Corona‘ den Job von uns Journalisten verändert“ (<https://tinyurl.com/aa-journalismus>) – die Nutzer*innen aber auch Journalist*innen erhalten interessante Einblicke, ernsthafte Gedanken und kritische Selbstreflexionen. So viel Transparenz ist durchaus nicht selbstverständlich.

Für eine Stunde Corona vergessen

Apropos Transparenz, hier ist sie einer der essentiellen Bausteine: „Wir sind das transparenteste Medienunternehmen (das wir kennen). Wir legen alles offen:

Ende 2019 hatten die Macher nämlich gemeldet, dass sie bis Ende März 2020 2,2 Millionen Franken sowie 19.000 Abonnenten bräuchten. Hätte man dieses Ziel nicht erreicht, wäre dieses viel beachtete Projekt beendet gewesen. Im Januar 2018 war man als werbefreies Magazin gestartet. Eine der Maximen lautet: „Wir sind kompromisslos in der Qualität. Unsere Reporter und Journalistinnen haben Zeit, um ein Thema mit der angebrachten Sorgfalt und Hartnäckigkeit zu recherchieren. Und es gibt drei Dinge, an denen uns besonders viel liegt: Gute Sprache. Gute Bilder. Und gutes Design“.

Das Magazin hat scheint's genügend Menschen gefunden, die bereit sind, Geld in unabhängigen Journalismus zu investieren. Zumindest für die nächsten zwei Jahre. Jetzt gilt es umso mehr wieder jeden Tag Überzeugungsarbeit leisten zu müssen. Ob in Zürich oder in Augsburg: Mit so viel Elan werden diese Medien auch in und nach Krisenzeiten gute Chancen zu haben, den Medienwandel selbst in ihrem Sinne zu gestalten. **Thomas Mrazek**

Verzerrtes Bild

Bildjournalisten irritiert von Online-Kampagne der hessischen Polizei gegen Gaffer – Stereotype über Berufsbild bedient

Gaffer sind asozial. Wer sich am Leid anderer Menschen weidet, wer mit voller Absicht Rettungskräfte daran hindert, ihre womöglich lebensrettende Arbeit zu tun, wer mit zweifelhaftem Nutzen Aufnahmen wehrloser Menschen ins Netz stellt, hat mindestens ein gestörtes Verhältnis zu seinen Mitmenschen. Dass die hessische Polizei gegen eine solche Verrohung der Sitten vorgeht und klar Position bezieht, ist nachvollziehbar. Dass sie dabei nicht nur auf Sanktion setzt, sondern auch auf Prävention, klingt nach einer schlüssigen Strategie.

Bei der Wahl der Mittel, um ihre Botschaft eingängig zu platzieren, sind die PR-Strategen aber – diplomatisch ausgedrückt – übers Ziel hinausgeschossen. Für die provokative Bebilderung der Langzeit-Kampagne „Wer gafft, hat nichts gerafft“ der Ende vorigen Jahres gebildeten „AG Gaffer“ haben sie ein Motiv gewählt, das mit der Wirklichkeit an den inkriminierenden Unfallstellen herzlich wenig zu tun haben dürfte: Da lehnen sich sowohl aus der Fahrerseite als auch vom Rücksitz eines vorbeifahrenden Fahrzeugs zwei Voyeure mit herablassendem Blick aus dem Fenster, die mit professioneller Ausstattung draufhalten: mit Smartphone, geschulterter Kamera und Richtmikrofon. Da hat ein ganzes Arsenal auf dem Rücksitz gelegen, um für den Scoop gewappnet zu sein..

So dürfte das aber nicht das Bild sein, das sich Rettungskräften bietet, wenn sie zur ersten Hilfe eintreffen und ihnen der Weg verstellt wird. „Unbewusst, aber deutlich werden da Journalisten und Gaffer auf eine Stufe



Voyeure mit Hightech-Equipment? Die Illustration zu einer an sich berechtigten Botschaft lässt Interpretationsspielraum.
Repro: Andreas Lang

gestellt“, moniert der Fachausschussprecher der hessischen Bildjournalisten, Karsten Socher. So sind professionelle Journalistinnen und Journalisten ausgestattet, die nach dem Presskodex ihre Arbeit am Rande des Geschehens verrichten: dezent, diskret, pietätvoll. Selbst der eine oder andere verirrte Paparazzo hat bislang ein Minimum an Anstand gewahrt. Und wenn nicht, ist er erst recht kein professioneller Fotograf, sondern auch nicht besser als ein Gaffer.

Noch einmal: Dass sich die staatliche Gewalt von Letzteren nicht abdrängen oder behindern lassen darf, versteht sich von selbst. Traurig genug, dass dies keine Selbstverständlichkeit mehr ist, dass wehrlose und blutende Verkehrsoffer auch noch ihr Recht am

eigenen Bild geltend machen müssen – soweit sie dazu in der Lage sind. Die Kampagne der hessischen Polizei, Feuerwehr und Rettungsdienste mit der sie an Anstand und Sitte appelliert, ist aufgrund deren ernüchternden täglichen Erfahrung bitter notwendig. „Gaffer gehen zunehmend rücksichtsloser und dreister vor“, stellt die AG Gaffer fest. „Konflikte zwischen Gaffern und Einsatzkräften sind vorprogrammiert.“ Sie sind nicht mehr die Ausnahme, sondern werden zur Regel.

In Frankfurt ist ein an der Unfallstelle verstorbener Radfahrer aus nächster Nähe gefilmt worden – widerlich. Bei einem tödlichen Verkehrsunfall in Wiesbaden wurde eiskalt auf Verletzte und Hilfsbedürftige draufgehalten – inakzeptabel.

Aber die Schuldigen an diesem moralischen – und gerne auch strafrechtlich zu ahnenden – Verfall mögen bitte eindeutig identifiziert werden: Das sind nicht professionell ausgestattete Journalistinnen und Journalisten, sondern Egoisten, denen jeder moralische Kompass abhanden gekommen ist. Das sind keine Berichterstatter, das sind Lüstlinge, die aus dem Verkehr gezogen werden müssen.

Wenn das federführende Polizeipräsidium Frankfurt beabsichtigt, diese an sich berechnete Kampagne zum bevorstehenden Osterreiseverkehr zu beleben, sollte es auch bedenken, dass es dabei seriöse Journalistinnen und Journalisten an seiner/ihrer Seite hat und nicht als sensationslüsternes Gegenüber. **ala**



HESSISCHER JOURNALISTENPREIS

Verliehen von der Sparda-Bank Hessen eG



AUSLOBUNG 2020:

Klimawandel in Hessen.

Bereits zum 15. Mal verleiht die Sparda-Bank Hessen eG in Zusammenarbeit mit dem Hessischen Journalistenverband den Hessischen Journalistenpreis. Der Preis ist bundesweit ausgeschrieben und mit insgesamt 10.000 Euro dotiert.

DAS THEMA Der Klimawandel ist allgegenwärtig – und auch in Hessen sind seine Folgen für Umwelt und Gesellschaft unübersehbar: Steigende Temperaturen begünstigen die Ausbreitung von Schädlingen in unseren Wäldern. Die veränderte Niederschlagsverteilung stellt die heimische Tier- und Pflanzenwelt, vor allem aber auch die Landwirtschaft vor große Herausforderungen. Städte und Gemeinden kämpfen gegen intensivere Starkregenereignisse an, während hessische Skiliftbetreiber und umliegende Tourismusbetriebe seit Jahren um ihre Existenz bangen. Wie handeln in Zeiten des Klimawandels? Diesem Thema widmet sich der diesjährige Wettbewerb um den Hessischen Journalistenpreis: Gesucht werden journalistische Beiträge aller Genres und Sparten, die in herausragender Art und Weise darstellen, welchen Aufgaben sich hessische Projekte oder Initiativen stellen, um dem Klimawandel entgegenzuwirken, seine Folgen in den Griff zu bekommen bzw. ein Umdenken in der Gesellschaft zu bewirken.

DIE TEILNAHME Journalistinnen und Journalisten aller Medienformate und Ressorts können sich bis zum 15. Juni 2020 um den Hessischen Journalistenpreis zum Thema „Klimawandel in Hessen“ bewerben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Bewerbungsunterlagen und weitere Informationen finden Sie unter:

hessischer-journalistenpreis.de

DIE FAKTEN:

- ▶ Dotierung: insg. 10.000 Euro
- ▶ Ehrenpreis für das bisherige Lebenswerk
- ▶ Thema 2020: „Klimawandel in Hessen.“
- ▶ Unabhängige Jury: Vertreter der Wissenschaft und Medienpraxis
- ▶ Teilnahmeberechtigt: Journalistinnen und Journalisten (bundesweit) mit deutschsprachigen Beiträgen; sämtliche Medienformate zugelassen
- ▶ Veröffentlichung: in den Jahren 2019 und 2020
- ▶ Einsendeschluss: 15. Juni 2020
- ▶ Weitere Informationen: uk@sparda-hessen.de, Telefon (0 69) 75 37-373

Dotiert mit insgesamt
10.000,- Euro



Sparda-Bank
Sparda-Bank Hessen eG

„Bemitleidet man sich selbst?“

Wie der mittelhessische Lokalreporter Jörgen Linker unvermittelt zum Gegenstand einer Debatte im Lahn-Dill-Kreistag geworden ist

Dem Lokalreporter Jörgen Linker, der für die Dill-Zeitung und Wetzlarer Neue Zeitung arbeitet, ist von Abgeordneten der AfD und NPD während der jüngsten Kreistagssitzung im Lahn-Dill-Kreis tendenziöse und gesteuerte Berichterstattung vorgeworfen worden. Ein NPD-Politiker sprach in einem Zwischenruf gar von „Gleichschaltung“ und forderte eine „Kontrolle“ der Medien. Anlass war eine Debatte über die Videoübertragung von Sitzungen. Der DJV-Bezirksverband hatte umgehend danach eine Stellungnahme veröffentlicht und die Kreistagsvorsitzende in einem Brief aufgefordert, eine ungestörte und freie Berichterstattung in dem Gremium zu garantieren. Linker, der als Journalist die Sitzung verfolgte, wurde konkret in den Wort-Beiträgen genannt. Wir haben mit dem Reporter gesprochen, wie er die Situation erlebte.

Herr Linker, Sie sind regelmäßig im Kreistag des Lahn-Dill-Kreises gewesen, um zu berichten. Dann sind Sie selbst zum Gegenstand der Debatte geworden. Wie kam es dazu?

Jörgen Linker: Es ging um den Antrag eines fraktionslosen Abgeordneten, der AfD-Mitglied ist. Er wollte mit der Forderung nach Live-Übertragungen von Kreistagssitzungen für mehr Transparenz sorgen, die Kreistagsmehrheit lehnte dies ab. Und dann ist die AfD von diesem Thema zum Thema Presse allgemein gekommen.

Was wurde dann gesagt?

Der Antragsteller selbst formulierte, dass die Artikel der Zeitung über die Kreistagssitzung ideologisch gefärbt seien. Aber ich könne als Autor nichts dafür, ich müsse die Vorgaben meiner Vorgesetzten erfüllen. Das griffen andere Abgeordnete auf. Etliche verteidigten die Pressefreiheit, auch, wenn man nicht immer einer Meinung sei, habe man Vertrauen in die Berichterstattung. Aber AfD und NPD waren anderer Meinung, ein NPD-Abgeordneter sagte: „Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser“. Ein AfD-Mann warf vor, Berichterstattung sei

tendenziös, nicht fair.

Ihr Name wurde dabei konkret genannt?

Ja, es ging um den „Herrn Linker“.

Wie fühlt man sich dabei, wenn einem im Parlament konkret gesteuerte Berichterstattung vorgeworfen wird – ohne, dass man dazu etwas sagen kann?

Ich habe das erst einmal zur Kenntnis genommen. Das ist schon ein komisches Gefühl. Aber natürlich ist es in Ordnung, wenn man kritisiert wird. Ich berichte über die, nun reden die über mich – das gehört dazu, zu einer Demokratie, dass sie ihre Meinung über die Presse sagen. Ich bin in meiner Rolle als Journalist geblieben und habe mitgeschrieben. Etwas schwieriger war anschließend, darüber zu schreiben – bemitleidet man sich etwa im Artikel? Ich habe in dem Bericht also selbstverständlich auch die ganze Kritik an meiner Berichterstattung gebracht, einfach die Debatte dargestellt. Und in einem Kommentar habe ich versucht das ins Verhältnis zur Pressefreiheit zu setzen und die Unterstellungen zu entkräften.

Sie haben also professionell reagiert?

Ich habe es zumindest versucht. Es kamen auch etliche Abgeordnete zu mir und haben mich direkt angesprochen. Das habe ich schmunzelnd angenommen.

Der Inhalt der Vorwürfe ist grotesk – es gebe eine gelenkte Presse oder gar „Gleichschaltung“. Wie gehen Sie mit den Vorwürfen um?

Das mit der Gleichschaltung kam von der NPD, das ist völlig abstrus. Da ging es darum, angeblich hätte ein Mitarbeiter nicht die Vorgaben der Chefredaktion erfüllt und habe gehen müssen. Ich hatte nachgefragt, aber dieser Mitarbeiter hatte sich wegbeworben, außerdem war er zuvor für einen Artikel ausdrücklich gelobt worden. Pressefreiheit ist ein hohes Gut. Mir wurde auch vorgeworfen, ich müsste inhaltliche Vorgaben erfüllen. Als ich meinem Chefredakteur das



„Ich bin in meiner Rolle geblieben“:
Jörgen Linker Foto: Privat

erzählt habe, hat er gelacht – von wegen mir Vorgaben machen.

Mit welchen Gefühlen gehen Sie in die nächste Kreistagssitzung?

Wie in jede andere Sitzung auch. Es geht in diesem Job weiter – nächster Punkt, nächstes Thema. Aber ich hatte das Geschehen ja auch kommentiert, da warte ich ab.

Welche Leser-Reaktionen oder Kollegen-Reaktionen gab es?

Zustimmung. Gerade über Twitter wurde der Kommentar gelobt, oder geäußert, dass die Vorwürfe eine Unverschämtheit seien.

Was ist Ihr Rat an Kollegen in ähnlichen Situationen?

So lange es auf dieser Ebene ist – es gibt ja auch Kollegen, die Morddrohungen erhalten oder Ähnliches – ganz normal berichten, Transparenz herstellen, versuchen, objektiv zu berichten und möglichst strikt trennen zwischen Kommentar und Bericht.

Jörgen Linker ist 50 Jahre alt und seit 16 Jahren als Redakteur und Reporter bei der Zeitungsgruppe Lahn-Dill tätig.

Vertrauen nicht verspielen

Im gewissen Sinne hält uns Corona einen Spiegel vor und bringt damit unseren wahren Kern zum Vorschein. Während manche vornehmlich ihr eigenes Wohl im Blick haben und mehr Lebensmittel bunkern, als sie benötigen, zeigen sich viele solidarisch, denken an ihre Mitmenschen und helfen wo sie können.

Angesichts der unzähligen Falschmeldungen und Lügen, die sich vornehmlich in sozialen Medien und via WhatsApp verbreiten, zeigt sich auch der wahre Wert einer vertrauenswürdigen Berichterstattung. Unter diesem Gesichtspunkt ist es besonders unverständlich, wie manche Medien seit Jahren (systematisch) durch Schleichwerbung leichtfertig das Vertrauen verspielen, ganz so, als ließe es sich mit

einem Fingerschnippen wieder herstellen.

Der Deutsche Presserat griff im vergangenen Jahr 34 mal zur härtesten Sanktionsform und sprach Rügen aus. Die meisten – 14 um genau zu sein – hatten mangelnde Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalten zum Anlass. Mag die „Lügenpresse“-Diskussion gefühlt bereits Jahre zurückliegen, beweisen einige Medien mitunter nahezu täglich, dass sie eben doch käuflich sind und ihre „Berichterstattung“ entsprechend einfärben. Und oftmals hat der Presserat in diesen Fällen keine Handhabe, denn für von Verlagen unabhängige Online-medien ist er schlicht nicht zuständig.

„Wenn es an Transparenz und Ehrlichkeit gegenüber

den Leserinnen und Lesern fehlt, leidet das Vertrauen. Und dies betrifft dann nicht nur das einzelne Medium und seine Nutzerinnen und Nutzer, sondern die ganze Presse“, schreibt Johannes Endres, Sprecher des Presserats im vor Kurzem veröffentlichten Jahresbericht 2019 (https://www.presserat.de/files/presseerat/bilder/Downloads%20Jahresberichte/Jahresbericht_2019.pdf). Jeder Vertrauensbruch eines einzelnen Mediums schädigt das Ansehen der gesamten Presse.

„Schleichwerbung ist nicht neu, doch unter wirtschaftlichem Druck wird die Grenze häufiger überschritten“, führt Endres weiter aus. Und eben dieser wirtschaftliche

Druck ist für viele Medienhäuser noch gestiegen. In Krisenzeiten setzen Werbekunden den Rotstift an, um so weit wie möglich Kosten zu senken. Manche Verlage verzeichnen massive Storno-

Kommentar

quoten für bereits gebuchte Anzeigen. Somit fehlen Einnahmen, um den gerade in herausfordernden Zeiten dringend benötigten, vertrauenswürdigen Journalismus zu finanzieren. Bleibt zu hoffen, dass sich Medien dadurch nicht vermehrt dazu verführen lassen, sich weitere kreative Techniken für Schleichwerbung einfallen zu lassen. Vertrauen ist immer noch eine der wertvollsten Währungen.

Jens Brehl



Foto: Andreas Lang

Die Einschränkungen und Beschränkungen durch die Corona-Epidemie halten uns zu Frühlingsbeginn ebenso im Bann wie die erschütternden Nachrichten vom Tod des hessischen Finanzministers Thomas Schäfer und den rassistisch motivierten Morden von Hanau. Dieser „Blickpunkt“ klammert die zu erwartenden Auswirkungen von Corona auf unsere Berufssparte und die Ökonomie nicht aus, will aber darüber hinaus und gerade erst recht einmal mehr aufzeigen, wie viel mehr „Journalismus in Hessen“ ist, sein kann und sein will. Mit dieser Einstellung wünschen der DJV Hessen und die „Blickpunkt“-Redaktion ein für Sie besonderes und hoffnungsvolles Osterfest.