

BLICKPUNKT

JOURNALISMUS IN HESSEN

Kompakt trotz Corona



75 Jahre HNA:
Nobler Neuanfang
in Nordhessen

Aus für Jugendmagazin:
Verlag bremst
„move36“ aus

Kontakte in die Türkei:
Solidaritätsadressen
an inhaftierte Kollegen

Ausschuss Diversität:
Paradebeispiel für
Chancengleichheit

BLICKPUNKT

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

Bodo Weissenborn

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:

Unerwartete Veränderung 3

Fotowettbewerb:

Enorme Resonanz und exzellente Aufnahmen 4

Pressefoto des Jahres:

Gewinner stiftet Preisgeld 6

Fachausschuss Chancengleichheit und Diversität:

Stefan Kiske zu Vize-Vorsitzendem gewählt 10

Unfall-Berichterstattung:

Innenministerium erkennt keinen Wettbewerbsnachteil..... 14

Evangelische Sonntagszeitung:

Internet-Auftritt verjüngt und modernisiert 16

Fachausschuss Audiovisuelle Medien:

Mit gut durchdachten Podcasts aufhorchen lassen 18

Bildjournalismus:

Rückendeckung durch BGH-Urteil 19

Geflüchtete Journalisten:

Von der Schwierigkeit, in der Branche Fuß zu fassen 20

Geschäftsführung des Landesverbands:

Imke Sawitzky verabschiedet sich 22

Presseausweis:

Welche Daten zu welchem Zweck verarbeitet werden 23

Kolumne:

In Kontakt bleiben mit dem User 25

Ortsverband Fulda:

Mit Suchmaschinen gezielter Treffer landen 27

Whistleblowing:

Wie stark die EU-Richtlinie Informanten schützt 28



Die Weihnachtsgeschichte, erzählt mit Emojis. Foto: ala

Weiter auf der Suche

Die Adventszeit ist bekanntlich die Zeit der Besinnlichkeit, der Entschleunigung. Das ist bei uns im DJV Hessen leider nicht der Fall. Nicht nur, dass Corona uns immer wieder auf Trab hält. Und nun der Rundfunkbeitrag anscheinend endgültig nicht erhöht wird, was bei unseren Rundfunk-Mitgliedern viele Fragen aufkommen lässt und beträchtlichen Beratungsbedarf generiert.

Dazu kommt, dass uns leider unsere Geschäftsführerin Imke Sawitzky verlässt. Das finde ich sehr schade, habe aber selbstverständlich Verständnis dafür, dass familiäre Gründe vorgehen. Imke Sawitzky hat tolle Arbeit bei uns geleistet. Sie hat sich sehr schnell in unseren Verband eingefunden, die Themen analysiert, die Belange von Journalisten schnell erkannt und natürlich auch das Verhältnis Bund – Landesverbände auf dem Schirm gehabt.

Ich war sehr zufrieden, weil ich die Geschäftsstelle in guten, sicheren Händen gewusst habe. Schnell hat sich die Geschäftsstelle auch unter Verstärkung durch Janine Utting zu einer homogenen Einheit entwickelt, in der sich unsere Mitglieder immer freundlich angenommen fühlen konnten und in der sie gut beraten wurden.



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

In letzter Zeit liefen immer mehr juristische Fragen auf, die einen großen Teil der Arbeitskraft von Imke Sawitzky gebunden haben. In Krisenzeiten wird immer mehr gestritten. Das ist so, und so registrieren wir Anfragen von Mitgliedern aus Print, Verlag und Rundfunk wie lange nicht mehr. Da hat Imke viel geleistet, „nebenbei“ eine neue Mitgliederverwaltung ausgedacht und in Betrieb nehmen lassen – um nur eines der großen Projekte zu nennen. Dazu kam, die IT in der Geschäftsstelle zu erneuern, was allen in der Geschäftsstelle eine Menge abverlangt und so manchen Nerv gekostet hat.

Leider verlässt uns Imke Sawitzky schon jetzt im Dezember. Ich wünsche ihr weiterhin alles, alles Gute. Und wir müssen wieder auf die Suche gehen, nach einer Nachfolgerin oder einem Nachfolger. Da hat sie für Bewerber hohe Maßstäbe gesetzt!

Nach all diesen Herausforderungen in einem außergewöhnlichen Jahr wünsche ich erst recht frohe Weihnachten und einen guten Start in ein neues, anderes Jahr!

Euer

Knud Zilian

Link zur Ausschreibung auf der Homepage: <https://www.djv-hessen.de/startseite/2020/11/19/wir-suchen-an-unserem-standort-in-wiesbaden-zum-01-01-2021-oder-spaeter-einen-geschaeftsfuehrer-m-w-d>

Hessen läuft für die Freien

Mit Frauenpower hat das Team „Bewegung zählt“ mit der OV-Frankfurt-Vorsitzenden Dr. Ina Knobloch und drei weiteren Journalistinnen aus anderen Landesverbänden den fünften Platz beim virtuellen DJV-Lauf nach Magdeburg geholt. Mit der symbolischen Staffel haben die Teilnehmerinnen über die Landesgrenzen hinaus Teamgeist und Einsatz für die während der Corona-Krise besonders hart getroffenen freien Journalist*innen gezeigt und hoffen, dass das Engagement Strahlkraft hat und die Freien künftig adäquater berücksichtigt werden. **Siehe auch Seite 29.**



Kaleidoskop der Kreativität

54 Bildjournalisten beteiligen sich mit 500 Aufnahmen an 14. Auflage des Wettbewerbs „PresseFoto Hessen Thüringen“ – Siegerfoto von Bodo Weissenborn

Die Motive sind nicht ausgegangen, trotz Corona und erfreulicherweise auch jenseits von Corona: Zum 14. Mal haben die beiden Landesverbände den Wettbewerb „PresseFoto Hessen Thüringen“ ausgeschrieben; jetzt stehen die Gewinner fest. Die Pandemie und ihre Folgen haben die 500 Einreichungen und auch die Prämierungen bestimmt. Die Bildjournalistinnen und -journalisten, die sich angesprochen gefühlt haben, lenken die Blicke auch auf andere Entwicklungen – ernste, aber auch erheiternde.

Das „Foto des Jahres“ ist Bodo Weissenborn, bis September Regionalreporter für Mittelhessen im hr-Studio Gießen und seit Herbst Redakteur bei den Badischen Neuesten Nachrichten in Karlsruhe, geglückt (siehe auch Interview auf Seite 6). Er hat Mitte April jene Szene festgehalten, kurz bevor sich in der Universitätsklinik Gießen die Aufzugstür vor einer dichtgedrängten Menge schließt. Zu erkennen sind Bundesgesundheitsminister Jens Spahn, Ministerpräsident Volker Bouffier und der hessische Sozialminister Kai Klose. Allen Abstandsgeboten zum Trotz und mit schlechtem Beispiel haben sie sich in den Lift gedrängt. Der Ortstermin der Politiker, die zum „Fahrstuhlgate“ (so der Titel der Aufnahme) geführt hat, ist auch in Erinnerung geblieben, weil Spahn vorm Betreten der Klinik seine Mühe hatte, die Schutzmaske korrekt aufzusetzen und Parteifreund Bouffier ihm assistiert hatte.

Neben den sechs Standardkategorien Beste Serie, Menschen und Momente, Sport und Freizeit, Kultur und Gesellschaft, Umwelt und Natur sowie Technik und Verkehr hatten die beiden

Landesverbände im Jahr der Freien auch das Sonderthema „Freier Journalismus“ ausgeschrieben. Den beeindruckendsten Beitrag dazu hat Paul-Philipp Braun (24) aus Erfurt eingereicht. Der Jungjournalist war in den ersten Februartagen tagelang mit der Wahl des thüringischen Ministerpräsidenten und deren Nachwehen beschäftigt. Sein Motiv zeigt nicht die symbolträchtige Szene, als die Fraktionsvorsitzende der Linken im Landtag dem zunächst gewählten FDP-Politiker Thomas Kemmerich den Blumenstrauß vor die Füße warf. Es zeigt vielmehr Susanne Hennig-Wellsow, als sie Tage später eines ihrer Pressestatements abgibt. In diesem Fall, erzählt der Fotograf, zu der vorübergehenden Überlegung, die frühere Regierungschefin Christine Lieberknecht für eine Übergangszeit zu reaktivieren.

Braun hat für seine prämierte Aufnahme die Seite gewechselt, steht nicht im Pulk der Kolleginnen und Kollegen, die der Politikerin die Mikrofone entgegenhalten, sondern in ihrem Rücken und mit deren Blick auf die Fragesteller. Den Perspektivwechsel hat der damalige landespolitische Korrespondent für eine Kirchenzeitung gewählt, um eine der Geschichten hinter dem tagelangen Wahlkrimi zu erzählen. Zum einen die Geschichte des großen Medienechos, das das kleine Bundesland in diesen aufgeregten Tagen erlebt hat. Diese Aufnahme ist gegen 21.30 Uhr entstanden, zu einer Zeit, in der im Thüringer Landtag die Lichter in der Regel aus sind.



Gefährliche Nähe: Politprominenz in einem Fahrstuhl der Universitätsklinik Gießen. (Foto: Bodo Weissenborn)

Es ist aber auch die Geschichte der Linken-Politikerin, der in diesen, teils hitzigen Entscheidungsprozessen eine Schlüsselrolle zugekommen ist und die eine gefragte Gesprächspartnerin war. Hennig-Wellsow, die am Ende dieses aufreibenden Jahres zusammen mit ihrer hessischen Kollegin Janine Wissler an die Spitze der Bundespartei gewählt werden dürfte, wurde zu Beginn dieses Jahres in die Rolle einer Lichtgestalt gerückt. Auch das drückt Brauns Aufnahme aus, in der die einsame Frau mit seitlich ausgestreckten Armen im hellen Scheinwerferlicht die diffuse politische Lage erklärt.

Zweite Kategorie gewonnen

Dass Braun dieses Motiv für den Wettbewerb eingereicht hat und nicht den vor Emmerichs Füße gefegten Blumenstrauß, hat auch einen ganz banalen Grund: Die Konfusion und die Kommunikation nach Bekanntgabe des Wahlergebnisses waren so immens und dicht, dass er selbst diesen

Moment schlicht verpasst hat ...

Der Jungjournalist, der zugunsten eines Studiums der Religionswissenschaft in Erfurt, mehrere Angebote für eine Festanstellung bewusst ausgeschlagen hat, hat die Jury des Fotowettbewerbs noch mit einer völlig anderen Aufnahme überzeugt. In der Rubrik Umwelt und Natur hat er einen Löschhubschrauber beim Überflug über ein Waldstück in Ruhla im Wartburgkreis fotografiert, als dieser rund 15.000 Liter Wasser zum Löschen eines Brandes ablässt. Was auf eindrucksvolle Weise wie eine inszenierte Schwarz-Weiß-Aufnahme wirkt, ist in der Tat durch das Gegenlicht und die dunstige Atmosphäre ein morbides Farbspiel.

Braun hat bereits bei vorherigen Fotowettbewerben Aufmerksamkeit erregt: Voriges Jahr hat der frühere Bildredakteur bei der „Thüringer Allgemeinen“ in der Kategorie Beste Serie mit Nahaufnahmen aus der „Nacht der Fledermäuse“ im thüringischen Wolfsbehringen reüssiert. Über

das selbstgewählte Los des Freiberufers will Braun sich nicht beklagen. Dadurch, dass er breit und crossmedial aufgestellt ist, finde er sein Auskommen.



Kein Unbekannter im Wettbewerb: Paul-Philipp Braun. (Foto: ppb)

Corona mit den Auswirkungen auf viele Facetten des gesellschaftlichen Lebens (von Einschränkungen bei Hochzeiten bis hin zu Beerdigungen) und die Ministerpräsidentenwahl in Thüringen waren bestimmende, aber nicht alles beherrschende Anlässe für Einreichungen. Der fremdenfeindlich motivierte Amoklauf Mitte Februar in Hanau hat den bedrückenden Anlass für die beste Serie gegeben. In dieser hat der Frankfurter Fotograf Boris Roessler „Tage der Ohnmacht“ dokumentiert. Einen ersten Hintergrund haben auch diverse Ausdrucksformen der „Black Lives Matter“-Bewegung im Rhein-Main-Gebiet, etwa einer Demo mit geballten Fäusten auf dem Frankfurter Römerberg. Jenseits dessen



Welterklärerin: Linke-Fraktionschefin Susanne Hennig-Wellsow bei einem ihrer Pressestatements nach der Ministerpräsidentenwahl in Erfurt. (Foto: Paul-Philipp Braun)

finden sich aber auch heitere, akrobatische, sportliche, PS-starke, erstaunliche Momente. Die in der Summe auch den 14. Wettbewerb „PresseFoto Hes-

sen Thüringen“ zu einem bunten Kaleidoskop der journalistischen Kreativität und Qualität in Hessen und Thüringen gemacht hat. **Andreas Lang**

„Selbstverständlich und fair für guten Journalismus zahlen“

Gewürdigt werden diese meisterhaften Aufnahmen diesmal nicht mit einer Feierstunde im hessischen Landtag. Stattdessen werden die Gewinner des mit insgesamt 6000 Euro dotierten Wettbewerbs „PresseFoto Hessen Thüringen“ mit einem Video gewürdigt und kommen darin auch zu Wort. Parallel zur Verbreitung über die Social Media-Kanäle des DJV erscheint der umfangreiche Katalog (hier zum Download) als Begleitmaterial zu den geplanten Ausstellungen an verschiedenen Orten in Hessen und Thüringen.

„Viele unserer Fotografinnen und Fotografen, allen voran die freien, standen nach dem Lockdown im März vor dem Aus“, ruft Landesvorsitzender Knud Zilian in seinem Vorwort in Erinnerung. Die coronabedingten Einschränkungen mit Absagen hochkarätiger Veranstaltungen und Einlassverboten seien einer Art Berufsverbot gleichgekommen. „Recherchieren können Journalistinnen und Journalisten von zu Hause aus, fotografieren nicht.“ Es habe gedauert und den Verband Mühen gekostet, bis die Systemrelevanz des Berufsstandes geklärt war.

Der Präsident des Hessischen Landtags, Boris

Rhein, würdigte den Bildjournalismus als unverzichtbaren Teil der Berichterstattung. „Wir verdanken den Pressefotografinnen und -fotografen einen Teil unserer kollektiven Erinnerung. Denn sie vermögen es, in einem einzigen Bild unwiederholbare Momente einzufangen und so ein Abbild der Wirklichkeit zu schaffen. Dieses Abbild prägt sich in unsere Köpfe ein, als Ereignis und als Bild.“

Rheins Konterpart auf Thüringer Seite, Landtagspräsidentin Birgit Keller, fordert eine gerechte Bezahlung journalistischer Qualität ein. Der Kostendruck bei den Verlagen dürfe nicht zu sozialen Ungerechtigkeiten oder Qualitätsverlusten führen. „Hierzu können wir alle, die Konsumentinnen und Konsumenten regionaler und überregionaler Zeitungsangebote, einen Beitrag leisten, indem wir selbstverständlich und fair für guten Journalismus zahlen; ganz egal, ob dieser online oder im Kiosk an der Ecke zu finden ist.“



Aus der „Besten Serie“: Trauer um Opfer des Anschlags von Hanau. (Foto: Boris Roessler)

Die siebenköpfige Jury hatte die Qual der Wahl aus den Einreichungen von 54 Bildjournalistinnen und -journalisten. Ihr gehörten der frühere Regierungssprecher Dirk Metz, die freie Journalistin Anke Deleiter, der frühere Frankfurter Ortsverbandsvorsitzende Umberto Biagioni, Matthias Haupt, Sprecher des Hauptsponsors Sparkassen- und Giroverband Hessen-Thüringen, epa-Chefredakteurin Monika Plhal, der frühere Chefredakteur Sergej Lochthofen sowie Redakteur Henner Flohr an. **ala**

„Anderswo würden Journalisten dafür eingesperrt statt ausgezeichnet“

Ein Interview mit Bodo Weissenborn, dem das „Foto des Jahres“ gelungen ist – Preisgeld wird „Reporter ohne Grenzen“ gespendet



„Hoffentlich sind alle Passagiere Corona-negativ“: Meister-Fotograf Bodo Weissenborn. (Foto: privat)

Mit dem Urheber des Fotos des Jahres, Bodo Weissenborn, haben wir über die Umstände gesprochen, die zu seiner Momentaufnahme geführt haben – und über seinen Beweggrund, das Preisgeld zu spenden. Der Nominee für einen Grimme Online-Award in 2013 ist nach kurzer Beschäftigung beim Berliner Tagesspiegel Ende 2016 in die Hessen-schau-Redaktion des hr ge-

wechselt und arbeitete von Anfang 2019 bis Herbst dieses Jahres als Regionalreporter für das Mittelhessen-Studio des hr in Gießen, ehe er im September in die Karlsruher Redaktion der Badischen Neuesten Nachrichten wechselte.

Herr Weissenborn, haben Sie bei der Aufnahme geahnt, dass sie einen besonderen Moment dokumentiert?

An eine Prämierung hatte ich überhaupt nicht gedacht. Es ging ja alles sehr schnell. Mein Gedanke beim Fotografieren war eigentlich nur: Hoffentlich sind die Insassen im Fahrstuhl alle coronane-gativ. Andernfalls hätte wohl die halbe Bundes- und Landesregierung in Quarantäne gemusst.

Wie hat das Verhalten der geballt zusammenstehenden Politikerschlar auf Sie gewirkt? War gerade dieser Verstoß gegen die propagierte Etikette der Grund, auf den Auslöser zu drücken?

Verständnis hatte ich absolut.

Es gab ja auch bei mir seit Beginn des Lockdowns schon einige Momente, bei denen ich mir hinterher dachte: So ganz Corona-konform war das jetzt aber auch nicht – mal kurz bei Freunden ins Auto gestiegen und schnell irgendwo hingefahren oder so. Kurios ist ja, dass das dann auch Menschen passiert, die sich Tag und Nacht mit nichts anderem beschäftigen. Aber es zeigt aus meiner Sicht auch, wie widernatürlich diese Situation ist, in der wir nun schon seit Monaten leben.

Was macht ein gelungenes Pressefoto aus? Steht diese Aufnahme exemplarisch dafür?

Ich schreibe eher und fotografiere nur gelegentlich. Aber klar: Ein gutes Pressefoto ist wie ein guter Text oder Film, es erzählt eine Geschichte. Mich persönlich beeindruckten Bilder, hinter denen viel Recherche steht. Wenn Fotografinnen und Fotografen es schaffen, nah an den Menschen und Ereignissen zu sein, zum Teil mit

hohem persönlichem Einsatz und Risiko – also quasi das Gegenteil meines spontanen Schnappschusses.

Das ist ein Grund, warum ich mich entschieden habe, das Preisgeld an Reporter ohne Grenzen zu spenden: In sehr vielen anderen Ländern würden Journalistinnen oder Journalisten für so ein Bild eingesperrt statt ausgezeichnet zu werden. Und trotzdem machen viele genau diese Arbeit.

Warum hat es Sie nun von Hessen nach Karlsruhe gezogen?

Vor allem wegen der Familie. Meine Frau und ich kommen beide aus dem Südwesten, unsere Familien und viele Freunde leben dort, deshalb wollten wir dort wieder hin. Hinzu kommt: Ich hatte nach vier tollen Jahren als Online-Redakteur und -Reporter für den hr wieder Lust aufs Zeitungsmachen. Daher der Schritt zu den Badischen Neuesten Nachrichten.

Die Fragen stellte Andreas Lang.

Die Sieger in den einzelnen Kategorien

Bodo Weissenborn, Kategorie „Foto des Jahres 2020“ mit „Fahrstuhlgate“ zu Beginn der Corona-Pandemie

Paul-Philipp Braun, Kategorie Sonderthema „Freier Journalismus“ mit einer Aufnahme „Mit dem Gesicht zum Volke“ aus dem Erfurter Landtag

Boris Roessler, Kategorie „Beste Serie“ mit Bildern in den „Tagen der Ohnmacht“ nach dem rassistisch motivierten Anschlag in Hanau

Michael Probst, Kategorie „Technik & Verkehr“ mit einer „Stillgelegten“ Flotte auf dem Frankfurter Flughafen

Christoph Keil, Kategorie „Sport & Freizeit“ mit einem „Kampf auf Augenhöhe“ beim Rollstuhlfechten.

Paul-Philipp Braun, Kategorie „Umwelt & Natur“ mit einem „Löschversuch“ eines Waldbrandes in der Nähe der Wartburg

Sascha Fromm, Kategorie „Menschen & Momente“ mit „Stillem Protest“ gegen die Wahl von Thomas Emmerich zum Ministerpräsidenten in Erfurt

Dirk Zengel, Kategorie „Kultur & Gesellschaft“ mit „Nur wenig Geleitet“ bei einer coronabedingt eingeschränkten Trauerfeier

Verjüngungskur für alte Tante

Vor 75 Jahren ist die Hessische/Niedersächsische Allgemeine erstmals erschienen - Internet-Portfolio mit beachtlicher Reichweite



Breitgefächertes Meinungsangebot: Unter dem Dach des zur Ippen-Gruppe gehörenden Verlags Dierichs erscheinen 18 Lokalausgaben. Foto: Jörg Steinbach

Seit der Jahrtausendwende haben es die gedruckten Zeitungen schwer. Rasant wachsende Online-Angebote im Internet sind die neuen Taktgeber im Medienmarkt. In Kassel zog sich der gesundheitlich angeschlagene HNA-Verleger Rainer Dierichs (1939 – 2007) Ende Januar 2002 zurück. Er brachte sein Unternehmen in die Mediengruppe eines Freundes aus Kindertagen ein. Dr. Dirk Ippen übernahm den Zeitungsverlag, der in diesem Jahr auf 75 Jahre Zeitungsgeschichte in Nordhessen und Südniedersachsen zurückblickt.

Mit der freundlichen Übernahme durch Ippen, der ein Herz für die Provinz und in aller Stille eine der größten Mediengruppen Deutschlands aufgebaut hat, kam die alte Tante HNA tüchtig in Schwung. Das Lokale stand fortan an erster Stelle. Der neue Geschäftsführer Harold Grönke und wenig später Horst Seidenfaden als neuer Chefredakteur sorgten als kongeniales Führungsduo dafür, dass die lokalen und regionalen Nachrichten im Interesse der Leser einer regionalen Tageszeitung konsequent in den Vordergrund gestellt wurden. Auf Seite 1 wurden tägliche lokale Aufmacher nicht bloß in der Kasseler Zentrale, sondern in jeder Bezirksredaktion zur Pflicht. Die Lokalteile der HNA wurden ausgeweitet – auf die ersten beiden Zeitungsbücher mit zusammen 16 Seiten. Erst dann kommen Politik, Wirtschaft, Sport und Kultur. Das Bekenntnis zum „Käseblatt“ war damals ein mutiger Schritt. Denn für den neuen Verleger und Herausgeber an der HNA-Spitze steht bis heute fest: Die Leser

HNA.de ist das größte Nachrichtenportal der Region und gilt als einer der erfolgreichsten Internet-Auftritte deutscher Regionalzeitungen. Mit „Kassel Live“ entstand ein vielbeachteter aktueller Nachrichtenblog, der von Redakteuren und freien Mitarbeitern noch während der Pressekonferenzen oder Termine gefüttert wurde und zur besten Zeit annähernd 40.000 tägliche Nutzer zählte.

Doch die Chance, mit dem gefragten Nachrichtenticker Geld zu verdienen, wurde vertan. Bis heute hat die HNA keine Paywall, stattdessen wird weiter ausschließlich auf Zugriffszahlen gesetzt. Das massive Clickbaiting verärgert viele Leser und ruiniert den guten Ruf der Zeitung, die seit Jahrzehnten für Qualitätsjournalismus steht.

HNA-Geschäftsführer Harold Grönke kehrte bereits 2016 der HNA den Rücken und in seine oldenburgische Heimat zurück, zog in die Geschäftsführung der Mediengruppe Nordwest-Zeitung ein. Für Grönke-Nachfolger Herbert Siedenbiedel war im Oktober dieses Jahres Schluss. Der glücklos agierende Verlagsmanager scheidet auf eigenen Wunsch aus, so die offizielle Erklärung zur Trennung.

Bereits Ende 2017 musste HNA-Chefredakteur Horst Seidenfaden gehen. Offiziell war von unterschiedlichen Auffassungen zur künftigen Geschäftsentwicklung und von einer einvernehmlichen Beendigung der

einer regionalen Tageszeitung interessieren sich in erster Linie für das, was vor ihrer Haustür passiert.

Gleichzeitig wurde der im August 1998 gestartete Online-Auftritt der HNA massiv verbessert. In wenigen Jahren wurde eine 16 Köpfe starke Online-Redaktion aufgebaut.

Zusammenarbeit die Rede. In 15 Jahren an der Spitze der HNA-Redaktion hatte sich Seidenfaden zu einem bundesweit beachteten Chefredakteur entwickelt, der das Internet als Chance für den Journalismus und die Verlage begriff und die Redaktion crossmedial aufstellte.

Doch für Seidenfaden ging die mit dem dritten Preis des Wächterpreises 2019 ausgezeichnete, mutige Berichterstattung zum Millionendefizit der documenta 14 im Jahr 2017 in Kassel und der kritische Umgang mit den documenta-Verantwortlichen persönlich nicht gut aus. Nicht unbeteiligt daran dürfte die documenta-Geschäftsführerin gewesen sein, war hinter den Kulissen zu hören. Annette Kulenkampff werden aus ihrer Zeit als Geschäftsführerin eines Kunstverlages beste Beziehungen zu HNA-Verleger Dr. Dirk Ippen nachgesagt.

Seit November 2018 ist Andreas Lukesch neuer HNA-Chefredakteur, zuvor stand er an der Spitze der Redaktion der kleinen Bietigheimer Zeitung im Landkreis Ludwigshafen. Ihm zur Seite steht seit Anfang November der neue Verlagsgeschäftsführer Frank Schmid. Er kam von der Kreiszeitung Syke und ist seit vielen Jahren in verantwortlichen Positionen innerhalb der Ippen-Gruppe tätig. HNA-Mitgeschäftsführer ist Dr. Jan Eric Rempel. Das HNA-Verlagshaus hatte mit der MDV-Mediengruppe der Verlegerfamilie Rempel, die das Lokalblatt Gießener Allgemeine herausgibt, zur Zeitungsholding Hessen fusioniert.

Die Holding FAZ-Stiftung hatte im Frühjahr 2018 die Frankfurter Societäts-Druckerei, die

HNA in Zahlen

Das Verbreitungsgebiet der HNA erstreckt sich vom niedersächsischen Northeim am Harzrand im Norden bis ins hessische Schwalmstadt nahe Marburg im Süden. Die Auflage liegt bei 179.000 Zeitungen einschließlich der Ausgaben der Partnerverlage Hersfelder Zeitung, Werra Rundschau (Eschwege) und Waldeckische Landeszeitung (Korbach). Es gibt 18 verschiedene lokale Ausgaben und 14 Geschäftsstellen im Verbreitungsgebiet.



Schaltstelle: das HNA-Presszentrum in Kassel. Foto: Jörg Steinbach

Frankfurter Rundschau und die Frankfurter Neue Presse an die Zeitungsholding Hessen verkauft. Vor wenigen Jahren wäre so etwas noch undenkbar gewesen. Doch das Bundeskartellamt hatte die weitere Konzentration auf dem hessischen Pressemarkt gebilligt. Es ist wohl auch aus der aktuellen Sicht der Kartellwächter besser, Fusionen zu erlauben, statt Zeitungen sterben zu lassen.

Die HNA ist auf Sparkurs. Die Kasseler Online-Redaktion wurde nahezu aufgelöst, es gibt auch keine Wirtschaftsredaktion und kein HNA-Webradiosender mehr. Die Ippen-Mediengruppe hat eine zentrale Online-Redaktion für die hessischen Titel in Frankfurt aufgebaut. Die verstärkte Zusammenarbeit der Zeitun-

gen in der Ippen-Gruppe und der Zeitungsholding Hessen ermöglicht den Verlagen den Abbau von Arbeitsplätzen. Nach den Online-Redaktionen werden nun auch die Mantelredaktionen weitgehend zusammengelegt. Die Frankfurter Neue Presse soll den Mantel der Offenbach-Post produzieren. Schon länger wird der Mantel der Gießener Allgemeinen in Frankfurt hergestellt. Mit der Kasseler HNA tauscht die Frankfurter Neue Presse fertig produzierte Seiten aus. Die Frankfurter Rundschau produziert vorerst noch eigene Mantelseiten.

In der finanzstarken Münchner Ippen-Gruppe und der Zeitungsholding Hessen scheint die Zukunft der HNA gesichert. Das Geld wird zwar längst nicht mehr wie einst mit Lastwagen vom Hof gefahren, heute reicht dafür eine Schubkarre. Aber der Verlag gilt als wirtschaftlich gesund. **Jörg Steinbach**

Appell zum Zeitungs-Sharing

Am 26. September 1945 – gerade mal eine Woche nach der Gründung des Landes Hessen durch die amerikanische Militärregierung - erscheint die erste Ausgabe der Hessischen Nachrichten in Kassel. Den US-Presseoffizieren in der amerikanischen Besatzungszone lag daran, rasch eine unabhängige Presse unter deutscher Verantwortung aufzubauen. Die Deutschen sollten von den Lügen und Vorurteilen der Nazizeit befreit werden, die freie Presse sollte den Weg in eine Demokratie westlicher Prägung unterstützen.

Eine Zeitung zum Preis von 20 Reichspfennig gab es damals nur mittwochs und samstags – der Papiermangel war die Ursache. Deshalb hatten die ersten Ausgaben auch nur zwei bis vier Seiten und eine kleine Schrift, damit mehr Text auf die Zeitungsseiten passte. Zudem wurden die Leser aufgefordert, ihre Ausgaben an Nachbarn weiterzugeben.

Im Jahr 1956 wagte Dr. Paul Dierichs (1901 – 1996) einen Neuanfang in Kassel. Dierichs war Sohn eines Verlegers und Druckereibesitzers in Bochum und brachte den Bochumer Anzeiger nach dem Zweiten Weltkrieg in die Westdeutsche Allgemeine Zeitung ein. Die WAZ-Beteiligung verkaufte er, um in Kassel

Druckerei und Verlag der Hessischen Nachrichten zu übernehmen.

Dierichs vereinte die bestehenden drei Kasseler Blätter rasch zu einer Monopolzeitung. 1959 fusionierten die Hessischen Nachrichten mit der Kasseler Zeitung zur Hessischen Allgemeinen. Mit der Kasseler Post gab es eine Zusammenarbeit, bevor das Blatt 1969 von der Hessischen Allgemeinen übernommen wurde, die Anfang 1974 in Hessische/Niedersächsische Allgemeine umbenannt wurde. Grund dafür war die Übernahme von südhannoverschen Zeitungen: die Northeimer Neuesten Nachrichten mit der Sollinger Allgemeinen, die Südhannoversche Volkszeitung (Duderstadt) und die Mündener Nachrichten.

Bereits im Jahr 1972 waren Verlag und Druckerei aus dem inzwischen viel zu kleinen Pressehaus in der Kasseler Innenstadt in das neue Presse + Druckzentrum am Park Schönfeld im Stadtteil Niederzwehren umgezogen. Die Festrede zur Einweihung hielt Bundeskanzler Willy Brandt. Den Beschäftigten stand im neuen Pressezentrum ein hauseigenes Hallenbad zur Verfügung.

Nach der Wende gründete die HNA

1990 im Nachbarland Thüringen die Mitteldeutsche Allgemeine mit Lokalausgaben in Heiligenstadt, Mühlhausen, Gotha, Eisenach und Bad Langensalza. Die kostenintensive Schlacht um Auflage und Abonnenten, die sich mehrere westdeutsche Verlage auf dem überschaubaren Zeitungsmarkt in Thüringen lieferten, war nach wenigen Jahren vorüber. Die Lokalausgaben wurden eingestellt und teils an die Thüringische Landeszeitung verkauft.

Im Mai 2007 nahm die HNA im Industriepark Waldau die neu erbaute Druckerei in Betrieb. Dort wurde neben weiteren Fremdaufträgen auch ein Teil der Auflage der Bild-Zeitung gedruckt. Die feierliche Eröffnung des modernen Druckhauses erlebte Verleger Rainer Dierichs noch mit. Im August 2007 starb der sozial engagierte Unternehmer und Mäzen im Alter von 67 Jahren in Kassel.

Seit dem Jahr 2008 ist die HNA ohne Tarifbindung. Zwar wurden seither alle Tarifsteigerungen für die Redakteure mit Altverträgen weiterhin bezahlt. Neu eingestellte Volontäre und Redakteure bekommen aber nur noch Verträge mit erheblich abgesenktem Einkommen.

jös

„Spiegelbild von vor 50 Jahren“

Stefan Kiske plädiert für Modernisierungsschub in Redaktionen -
Neuer Vize-Vorsitzender des Bundesfachausschusses Chancengleichheit

Der Fachausschuss Chancengleichheit und Diversität des DJV hat sich neu aufgestellt. Das Thema betrifft nicht nur Frauen, daher hat sich der von der Berliner Journalistin Minou Amir-Sehhi geleitete FA über das Interesse von Stefan Kiske, Mitglied im DJV Hessen, gefreut. Und ihn prompt zum stellvertretenden Vorsitzenden gewählt. Wir wollten von Kiske wissen, was ihn zu diesem Engagement bewegt hat.

Stefan, seit wann und warum bist du im DJV Hessen?

Als ich mein Volontariat beim Hessischen Rundfunk im Februar 2019 startete, war für mich schon recht früh klar, in eine Gewerkschaft einzutreten. Nur so können Arbeitnehmerinteressen garantiert und bewahrt werden. Ein paar Wochen später war ich dann auch schon Mitglied im DJV.

Warum interessierst du dich speziell für den FA Diversity und Chancengleichheit?

Der Grund dafür liegt ein bisschen in meiner eigenen Biografie verborgen. Ich habe einen deutschen Vater und eine algerische Mutter, bei der ich auch aufwuchs. Sie war alleinerziehend, und wir wohnten in einem so genannten „Problemviertel“ am Stadtrand. Mir war früh klar: Ich muss raus aus dem Viertel, raus aus der Armut. Und Bildung war der einzige Schlüssel, den ich besaß, um sozial aufzusteigen. Die soziale Herkunft ist auch heute ausschlaggebend für beruflichen Erfolg und Aufstieg. Daher setze ich mich dafür ein, dass auch Menschen aus einfachen Verhältnissen bessere Chancen erhalten im Journalismus und den Medien Fuß zu fassen.

Gleich in der ersten Sitzung des Bundesfachausschusses wurdest du stellvertre-



„Dass auch Menschen aus einfachen Verhältnissen bessere Chancen erhalten, im Journalismus Fuß zu fassen“: Ausschuss-Vize Stefan Kiske Foto: Privat

tender Vorsitzender. Was war Dein Plan?

Geplant war das nicht. Das hat sich im Laufe der Sitzung ergeben. Ich habe viel Zuspruch von den anderen Mitgliedern bekommen, für das Amt zu kandidieren und habe darin auch eine Chance gesehen, meine Themen noch stärker auf die Agenda zu setzen.

Du bist der einzige Mann im Team, wie fühlt sich das an?

Wie zuhause (lacht). Ich bin in einem Frauenhaushalt groß geworden. Meine Mutter hat vier Schwestern plus meine Oma, die ständig bei uns waren. Das ist in unserer Familie normal. Am Wichtigsten ist in einem Team der richtige Umgang miteinander und dass man sich gegenseitig respektiert, anerkennt und wertschätzt. Das ist in unserem Fachausschuss definitiv der Fall.

Welche Gender- und Diversity-Themen liegen besonders im Argen?

Wir müssen in allen Themen einen Gang hochschalten. Es ist 2020, aber viele Redaktionen spiegeln im Prinzip eine Gesellschaft von Deutschland von vor 50 Jahren wider. Es kann nicht sein, dass viele Redaktionen praktisch nur aus der gehobenen Mittelschicht stammen, in manchen Redaktionen Männer immer noch die große Mehrheit stellen und Menschen mit Migrationshintergrund immer noch völlig unterrepräsentiert sind. Da muss und wird es Veränderung geben.

Du bist Volontär beim Hessischen Rundfunk. Wie sieht es dort mit Gleichstellung und Diversity aus?

Der Hessische Rundfunk hat in letzter Zeit einige richtige Weichen gestellt. Ein

Zur Person:

Stefan Kiske wurde in Hannover geboren und ist seit 2019 crossmedialer Redaktionsvolontär beim Hessischen Rundfunk. Sein Soziologiestudium absolvierte der ehemalige Stipendiat, der sich schon in der Jugend politisch für Chancengleichheit engagierte, an der TU Darmstadt. Redaktionelle und mediale Erfahrung machte er unter anderem beim ZDF, Endemol, Radio Darmstadt und Fortuna Köln.

gutes Beispiel hierfür ist die Auswahl des kommenden Volontärs-Jahrgangs. Hier hat man besonders auf die soziale Herkunft der Bewerber*Innen geachtet. Aber das ist nur eine Komponente. Auch unsere Redaktionen müssen diverser aufgestellt werden. Eine zu homogene Zusammensetzung grenzt den Themenhorizont und die eigene Wahrnehmung zu stark ein. Am Ende des Tages profitiert der ganze Sender davon, wenn wir vielfältiger aufgestellt sind.

Beim DJV Hessen gibt es schon länger keinen eigenen Fachausschuss zu diesem

Komplex. Hat er Nachholbedarf?

Das Thema an sich ist unbestreitbar wichtig genug, um sich damit auf Landesebene auseinanderzusetzen. Letztlich hängt es auch davon ab, wie viele Menschen Lust und Zeit haben, sich damit gewerkschaftlich auseinanderzusetzen. Auf Landesebene lassen sich Ziele in der Regel schneller erreichen als auf Bundesebene. Daher spreche ich mich sehr für einen Fachausschuss innerhalb des DJV Hessen aus.

Hast Du eine Vision von der künftigen Gleichstellung in den Medien?

Medien haben ein ähnliches Problem wie

die Politik: Die Zusammensetzung repräsentiert nur partiell die Gesellschaft. Und sie repräsentiert sie aus meiner Sicht von Jahr zu Jahr weniger, weil sich unsere Gesellschaft verändert hat. Meine Vision ist, dass in den nächsten Jahren Redaktionen vielfältiger und diverser aufgestellt sind – gerade und vor allem in den Führungspositionen. Wenn wir dieses Ziel in den kommenden Jahren erreichen sollten, blicke ich sehr optimistisch in die Zukunft.

Die Fragen stellte Dr. Ina Knobloch, Vorsitzende des Ortsverbands Frankfurt und ebenfalls neu im Bundesfachausschuss.

Publicity für Gefangene

Nazéy Kulu lenkt Aufmerksamkeit auf inhaftierte Kollegen in der Türkei – Ortsverband Wiesbaden vermittelt Brief-Kontakte zu politischen Häftlingen

DJV-Mitglied Nazéy Kulu, die für den SWR arbeitet, weiß aus erster Hand, wie wertvoll Solidaritätsbekundungen für inhaftierte Journalistinnen und Journalisten sind. Wir haben mit ihr darüber gesprochen, welche Botschaften zum Ausdruck kommen sollten, wie sie beim Empfänger ankommen und welche Kreise sie ziehen können.

Frau Kulu, Briefe zu schreiben ist aus der Mode gekommen. In diesen Fällen können sie die einzige Möglichkeit sein, Kontakt aufzunehmen. Welche Bedeutung hat dieser Kommunikationsweg?

Er vermittelt das Gefühl, nicht vergessen und völlig ausgeliefert zu sein. Zu wissen, dass es da draußen Unterstützer gibt, die versuchen, gegen Unrecht vorzugehen, gibt Kraft. Wer auf der anderen Seite einen solchen Brief schreibt, ist nicht nur emotional verbunden mit den gefangenen Kolleginnen und Kollegen, er betreibt damit auch ein Stück Öffentlichkeitsarbeit. Die Gewissheit, dass das Schicksal derjenigen, die nur ihren Job tun, andere in der freien Welt nicht kalt lässt, dass solche Repressalien nicht unbeobachtet

durchgehen, hilft den Opfern beim Durchhalten.

Wie sicher können wir sein, dass die Briefe bei den Empfängern ankommen?

Von Inhaftierten wie Deniz Yücel oder Zehra Dogan wissen wir, dass zumindest ein Teil der Korrespondenz angekommen ist, manchmal auch gesammelt, über Umwege oder mit Verzug. Unabhängig von der Zustellung sind solche Dokumente ja aber auch ein Signal an das Umfeld, etwa das Gefängnispersonal, dass die Gefangenen außerhalb der Mauern präsent sind. Die Wirkung von Briefen aus dem bedeutenden Deutschland auf das Umfeld ist nicht zu unterschätzen. Das wirkt letztlich bis hinein in Regierungskreise und die Staatsspitze.

Wie kommt der Ortsverband an die Namen von Adressaten?

Ich habe mittlerweile knapp ein Dutzend Namen und sammle weiter. Die Briefe alle zu übersetzen, wird eine Menge Arbeit. Aber das ist die Mühe wert. Auch wenn die Absender keine unmittelbare Antwort erwarten



Einzelhaft überstanden: Zehra Dogan, ausgezeichnet mit der Feder für die Pressefreiheit und mit dem Landesvorsitzenden Knud Zilian bei einer Ausstellung in Wiesbaden. Foto: Gabi Blumschein

können: Wir brauchen einen langen Atem, ein Anfang ist gemacht. In den letzten fünf Jahren hat sich in der Türkei auch für Journalisten ein Abgrund aufgetan, der sich irgendwann auch wieder schließen wird. Kein Unrechtsregime besteht ewig.

Wie viele Kolleginnen und Kollegen sitzen nach Ihrer Kenntnis wegen ihrer Meinungsäußerung in Haft?

Die Zahlen schwanken, ich gehe von etwa 90 aus. Was auch mit der formalen Frage zusammenhängt, mit welcher Berufsbe-

zeichnung sie firmieren. Zu den Inhaftierten zählen ja auch Schriftsteller, Künstler oder nicht offiziell akkreditierte Journalisten und solche ohne einen offiziellen Presseausweis. Dazu kommen aber beispielsweise auch Fälle wie der Fotograf, der im Kurdengebiet dokumentiert hat, wie beim kurdischen Neujahrsfest Newroz ein junger Mann erschossen worden ist. Die beteiligten Polizisten sind gerade

freigesprochen worden, dem Kollegen drohen 20 Jahre Haft.

Stehen Sie in Kontakt zu inhaftierten Kollegen?

Ich kenne zwei, die ohne ordnungsgemäßes rechtsstaatliches Verfahren festgehalten werden. Und mir geht ein Fall von zwei kurdischen Journalisten nahe, die dafür bestraft werden, dass sie dokumentiert haben, wie zwei Bauern misshandelt

und anschließend aus einem Helikopter geworfen worden.

Welche Rolle kommt einem Verband wie dem DJV mit Blick auf die Entwicklung in der Türkei zu?

Er kann seine starke Stimme erheben. Die Kolleginnen und Kollegen dort haben keine so starke Lobby. Sie stehen unter keinem Schutz eines Grundgesetzes, das Presse- und Meinungsfreiheit garantiert. Wer dort kritisch

berichtet, macht sich zur Zielscheibe. Eine objektive Berichterstattung über die Türkei ist in der Türkei nicht mehr möglich. Manche Auslandskorrespondenten tun sich zunehmend schwer damit, haben die Zensur im Kopf. Für inländische Berichtersteller ist das Dilemma noch größer. Die Kritiker sind weggesperrt.

Die Fragen stellte Andreas Lang.



Schockierende Aufnahme: Für die Aufnahme dieser Misshandlung in einem Militärhubschrauber ist der kurdische Fotograf verhaftet worden.

Verbunden mit Isolierten

Seit Jahren erhöht sich der Druck auf Medien in der Türkei. Journalistinnen und Journalisten werden ohne Gerichtsverfahren inhaftiert, weil und obwohl sie nur ihren Job erledigen. Unabhängiger Journalismus ist kaum noch möglich. Als Zeichen der Verbundenheit mit drangsalierten Medienschaffenden in der Türkei startet der Ortsverband Wiesbaden eine Solidarisierungsaktion.

Recep Tayyip Erdogan formt den Staat in eine Präsidialdiktatur um: Er und seine Regierungspartei AKP stellen das Parlament weitgehend kalt, unterhöhlen die Justiz, missachten Menschenrechte. Kritische Berichte in Zeitungen, Funk, Fernsehen und anderen Kanälen werden mit allen Mitteln unterdrückt. Für Dokumentarfilmer Osman Okkan ist die Türkei inzwischen „eines der größten Gefängnisse für Journalisten“.

Mit Beginn der Corona-Krise hat Erdogan zahlreiche Gefängnis-Insassen amnestiiert. Tausende wurden wegen unzureichender Hygienestandards aus überfüllten Haftanstalten entlassen

Menschenrechtler, Oppositionelle und Medienschaffende blieben davon jedoch explizit ausgeschlossen.

„Es gilt, etwas für die Kolleginnen und Kollegen zu tun, die schuldlos hinter Mauern sitzen“, fordert Ortsverbandsvorsitzende Sylvia Kuck. „Öffentlichkeit hilft. Das haben wir bei Deniz Yücel, Can Dündar, Zehra Dogan und Mesale Tolu gesehen.“ „Welt“-Journalist Yücel kam wegen angeblicher „Terrorpropaganda“ ins berüchtigte Hochsicherheitsgefängnis Silivri. Die mehr als neun Monate währende Isolationshaft hat Yücel als Angriff auf die seelische und körperliche Unversehrtheit empfunden.

„Kontakt zu anderen Menschen ist lebenswichtig. Und wenn es nur ein paar nette Zeilen sind“, haben sich Kuck und die Teilnehmer der jüngsten Ortsverbandsversammlung überlegt. Sie wollen Kolleginnen und Kollegen ermutigen, Briefe zu schreiben. „Es ist wichtig, diese Inhaftierten wissen zu lassen, dass ihre Arbeit wertvoll war und ist. Die Türkei – und nicht nur dieses Land – braucht mutige Menschen, die Missstände aufdecken oder schlicht: „sagen, was ist“.“

ala

Ein schönes Angebot weniger fürs junge Zielpublikum

Mediengruppe Parzeller stellt Jugendmagazin „move36“ nach 86 Ausgaben ein – Unterrichtsmaterial an Schulen in Fulda

Die osthessische Medienlandschaft ist in ihrer Vielfalt ein gutes Stück ärmer geworden. Mit der Ende September erschienenen Ausgabe 86 ist nach gut neun Jahren Schluss für das Jugendmagazin move36, welches bei der OBCC, einem Unternehmen der Mediengruppe Parzeller, erschien. Es habe sich wirtschaftlich nicht getragen, die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Werbemarkt seien erschwerend hinzugekommen. Ehemalige Redaktionsmitglieder sprechen von jahrelangem Chaos bei der Vermarktung, so dass nie ein wirtschaftlich tragfähiges Konzept habe gefunden werden konnte.

Die entstandene Lücke ist groß, denn move36 hat Lokaljournalismus für junge Menschen attraktiv gemacht, die klassische Medienangebote kaum nutzen. Die crossmediale Ansprache über gedrucktes Magazin, Internetseite, Videos, Podcasts und Social Media hatte stets auch Subkulturen und Randgruppen im Blick, die ansonsten durch das Raster der medialen Aufmerksamkeit fallen. „Wir konnten anders als im Tagesjournalismus ausgiebig recherchieren und neue Erzählweisen ausprobieren, wodurch wir auch handwerklich viel gelernt haben“, schwärmt ein ehemaliges Redaktionsmitglied. Für die gewährten thematischen Freiräume sei man sehr dankbar. Der Mix war stets bunt gemischt: Neben Karrieregeschichten, Antworten rund um Partnerschaft und Sexualität fanden sich immer wieder größere gesellschaftliche Themen wie Wohnungsnot in Fulda. Das tiefe Eintauchen in die Recherche hat sich oft gelohnt.

Mariana Friedrich, Redakteurin von 2012 bis 2018, belegte beim Hessischen Journalistenpreis 2015 zum Thema „Flüchtlinge in Hessen“ mit ihrer Reportage „Asylheim statt Studenten-Appartments?“ den zweiten Platz – und so landete move36 zwischen Handelsblatt (1. Platz) und hr-info (3. Platz). In ihren Abschiedsworten auf der mittlerweile gelöschten Internetseite teilte Layouterin Karoline Weber mit: „Wir schrieben Geschichten über Randgruppen, junge Menschen oder wichtige Themen, die sonst in der Masse un-



Zur Bewegungsunfähigkeit verurteilt: Nach gut neun Jahren und 86 Ausgaben geht nichts mehr bei „move36“. Bild: Jens Brehl

tergehen. Wir waren eine Plattform für echten Journalismus. Wir boten keine Schön-Wetter-Nachrichten: Wir waren real.“

In Puncto Impact in der Region schreibt Bernd Loskant, der das Magazin als Chefredakteur von 2011 bis 2019 geführt hat: „Soziales Engagement gehört zu move36 wie der Dom zu Fulda: Wir verliehen zweimal den Jugendehrenamtspreis und starteten mit Barmer und Paritätischem Wohlfahrtsverband das Selbsthilfeprojekt ‚Wir müssen reden!‘ – ein bundesweites Leuchtturmprojekt für alle Beteiligten.“

move36 war mehr als ein Jugendmagazin, sondern offizielles Unterrichtsmaterial an Fuldaer Schulen. „Wir haben thematische Lücken gefüllt“, erklärt Walter Lorz, Geschäftsführer OBCC. Schließlich gäbe es keine aktuellen Schulbücher beispielsweise zu Brexit oder Cybermobbing. Gymnasien, berufsbildende Schulen und die Hochschule Fulda hatten im Rahmen der Kooperationen große Kontingente der gedruckten Magazine zum kostenfreien Verteilen erhalten.

Mehr als „nur“ ein Magazin

„Wir verlieren einen Medienpartner, der jenseits von schnellen Schlagzeilen Themen intensiver beleuchtet, langfristig begleitet und kritisch hinterfragt hat. Einem Tagesjournalis-

mus, der auf aktuelle Nachrichten ausgerichtet ist, ist dies zeitlich oft nicht möglich. move36 konnte Themen bündeln und auch auf unterhaltsame Weise vermitteln. Das Medium hatte sich auch bei unseren Professoren gut etabliert“, sagt Antje Mohr, Pressesprecherin der Hochschule Fulda. „Wir haben eine lockere Sprache gefunden, bei der sich die Leser immer noch ernst genommen gefühlt haben“, bestätigt ein ehemaliges Redaktionsmitglied.

„Natürlich war die junge Zielgruppe für den Werbemarkt interessant. Allerdings konnten wir das Magazin auch nicht mit Anzeigen überfrachten, weil es sonst ein Problem gegeben hätte, es in den Schulen zu platzieren. Das war immer eine Gratwanderung“, sagt Lorz und stellt generell klar: „Der Werbemarkt hat nicht die Erlöse gebracht, um das Magazin zu finanzieren.“

In ihren Abschiedsworten meint Friedrich: „move36 hätte ein einzigartiges Projekt in der deutschen Medienlandschaft sein können. Wenn da nicht das Aber stünde, dass nun folgen muss. Denn ein qualitativ hochwertiges Projekt kann sich nur durchsetzen, wenn auch ein guter Plan dahintersteht, dieses Produkt bekannt zu machen. Wenn Vermarktungsstrategien entwickelt werden. Wenn man auch hier mutig ist. Und in diesem Bereich wurden dem Projekt einige Hürden in den Weg gelegt.“

Tatsächlich fiel es schwer, ein nachhaltiges wirtschaftliches Konzept zu finden. Laut ehemaligen Redaktionsmitgliedern sei die Vermarktung des Magazins oft chaotisch gewesen, eine stringente Marketing-Strategie habe gefehlt, die Bannerwerbung auf der Internetseite sei beispielsweise oft vernachlässigt worden. Zudem war im Laufe der Jahre für den Verkauf von Anzeigen mal der Vertrieb des Parzeller Verlags, die Buchhaltung von move36 oder die ebenfalls zur Mediengruppe Parzeller gehörende Agentur Heldenzeit zuständig – mit extrem schwankendem Erfolg. „Wenn unsere Buchhaltung die Anzeigen verkauft hat, lief es meistens am besten“, sagt ein ehemaliges Redaktionsmitglied.

Auf den mehrfachen Wechsel der Zuständigkeiten angesprochen gibt Lorz zu Protokoll: „Wenn ein Weg nicht funktioniert, probiert man einen neuen aus. Die Wechsel waren Ausdruck dafür, dass wir an dieser Stelle alles versucht und das Magazin nicht gleich begraben haben.“ Dem entgegnet Friedrich: „Die Vermarktung oblag zeitweise Leuten, die das Magazin nicht kannten und daher unpassende Modelle vorgeschlagen haben. Die Vertriebler hätten für move36 ebenso brennen müssen wie die Redaktion und eine klare Strategie sowie Ziele benötigt. Dann hätte sich auch ein entsprechender Erfolg eingestellt.“

Die gedruckten Ausgabe in großen Mengen kostenfrei zu verteilen – in den ersten Jahren auch in „Partnerläden“ –, und sie gleichzeitig verkaufen zu wollen, leuchtete in der potenziellen Leserschaft vielen nicht ein. Zudem gab es kaum lokale Verkaufsstellen, der Ausflug über die Grossisten in die Regale des Zeitschriftenhandels „war nicht nur kostspielig, sondern ein absolutes Desaster“, wie Lorz erklärt. Verkaufsstellen seien teilweise nicht ausreichend oder gar nicht beliefert worden, dafür landete die move36 mit ihrem Schwerpunkt auf die Region Fulda im Handel in Kassel. Einzelne lokale Wiederverkäufer direkt zu beliefern hätte laut Lorz nicht genügend

„Grundrauschen“ gebracht.

So kam es immer wieder vor, dass die Hefte keine Leser fanden. „Wir mussten oft Container bestellen, um hunderte Ausgaben wegzuschmeißen“, sagt ein ehemaliges Redaktionsmitglied. Fehler der Geschäftsleitung, kein nachhaltiges wirtschaftliches Konzept für move36 gefunden zu haben, möchte Lorz nicht ausschließen, allerdings: „Wir waren auch vom Parzeller Verlag beauftragt, neue journalistische Darstellungsformen zu entwickeln. Den Sinn des Projekts haben wir erfüllt.“

„Schlimmer als Stromberg“

Ein gewisses Chaos in der Kommunikation offenbarte sich auch für Außenstehende. Die vier Redakteure hatten bereits Ende September ihre Kündigungen erhalten, nach der Oktober/November-Ausgabe sollte es keine weiteren mehr geben und trotzdem konnte man auf der Internetseite noch gut vier Wochen lang Abos per Bestellformular abschließen. Die Abschiedsworte der Redakteure waren nur wenige Tage online, als die Seite mit allen Berichten, Reportagen und von der Geschäftsleitung gelobten Themenwelten gelöscht wurde und seitdem in den nunmehr verwaisten Youtube-Kanal führt. Die Arbeit von neun Jahren ist größtenteils fortgewischt.

Als während des ersten Shutdowns die Schulen und damit die wesentlichen Verteilstationen für die gedruckte Ausgabe schlossen, ging move36 bei der gedruckten Ausgabe in Pause und die Redaktion in Kurzarbeit. Ein Teil arbeitete im Homeoffice, ein anderer vor Ort im Verlag. Die Redaktion fühlte sich mit der Situation weitgehend allein gelassen. „Da hingen wir ziemlich in der Luft.“ Die Geschäftsleitung habe jedoch angemerkt, dass auf der Internetseite zu wenig passiere. „Wir haben weiterhin tiefgehend recherchierte Artikel gebracht, das Portal war nie auf Tagesaktualität ausgerichtet. Zusätzlich haben wir die weiteren Kanäle wie Instagram und YouTube

bedient, aber das haben die ‚Medienexperten‘ wohl nicht gesehen.“ Einige ehemalige Redaktionsmitglieder sind sichtlich frustriert, das Verhalten der eigenen Geschäftsleitung und das des Parzeller Verlags und die interne Kommunikation seien teilweise „schlimmer als bei Stromberg“ gewesen.

Mit der Hoffnung, Schulen könnten weiterhin geöffnet bleiben, gab es mit der Ende September erschienenen Ausgabe 86 rund um das Thema Berufsstart, Ausbildung, Beruf und Karriere ein letztes Aufbäumen. Die vom Verlag vorgegebenen Anzeigenerlöse sind dabei übertroffen worden; verantwortlich für den Verkauf war wieder die interne Buchhaltung der OBCC. Trotz des Teilerfolgs zog der Verlag letztendlich den Stecker. Als die Redakteure zwei Tage bevor die letzte Ausgabe in den Druck ging vom Aus erfuhren, wusste keiner ob er nun arbeitslos ist oder im Anschluss eine Stelle in der Mediengruppe Parzeller findet. Wenige Tage später erfolgten mit einer Frist von vier Wochen die Kündigungen aller Redakteure, die Volontärin kam in der Agentur Heldenzeit unter. „Zum Zeitpunkt der Entlassungen gab es keine passenden Stellenangebote in der Mediengruppe Parzeller“, erklärt Lorz und verweist auf die allgemein angespannte wirtschaftliche Situation der Verlagsbranche.

Erst im Mai 2019 hatte sich die im Parzeller Verlag erscheinende Fulda Zeitung einem neuen Konzept verschrieben. Seitdem finden sich im Blatt Themenseiten, Terminjournalismus findet zwar noch statt, aber weniger als zuvor. Stattdessen sollen tiefer recherchierte Erzählstücke und „mehr Meinung“ die Plätze einnehmen, auf Seite eins stellen häufiger Lokalthemen die Schlagzeile, anstatt wie zuvor stets Meldungen der dpa. Das Blatt wurde dafür im Mai 2019 mit dem Print Innovation Award des Weltzeitungsverbands Ifra ausgezeichnet, es folgte Ende 2020 der „European Newspaper Award“.

Da sollten gut ausgebildete, crossmedial denkende und arbeitende Journalisten, die eine junge Zielgruppe ansprechen können, eine Medienmarke mit aufgebaut und etabliert haben, bestens ins Konzept passen. Stattdessen lässt man die Talente ziehen – ohne Verabschiedung und Dank für die gute Arbeit. Ihnen bleiben zumindest die Holzklötzchen mit den Werten der Mediengruppe Parzeller, die sie einmal geschenkt bekamen. Beim Punkt „Wertschätzung und Respekt“ steht zumindest: „Wir zeigen Interesse aneinander. Wir grüßen uns und sagen ‚Danke‘, wenn jemand etwas für uns getan hat.“

Jens Brehl



Mariana Friedrich @nana1285 · 4 Std.

Schade und in meinen Augen ein Armutzeugnis für einen Verlag, der sich immer wieder damit rühmt, innovativ zu sein. Ich wünsche allen Kolleg*innen bei move, dass sie neue berufliche Perspektiven finden. Ihr habt einen klasse Job gemacht.



Sascha Schimmel @Sascha_Pascal · 5 Std.

Traurig. Schade. Kurzsichtig. twitter.com/move_36/status...

Bitterer Abschied: Posts ehemaliger Mitarbeiter auf der mittlerweile gelöschten Internetseite.
Screenshot: Jens Brehl

Durchbruch für Digitalfunk

Schub für Empfang via DAB+ – Hessenweit Zugriff auf über 40 Radioprogramme

Lange Zeit galten DAB+ und die Umstellung vom analogen UKW auf den Digitalfunk als schwieriges Unterfangen. Noch immer hört der Großteil der Deutschen Radioprogramme über die inzwischen über 70 Jahre alte, analoge Ultrakurzwelle.

Nun kommt politische Hilfestellung, um DAB+ zu einem größeren Erfolg zu verhelfen: Ab dem 21. Dezember 2021 müssen alle Radios, die den Programm- bzw. Sendernamen anzeigen können (also die UKW-RDS-Funktion beherrschen), den Empfang und die Wiedergabe digitaler Rundfunkangebote ermöglichen. Das von Bund und Ländern beschlossene Gesetz unterscheidet dabei zwischen Autoradios in Neuwagen (§ 48 Abs. 4 TKG) und allen anderen handelsüblichen Radiogeräten (§ 48 Abs. 5 TKG).

Radios in Neuwagen müssen ab Werk den Empfang von digital-terrestrisch ausgestrahlten Hörfunkprogrammen,

also DAB+, ermöglichen. Die Regelung gilt unabhängig davon, ob das Radio Serien- oder Sonderausstattung ist, für alle fabrikneuen Personenkraftwagen der Fahrzeugklasse M. Dazu zählen neben Pkw auch Wohnmobile, Krankenwagen, Rettungsfahrzeuge und Busse. Das Gesetz für Radios in Neuwagen ist die Umsetzung einer europäischen Verordnung. Sie gilt innerhalb der EU.

Mit dem Gesetz für alle anderen handelsüblichen Radiogeräte (§ 48 Abs. 5 TKG) haben Bund und Länder die Pflicht zum digitalen Empfang nahezu auf den gesamten Radiogerätemarkt ausgeweitet. Kann ein Empfänger den Sendernamen anzeigen, fällt es unter die Digitalradiopflicht (DAB+ oder IP). Im Unterschied zu den DAB+-Radios in Neuwagen lässt der deutsche Gesetzgeber Herstellern bezüglich des digitalen Empfangs die Wahl: Sie müssen entweder über Internetradio oder über DAB+ verfügen, oder beides.

Mit der Neuregelung ist gewährleistet, dass künftig alle Neuwagen ab Werk mit DAB+ ausgestattet sind, sofern sie über ein Autoradio oder ein Spund-System verfügen. Bisher gab es das Digitalradio nur gegen Aufpreis.

Bei stationären und portablen Geräten wird es zudem bei weit mehr Modellen als bisher Zugang zu DAB+ geben. Ob der Nutzer über die Radios aber auch tatsächlich DAB+ einschaltet, bleibt ihm letztlich selbst überlassen. Denn alle Modelle können nach wie vor auch das analoge UKW-Radio empfangen.

In Hessen bietet DAB+ den Zugang zu mindestens 40 Hörfunkprogrammen. In einigen Regionen wie dem Rhein-Main-Gebiet sind es deutlich mehr. Auf UKW sind dagegen nur rund ein Dutzend Sender zu hören.

Michael Fuhr

„Unterscheidung findet nicht statt“

Innenministerium zu Praxis und Prozedere der Berichterstattung an Einsatzstellen – Presserecht Bestandteil des Polizei-Studiums

Im vorigen „Blickpunkt“ haben wir unter der Überschrift „Überholt von Blaulichtreportern“ (BITTE VERLINKEN) die zunehmenden Schwierigkeiten freiberuflicher Bildjournalistinnen und -journalisten thematisiert, angemessen von einem Unfallgeschehen zu berichten. Das beginnt mit der rechtzeitigen Alarmierung durch Polizei oder Feuerwehr, geht über erlebte Schikanen bei der Freigabe des Zugangs zum Unfallort und endet mit amateurhafter Konkurrenz aus den Reihen der Einsatzkräfte, die Profifotografen zuvorkommt oder exklusives Poolmaterial verwaltet. Wir haben mit dem hessischen Innenministerium über Anspruch und Wirk-

lichkeit am Unfallort gesprochen.

Wie und wie rechtzeitig erfahren Pressefotografen von relevantem Unfallgeschehen?

Die Auswahl über das Ob und Wann der Information liegt in der Organisationshoheit der Kreise bei den integrierten Leitstellen beziehungsweise bei den Gemeinden. Die Pressearbeit der Landkreise und Gemeinden organisieren diese selbständig. Das Innenministerium ist zu Vorgaben nicht befugt.

Nach welchen Kriterien werden sie über Polizei- und Feuerwehreinsätze informiert? Ab wann werden solche als relevant für die

Öffentlichkeit eingestuft?

Hinsichtlich der Feuerwehreinsätze liegt dies – wie skizziert – in der Verantwortung der handelnden Kommune. Für Polizeieinsätze erfolgen Mitteilungen im Allgemeinen über alltägliche, presserelevante Sachverhalte zeitversetzt im Rahmen der regulären Pressemeldungen der Präsidien. Abweichend davon erfolgt bei Sachverhalten mit herausragender Bedeutung oder bei denen die Öffentlichkeit in gesteigertem Maße betroffen ist, und so bereits von Beginn an ein berechtigtes Interesse der Medien an einer Berichterstattung besteht, eine unverzügliche (Vorab-)Meldung. Das ist jeweils eine

Einzelfallentscheidung. Exemplarisch seien hier Brände, schwere Verkehrsunfälle (insbesondere wenn diese Verkehrsbehinderungen nach sich ziehen) oder Einsatzmaßnahmen mit besonderer Außenwirkung zu nennen.

In welchen Verteiler gehen solche Meldungen?

Sie erfolgen über das Medienetzwerk ots. Pressevertreter, die sich für diesen ots-Verteiler registriert haben, erhalten somit unmittelbar per E-Mail Kenntnis über den Sachverhalt. Auch ohne Registrierung ist die Meldung auf der Seite www.presseportal.de für die Öffentlichkeit einsehbar. Neben ots werden genannte Sach-



„Die Meldung eines Einsatzes an Medien ist jeweils eine Einzelfallentscheidung.“
Foto: Hans Dieter Erlenbach

Beamte vor Ort zwischen dem Status vorgezeigter Ausweise?

Der bundeseinheitliche Presseausweis ist ein Dokument, um die Akkreditierung zu vereinfachen und den Nachweis journalistischer Tätigkeit zu erbringen. Staatlichen Stellen ist es verwehrt, die Freiheit der Presse derart einzuschränken, dass lediglich Inhaber dieses Ausweises vorgelassen werden.

Ist dafür eine Position im Etat des Ministeriums vorgesehen?

Das Hessische Ministerium des Innern und für Sport fördert weder direkt noch indirekt Fotoausrüstungen, die von Polizeibeamten oder Feuerwehrkräften für ihre privaten und damit gegebenenfalls finanziellen Zwecke verwendet werden. Dem Ministerium sind zudem keine Fälle bekannt oder gemeldet worden, in denen Einsatzkräfte von öffentlichen Mitteln beschaffte Fotoausrüstungen für private Zwecke verwendet haben.

verhalte in der Regel auch zeitgleich über die sozialen Medien oder Hessenwarn veröffentlicht.

Wird bei der Erstbenachrichtigung unterschieden zwischen Blaulichtportalen und etablierten Verlagen?

Dem Hessischen Innenministerium liegen keine Erkenntnisse vor, dass Kommunen Unterscheidungen vornehmen. Für den durch das Land Hessen selbst verantworteten Polizeibereich ist dies gemäß der beschriebenen Verfahrensweise ausgeschlossen.

Bieten solche Portale – wie etwa Wiesbaden 112 – exklusives Poolmaterial an? Wenn ja, wie ist das mit den Grundsätzen der Pressefreiheit zu vereinbaren?

Die Pressefreiheit ist ein hohes Gut. Eine Bewertung von Presse- und Medienveröffentlichungen ist damit unvereinbar und wird nicht vorgenommen.

Wer darf das Absperrband passieren? Welche Beschränkungen werden vorgenommen?

Dies regelt sich je nach Gefahrenlage beziehungsweise den Gegebenheiten des Einzelfalls vor Ort an der Einsatzstelle. Eine Unterscheidung zwischen Pressevertretern findet nicht statt. Darauf werden die Kommunen durch das Ministerium hingewiesen.

Welchen Stellenwert hat der von der Innenministerkonferenz anerkannte Presseausweis? Wird dieser kontrolliert? Und unterscheiden

Haben in Pressearbeit geschulte Einsatzkräfte einen Wettbewerbsvorteil gegenüber freien Berichterstattern, die zum Unfallort vorgelassen werden wollen?

Einsatzkräften ist es untersagt, während eines Feuerwehreinsatzes Aufnahmen zu machen. Sollte die Feuerwehr dafür eine Person abstellen, um beispielsweise Aufnahmen für einen Beitrag auf dem ehrenamtlichen Social-Media-Account oder der ehrenamtlich betriebenen Homepage vorzunehmen, so ist diese Person nicht gleichzeitig als Einsatzkraft vorzusehen. Dies ergibt sich auch aus den Empfehlungen des Hessischen Innenministeriums an die hessischen Kommunen.

Mit welcher Fotoausrüstung werden solche Aufnahmen gemacht?

Wie ist die Unabhängigkeit und kritische Distanz in der Berichterstattung bei Einsatzkräften gewahrt, die nebenbei über ihr eigenes Engagement berichten?

Der Staat schützt und gewährleistet die Pressefreiheit. Eine Bewertung einzelner Veröffentlichungen wird nicht vorgenommen, da dies einen erheblichen Eingriff in die Pressefreiheit bedeuten würde.

Wird seitens des hessischen Innenministeriums toleriert, wenn Polizeibeamte oder Lehrkräfte nebenberuflich exklusiv über Polizeieinsätze berichten? Gibt es dafür eine Anzeigepflicht?

Grundsätzlich genehmigungspflichtig für Polizeibeamte oder Lehrkräfte sind Nebentätigkeiten wie beispielsweise entgeltliche Nebenbeschäftigungen, gewerbliche oder freiberufliche Tätigkei-

Brandschutz in Hessen

Der Brandschutz und die allgemeine Hilfe, zum Beispiel bei Unfällen, sind in Hessen eine kommunale Aufgabe. Die Gemeinde muss die Berufs- oder freiwillige Feuerwehr den örtlichen Verhältnissen entsprechend leistungsfähig und angemessen ausstatten. In Hessen gibt es – über freiwillige Wehren hinaus – sechs Berufsfeuerwehren (in Frankfurt am Main, Wiesbaden, Darmstadt, Kassel, Offenbach und Gießen) mit rund 1900 Feuerwehrbeamten. Alle anderen Feuerwehren in Hessen sind freiwillig organisiert, der Brandschutz wird von Ehrenamtlichen geleistet. Landesweit sind über 2430 Orts- und Stadtteilfeuerwehren registriert, von

denen nur wenige (zusätzliche) hauptamtliche Einsatzkräfte beschäftigen.

Für die Wehren, die unter das Selbstverwaltungsrecht der Gemeinden fallen, ist das Innenministerium nicht weisungsbefugt. Vorschriften wie etwa die Richtlinien über Mitteilungen der Polizei an die Presse und den Rundfunk vom 9. Februar 2011 wirken damit nicht automatisch und verbindlich auf die Kommunen, die die Feuerwehren in eigener Trägerschaft organisieren.

Diese werden nicht vom Ministerium beaufsichtigt. Diese Aufsicht beschränkt sich vielmehr darauf sicherzustellen, dass die Gemeinden im Einklang mit den Gesetzen verwaltet werden (Rechtsaufsicht, aber keine Fachaufsicht).



„Der Zugang regelt sich an der Einsatzstelle.“
Foto: Hans Dieter Erlenbach

ten sowie die Mitarbeit in einem Gewerbebetrieb oder einem freien Beruf. Dabei handelt es sich um Nebentätigkeiten von geringem Umfang, die außerhalb der Dienstzeit ausgeübt werden, keinen gesetz-

lichen Versagungsgrund erfüllen und bei denen die Vergütung insgesamt maximal 1.227,10 Euro jährlich beträgt.

Welche Rolle spielt das Presserecht bei der Ausbildung in Polizeischulen?

Das Presserecht ist grundlegender Bestandteil des Polizeistudiums an der Hessischen Hochschule für Polizei und Verwaltung. Die Studierenden lernen in ihrer dreijährigen Ausbildung die entsprechenden ge-

setzlichen Grundlagen kennen. Sie werden dabei auch über die Verpflichtung zur Wahrung der Pressefreiheit aufgeklärt und lernen deren Bedeutung kennen. Das Presserecht ist zudem Thema von Fortbildungen und Seminaren nach der Ausbildung. Hierbei sind beispielsweise die Vermittlung von Inhalten des Hessischen Pressgesetzes oder der Umgang mit Social Media und Urheberrecht Schwerpunkte.

Die Fragen stellte Andreas Lang.

Impulse für den Alltagsglauben

Evangelische Sonntagszeitung modernisiert Internet-Präsenz -
Chefredakteur Fauth hat auch journalistischen Nachwuchs im Blick

Ein gewagter Schritt: Abonnenten der altherwürdigen Evangelischen Sonntagszeitung (ESZ), die sich unter der Woche online auf dem Laufenden halten wollen, werden seit diesem Herbst bei Eingabe der einschlägigen Mailadresse auf den neuen, hippen Webauftritt der Evangelische Kirche von Hessen und Nassau (EKHN) weitergeleitet. Und als ob die Content-Produzenten in deren Medienhaus im Frankfurter Ostend sich selbst noch vergewissern müssten, dass eine solche Brücke zwischen klassisch Analogem und erfrischend Digitalem geschlagen werden kann, wird den Usern vorm Weiterleiten ins neue Layout versichert: „Ja, hier sind Sie richtig. Aus der Website für die Evangelische Sonntagszeitung wird indeon.de“.

Der neue Titel über einem grundlegend relaunten Online-Auftritt der ESZ ist nicht aus einer Sektlaune heraus entstanden, sondern war Ergebnis eines monatelangen und akribischen Findungsprozesses, erzählt Multimedia-Chefredakteur Andreas Fauth.

Zwei Agenturen wurden bemüht, über 100 Namen abgewogen, die Wirkungsweise auf den Google-Algorithmus analysiert, ehe man sich schließlich für das Kunstwort indeon entschied. Das mit dem lateinischen „in deo“ interessanterweise Anklänge an katholisches Vokabular nimmt. Die Namenswahl, die sich bewusst von der publizierten Mutter distanziert, weckt mit diesen strategischen Überlegungen zum Branding Assoziationen mit funk, dem digitalen Jugendkanal von ARD und ZDF, der auf YouTube seine Wurzeln auch dezent kaschiert und User über den Weg des unkonventionellen Digitalangebots zum linearen Programm der Öffentlich-Rechtlichen locken will.

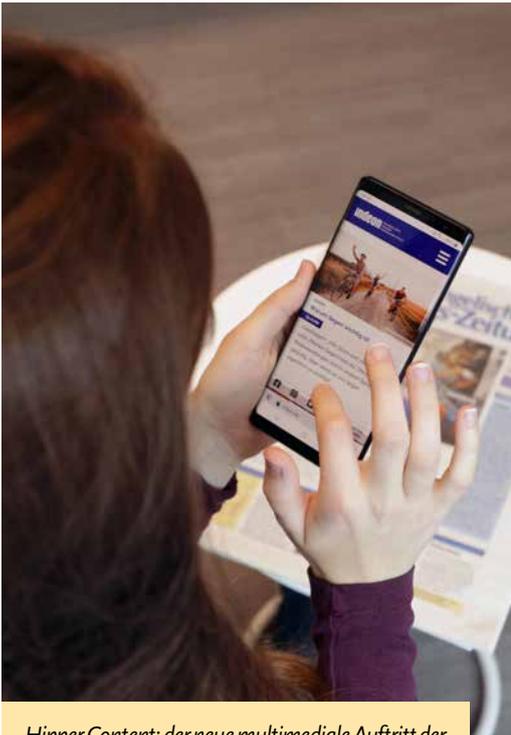
Inhaltlich will sich Indeon „jung, meinungsstark und evangelisch“ (so das verdichtete Selbstverständnis) nicht übertrieben jugendlich geben. Das Portal hat jedenfalls „junge Erwachsene ab 35“ vor Augen, eine Zielgruppe, die mit der gedruckten Sonntagszeitung kaum mehr zu erreichen ist. Die kommt ge-

rade mal noch auf 10.000 Abonnenten, wird aus Kostendruck den Mantel ab 2021 mit denen der Kirchenzeitungen für Ostwestfalen und der Nordkirche zusammenlegen.

Während der durchschnittliche Leser der Zeitung mittlerweile gut und gern doppelt so alt sein dürfte wie das angepeilte neue Kernpublikum, richtet sich das interaktive Online-Format gezielt an User, die gerade mal halb so alt sind. Für diejenigen, die sich (noch) weniger mit der evangelischen Kirche und ihrer Zeitung beschäftigen als mit Sinn- und Lebensfragen, will indeon ein ebenso seriöses wie inspirierendes

publizistisches Angebot machen. Zu Wort kommen sollen Akteure, die nach Ansicht der Redaktion in der Publizistik zu wenig gehört werden. Und schließlich sollen gesellschaftliche Debatten zu relevanten sozialen Themen befördert und begleitet werden.

Die Community wird



Hipper Content: der neue multimediale Auftritt der Evangelischen Sonntagszeitung. Foto: indeon

aufmerksam

Wie macht die Redaktion das? Mit einer Vielzahl an Elementen und Stilformen im Geist des constructive journalism: Porträts, Reportagen, Kommentaren, Blogs, Dossiers, Podcasts, weniger nachrichtlichen Meldungen. Die Wortbeiträge sind bewusst kurz gehalten, mit wenigen Videos oder Audios verlinkt, der Standpunkt wird auf den Punkt gebracht. Auf der Führungsleiste auf der Startseite kann eine der Rubriken Glaube, Soziales, Gesellschaft oder Kultur ausgewählt werden. Aber auch diese Pfade führen danach nicht ins Nirwana,

sondern machen ein übersichtliches, pointiertes und dennoch breitgefächertes Angebot. Wer will, kann einen Newsletter abonnieren, der zu ungewöhnlicher Zeit montags um 7.30 Uhr auf die Woche vorausblickt.

Nach den ersten Wochen fällt die Bilanz von Chefredakteur Fauth positiv aus, die Aufmerksam-

samkeit in der digitalen Community wächst. Aus anderen Landeskirchen ist ihm ein vergleichbar progressiver Internet-Auftritt nicht bekannt. Damit will der Leiter und Dozent an der evangelischen Hörfunkschule Frankfurt im eigenen Interesse auch journalistischem Nachwuchs Plattformen bieten. Denn die Bewerberzahlen sind dem allgemeinen Trend folgend rückläufig. Und das, so wird der Chef nicht müde zu betonen, obwohl das Medienhaus auch Volontäre nach Tarif bezahle. Fauth verantwortet zusammen mit Print-Chefredakteur Wolfgang Weissgerber den

kompletten publizistischen Auftritt der EKHN, den sie dieser selbstständigen GmbH übertragen hat. Neben der Sonntagszeitung und der Präsenz auf Social-Media-Kanälen produziert das Medienhaus auch Impulse (wie das Kirchenmagazin „kreuz & quer“) für hessische Privatradios, allen voran Hit Radio FFH, und für private TV-Sender wie etwa rheinmaintv. Für die Digitalmarke indeon selbst zeichnet aktuell eine CvD verantwortlich, die sich mit den Kollegen für die Sonntagszeitung und die Hörfunkproduktionen abstimmt. Eine eigene Kostenstelle beansprucht indeon im Etat für Publizistik der EKHN nicht. Ein Sparzwang bremst die Kreativität und Innovationsfreudigkeit schon mal nicht aus.

Der Content wird von Print-, Video- und Hörfunkreportern zugeliefert, die ihre Geschichten multimedial und damit nun auch für das neue Portal verwerten können und wollen. Praktischerweise sind sie auf beiden Seiten des Flurs im Medienhaus an der Hanauer Landstraße verteilt, was in normalen Zeiten die Absprache erleichtert. Ins Frankfurter Ostend ist die Redaktion vor zwei Jahren freiwillig umgezogen. Das zentrale Domizil an der Konstabler Wache hatte sie zugunsten moderner Büroflächen und technischer Aus-

stattung aufgegeben.

Digital wichteln

Wo und mit welchem Impact er indeon sehen möchte, verdeutlicht Fauth am Beispiel des unheilbar erkrankten „Real Life Guy“ Philipp Mickenbecker. Auf YouTube gewährt der gläubige junge Mann unsentimental Einblicke in sein Gefühlsleben und wie er mit der niederschmetternden medizinischen Diagnose umgeht. Solche authentischen Zeugnisse sind für Fauth ein Paradebeispiel, um undogmatisch und unorthodox über existenzielle Fragen nachzudenken.

Corona bremst zwar auch indeon aus; ein Großteil der Redaktion arbeitet derzeit im Home Office. Aber die Not macht auch sie erfinderisch. So will die Redaktion mit den Usern eine digitale Weihnachtsfeier gestalten. Die Sieger eines Gewinnspiels erhalten ihr Päckchen nach Hause geschickt. Zum Termin soll dann miteinander gewickelt, gekocht, Glühwein getrunken und zu Liedern aus der Spotify-Playlist geträllert werden. Irgendwie auch passend zum Anspruch von indeon, sich als protestantischer Publizist und konstruktiver Journalist an der Lebenswirklichkeit der User zu orientieren.

Andreas Lang



Am roten Telefon: Multimedia-Chefredakteur Andreas Fauth. Foto: ala

Zur Person

Andreas Fauth ist als Chefredakteur der Multimediaredaktion im evangelischen Medienhaus im Frankfurter Ostend für die Zulieferung von Sendungen für private Radio- und Fernsehsender in Hessen verantwortlich.

Als Leiter der evangelischen Hörfunkschule Frankfurt engagiert sich Fauth für den journalistischen Nachwuchs

in der evangelischen Publizistik. Das DJV-Mitglied „seit Urzeiten“ hat Projekte wie das Ausbildungsradio oder den SchoolMediaDay initiiert und wirbt für das Radiosiegel für eine gute Volontärsausbildung oder den Radionachwuchspreis „Der Hinhörer“.

Der studierte Germanist und Politikwissenschaftler hat in der Privاتفunkagentur der EKHN und bei Hit Radio FFH volantiert. ala

Ohrenschmaus

Fachausschuss Audiovisuelle Medien debattiert über Wirkung und Reichweite von Podcasts – Heike Borufka stellt hr-Format „Verurteilt!“ vor

Überschaubarer Aufwand, beträchtliche Reichweite: „Verurteilt!“, der Gerichts-Podcast des Hessischen Rundfunks, der gerade in seine vierte Staffel gestartet ist, zählt eine wachsende Fangemeinde. Über die Genese des Audioformats, das mittlerweile auch in das Nachtprogramm des Fernsehsenders Eingang gefunden hat, berichtete seine Erfinderin, hr-Gerichtsreporterin Heike Borufka, in der jüngsten, virtuellen Sitzung des Fachausschusses Audiovisuelle Medien unter der Überschrift „Hören statt lesen – warum Podcasts so performativ und wie man’s richtig macht“.

In der lebendigen Diskussion unter den gut 40 Zuhörern wurde auch deutlich, dass ihr Haussender ausgezeichnete technische Rahmenbedingungen für die Produktion solcher Dateien zum Reinhören bietet. Wer als Freier damit Aufmerksamkeit er-

weise gesponsert werden.

Selbst die erfolgreiche Podcasterin Heike Borufka muss bei ihrem Haussender ein ums andere Mal darum werben, die Erfolgsgeschichte im Online-Angebot des hr fortsetzen zu können. Der ersten Staffel von „Verurteilt!“ folgten 20.000 Hörer, diese Zahl hat sich zu Beginn der vierten Reihe verdoppelt. Auf dem YouTube-Kanal wird eine Folge im Schnitt 10.000 mal angeklickt. Zahlen, aufgrund derer sich die Programmacher dazu durchgerungen haben, die einstündigen Gespräche zwischen Borufka und ihrem Konterpart, dem (Fußball-) Podcaster Basti Red, in einem nüchternen Sendestudio zu mitternächtlicher Stunde auch im hr-Fernsehen auszustrahlen. Mit durchschlagendem Erfolg: Die Quoten sind dort doppelt so hoch wie auf digitalen Plattformen und auch für TV-Standards beachtlich.

bescheidenen Mittel für die Fortsetzung des jeweils einstündigen Formats. Die Zusage für die aktuell angelaufene Staffel ist erst nach einer positiven Evaluation gegeben worden. „Verurteilt!“ ist nicht gescriptet, versichert sie – was eine gründliche inhaltliche Vorbereitung und Rekapitulation der vielen prozessrelevanten Details erfordert. Der Podcast lebt in der Tat von der akribischen Einordnung der Expertin einerseits und den spontanen Nachfragen und Assoziationen eines interessierten Laien andererseits. Mit Basti Red hat sich dafür ein kongeniales Gegenüber gefunden. Er fragt frei von der Leber weg, mit unvoreingenommenem Blick, denkt quer und hilft Borufka und dem Hörer damit, Positionen und vermeintliche Gewissheiten zu hinterfragen und einzunorden. Nützlicher Nebeneffekt: Mit seinen Followern, die der Influencer mitbringt, kann der hr neue Zielgruppen erreichen.

Vielen Dank an den DJV für das spannende Online-Seminar zu Podcasts mit Heike Borufka, moderiert von Sylvia Kuck. Mindestens ebenso erfreulich war, sich wieder einmal mit den Kollegen (wenigstens Online) auszutauschen. Vielleicht könnte der DJV Hessen in Coronazeiten einmal monatlich ein Online-Treffen für Mitglieder anbieten - mit einem kurzen Thema zur Einführung und mit anschließender Diskussion und Austausch. Damit wir Selbständigen nicht alle allein in unseren vier Wänden sozial versauern und beruflich nur im eigenen Saft braten. Journalisten brauchen Austausch. **Helga Kleisny**

regen will, muss ungleich mehr investieren. Weniger finanziell, weil das Equipment und Apps für Aufnahmen in sendefähiger Qualität mittlerweile recht preiswert zu haben sind, wie Teilnehmer aus der eigenen Praxis berichteten. Ungleich höher ist der Aufwand, Nischenthemen zu besetzen, die zugleich in den Weiten des Angebots und des algorithmusgetriebenen Netzes gefunden und dann idealer-

Wie die Justiz tickt

Dabei ist Borufka (die wir in der vorigen Ausgabe des „Blickpunkts“ porträtiert haben) keine digital native. Die Gerichtsreporterin, die für den hr die großen, aber bewusst auch kleine Strafprozesse beobachtet, hatte bei der hausinternen Ausschreibung eines Podcast-Projekts den Finger gehoben und ist in dieses publizistische Format hineingewachsen. Weil sie mit ihrem missionarischen Eifer jeden Kanal nutzen will, um zu vermitteln, wie deutsche Gerichte ticken. Wie anstrengend es ist, die Wahrheit herauszufinden; wie erträglich oder unerträglich so manches Urteil ist; wie und warum das Rechtssystem keinen vorgestanzten Formen folgt. Das Komplizierte vermitteln, verschlungene Fäden der Rechtsfindung entwirren – das ist der Anspruch von „Verurteilt!“. Anhand echter Fälle und echter Urteile soll exemplarisch nachgezeichnet werden, wie die deutsche Justiz tickt.

Dafür ringt Borufka ein ums andere Mal mit den Senderverantwortlichen um die

Der Gerichts-Podcast des hr wird im Hörfunkstudio am Dornbusch mit professioneller Audio-Technik aufgenommen. Diesen Luxus kann sich nicht jeder Produzent leisten, ist sich Borufka ihres Privilegs bewusst. Dass es aber auch eine Nummer kleiner und dennoch nicht weniger anspruchsvoll geht, wurde in der Aussprache unter der Regie der Fachausschussvorsitzenden Sylvia Kuck deutlich. Die Tipps unter Insidern reichten von einschlägigen Tools und Apps über belebende Elemente wie die Integration von WhatsApp-Audios von Usern bis hin zu serviceorientiertem Content. So richtet sich der Podcast der Ärztezeitung nicht nur mit Fachthemen an Mediziner, sondern greift mit Folgen über Kinder und Rheuma oder Diabetes und Sex auch Patientenfragen auf. Und die VRM-Gruppe hat in ihrem kontinuierlich ausgeweiteten Multimedia-Angebot eine Podcast-Reihe, in der ungelöste Kriminalfälle aus dem Verbreitungsgebiet aufgearbeitet werden. Sex and Crime gehen eben immer.

Andreas Lang

Auslagerung ausgebremst

Agenturgründung schützt vor angemessener Honorierung nicht – Urteil des Bundesgerichtshofs schützt Rechte von Bildjournalisten

Sie haben es mal wieder schriftlich, diesmal sogar aus höchstrichterlicher Hand: Ordentliche Arbeit muss ordnungsgemäß bezahlt werden. Das ist die Quintessenz aus dem jüngsten Urteil des Bundesgerichtshofs zur adäquaten Honorierung der Arbeit von Bildjournalistinnen und -journalisten durch Bildagenturen. Dabei hilft es Verlagen auch nicht, die Verwertung in eine solche selbstständige Gesellschaft auszugliedern. Die Karlsruher Richter hatten im konkret vorliegenden Fall eine WAZ-Tochter aufgefordert, faire Honorare zu zahlen und kein eigenes Geschäftsmodell zu entwickeln.

Aus diesem Spruch müssen jetzt auch grundsätzliche Konsequenzen erwachsen, fordert Karsten Socher. Der Kasseler Fotograf ist Vorsitzender des Landesfachausschusses im DJV Hessen und Vize-Sprecher auf Bundesebene. Er freut sich darüber, dass die Richter exemplarisch die Praxis der zum Preisdumping gegründeten Bildagentur „WAZ-Fotopool“ zurückgewiesen haben. Deren neuer Rahmenvertrag deckelt mit Pauschalen, die auch Mehrfachverwertungen und Rechteverkauf an Dritte abdecken, die Verdienstgrenzen. Allgemeine Regelungen für angemessene Vergütungen werden damit ausgehöhlt. Honorare können umgerechnet leicht in den einstelligen Euro-Bereich fallen.

Diese Praxis der günstigen (Mehrfach-)Verwertung hatte die Vorinstanz trotz einschlägiger Regelung im Urheberrechtsgesetz (UrhG) noch anders gesehen: Das Oberlandesgericht Hamm hatte der Agentur noch mehr betriebswirtschaftliche



An der Schamgrenze: Qualitätsvolle Illustrationen haben ihren Preis. Foto: Christina Czybik

Freiheiten eingeräumt und damit zwischen Verlagen und Berufsverbänden vereinbarte Vergütungsregeln ignoriert. Der Honoraranspruch hat sich an dem für Freie vereinbarten Regelwerk an Tageszeitungen zu orientieren, korrigierte der Bundesgerichtshof nun unmissverständlich. Dort sind in Umsetzung des UrhG Mindestsätze definiert, die das Bundesministerium für allgemeingültig erklärt hat. Das gilt laut BGH grundsätzlich auch für den Zeitraum vor der erstmaligen Vereinbarung solcher Honorarsätze. Ansprüche daraus sind nicht automatisch verjährt.

In die Freude mischt sich Ernüchterung, weil Socher genau weiß, dass auch dieser Fall in der Praxis bedeutet: Recht zu haben ist nicht Recht zu kriegen. Dafür bedarf es des Muts, sein Recht beim Auftraggeber einzufordern. Und diesen Schritt scheuen die meisten Bild- wie Wortjournalisten, denen nach den fixierten Vergütungsregeln in aller Regel mehr Honorar zusteht als faktisch bezahlt wird. Trotz Rückendeckung ihres Verbands, der in diesen Fällen Rechtsbegleitung anbietet, kalkulieren die Freien ganz nüchtern: Verbitte

ich mir Dumpinglöhne oder kann ich auf diesen Auftraggeber nicht verzichten?

Das Recht des ökonomisch Stärkeren kann aber nicht die Lösung sein. Sagt der Bundesgerichtshof und unterstreicht der Fachgruppensprecher. Karsten Socher ermutigt dazu, seine Rechte geltend zu machen. So wie der Kollege aus Nordrhein-Westfalen. Dessen Ansprüche muss nach der Klarstellung durch den Bundesgerichtshof nun das Oberlandesgericht Hamm nachberechnen. In einem ersten Urteil hatte Letzteres zunächst zugunsten des Verlags entschieden. Dessen Agentur sei eine rechtmäßige Konstruktion und keine Tarnung, um Bilder günstig einzukaufen und lukrativ weiterzuwerten. Die oberste Rechtsprechung und die allgemeinen Vergütungsregeln sind hingegen glasklar: Bildjournalisten sind pro Veröffentlichung angemessen zu bezahlen und können nicht mit Pauschalen abgespeist werden. Eine Agentur, so der BGH, ist auch nur eine Art ausgelagerte Bildredaktion und ist, bei der Auftragsvergabe folglich wie eine Tageszeitung zu betrachten.

Karsten Socher ist dankbar für diese Klarstellung, die die Davids seiner Branche stärkt gegen die Goliaths in den Großverlagen. Die im DJV organisierten Agenturfotografen haben das Urteil Mitte November ausgewertet und Überlegungen für eine Kampagne entwickelt, mit der sie die legitimen und legitimierten Forderungen unterstreichen und verbreiten können. Eine Sammelklage oder das Lobbyieren für ein Verbandsklagerecht ist eine der Überlegungen, die im Raum stehen. Eine Stärkung der Selbstvermarktung eine andere. Das DJV-Bildportal – mit all seinem Optimierungs- und Professionalisierungsbedarf – wäre ein Forum dafür.

Den Fotografen ist bewusst, dass sie gegenüber den Marktführern unter den Agenturen anders auftreten müssen als gegenüber kleineren Vermittlern oder Verlagen unter Sparzwang im digitalen Wandel. Fakt bleibt aber, dass kleine Euro- oder gar Cent-Beträge für ein Bild sittenwidrig sind. „Ich mache Mut, Angebote unterhalb der Schamgrenze ablehnen“, bestärkt Karsten Socher seine Kollegen. „Wir dürfen uns nicht jedem Unterbietungswettbewerb unterwerfen.“ Es gehe nicht nur ums tägliche Ringen um eine ordentliche Bezahlung, sondern letztlich auch um die eigene Altersvorsorge. „Ich will noch nicht aufgeben“, hat eine Kollegin nach der Beratung am virtuellen Runden Tisch der DJV-Bildjournalisten für sich festgehalten. Allein schon für sie hat sich der Gang durch die Instanzen gelohnt.

ala

Haben wir es geschafft?

Wie sich Medienschaffende mit Fluchterfahrung mittlerweile etabliert haben



Auf Sendung bei Radio Good Morning Deutschland: Ruba Al-Kudsi und Maysoun Abuzugheib (von links) interviewen Erhard Brunn.

Gäbe es zurzeit nicht genug andere internationale Krisen, wäre die Erinnerung an den Flüchtlingsherbst 2015 sicher omnipräsent. Und damit auch die Frage: „Haben wir es geschafft?“. Auch mit Blick auf bundesweiten Bemühungen ist dieser Anspruch zu einem beachtlichen Teil eingelöst worden. Aber die Luft geht aus. Ein kurzer, gemischter Blick auf Hessen.

Mit dem großen Zustrom von Menschen, vor allem aus Syrien, kamen 2014 und 2015 auch viele Medienmacher. Neben dort ausgebildeten Journalisten waren das auch Menschen, die im Verlauf des Konfliktes begonnen hatten, über das zu berichten, was um sie herum geschah. Taten sich deutsche Medien und Medienorganisationen zuvor lange schwer, Menschen mit Migrations- und vielleicht sogar Fluchterfahrung ins System einzubauen, erfolgten nun erhebliche Bemühungen, Fortbildungsangebote, Praktika (gerade bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten), Mentoren- und Tandemprojekte auszubauen oder Kolumnenplätze an Medienmacher mit Fluchterfahrung zu vergeben. Auch neue mehrheitlich arabisch-sprachige Formate entstanden. War die Hilfe zur vollen beruflichen Integration das Maximalziel, rückten auch die authentischere Information der deutschen Bevölkerung über die Konflikte oder eine Orientierungshilfe für diese neue Flüchtlingsbevölkerung in den Fokus der Medienmacher.

Am spektakulärsten dürfte es bei Natheer Henafe Alali ausgesehen haben. Immerhin wurde er im Sommer 2016 vom stellver-

trehenden Chefredakteur des Spiegels, Dirk Kurbjuweit, als eine neue arabische Stimme in dem Magazin vorgestellt. So konnte er mehrere Monate regelmäßig seine Beiträge in einem deutschen Spitzenmedium publizieren. In Frankfurt lernte er FR-Chefredakteurin Bascha Mika kennen und bekam über das Programm der Neuen deutschen Medienmacher Unterstützung in Form einer Mentorin, der damals für die FR arbeitenden Redakteurin Marie-Sophie Adeoso. Diese Kontakte halfen ihm, sich in die Verlagswelt zu vernetzen. Sein Debütroman „Raum ohne Fenster“ erschien im Jahr 2018 beim S. Fischer-Verlag. In der Zwischenzeit setzt er in Göttingen etwas fort (das Studium der Zahnmedizin), was er in Syrien begonnen hatte. Und er schreibt weiter seine Bücher.

Das Evangelische Medienhaus Frankfurt gab einem syrischen Journalisten mit Fluchterfahrung durch Praktika (im eigenen Haus und einer Lokalzeitung) die Chance, Erfahrungen im deutschen Medienbereich zu sammeln. Zudem wurde Wael Deeb Teil der multikulturellen Redaktion der Abteilung FIAM (Flucht, Interkulturelle Arbeit, Migration) der Diakonie Hessen. Somit hatten er und zwei andere Mitarbeiterinnen mit Fluchthintergrund die Möglichkeit, Beiträge für die Internetseite menschen-wie-wir.de der Diakonie Hessen der Landeskirchen EKHN und der EKKW beizutragen. Zudem wurden sie quasi als „Stimmen der Betroffenen“ zu Sitzungen der evangelischen Hilfsorganisationen für den Flüchtlingsbereich eingeladen. Teils blieb man danach mit ihnen als freie Mitarbeiter der

evangelischen Publizistik in Kontakt. Und doch: Feste Jobs hatte man keine. Deeb begann zusehends auch ehrenamtlich im Sozialbereich tätig zu werden und geht jetzt auf ein Studium der Sozialarbeit zu. Sehr gerne würde er aber später zum Journalismus zurückkehren.

Auch die Redaktion des Monatsmagazins „Chrismon“ schlug Brücken zu Medienmachern mit Fluchterfahrung. Der damals zuständige Redakteur Burkhard Weitz fasst zusammen: „Von 2016 bis 2018 produzierte ‚Chrismon‘ vier arabisch-deutsche sowie persisch-deutsche Sonderhefte mit den Titeln „Willkommen!“, „Ankommen!“, „Bleiben!“ und „Mein Weg“ (chrismon-guter-start.de). Muttersprachlerinnen des Arabischen und Persischen betreuten alle Ausgaben redaktionell. Ab der zweiten Ausgabe übernahmen Kolleg:innen vom Online-Portal „Amal Berlin“ diese Aufgabe (amalberlin.de/de). Sie bestimmten die Themen, recherchierten, schrieben und gestalteten die Hefte. Unterstützung für die deutschsprachigen Texte, für Heftkonzeption, Fotografie und Layout bekamen sie aus der chrismon-Redaktion, die zum „Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik“ gehört.

Somit entstanden, wie eben Amal, neue Medien in den Sprachen der Dazugekommenen, so etwa auch beim auf Ethnomarketing spezialisierten Medienhaus NHD-Consulting aus Offenbach. Dieses tat sich im Herbst 2015 mit einer Reihe arabischer Medienmacher zusammen, um ein monatlich erscheinendes Journal zu starten, das die neue arabische Bevölkerung in Deutschland weitgehend in deren Muttersprache erreichen wollte. ABWAB (arabisch: Türen) sollte ihnen also Türen zum Verständnis Deutschlands eröffnen. Kaum gestartet stieß dieses Projekt auf ein enormes mediales Echo. Die Unterstützung des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge (BAMF) ermöglichte den Zugang zu Flüchtlingsunterkünften. Die Verteilung der Erstausgabe von ABWAB in einer Flüchtlingserstaufnahme wurde von einem Kamera-Team Ende 2015 quasi live in der ARD übertragen. Die Finanzierung des Journals erfolgte über fünf Jahre durch Anzeigen. Die Auflage stieg von der ersten bis zur dritten

Ausgabe von 45.000 auf 60.000. Die Printauflage ist über die Jahre gesunken, aber die Reichweite der Online-Ausgabe von ABWAB steigt laut Geschäftsführer Necati H. Dutar kontinuierlich. Sitzt die Chefredakteurin Souad Abbas auch in Berlin, so leben die journalistischen Mitarbeiter quer durch Deutschland, auch in Hessen.

Auch im Radio-Bereich tat sich etwas: Radio Good Morning Deutschland wurde 2016 als künstlerisches Projekt von und für Flüchtlinge von Akteuren des Kulturbereichs in Baden-Württemberg und Hessen gegründet. Beraten von Mitarbeitern des SWR und des hr machten ModeratorInnen mit Migrations- und meist auch Fluchterfahrung Programm. Soweit betreut und finanziert sendete das Radio von Mai bis Oktober 2016 aus drei lokalen Studios in Donaueschingen, Stuttgart und Frankfurt am Main dreimal wöchentlich jeweils von 17 bis 20 Uhr im Livestream, so wie 24/7 mit Musik und Wiederholungen der Sendungen meist auf Arabisch und Farsi. Danach gelang es dem Radio, mehrere Jahre mit wenig Ressourcen, aber großer Resonanz aus Frankfurt weiterzusenden. Redakteurin Maysoun Abuzugheib war zudem Redak-

teurin des Online-Journals „Die neue arabische Frau in Deutschland“. Und Ruba Al-Kudsi, die in Syrien zehn Jahre lang als Journalistin gearbeitet hatte und schon Ende 2012 nach Deutschland gekommen war, startete 2019 mit „Daruna“ ein arabisch-deutsches Kulturforum: Sie, die seit kurzem die deutsche Staatsbürgerschaft hat, arbeitet heute, wie Abuzugheib, im sozialen Beratungsbereich.

Die Vision, von journalistischer Arbeit leben zu können, blieb in all diesen Biografien unerreicht. Fortbildungen und Praktika ebneten aber Wege, wenn auch in unterschiedliche Berufsbilder. Neue Medien wurden gegründet, die der Orientierung der Zugezogenen und der authentischen Information der deutschen Öffentlichkeit dienen. Zwischen 2016 und 2018 wurden stabile Brücken gebaut. Als Probleme beim Einstieg in eine langfristige professionelle journalistische Berufstätigkeit sieht nicht nur Deeb die hohe Sprachbarriere. Aber auch die Herausforderung, in einer immer noch etwas fremden Medien- und Lebenswelt Themen jenseits der eigenen Migrations-



Vorübergehend „Spiegel“-Autor und mittlerweile Buchautor: Natheer Henafe Alali. Foto: Erhard Brunn

biografie zu finden und in Redaktionen zu platzieren. Denn diese Journalisten haben so viel mehr zu erzählen.

Erhard Brunn

Zeitverzögert

Kommentar: Von der (Un-)Verzichtbarkeit eines Bundesverbandstages

Alle Vorsichts-, Sicherheits- und Hygienemaßnahmen haben nicht ausgereicht: Der Bundesverbandstag, der für Anfang November in Magdeburg geplant war, ist abgesagt worden. Kurzfristig und ersatzlos. Ersteres ist noch nachzuvollziehen. Denn wenige Tage zuvor war klar: Deutschland kommt an einem Teil-Lockdown nicht vorbei. Und damit können sich nicht an die 250 Delegierte und Funktionäre zwei Tage lang zentral versammeln. Punkt. Aber letzteres muss so nicht sein.

Zu den Chancen, die aus der Pandemie erwachsen sind, zählt der unerwartete Technologieschub in Deutschland. Wider Erwarten haben es Tausende Unternehmen quasi über Nacht gedeichselt, ihre Belegschaften zu erheblichen Teilen ins Home-Office oder ins mobile Arbeiten zu schicken. Und die Netze wie die digitale Infrastruktur haben im Großen

und Ganzen standgehalten. Ganze Parteitage mit hunderten Delegierten sind virtuell organisiert, rechtliche Voraussetzungen für die Gültigkeit von Online-Abstimmungen geschaffen worden.

Das Umsteuern eines solchen Tankers geht nicht von jetzt auf gleich und bedarf zugestandermaßen des organisatorischen Vorlaufs. Weswegen kein Verbandstagsdelegierter erwarten konnte, dass über Nacht ein neues Format aus dem Hut gezaubert wird. So schnell mahlen auch die DJV-Mühlen nicht. Aber der Umgang mit diesem Defizit war nicht überzeugend. Und die Kommunikation war für einen Medienverband (mal wieder) suboptimal. Erst eine knappe pauschale Mail, und erst auf beträchtlichen Druck Tage später ein ausführlicher Brief des Bundesvorsitzenden mit Spuren von Reue, Selbstkasteiung, gewürzt mit

ein wenig Larmoyanz.

Da wird das „Miteinander in schwierigen Zeiten“ beschworen, um Kritik zu dämpfen. Zurecht – wenn der Bundesvorstand dieses auch von Beginn an konsequent gelebt und nicht nur erwartet hätte. Um den viel beschworenen Souverän, der immerhin die Richtlinien des DJV mitbestimmt, zu besänftigen, werden vage Alternativen und Kompensationen in Aussicht gestellt. Nach einschlägigen Beratungen im Gesamtvorstand. Na, das kann dauern. Hoffentlich nicht bis zum nächsten regulären Bundesverbandstag.

Über sechs Wochen nach der Absage des Bundesverbandstags warten die Delegierten jedenfalls ergebnislos auf einen Plan B. Warum drängt sich da bloß der Verdacht auf, dass der noch gar keine Konturen hat?

Andreas Lang

Mut zur Innovation aufbringen

Geschäftsführerin Imke Sawitzky verlässt auf eigenen Wunsch den DJV Hessen

Liebe Mitglieder,

leider muss ich Ihnen in dieser Ausgabe vom „Blickpunkt“ mitteilen, dass ich den DJV Hessen zum Ende des Jahres verlassen werde. Mein Weggang erfolgt aus familiären Gründen und dafür bitte ich um Ihr Verständnis. Ich danke Ihnen allen für die gute Zeit, die ich hier verbringen durfte und für alles, was ich beim DJV Hessen gelernt habe. Es war eine sehr energiegeladene Zeit, in der ich mit Ihnen viele freudige, erfolgreiche, interessante, aber auch traurige Momente erlebt habe.

Lassen Sie mich einen Satz weitergeben, den mir Bettina von

der Heyden von der DJV Bundesgeschäftsstelle zum Abschied geschrieben hat, um mich zu ermuntern. Der Satz stammt von André Gide: „Der Mensch kann nicht zu neuen Ufern aufbrechen, wenn er nicht den Mut aufbringt, die alten zu verlassen.“ Liebe Mitglieder, ich wünsche mir, dass der DJV in seiner Gesamtheit eben diesen Mut aufbringen kann und auch ein Stück weit zu neuen Ufern aufbricht.

Der Vorsitzende des Landesverbandes Hessen, Knud Zilian, hat dazu mit seiner Auftaktrede auf dem hessischen Landesverbandstag 2020 den Grundstein gelegt. Er fragte im September wie es mit dem DJV in Zukunft

weitergehen solle und ob man es sich leisten könne, auch künftig noch eine Spartengewerkschaft zu bleiben. Er fragte, ob es nicht vielleicht besser sei, den DJV auch für andere Berufsgruppen aus der Medienbranche zu öffnen. Er fragte, ob man noch wirtschaftlich arbeiten könne, wenn man sich gewissermaßen abschotte.

Damit hat er für mich eine Diskussion in Gang gesetzt, die möglicherweise bundesweit im DJV fortgesetzt werden sollte. Denn Sparen und Ausgabenkontrolle können nicht die alleinigen Aspekte sein, mit denen der DJV seine Aufgaben umsetzen und seine Ziele im Sinne seiner Mit-

glieder erreichen kann.

Herzliche Grüße, bleiben Sie gesund!

Ihre Imke Sawitzky



Unfreiwilliger Abschied: Geschäftsführerin Imke Sawitzky.
Foto: Wolfgang Kühner



PRESSE-VERSORGUNG

Weil sich Krisen *nicht* im Kalender ankündigen.

Als Vorsorgespezialist für die Medienbranche kennen wir uns mit Krisenzeiten und den Besonderheiten der Branche aus. Jetzt mit der passgenauen Altersvorsorge der Presse-Versorgung schon heute für die Absicherung im Alter planen.
Mehr unter: presse-versorgung.de

Anzeige

Zeit für einen neuen Presseausweis?

Was bei der Antragstellung zu berücksichtigen ist und in welchem Umfang die personenbezogenen Angaben verarbeitet werden

Alle Jahre wieder ist es Zeit für die Inventur und das Durchforsten der Wiedervorlage. Für eine Reihe von DJV-Mitgliedern findet sich darin auch der Antrag auf Ausstellung eines neuen Presseausweises.

Zu den Services der Geschäftsstelle zählt es, dass diese Karte umgehend produziert und zugestellt wird, wenn die Voraussetzungen erfüllt sind – eine Mammutaufgabe, die gerade zum Jahreswechsel eine Menge Zeit und Sorgfalt in Anspruch nimmt. Und die mit den einschlägigen Hinweisen verbunden ist, wie gewissenhaft die Mitarbeiterinnen mit den personenbezogenen Daten umgehen. Nicht erst seit der Novellierung des Bundesdatenschutzgesetzes.

Seit jeher achtet die Geschäftsstelle bei der Ausstellung der Presseausweise darauf, dass eine hauptberufliche journalistische Tätigkeit auch tatsächlich ausgeübt wird. Bei den meisten Mitgliedern ist diese aufgrund langjähriger Erfahrung und Verbindung entweder bekannt oder es liegen eindeutige Belege vor. Deshalb erhalten diese den Presseausweis umgehend nach Eingang ihres Antrags. Sofern ein Nachweis zu erbringen ist, muss dieser eindeutig und zweifelsfrei sein. Veröffentlichungen dürfen nicht älter als sechs Monate sein. Eine Hauptberuflichkeit wird angenommen, wenn die Einkünfte aus der journalistischen Tätigkeit, die den beruflichen Alltag prägt, an und für sich ausreichend sein sollten, um

damit den Lebensunterhalt zu bestreiten. Die schlüssige Darlegung ist eine Bringschuld.

Vorliegende Farbfotos können auf Wunsch fortlaufend verwendet werden. Vollständig ausgefüllte Aufträge erleichtern es, die Mitgliedsdatei auf einem aktuellen Stand zu halten und zielgerichtet zu informieren. Der jährlich neu auszustellende Presseausweis ist für Mitglieder nach wie vor kostenlos. Der Versand erfolgt im Dezember.

Die relevantesten Informationen zur Datenverarbeitung bei Antragstellung auszugswise im Überblick:

Wenn Sie sich mit einem Antrag auf Ausstellung eines bundeseinheitlichen Presseausweises an einen durch die Ständige Kommission beim Deutschen Presserat anerkannten Deutschen Journalistenverband Hessen in Wiesbaden wenden oder dieser Sie im Zuge der Antragstellung kontaktiert, verarbeitet er Ihre personenbezogenen Daten im erforderlichen

Umfang, um bundeseinheitliche Presseausweise an Journalistinnen und Journalisten auszustellen. Im Einzelnen hat der Verband zu prüfen, ob Antragsteller eine hauptberufliche journalistische Tätigkeit ausüben, was glaubhaft belegt werden muss. Hierbei sind die Bewertung der Kriterien für den Bezug von Presseausweisen und die Gewichtung der Gründe für die Verweigerung oder Entziehung von Presseausweisen erforderlich. Dies geschieht im Einklang mit den Bestimmungen der DSGVO und dem Bundesdatenschutzgesetz (BDSG).

Zudem erfolgt gegebenenfalls eine Verarbeitung zur Wahrung berechtigter Interessen des Verbandes, anderer ausgabenberechtigter Verbände und der Gremien des Deutschen Presserates, etwa um eine Doppelbeantragung zu vermeiden.

Diese personenbezogenen Daten werden innerhalb des DJV Hessen ausschließlich an die Bereiche weitergegeben, die mit der Ausstellung

der Presseausweise beschäftigt sind. Eine Datenweitergabe an Empfänger außerhalb des Verbandes erfolgt nur mit Ihrer vorherigen Einwilligung oder abschließend nach der einschlägigen Vereinbarung zwischen Presserat und Innenministerkonferenz.

Die personenbezogenen Daten werden für die Dauer der Gültigkeit des bundeseinheitlichen Presseausweises beziehungsweise für die Dauer des Mitgliedschaftsverhältnisses aufbewahrt. Nach Ablauf der Gültigkeit beträgt die Aufbewahrungsfrist der Daten maximal zwei Jahre.

Sie haben das Recht, Auskunft über die zu Ihrer Person gespeicherten Daten einschließlich eventueller Empfänger und der geplanten Speicherdauer zu erhalten und unrichtige personenbezogene Daten berichtigen zu lassen. Liegen die gesetzlichen Voraussetzungen vor, so können Sie die Löschung oder Einschränkung der Verarbeitung verlangen sowie Widerspruch gegen die Verarbeitung einlegen.

Sie sind nicht verpflichtet, die personenbezogenen Daten bereitzustellen. Allerdings ist diese für die Ausstellung eines bundeseinheitlichen Presseausweises in der Regel unerlässlich. **ala**

Eine ausführliche und ungekürzte Dokumentation der Datenschutzbestimmungen sowie das digitale Antragsformular für einen Presseausweis findet sich unter www.djv-hessen.de/service/presseausweise



Bild: DJV

Antrag Presseausweis Mitglieder DJV HESSEN

Bitte Antrag ausfüllen und **unterschrieben** an:
DJV Hessen, Rheinbahnstr. 3, 65185 Wiesbaden oder
per E-Mail an: presseausweis@djv-hessen.de.

2021

FOTO

hier aufkleben

oder per E-Mail an:

presseausweis@djv-hessen.de

Presseausweis Bisherige PA-Nr. 08-01- _____
 PKW-Schild "Presse"

PERSÖNLICHE ANGABEN

Vorname/Name _____
Geburtsdatum _____ Geburtsort _____
Nationalität _____
Postleitzahl _____ Ort _____
Straße/Haus-Nr. _____
Telefon privat _____
E-Mail privat _____

BERUFLICHE ANGABEN

Angestellt Wort
 Freie journalistische Tätigkeit Bild
 Tageszeitung Zeitschrift ör-Rundfunk Presse- u. Öffentlichkeitsarbeit
 priv. Rundfunk Anzeigenblatt Nachrichtenagentur Online-Medien

Arbeitgeber / Verlag / Auftraggeber _____
Medium / Titel (z.B. Name Tageszeitung) _____
Redaktion (z.B. Politik) _____
Adresse _____
Telefon (dstl.) _____ E-Mail (dstl.) _____

E-Mails und Newsletter sollen gesendet werden an: E-Mail privat E-Mail dienstlich ich möchte keine E-Mails

Hiermit bestätige ich, dass ich bei keinem anderen Landesverband den Presseausweis beantragt habe. Ich habe Kenntnis davon genommen, dass der Presseausweis nur an hauptberuflich tätige Journalistinnen und Journalisten ausgegeben wird. Ich verpflichte mich, den Presseausweis nur in Ausübung journalistischer Tätigkeit und nicht bei privaten Anlässen zu benutzen. Mir ist bekannt, dass der Presseausweis Eigentum des ausstellenden Landesverbandes bleibt und von diesem jederzeit zurückgefordert werden kann, insbesondere wegen missbräuchlicher Benutzung. Wenn ich nicht mehr hauptberuflich journalistisch tätig sein sollte, werde ich den Presseausweis unverzüglich dem zuständigen Landesverband zurückgeben. Das gleiche gilt bei Austritt aus dem Landesverband.

Die erforderlichen Nachweise über die hauptberufliche journalistische Tätigkeit (z.B. Arbeitsvertrag, Impressum, KSK-Bescheinigung, Pauschalisten-Vertrag, Honorarnachweise der letzten 6 Monate) habe ich beigefügt oder liegen bereits vor. Mir ist bekannt, dass diese Nachweise die eigenverantwortliche Prüfung des Landesverbandes nicht ersetzen können.

Mir ist bekannt, dass die in diesem Antrag gemachten Angaben zum Zwecke der Ausstellung eines bundeseinheitlichen Presseausweises elektronisch verarbeitet werden. Dies geschieht in Erfüllung der Verpflichtungen nach der "Vereinbarung zwischen dem Vorsitz der Ständigen Konferenz der Innenminister und Senatoren der Länder und dem Trägerverein des Deutschen Presserats e.V. über die Wiedereinführung eines bundeseinheitlichen Presseausweises" vom 30.11./01.12.2016. Hiernach unterrichten sich die ausstellungsberechtigten Verbände wechselseitig über Fälle des Missbrauchs eines Presseausweises.

Umfassende Informationen über die Datenverarbeitung bei der Ausstellung von Presseausweisen finde ich unter: www.djv-hessen.de/Service/Presseausweise.

Datum _____

Unterschrift _____

fürher Leon Fryser dann aus. Mit der Metapher der Ölstandsanzeige eines Autos verdeutlichte Fryser die finanzielle Lage des Projekts: „Bei Krautreporter blinken seit vier Jahren die Lämpchen. 2016, 2017, 2018, 2019 machte Krautreporter insgesamt mehr als 93.000 Euro Verlust.“ Wenn man bis Jahresende die Zahl von 15.000 Abonnenten nicht erreiche, brauche man „einen anderen Plan“, unkte der Geschäftsführer: tinyurl.com/zahlen-transparenz.

Es ist noch mal gut gegangen: Anfang Dezember verkündeten die Kolleg*innen dass sie mit ihrer Kampagne 2000 neue Mitglieder gewonnen hat. Dass solche Rettungsaktionen die Ultima Ratio sind und einmalig bleiben müssen ist den Krautreporter*innen freilich klar. Sich am Transparenzgebaren der Krautreporter zu orientieren, könnte indes den hiesigen Verlagshäusern auch nicht schaden.

Transparent in redaktionellen Belangen gab sich im Herbst die Augsburger Allgemeine. Die Redaktion lud sechs Leser*innen zu einem Gespräch, die ihr Zeitungsabonne-

ment aus Verärgerung über die Corona-Berichterstattung gekündigt hatten. Redakteure aus verschiedenen Ressorts, darunter der Chefredakteur der Augsburger Allgemeinen, seine Vize und sechs ehemalige Leser*innen trafen sich zu einem Gespräch. Die Zeitung berichtete anschließend ausführlich darüber wie das Dialogangebot scheiterte (tinyurl.com/corona-kritiker). Absicht sei es vor allem gewesen, zu erkennen, „Wie Corona-Kritiker denken und argumentieren“, erläuterte Redakteur Daniel Wirsching in einem Video der Drehscheibe das Vorgehen der Zeitung (tinyurl.com/drehscheibe-video).

Tägliche Faktenchecks bieten die Journalist*innen des Recherchezentrum Correctiv (correctiv.org/faktencheck): „Gezielte Desinformation wird genutzt, um unsere Gesellschaft zu spalten, Hass zu verbreiten oder Geschäfte zu betreiben. Einseitige oder falsche Informationen kreieren verzerrte Weltbilder. CORRECTIV.Faktencheck wirkt dem entgegen und deckt tagtäglich Falschinformationen, Gerüchte und Halbwahrheiten auf“. Wer mit so hohen und hehren Ansprüchen für seine Arbeit wirbt, der muss

sich auch in die Karten schauen lassen. Wie die Rechercheure arbeiten, beschreiben sie jeweils ausführlich: „Wir glauben, dass saubere digitale Quellenarbeit Vertrauen der Leserinnen und Leser stärkt. Wenn sie unsere Quellen einsehen können, können sie nachvollziehen, wie wir zu unserer Bewertung gekommen sind. Indem wir unsere Recherchewege immer transparent machen, wollen wir ihnen außerdem vermitteln, wie sie selbst Informationen zusammentragen können“ – das und weitere Details sind auf der Correctiv-Website nachzulesen: tinyurl.com/faktenchecks.

Dafür gibt's freilich nicht nur Applaus, wie die Kolleg*innen auch dokumentieren: „Unsere Arbeit gefällt vielen Menschen nicht. Wir werden beleidigt, sexistisch belästigt und bedroht. Blogs oder Youtube-Kanäle, von denen wir Beiträge prüften, veröffentlichten außerdem oft vermeintliche Gegendarstellungen, in denen sie teilweise unsere Namen, Fotos und E-Mail-Adressen exponieren. Wir bekommen dann persönliche, teils heftige Hassnachrichten zugeschickt“.

Thomas Mrazek

Ja, so funktioniert Journalismus

Telefonat mit einem Leser. In meinem Beitrag für ein regionales Onlinemedium über die Zusammenlegung der beiden Aueweiher in Fulda sei ich die örtliche NABU-Gruppe zu hart angegangen. Diese kritisiert das Vorhaben und hatte Unterschriften dagegen gesammelt.

Kommentar Allerdings hieß es in der Begründung, für die Zusammenlegung müsse der (zwischen den Weihern liegende) Auewald vernichtet werden. Tatsächlich ist der „Wald“ eher ein Hain, es werden 18 Bäume gefällt, ein Rest bleibt erhalten und wird später auf einer für Fußgänger unzugänglichen Insel liegen. So war es von Anfang an geplant, wie der NABU auch schon vor der Unterschriftenaktion wusste. Dennoch ließen sich die Verantwortlichen zur Falschaussage hinreißen und die bereits zum Ausgleich gepflanzten Bäume erwähnte man ebenso wenig.

Der Leser kennt mich persönlich, weiß folglich, dass ich nicht nur ein Öko-Onlinemagazin herausgebe, sondern mich auch privat in einem Gemeinschaftsgarten-Projekt engagiere. Beim Einkauf trifft

man mich oft im Biosupermarkt und Unverpacktladen. Das ich ein „Öko“ bin, steht mir auf die Stirn geschrieben. Demnach ist es leicht zu erraten, welche Partei ich wähle. Daher müsste ich doch aus Sicht des Lesers auch bei meinem Beitrag auf der Seite des NABUs stehen.

Wer nachweislich lügt, darf sich nicht beschweren, wenn die Presse entsprechend berichtet, Aussagen einordnet und Fakten nennt. Egal ob AfD oder eben der NABU. Meine persönliche Sympathie und Wünsche dürfen in meiner journalistischen Arbeit keine Rolle spielen, führte ich im Telefonat weiter aus. Mein Gesprächspartner war überascht. „Ach so funktioniert Journalismus.“ - „Ja, das ist Standard“, antwortete ich erstaunt. Der Leser ist gut gebildet, war im Berufsleben als Unternehmer weltweit erfolgreich. Ich ertappte mich dabei, deswegen voraus zusetzen, dass er qualitativ hochwertigen Journalismus nicht nur erkennt, sondern auch weiß, wie er entsteht. Man kann sich nun über seine Naivität in Sachen seriöser Journalismus lustig machen, oder sich fragen, wie er zu seiner Einschätzung kam.

Gerade in den regionalen Medien in Osthessen findet er wöchentlich Schleichwerbung, nicht als solche gekennzeichnete und 1:1 übernommene Pressemitteilungen, unsauber recherchierte Beiträge und solche, die zwischen den Zeilen mit Meinung und politischer Anschauung durchtränkt und/oder im Interesse von großen Anzeigenkunden sind. Jeder Vorfall untergräbt das Vertrauen in die Presse und dennoch nehmen wir es als Akteure der Branche oft mit einem Schulterzucken hin.

Wann haben wir uns das letzte Mal von solchen Praktiken öffentlich distanziert und deutlich gemacht, dass diese Beiträge von schlechter Qualität sind und in einigen Fällen sogar nichts mit Journalismus zu tun haben? Wann haben wir unsere Arbeitsweisen für Außenstehende verständlich erklärt? Wenn wir es nicht tun, wer soll es stattdessen machen? Ansonsten brauchen wir uns über das schiefe Bild von Journalismus so mancher Rezipienten nicht wundern, welches schwarze Schafe der Branche oft ungestört nicht nur zementieren, sondern weiter ausbauen.

Jens Brehl

Mehr als nur googeln

Praxistipp: Ortsverband Fulda organisiert Workshop zu Suchmaschinen-Effizienz

Mal eben schnell ein paar Informationen aus dem Internet ziehen – dazu braucht es doch keine Anleitung; man weiß doch auch ohne Coaching, wie man googelt. Wozu dafür einen Abend beim Bezirksverband Osthessen opfern? Wer mit dieser Einstellung die Ankündigung des Workshops „Suchmaschinen effizienter nutzen“ in Fulda registriert und abgehakt hat, hat einen echten Mehrwert verpasst. Und Chancen vertan, viel Zeit vorm Bildschirm zu sparen.

Denn die praktischen Anleitungen des Vize-Vorsitzenden des Fuldaer Verbands, Oguz Calli, räumten gleich mit einer irrigen Vorstellung auf: Suchbegriffe in Google hintereinander reihen ist nicht gleichbedeutend mit zielgerichtetem und zeitökonomischem Recherchieren im Netz. Das geht viel raffinierter, mit verblüffenden Resultaten, wie die User im Praxistest feststellten. Denn es macht sehr wohl einen Unterschied, ob ich nur eine Folge von Suchbegriffen hintereinander eingabe oder ob ich diese mittels Operatoren strukturiere und die angezeigte Trefferquote durch intelligente Verknüpfungen (siehe Kasten) signifikant eindampfe. Im Idealfall von ein paar Millionen zu wenigen Dutzend. Wobei der erste Recherche-Schritt – wie gehabt



Dickicht lichten: Mit intelligenten Verknüpfungen kann die Trefferquote optimiert werden. Foto: Andreas Lang

– weit vor der Eingabe über die Tastatur zu gehen ist. Der erfolgt auch im digitalen Zeitalter nach wie vor im Kopf, mit der gedanklichen Festlegung der fokussierten Ausgangsfrage. Erst wenn ich diese Fragestellung frei von Scheuklappen, Vorfestlegungen und Ideologien definiert habe, kann ich im Netz nach sprudelnden Quellen suchen.

Quellen gezielt anzapfen

Und weil die im weltweiten Netz bekanntermaßen übersprudeln, gilt es, diese Ströme zu kanalisieren. Beispielsweise mit dem Einsatz der Boole'schen Operatoren AND, OR und NOT. Welch verblüffende Vereinfachungen

diese ermöglichen, zeigte Calli an praktischen Beispielen wie seiner Spezialität, der „Neuen Seidenstraße“, auf.

Immer vorausgesetzt natürlich, ich gewichte auch diese reduzierte Masse nach Klasse und Relevanz. Und sei es durch einen immer feineren Einsatz der Suchkriterien. Denn es mag zwar charmant sein, die Trefferanzahl von ein paar Millionen auf wenige hundert herunterzuschrauben. Nicht zuletzt, um mit intelligentem Einsatz und cleverer Kombination von Buzzwords den Algorithmen der Großen, die sich auf der lukrativen Jagd nach Klicks und Visits auf die vordersten Seiten bugsieren wollen, ein Schnippchen zu schlagen.

Andererseits droht damit der Überraschungseffekt verloren zu gehen, der Perlenfund in einem Meer von Informationen.

Und es muss ja auch nicht immer Google sein, um edle Treffer zu landen, hat Oguz Calli in dem lehrreichen Workshop in Erinnerung gerufen. Es gibt ja auch weniger dominante, aber nicht weniger effiziente Suchmaschinen wie Quant oder Startpage, rief der freie Journalist und Coach, der Börsenpsychologie studiert hat, in Erinnerung. Auch damit wird man auf der Suche nach relevanten und soliden Informanten rasch fündig – effizienter als man Google-impregniert vermuten würde. Seminar-Teilnehmer Jörn Perske (43) jedenfalls war begeistert von dem Fortbildungsangebot. „Ich habe von einem sehr kundigen Kollegen einige Tricks und Kniffe im Umgang mit der Google-Recherche kennengelernt. Kleine Änderungen in der Sucheingabe, große Wirkung beim Resultat“, bilanzierte der Fuldaer Online- und Social-Media-Redakteur des Hessischen Rundfunks. „Schön, dass der DJV solche Seminare kostenlos anbietet. Ein sehr guter Service, den man womöglich noch weiter ausbauen könnte.“

Andreas Lang

Hilfreiche Befehle

Die gängigsten Hilfsmittel, um ausufernde Suchen im Internet einzugrenzen, sind die Boole'schen Operatoren AND (+), NOT (-) und OR. Auch sie wollen und können intelligent eingesetzt werden. So macht es einen Unterschied ob ich ein + oder – mit Leerzeichen zwischen zwei Suchbegriffe setze oder diese Zeichen im Eingabefeld ohne Leerzeichen unmittelbar vor dem zweiten Suchbegriff platziere. Die direkte Verbindung zwischen Sonderzeichen und Schlagwort ohne Leerzeichen reduziert die Zahl der angezeigten Treffer zum Teil signifikant. Weitere bekannte Eingabetools sind die Phrasensuche, also Begriffe in Anführungszeichen („...“) zu setzen, womit sie so direkt verbunden angezeigt werden. Ein Platzhalter oder Trunkierung (*) erweitert umgekehrt das Trefferspektrum, um zusammengesetzte Wörter aus einem vageren Oberbegriff zu erhalten, z. B. Umwelt* oder *politik.

Schließlich kann ich einer Internetadresse auch den Filter „site:“ voransetzen, um beispielsweise nur Artikel aus einer gewünschten Publikation oder Quelle angezeigt zu bekommen. Mit Verfeinerungen wie etwa site:org oder site:edu werden nur Inhalte einer Institution (wie der UN) oder einer Bildungseinrichtung (wie der UNESCO) aus dem Netz gefiltert. Einen vergleichbaren Effekt erzielt man auch, wenn man als Google-Liebhaber dessen spezialisierte Suchmaschinen nutzt, etwa Google Scholar für wissenschaftliche Beiträge.

Mit dem vorangesetzten Suchoperator filetype: kann ich bei Bedarf nur definierte Formate aufrufen, etwa pdfs. Und mit „define:“ stoße ich jenseits von Wikipedia auf eine Vielfalt von Definitionen inklusive Links zu den Quellen. Und ich kann all diese algorithmischen Helfer kombinieren. Wer diese Königsdisziplin beherrscht, dessen passgenaue Treffer können am Ende auf einer Bildschirmseite angezeigt werden.

ala

Am Ende der Geheimniskrämerei

Praxistipp: Wie weit der Informantenschutz bereits gesetzlich abgesichert ist – Warten auf Umsetzung der Whistleblower-Richtlinie der EU in nationales Recht

Ein Gesetz zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen (GeschGehG) – auch das existiert im deutschen Rechtskanon. Und mit dem können Journalistinnen und Journalisten in Berührung kommen. Wenn beispielsweise ein Geschäftsmann – sagen wir, ein Wirecard-Vorstand – ein Geheimnis aus Informationen oder Bilanzen macht, diese vorenthalten oder herausfinden will, wer diese ausgeplaudert hat. Um das Spannungsfeld zwischen Offenbarungsschutz und Schutz von Hinweisgebern beim Aufdecken von Missständen ging es bei den mittlerweile zehnten Jenaer Medienrechtlichen Gesprächen der benachbarten Thüringer Landesmedienanstalt und der Friedrich-Schiller-Universität. Mit viel praktischem Mehrwert für die über 120 Zuhörer.

Denn der besondere Schutz angeblich geheimhaltungspflichtiger Daten wird immer dann schnell bemüht, wenn angebliche Whistleblower unangenehme Wahrheiten teilen. Die an die Öffentlichkeit gehören, meinen sie; die Dritte nichts angehen, meinen die Verursacher.

Ein klassisches Dilemma. Wenn sich Informanten damit nicht an interne Schiedsstellen wenden, sondern an Medien, genießen sie bekanntermaßen einen besonderen Schutz. Der beinhaltet, dass Berufsgeheimnisträger diese Quelle mit Verweis auf das Zeugnisverweigerungsrecht in aller Regel nicht preisgeben müssen.

Medienklausel bekräftigt Privileg

Dieser mit dem Spiegel-Urteil von 1966 zementierte Informantenschutz reicht weit, auch ins digitale Publishing hinein. Misslich nur, dass Spuren auf der Datenautobahn oft nicht so rückstandsfrei verwischt werden können wie in der analogen Welt. Die Berichterstattung von Netzpolitik.org über eine massenhafte Auswertung von Internetdaten des Verfassungsschutzes ließ seinerzeit aufhorchen und erahnen, wie konsequent Leaks rückverfolgt werden können.

Die ein Jahr alte Whistleblower-Richtlinie der EU ist zwar noch nicht in nationales Recht umgesetzt; ein Zeitplan dafür ist noch nicht bekannt. Aber auch das existierende GeschGehG gibt keinen Freibrief, Medienschaffende zur Preisgabe ihrer Quelle zu zwingen. Aus der Kommentierung leitet sich ab, dass auch in diesem Regelwerk investigativer Journalismus und dessen Quellen vor Sanktionsgelüsten der Entlarvten implizit geschützt sind. In diesem Gesetz ist übrigens erstmals kodifiziert, was unter einem Geschäftsgeheimnis zu verstehen ist. Zwar mit den üblichen unbestimmten Rechtsbegriffen (üblicherweise, allgemein bekannt, ohne Weiteres zugänglich), aber eben auch verknüpft mit der Beweispflicht, dass eine

Erhellende Einblicke in die journalistische Praxis gab Ilka Brecht, Redaktionsleiterin des ZDF-Magazins Frontal 21. Wohl wissend um die Privilegien, die ein öffentlich-rechtlicher Sender bei der Recherche gewährt, erinnerte sie an die beträchtlichen Risiken, die ein Whistleblower eingeht, von Mobbing über einen Jobverlust bis hin zu juristischen Sanktionen. Umgekehrt seien sie zur Aufdeckung von Missständen unverzichtbar. Im Fall von Deepthroat, dem die Aufdeckung des Watergate-Skandals zu verdanken und der bis heute anonym geblieben ist, zeige sich, dass und wie der geradezu heilige Wert des Informantenschutzes nachhaltig geschützt werden könne. „Wir müssen recherchieren können, ohne ins Visier von Ermittlern zu geraten“, unterstrich Brecht.



Die Whistleblower-Richtlinie der EU sichere diese Anspruch ab, sei aber geografisch zu unspezifisch. In der Fassung der Kommission ist der Rechterschutz auf dem Kontinent als Ganzes abgedeckt, nicht aber in nationalstaatlichen Grenzen. Nach dem bisherigen

Information ungerechtfertigt weitergegeben worden ist.

Nicht weniger relevant ist die Medienklausel, nach der „die Ausübung des Rechts der freien Meinungsäußerung und der Informationsfreiheit nach der Charta der Grundrechte der EU, einschließlich der Achtung der Freiheit und der Pluralität der Medien“ ausdrücklich gewährleistet ist.

Ein echter Durchbruch, wie in dem medienrechtlichen Gespräch von den Experten herausgearbeitet wurde. Denn diese programmatische Ansage, die dem Gesetz vorangestellt ist, definiert einen Grundsatz, aus dem ein weitgehender Schutz von Whistleblowern abgeleitet werden kann. Dass sie legitime Grenzen überschritten haben, muss im Umkehrschluss erstmal belegt werden. Das ist kein Blankoscheck, aber eine weitreichende Vollmacht. Und eine Stärkung der Pressefreiheit.

Wortlaut hätten Informanten beispielsweise eine relative Sicherheit, wenn sie auf einen Missbrauch von EU-Subventionen hinweisen. Nicht aber bei Verstößen gegen genuin deutsches Recht. In der Koalition ist noch umstritten wie scharf das Schutzrecht konturiert wird.

Offen blieb in der Diskussion die Frage, welche Investigationen die Medienklausel abdeckt. Da der Beruf des Journalisten nicht geschützt ist, bleibt auch unscharf, welche journalistischen Tätigkeiten darunter fallen, gerade bei Hybriden auf digitalen Plattformen wie etwa Blogs. Nach all dem erhellenden juristischen Input bleibt es aus verschiedenen Gründen und Konfrontationen mit der Wirklichkeit letztlich ein Geheimnis, wann ein Geheimnis beginnt und wann es endet. Es kommt darauf an, wie der Jurist zu sagen pflegt – oder auf das letzte Wort eines Gerichts.

Andreas Lang

Ausschreibung für Freie im DJV Hessen: „Ich bin frei“

Landesverband vermittelt im „Jahr der Freien“ Projektstipendium an Journalisten, denen die Corona-Pandemie besonders schwer zusetzt



Der DJV Hessen engagiert sich für seine freien Mitglieder, dank der Initiative des Hessischen Ministeriums für Kultur und Wissenschaft (HMWK) Soloselbstständige aus der Kreativwirtschaft zu unterstützen. Für alle freien Mitglieder hat sich der DJV Hessen erfolgreich für ein Projektstipendium beworben, das in voller Höhe an die teilnehmenden Mitglieder weitergegeben wird und pro Beitrag mit 400,- Euro dotiert ist.

Das journalistische Projekt mit dem Arbeitstitel „Ich bin frei“ soll eine Ausschreibung für die Journalisten/Innen im DJV-Hessen sein und alle Bereiche abdecken, ist aber ausschließlich für völlig freie Mitglieder gedacht. Sie sollen in Wort, Bild oder auch Film/Video den Titel fortführen: Ich bin frei, weil... Dabei sollen sie ihre Beweggründe für die freie Tätigkeit aufzuführen, ihre persönliche Einschätzung der Relevanz von freien Journalisten/Innen, ihre Visionen und die Veränderun-

gen durch Corona.

Die Journalisten/Innen können die Aufgabe entweder als Fotografen/Innen lösen und sich mit einer Fotostrecke bewerben (inkl. Selfie/Portrait) und nur einem kurzen Kommentar. Beispielsweise die Dokumentation eines aktuellen und relevanten Geschehens, das ansonsten entweder unbeachtet geblieben wäre, oder durch Beteiligte einseitig und damit verfälscht betrachtet würde. Oder auch eine fotografische Reihe von Details, die ansonsten unbeachtet blieben. Ergänzend zu den Fotos wird ein kurzer Kommentar/Bildunterschrift erwartet mit dem Opener „Ich bin frei, weil...“

Eingereicht werden können Texte, Fotos, Podcasts und andere Audioformen, sowie Videos.

Da die Mittel begrenzt sind, wird eine Jury über die 40 besten Einreichungen entscheiden. Die Teilnehmer der ausgewählten Beiträge erklären sich bereit, dass ihr Werk auf der

Internetseite des djv-hessen.de und des bundesweiten djv.de, sowie des Hessischen Ministeriums vorgestellt wird. Die Einreichenden bleiben selbstverständlich Rechteinhaber und weisen nach Möglichkeit bei weiteren Veröffentlichungen auf das Stipendium durch DJV Hessen und HMWK hin.

Von Wort-Journalisten/Innen wird ein prägnanter Kommentartext mit ca. 3600 Anschlägen erwartet und ein Selfie/Portrait.

Von Videojournalisten/Innen wird ein kurzer Clip (ca. 2:30) erwartet, in dem sie sich kurz vorstellen und erzählen, warum sie frei sind, ergänzt durch Bewegtbilder. Der/die JournalistIn soll sich darin kurz vorstellen und begründen warum sie frei ist, mit einem Thema und ergänzenden Bildern, das er/ihr besonders am Herzen liegt, was die Corona-Krise damit gemacht hat und was er/sie sich für die Zukunft im Journalismus wünscht. Gleiches gilt für Podcasts.

Teilnehmen können nur freie DJV-Mitglieder, die kein weiteres Einzel- oder Gruppen-Stipendium des HMWK der Phase 3 (Ausschreibung August 2020) erhalten haben und ihren Wohn- und Arbeitssitz in Hessen haben.

Einzureichen sind die Beiträge ausschließlich elektronisch bis zum 15. Januar 2021 bei Dr. Lydia Polwin-Plass, Textbeiträge als Mail-Anhang und Foto, Film und Podcasts per wetransfer an: Dr.Lydia@Polwin-Plass.com.

Die Beiträge dürfen nicht größer als 1GB sein, Textbeiträge müssen als Word-Datei eingereicht werden und Bild, Video, Podcasts als mpg.

Als „Betreff“ ist zwingend einzufügen: „Ich bin frei“.

Die vierköpfige Jury tagt am 14./15. Februar 2021 und teilt den Bewerbern/Innen im unmittelbaren Anschluss das Ergebnis mit.

Am Beitrag soll es nicht scheitern

Landesverband bietet Nachwuchs limitierte Schnuppermitgliedschaft an

Am Geld soll es nicht scheitern, dass ein Jungjournalist von den Vorteilen einer Mitgliedschaft im DJV profitieren kann. Um diese Hemmschwelle zu senken, haben die Delegierten des Landesgewerkschaftstags im Herbst eine Schnuppermitgliedschaft bewilligt. Für 9,90 Euro im Monat können Studierende mit einem Schwerpunkt bei Medien und Journalismus und Auszubildende in der Medienwirtschaft ein Jahr lang einen Überblick über die Vorzüge einer Mitgliedschaft gewinnen.

Die Nachfrage nach diesen limitierten „Sonderangebot“ ist nach Auskunft von Geschäftsführerin Imke Sawitzky zwar noch verhalten. Dennoch hält der Vorstand an diesem Pilotversuch fest. Er ist Teil einer längerfristigen Strategie, journalistischen Nach-

wuchs mit dessen spezifischen Interessen, Diversifikationen und Lebensläufen zu gewinnen und zu halten. Zum zielgruppenorientierten Angebot des DJV Hessen zählt beispielsweise auch der Jungjournalistentag, an dem Medienprofis mit Youngstern ins Gespräch kommen.

Mitglied im DJV-Landesverband zu sein – und sei es auch nur probeweise – bedeutet ganz praktisch, einen behördlich anerkannten Presseausweis beantragen zu können und im beruflichen Streitfall professionellen Rechtschutz zu erhalten. Nicht weniger bedeutsam und wertvoll ist die Vernetzung mit Kolleginnen und Kollegen, sei es über einen Ortsverband in der Region, über einen Fachausschuss zum eigenen beruflichen Schwerpunkt oder im Netzwerk Junge

mit Gleichaltrigen.

Die Schnuppermitgliedschaft zum Spezialtarif ist auf ein Jahr begrenzt und geht danach automatisch in eine reguläre Mitgliedschaft über. An den Einkommensverhältnissen allein muss aber auch eine Verlängerung nicht scheitern. Wenn es im Einzelfall aufgrund der Wirtschafts- oder Ertragslage finanziell eng bleiben sollte, sollte sich im direkten Kontakt auch dafür eine Lösung finden. Denn auch das ist der DJV Hessen, wie so mancher Freie, aber auch Festangestellter in der Vergangenheit dankbar erfahren hat: eine Servicestelle, aber auch eine Solidargemeinschaft.

ala

www.djv-hessen.de/service/mitglied-werden

**Der DJV Hessen und die
„Blickpunkt“-Redaktion
wünschen allen Mitgliedern und
Lesern am Ende eines turbulenten
Jahres frohe Weihnachten und
einen guten Start ins neue Jahr.**



Bild: freepik.com