

## GEKAUFTE MEINUNGSHOHEIT: DER NEUE ZEITUNGSMOLOCH STZN-EZ **Seite 6**



<b>Bericht vom Bundes- verbandstag</b>	<b>Seite 8</b>
<b>Aktivitäten für die Presse- freiheit in der Türkei!</b>	<b>Seite 10</b>
<b>Diskussion mit Landtags- präsidentin Muhterem Aras</b>	<b>Seite 20</b>

# SCHON BESTELLT? DAS DJV- HANDBUCH FÜR FREIE!



## DJV-HANDBUCH FÜR FREIE

Der unverzichtbare Berufsratgeber für freie Journalistinnen und Journalisten!

Auf 600 Seiten erfahren Sie alles, was freie Journalisten rund um den Beruf wissen müssen: Marktchancen, Marketing, Urheberrecht, Verhandlungstechnik, Steuern, soziale Absicherung, Versicherungen, Auslandstätigkeit, Arbeitsmittel, Technik.

**BESTELLEN?**  
[www.shop.djv.de](http://www.shop.djv.de)



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

während die Medienlandschaft Baden-Württembergs weiter erodiert, kann die Südwestdeutsche Medienholding durch den Kauf der Eßlinger Zeitung die Zahl ihrer Fundamente vergrößern. Die Arbeitsbedingungen für Journalistinnen und Journalisten verschlechtern sich weiter – sofern sie überhaupt noch welche haben. Und obwohl die beiden Schlagworte „disruptiv“

und „postfaktisch“ in diesem Magazin fehlen, kommen wir um die konkreten Auswirkungen nicht herum, zum Beispiel Roboter, die zunehmend die politische Diskussion bestimmen oder eine Partei, die Journalisten von ihrem Parteitag ausschließt. Über all dies und noch viel mehr informieren wir Sie in diesem Blickpunkt.

Eine anregende Lektüre wünscht Ihnen Ihre Blickpunkt-Redaktion

### EDITORIAL

5 Text Text Text Text

### TOPTHEMA

6 **GEKAUFTE MEINUNGSHOHEIT:**  
Der neue Zeitungsmoloch STZN-EZ

### VERBAND

- 8 Bescheidene Bilanz:  
Bericht vom Bundesverbandstag
- 10 Vielfältige Aktivitäten:  
Kampf für Pressefreiheit in der Türkei
- 11 Die AfD und ihr Demokratieverständnis
- 12 Neues von Burda:  
Donna wird jetzt von Agentur gemacht
- 14 Propaganda-Roboter automatisieren  
die politische Diskussion
- 16 Funk, das neue Content-Netzwerk  
von ARD und ZDF
- 17 Mediennachrichten
- 30 Die Auszeit ist aus: Bilanz eines Sabbaticals

### REZENSIONEN

- 18 „Journalismus – Das Lehr- und  
Handbuch“ von Stephan Ruß-Mohl
- 18 „Good Girls Revolt“,  
zehnteilige Amazon-Serie

### AUS DEN KREISEN

- 19 KV Neckar-Alb führt einen Workshop  
zu Bildrechten durch
- 20 KV Stuttgart:  
Landtagspräsidentin liest der  
Branche die Leviten
- 21 KV Offenburg-Ortenau in der  
Hochschule Offenburg
- 22 KV Offenburg-Ortenau beim  
Polizeipräsidium Offenburg
- 24 KV Freiburg:  
Medienwerkstatt widmet sich  
Reisejournalismus
- 27 KV Esslingen-Göppingen:  
Wer kämpft noch?

### FACHAUSSCHÜSSE

- 25 Fachausschüsse Betriebsratsarbeit und  
Tageszeitungen zur aktuellen Lage
- 26 Meeting via Skype?  
Fachausschuss Neue Technik/Online  
erprobt neue Wege
- 28 Seminare der Journalisten-Akademie
- 31 Impressum / Jubilare

## Systematische Unterdrückung der Pressefreiheit in der Türkei

- 121 Journalistinnen und Journalisten im Gefängnis
- 168 Zeitungen, Zeitschriften und andere Medien zwangsweise geschlossen
- Über 2500 Journalistinnen und Journalisten entlassen und arbeitslos

Seit Verhängung des Ausnahmezustandes in der Türkei durch die Regierung von Präsident Erdogan am 20. Juli 2016 wurden nach Zählung der Europäischen Journalistenföderation (EJF) 121 Journalistinnen und Journalisten verhaftet und in Gefängnisse gebracht (Stand: 16. November 2016); 168 Zeitungen, Zeitschriften, Radio- und Fernsehsender und andere Medien wurden zwangsweise geschlossen (Stand: 29. Oktober 2016); und über 2500 Journalistinnen und Journalisten sind ohne Arbeit und Einkommen. Betroffen sind Journalistinnen und Journalisten sowie Medien, die über die Regierung von Präsident Erdogan kritisch berichten und kommentieren. Die Angriffe der türkischen Regierung auf die Pressefreiheit gehen einher mit Verhaftungen von Oppositionspolitikern und Gewerkschaftern sowie der Entlassung von Richtern, Lehrern und anderen Beamten aus dem Staatsdienst. Davon in besonderem Maß betroffen ist die kurdische Minderheit der Türkei aber auch die Gewerkschaftsbewegung und kritische Bürger. Wir rufen deshalb auf zur

## Protestkundgebung gegen die Angriffe der türkischen Regierung auf die Pressefreiheit am Mittwoch, 14. Dezember 2016, um 17 Uhr in Stuttgart, Wilhelmsplatz

deutsche Journalistinnen und Journalisten Union in ver.di (dju) Baden-Württemberg, Deutscher Journalisten Verband (DJV) Baden-Württemberg, Verband deutscher Schriftstellerinnen und Schriftsteller (VS) Baden-Württemberg, Deutscher Gewerkschaftsbund (DGB) Baden-Württemberg, Reporter ohne Grenzen

Bei der Kundgebung sprechen: **Joachim Kreibich** (Europäische Journalisten Föderation – EJF), **Dagmar Lange** (DJV), **Sakine Esen Yilmaz** (Türkische Lehrgewerkschaft, Asylbewerberin in Deutschland), **Necati Abay** (Journalist aus der Türkei, geflohen nach Deutschland) und **Leyla Abay** (Mitarbeiterin des verbotenen Radiosenders Özgür Radyo).

## Verlagsbeben

Nun ist es wieder soweit: Zum Jahresende wird Bilanz zu den Themen gezogen, die uns besonders beschäftigten. Dazu gehört die zunehmende Pressekonzentration. Der „starken Hand“ des Stuttgarter Pressekonzerns SWMH vertraut jetzt auch die Verlegerin der Eßlinger Zeitung – und den Betroffenen in den Redaktionen bleibt nur die Hoffnung, dass ihre Arbeit weiterhin gebraucht wird.

In den zwangsverheirateten Redaktionen von StZ und StN klagen die Kolleginnen und Kollegen immer noch über unrunde Arbeitsabläufe. Dazu kommt ein vermehrter Druck bei den Sonntagsdiensten, weil sie zwei Hüte aufhaben müssen, aber die Sonntagszulage seit Jahrzehnten auf niedrigem Niveau dümpelt. Der Sparzwang führt auch schon mal dazu, dass ein wichtiges lokales Thema in der gedruckten Ausgabe um einen Tag verschoben wird. Weitere Negativbeispiele: Beim SWR stocken die Honorarverhandlungen. Die Reform des Urheberrechts war und ist ebenso ein Dauerthema wie die Vorratsdatenspeicherung. Gegen das Gesetz hat der DJV gemeinsam mit vielen weiteren Akteuren nun Verfassungsbeschwerde eingelegt.

Die Fachverlagsgruppe Ebner aus Ulm macht sich laut eigener Aussage viele Gedanken um die Mediennutzung der Zukunft. Die Verlags-Chefs kommen zu dem Schluss: „Content Marketing ist das Verlags-Business der Zukunft, leider ohne Verlage.“ Dieser Realität müsse man sich stellen angesichts der Millennials, die nur noch auf mobilen Geräten surfen und hauptsächlich auf „Minimum Information Units“ ansprechen. Man möchte laut Hilfe schreien, wenn empfohlen wird, Redaktionen und Vertrieb als eine „Plattform vernetzten digitalen Wissens“ zu betrachten. Nach einer Studie der Stanford University sind



schon jetzt 82 Prozent der Schüler von Middle Schools in den USA nicht in der Lage, Native Advertising von echter redaktioneller Berichterstattung zu unterscheiden. Zurecht hat der DJV-Verbandstag beschlossen, dass es mehr Transparenz bei Content Marketing durch eine konkrete Kennzeichnung und die Nennung der Auftraggeber geben muss.

Wir Journalisten sehen uns zunehmend in der Verteidigungsposition. Immer lauter werden die Vorwürfe, wir seien nur staats gelenkt und überhaupt nur eine „Lügenpresse“. Solche Unterstellungen sind anscheinend salonfähig geworden – in den USA, in der Türkei, in vielen Ländern der Europäischen Union und natürlich auch in Deutschland. Die AfD hat bei ihrem Landesparteitag die Presse gleich vor der Tür gelassen.

Die gute Nachricht zum Schluss: Unser DJV-Landesverband ist äußerst lebendig, wie die vielen Veranstaltungen belegen, über die dieser Blickpunkt berichtet. Die Kritik eines Kreisvorsitzenden (Seite 27) zeigt nur: Wir müssen noch enger zusammenrücken. Ich freue mich auf weitere Anregungen und Begegnungen.

Kommen Sie gut ins neue Jahr!

Ihre

**Dagmar Lange**  
DJV-Landesvorsitzende  
Baden-Württemberg

# GEKAUFTE MEINUNGSHOHEIT: DER NEUE ZEITUNGSMOLOCH STZN-EZ

**Wem gehören die Tageszeitungen, die über 90% der Deutschen lesen? Wer genauer hinschaut erkennt schnell, dass die deutsche Tageszeitungs-Landkarte von wenigen Verlegern bzw. Verlegerfamilien bestimmt wird. Die Pressekonzentration ist auch in Baden-Württemberg deutlich zu spüren. Ganz aktuell zeigt sich das bei der Übernahme der „Eßlinger Zeitung“ durch den Konzern SWMH. Und das große Fressen geht weiter.**

Wir müssen wettbewerbsfähig bleiben, Wachstum durch neue Geschäftsfelder – so oder ähnlich lauten immer die Argumente, wenn ein Verlag den anderen schluckt oder Redaktionen zusammenrücken müssen.

Unter dem Titel „Irrgärten und Matroschka-Puppen hatte der Blickpunkt 2015 die verwickelten Eigentümerstrukturen der Zeitungen in Baden-Württemberg beschrieben. Unsere Karte und die dazu verlinkte Excel-Tabelle zeigten damals die Übermacht des SWMH-Konzerns in Baden-Württemberg. Inzwischen ist dieser wieder bei seinen Konzentrations- und Verdichtungsbestrebungen weitergekommen.

Nicht nur ist durch das Zusammenlegen der Redaktionen von Stuttgarter Nachrichten und Stuttgarter Zeitung die Berichterstattung aus der Landeshauptstadt „entschlackt“ worden, darüber hinaus konnte er sich auch auf dem Magazin-Markt das Lift-Magazin einverleiben, hat zur Bindung weiterer Werbekunden das Magazin #S240711 gegründet, und konnte nun, vorläufiger Höhepunkt, sogar das Traditionsblatt „Eßlinger Zeitung“ der Verlegerfamilie Bechtle kaufen:

## Vielfalt und Eigenständigkeit nehmen weiter ab

Die „Stuttgarter Zeitung“, bisher Minderheitsgesellschafter (24 Prozent), übernimmt Anteile von Verlegerin Christine Bechtle-Kobarg (63 Prozent) und hält damit künftig die Mehrheit am Bechtle Verlag und an der baden-württembergischen Regionalzeitung. Weiterer Gesellschafter ist und bleibt mit 13 Prozent die GO Druck Media Verlag GmbH & Co. KG aus Kirchheim

Karikatur: Rainer Simon

Teck. In der Pressemitteilung der SWMH steht das übliche Vokabular: „Die Kooperation soll es uns ermöglichen, Kompetenzen zu bündeln, Marktchancen zu nutzen und gemeinsam strategische Ziele zu formulieren. In den nächsten Wochen und Monaten stehen der Erhalt und Ausbau von Know-how sowie die Ausschöpfung

von Synergiepotenzialen, unter Berücksichtigung der Eigenständigkeit von Eßlinger Zeitung und der Markstellung der Druckaktivitäten im Zentrum der gemeinsamen Aktivitäten“, so StZ-Geschäftsführer Herbert Dachs. Landesvorsitzende Dagmar Lange warnt: „Auch dieser Kauf gehört zu einer größeren Strategie der SWMH, mit der die Medien- und Meinungsvielfalt zu Grabe getragen wird.“ Nicht umsonst sprach SWMH-Geschäftsführer Richard Rebmann von einem „konsequenten Ausbau des Engagements im Bereich regionale Zeitungsverlage“.

Hat man die äußere Hülle der „Matroschka-Puppe“ SWMH erst mal entfernt, ist man noch lange nicht beim Kern angelangt. Vorher kommen noch Querverbindungen wie etwa Anzeigen oder inhaltliche Kooperationen oder die Übernahme von Mantelteilen, danach komplexe Eigentumsverhältnisse mit unterschiedlich großen Anteilen, Holdings und Zwischenholdings. Mit der Hauptgesellschafterin Medien Union zusammengerechnet bildet die SWMH neben der Axel Springer AG und der Funke Mediengruppe eine der drei größten Tageszeitungsgruppen in Deutschland. Wer sich für die aktuellen Daten im Detail interes-

siert, der sei an die KEK, die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (kek-online.de) verwiesen. Dort lässt sich seitenslang das überaus vielfältige Beteiligungsgeflecht der SWMH studieren.

Übergreifend stellt der Medienforscher Horst Röper (Dortmunder FORMATT-Institut) in Media Perspektiven (angesiedelt bei der ARD-Werbung SALES&SERVICES in Frankfurt am Main) einen erneuten Anstieg der Pressekonzentration fest. Ein Detail seiner Analyse lautet:

Unter den Abonnementzeitungen liegt wie in den Vorjahren die Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz/Südwest Presse mit 11,8 Prozent Marktanteil auf dem ersten Rang. Insgesamt hat die Konzentration in dieser Kategorie leicht zugenommen und liegt aktuell bei 36,2 Prozent. Im Gesamtmarkt hat DuMont (Rang 4) einen Rangplatz gut gemacht und die Madsack-Gruppe auf Platz 5 verdrängt. Unter den ersten drei Rängen nach Marktanteilen ergaben sich seit 2008 keine Änderungen: Auf Springer folgen die Verlagsgruppe um die Stuttgarter Zeitung

und die Funke-Mediengruppe. Insgesamt zeigt die Beobachtung des Zeitungsmarktes, dass die Verlage ähnliche Sparmaßnahmen vornehmen: Zentralredaktionen, die verschiedene Titel einer Verlagsgruppe mit der überregionalen Berichterstattung beliefern, gehören bei den untersuchten Gruppen zu den typischen Umstrukturierungen, um der Printkrise entgegenzuwirken. Hierdurch werden zwar Kosten im redaktionellen Bereich gesenkt, aber Vielfalt und Eigenständigkeit im Zeitungsmarkt nehmen ebenfalls ab.

Durch die Auslagerung ganzer Redaktionen oder Teilen von ihnen wird erfolgreich versucht, die ausgehandelten Tarifverträge für Tageszeitungsredakteure und -redakteurinnen zu unterlaufen.

## Immer mehr Content mit weniger Personal

Im aktuellen Fall „Eßlinger Zeitung“ ist mal wieder auffallend, dass in den veröffentlichten Statements kein Wort über die Zukunft der Arbeitsplätze verloren wird. In den drei Redaktionen – Eßlinger Zeitung plus Tochterredaktionen von Cann-

statter Zeitung und Untertürkheimer Zeitung – arbeiten über 40 Redakteurinnen und Redakteure. Dazu kommen noch die Mitarbeiter von Bechtle Verlag und Druck.

Christine Bechtle-Kobarg geht nicht von einem personellen Kahlschlag aus. Denn bisher hat die STZN nur einmal die Woche das fünfte Buch aus Bad Cannstatt und den Neckarvororten veröffentlicht, wofür nur zwei Redakteure abgestellt sind. Trotzdem sind Umstrukturierungen bei der Cannstatter Zeitung nicht ausgeschlossen. Die Frage ist, was wird mit den Mantelredaktionen? Der DJV-Landesvorstand sieht eine Wiederholung des „Modells Schwarzwälder Bote“. „Es soll Masse gemacht werden mit weniger Personal“, so Dagmar Lange. Eine Positionierung in Alleinstellung wird für Regional- und Lokalzeitungen immer schwieriger, ertragreiche Modelle für eine mobile Zukunft fehlen. Und wen schluckt die SWMH als nächstes? Gute Chancen hat die Böblinger Kreiszeitung, bei der nächstes Jahr ein Wechsel in der Geschäftsführung ansteht.

► Susann Mathis, Dagmar Lange



# Bescheidene Bilanz beim Verbandstag

Solidarität mit verfolgten Journalisten in der Türkei und weltweit, eine Satzungsänderung zur Bildung der Fachausschüsse, ein mehrheitliches Bekenntnis zum Primat des Bundesflächentarifvertrages bei den Tageszeitungen: Das sind einige der wichtigsten Ergebnisse des Bundesverbandstags 2016 des DJV am 5. und 6. November in Bonn.



200 Luftballons mit Protestkarten sendete der DJV-Verbandstag an die türkische Botschaft in Berlin. Alle Fotos: Hartmut Suckow

Nachdem eine Mehrheit im vergangenen Jahr dafür gestimmt hatte, dass 100 Delegierte weniger als bisher die Interessen der Mitglieder bundesweit beim höchsten Entscheidungsgremium des DJV vertreten, tagte der Verbandstag erstmals mit offiziell nur 237 Stimmberechtigten. Der einzige Satzungsändernde Antrag sah vor, dass statt dem Verbandstag künftig der Bundesgesamtvorstand darüber entscheiden soll, welche Fachausschüsse eingerichtet werden. Dort sind die derzeit 17 Landesvorsitzenden und die sieben Mitglieder des Bundesvorstandes mit je einer Stimme stimmberechtigt. Der An-

trag war das Ergebnis der Beratungen der Strukturkommission, die das Ziel hatte, die Strukturen im DJV zu modernisieren. Die nötige Zwei-Drittel-Mehrheit für die neue Zuständigkeit bei den Fachausschüssen kam zustande, auch wenn einzelne Mitglieder das Auszählungsverfahren harsch kritisierten, da nur die Nein-Stimmen und Enthaltungen gezählt wurden. Was die Befürworter des Antrags als Weg hin zu besserer Gremienarbeit und schnellerer Reaktionsfähigkeit des DJV lobten, bemängelten die Kritiker als weitere Schwächung der innerverbandlichen Demokratie, weil mehr und mehr



Hellwach bei den Diskussionen: Karl Geibel, Gregor Landwehr, Milva-Katharina Klöppel und Daniel Völpel (v.l.n.r.)

Entscheidungen auf die Exekutivgremien verlagert würden.

Nicht mehr beschließen konnte der Verbandstag hingegen einen zweiten, eng damit verknüpften Antrag, der eine neue Struktur der Fachausschüsse vorsah. Unter anderem aufgrund der intensiven Diskussionen und zahlreicher Änderungsanträge dazu waren am Montagnachmittag nicht mehr genügend Delegierte anwesend, um abzustimmen.

Begonnen hatte das Gewerkschaftstreffen am Sonntagmittag mit einer Solidaritätsaktion für die verfolgten Journalisten in der Türkei. Gemeinsam mit dem ehemaligen Bundesarbeitsminister Norbert



Begründete baden-württembergische Anträge: Dagmar Lange

Blüm (CDU) sowie Vertretern von amnesty international und Reporter ohne Grenzen ließen die Teilnehmer 200 weiße Luftballons in den grauen Novemberhimmel steigen – daran befestigt eine Postkarte an die türkische Botschaft in Berlin mit dem Hinweis: „Journalismus ist kein Verbrechen“. Bundesvorsitzender Frank Überall nannte die Situation „bedrückend, dramatisch, existenzbedrohend“ und „falsch für die türkische Gesellschaft“.

## Forderungen an die Politik

Etliche der politischen Anträge beschlossen die Delegierten in großer Einmütigkeit, beispielsweise die Forderung an die Parteien, sich im Bundestagswahlkampf

klar zu wichtigen Schutzrechten für Journalisten zu positionieren, arbeitnehmerähnlichen freien Journalisten das Wahlrecht zum Personalrat in allen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu ermöglichen oder die vom Landesverband Baden-Württemberg aufgestellte Forderung, Deutschland möge verfolgten Journalisten und Whistleblowern Asyl und Schutz gewähren.

Abgelehnt wurde hingegen der Antrag aus Baden-Württemberg, der DJV solle sich beim Deutschen Presserat dafür einsetzen, dass dieser künftig ein Qualitätssiegel für Online-Medien vergibt, die sich an den Pressekodex halten. Die Mehrheit der Delegierten folgte der Argumentation, diese Medien müssten dann auch ständig überwacht werden, was die Leistungsfähigkeit des Presserats übersteige. Turnusgemäß wählte der Verbandstag zudem seine sieben Vertreter, die den DJV die kommenden zwei Jahre ehrenamtlich im Deutschen Presserat vertreten.

## Kontroverse Diskussion zum Thema Flächentarifvertrag

Die Freien Journalisten konnten sich nach längerer Diskussion mit einem Kompromissvorschlag durchsetzen, wonach der DJV die Verhandlungen über Gemeinsame Vergütungsregeln künftig gleichrangig den Tarifverhandlungen für die Angestellten behandeln soll.

Kontrovers diskutiert wurde auch die Forderung der Norddeutschen Landesverbände, in allen Tarifverhandlungen für Tageszeitungen am Ziel eines bundesweiten Flächentarifvertrags festzuhalten. Den Argumenten vor allem aus Baden-Württemberg, dass diese Festlegung auch Haustarifverhandlungen gefährden könnte, dass man sich damit durch den Verlegerverband erpressbar macht und dass die Kollegen im Süden von Tarifrunde zu Tarifrunde immer weniger bereit sind, Einbußen aus Solidarität mit den Gebieten zu akzeptieren, die sich an Arbeitskampf-Maßnahmen nicht beteiligen, fanden letztlich keine Mehrheit. Andere Landesverbände sprachen von einer „Entsolidarisierung“ oder davon, dass wir „einen gesamtgesellschaftlichen Maßstab brauchen, auch wenn es unterschiedliche Lebensbedingungen gibt“.

DJV-Hauptgeschäftsführer Karl-Josef Döhring erinnerte an die starke Solidari-



Einmütige Abstimmung

tät aus Baden-Württemberg, ohne die er sich in den Tarifverhandlungen „den Mund fusselig reden“ könnte. Einen noch weitergehenden Antrag aus Nordrhein-Westfalen zog dieser Landesverband vor der Abstimmung zurück. Er hätte verlangt, dass ein Flächenabschluss immer einem regionalen oder Haustarif vorzuziehen sei, auch wenn dieser schlechter ausfalle. Erst vor zwei Jahren hatte der DJV-Verbandstag in Weimar auf Antrag ebenfalls aus Nordrhein-Westfalen beschlossen, sich künftig auch auf regionale Abschlüsse vorzubereiten.

## Content-Marketing bis Presserat

Verabschiedet wurden auch zwei Anträge, die sich mit dem Thema Content-Marketing beschäftigen. Der DJV-Bundesvor-

stand setzt sich beim Deutschen Presserat und dem Deutschen Werberat dafür ein, dass Content-Marketing-Themenangebote künftig als solche gekennzeichnet und die Auftraggeber klar benannt werden. An die Verbraucher gerichtet soll es Aktionen und Veranstaltungen geben, bei denen die Funktionsweise von Content-Marketing und dessen Auswirkungen auf den Journalismus erkennbar werden. Das vorläufige Fazit des DJV-Verbandstages: Es wurden engagiert wichtige Themen diskutiert. Doch der diesmal auf zwei Tage reduzierte Verbandstag musste aus Zeitmangel viele Beschlüsse zurück an den Bundesgesamtvorstand delegieren. Wenig motivierend für viele Delegierte.

► Daniel Völpel, Mitarbeit Dagmar Lange



Manche Wortmeldung im Saal ließ den jungen Mitgliedern das Hören, Sehen und Sprechen vergehen.

# Pressefreiheit für die Türkei!

## Vielfältige Hilfsaktionen und Aktivitäten

Schon seit geraumer Zeit setzt sich der DJV für Medienschaffende in und aus der Türkei ein, wie etwa mit Trutzboxen, mit deren Hilfe Internet-Protokoll-Adressen verschleiert und die Kommunikation verschlüsselt wird. Der DJV beschaffte solche Trutzboxen und reichte sie an türkische Kolleginnen und Kollegen weiter, damit diese ohne staatliche Zensur das Internet nutzen konnten. In den vergangenen Wochen haben Kolleginnen und Kollegen an vielen Mahnwachen und Veranstaltungen teilgenommen. Ein paar Schlaglichter:



Ismail Küpeli, Foto: privat

### Küpeli über gefährliche Situation in Türkei

Am 17. September sprach der Politikwissenschaftler und Journalist Ismail Küpeli vor Mitgliedern des DJV Baden-Württemberg und Gästen in der Sparkassenakademie Stuttgart über die aktuelle Medien-Situation in der Türkei. "Durch die Verhängung des Ausnahmezustands sind viele Rechte und Freiheiten eingeschränkt und Festnahmen und Verhaftungen deutlich vereinfacht", erklärt Küpeli. Über 1500 Institutionen seien geschlossen worden. Darunter auch Vereine, Gewerkschaften, Stiftungen, private Schulen, Krankenhäuser und Universitäten. Zudem seien sehr viele Staatsbedienstete suspendiert oder entlassen worden und über 17.000 saßen noch in Untersuchungshaft.

Selbst in der Wissenschaft würden Professoren, die moderate Forderungen nach Frieden stellen, entlassen. Zeitgleich tobe der Krieg in den kurdischen Gebieten im Südosten der Türkei weiter. Bei den Kämpfen seien viele Menschen getötet und mehrere kurdische Städte weitgehend zerstört worden. Zirka 300.000 hätten aus den umkämpften Gebieten fliehen müssen.

Eine Waffenruhe oder Frieden hält er für die kommenden Monate nicht für möglich: "Die Türkei liefert Waffen nach Syrien". Mit der Militäroffensive in Nord-syrien greife die Türkei direkt in den syrischen Bürgerkrieg ein. Die Folgen seien nicht abzusehen. Küpeli geht auch auf den Fall Can Dündar ein. "Die Regierung entlässt, droht, veranlasst tätliche Angriffe". Bei Dündar sei es entscheidend gewesen, dass er Dokumente veröffentlichte, aus denen hervorging, dass die Regierung Truppen in Syrien unterstützt. Man könne in der Türkei nicht frei arbeiten: „Man trifft eine Entscheidung und muss den Preis zahlen.“ Selbst der Besitz von Apps auf Handys, die verschlüsseln könnten, könne eine Anklage, den Terror zu unter-

stützen zur Folge haben. Allerdings benötigen die türkische Regierung keinen echten Grund für Verhaftungen. Doch was kann man tun: Unterordnen? Überlaufen? „Das muss jeder selbst entscheiden.“ Für die AKP habe sich seiner Meinung nach der Putschversuch jedenfalls bezahlt gemacht.

### Solidaritätsadresse auf der Kundgebung in Stuttgart

Am 01. Oktober hat der DJV seine Solidarität mit der türkischen DIDA (Föderation demokratischer Arbeitervereine) bei einer Kundgebung mit Mahnwache am Stuttgarter Rotenbühlplatz gezeigt.

Seit Monaten greift die türkische Regierung mit dem Vorwand des Ausnahmezustandes vermehrt gegen Presseorgane und verschiedene Medien mit Sanktionen durch. Dies zeigte sich, nach den Angriffen auf verschiedene regierungskritische Sender seitens regierungstreuer Mobs und den Sicherheitskräften, bereits vor einigen Wochen auch bei der Schließung der Ta-



Christoph Holbein vom DJV Landesvorstand auf der Demonstration der DIDA. Foto: Monowara Begum Moni

geszeitung „Özgür Gündem“. Im September erreichte diese Repression mit der Schließung von zehn TV-Sendern und zwei Radiosendern ein neues Ausmaß an antidemokratischen und diktatorischen Maßnahmen.

Unter diesen Sendern ist auch Hayatin Sesi TV, der für seine kritischen Beiträge und die unermüdliche Berichterstattung über Menschenrechtsverletzungen und andere wichtige demokratische Themen bekannt ist. Der Sender bekam in den vergangenen Monaten vier Mal hohe Geldstrafen.

### 200 Protestkarten an Erdogan

Am 6. November setzte sich der DJV auf dem Bundesverbandstag mit seiner „Aktion Luftballon“ auf Bundesebene solidarisch für die Pressefreiheit in der Türkei ein. Sogar der ehemalige Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung Norbert Blüm, ließ einen Luftballon mit seiner Unterschrift aufsteigen.



Jan Czerny im Gespräch mit Norbert Blüm bei der „Aktion Luftballon“. Foto: Hartmut Suckow

### Kreisvorsitzender Joachim Abel auf Mahnwache in Geislingen

Die Mahnwache am 12. November war vom türkischen Kulturverein Genclik in Geislingen organisiert worden. Deren Vorsitzende Sevgi Aslanboga, Joachim Abel vom DJV-Landesverband, IG-Metall-Gewerkschafter Martin Purschke und der Redaktionsleiter der Geislinger Zeitung, Karsten Dyba riefen dazu auf, das demokratische Grundrecht der Pressefreiheit auch in der Türkei zu achten und den friedlichen Diskurs zu pflegen.

Joachim Abel verdeutlichte die Stellung des DJV zu den Einschränkungen der Meinungsfreiheit, der Bedrohung, Verfolgung und Inhaftierung von Journalisten und dem Verbot ganzer Verlage. Er zitierte neue Statistiken der UNESCO zu den Morden an Journalisten, denen oft eine Bedrohung voranginge und die „Reporter ohne Grenzen“, die Ergodan als „Feind der Pressefreiheit“ bezeichneten und ihn damit auf eine Ebene mit 35 Staats- und Regierungschefs, Extremisten- und Verbrecherorganisationen sowie Geheim-

diensten stelle. Auf dieser Liste stehen auch die Huti-Rebellen, der Islamische Staat (IS) sowie weitere islamistische Gruppen. Joachim Abel forderte im Namen des DJV Präsident Ergodan auf: „sofort alle inhaftierten Journalisten frei zu lassen, alle Medien wieder zuzulassen und eine kritische journalistische Arbeit zu gewährleisten.“

► **Joachim Abel, Monowara Begum Moni, Silke Schneider-Flaig**

## AfD-Parteitag: Wir müssen draußen bleiben

Ein seltsames Demokratieverständnis hat die AfD mit ihrer Entscheidung, zum Landesparteitag diesen November in Kehl die Presse auszuschließen, offenbart.

Die Partei hatte Angst, die Medien würden vorrangig „abstruse Ansichten“ einzelner Listenbewerber zitieren, wie Lothar Maier, Vorsitzender des AfD-Landesvorstandes, in der Presse zitiert

wird. Die Medienvertreter sollten sich mit gefilterten Informationen bei einer anschließenden Pressekonferenz zufriedengeben. Das taten sie nicht.

Aufgrund des massiven Eingriffs in die freie Berichterstattung beteiligten sich nach Aufruf durch mehrere Kreisverbände entlang der Rheinschiene viele DJV-Mitglieder an einer Protestaktion in Kehl.

Schon vor dem AfD-Parteitag reagierten sowohl der DJV-Landesverband, die Landespressekonferenz wie auch der DJV-Bundesvorsitzende mit deutlicher Kritik auf den Ausschluss der Presse. „Im andauernden Streit innerhalb der baden-württembergischen AfD soll wohl nur das an das Licht der Öffentlichkeit kommen, was der Partei genehm ist“, kritisierte die Landesvorsitzende Dagmar Lange. ► **red**

# DONNA

## Neues von Burda

### Die Zeitschrift Donna wird jetzt von einer Agentur gemacht

Weil "Burda-Kollegen jeden Tag ihr Bestes geben, ist es gelungen, den Unternehmensumsatz in den letzten 20 Jahren um 150% zu steigern", heißt es auf der Homepage. Aber womit? Mit Journalismus leider nicht. Zum Beispiel hat Burda ja im Herbst bekannt gegeben, sich von der „Donna“-Redaktion zu trennen und die Produktion an einen Dienstleister outsource. Das Monatsmagazin Donna, ein Ableger der Zeitschrift Freundin für diejenigen Frauen, die altersmäßig der Zielgruppe entwachsen waren, konnte zuletzt weder genug Exemplare noch genug Anzeigen verkaufen. Damit liegen sie im Trend: Fast alle Magazine in Deutschland haben stark sinkende Auflagen.

Den 14 Donna-Mitarbeitern wurde gekündigt, die Zeitschrift machen nun andere. Die Chefredakteurin wechselt verlagsintern zu Focus Online. Und was die anderen anbelangt, sagte eine Donna-Sprecherin: "nach heutigem Stand konnten bereits einige ehemalige Donna-Mitarbeiterinnen vermittelt werden, konkret zu den Unternehmen BurdaStyle, BurdaStudios, BurdaForward und BurdaInternational. Weitere Möglichkeiten der Weiterbeschäftigung im Konzern werden noch geprüft."

Weil Donna nicht genügend Anzeigen einbringt, muss nun eine Agentur das Magazin günstiger erstellen und neue Wege zum Geld verdienen einschlagen. Den Auftrag dazu erhalten hat die Storyboard GmbH des ehemaligen General Manager des Condé-Nast-Verlags, Markus Schönmann. Die Agentur entwickelt, produziert und publiziert für Verlage und Unternehmen Magazine sowie Contents in gedruckter und digitaler Form, zum Beispiel für das Münchner Kaufhaus Ludwig Beck, für Jaguar oder für das Rolex Advertorial im FAZ-Magazin.

Die Kontakte zur Hubert Burda Media waren immer stabil: Schönmann war Gesellschafter und Beirat der Wunder Media Production GmbH, einer digitalen Redaktionsagentur, die er mit den weiteren Gesellschaftern im Frühjahr 2014 an Hubert

Burda Media verkaufte, wo sie in die heutige Content Marketing Agentur C3 integriert wurde. Ab 2012 produzierte Storyboard Burdas inzwischen eingestelltes Lifestyle-Magazin "Max".

Im Zeit-Interview formulierte Philipp Welte, Burda-Vorstand mit dem Aufgabengebiet "Medienmarken National", seine Aufgabe folgendermaßen: „Ich versuche Marken- und Produktwelten so zu inszenieren, dass Menschen daran Freude haben“ und angesprochen auf die Schließung von Donna sagte er, dass sie die Kostenstrukturen so anpassen mussten, um sie weiterführen können. Nicht ohne hinzuzufügen: „Donna ist ein Einzelfall – und wird auch außerhalb unserer Redaktion von erfahrenen Zeitschriftenjournalisten gemacht.“ Was wohl Dozenten an Burdas Journalistenschule in Offenburg dazu sagen? Vielleicht folgendes: Die Vorteile der Auslagerung liegen auf der Hand: externe Dienstleister sind flexibel, günstig und austauschbar.

Hubert Burda Media ist "...eine Tech und Media Company", steht auf der Website und außerdem ist sie Eigentum des Verlegers Hubert Burda. Als privates Familienunternehmen muss sie keine detaillierten Ergebnisse veröffentlichen. Bekannt ist aus dem Jahresbericht: Der Umsatz lag im vergangenen Jahr bei 2,21 Milliarden Euro. Die nationalen Medienmarken, allen voran die 80 Zeitschriften, erwirtschafteten davon etwa ein Drittel. Deutlich mehr kommt aus dem Onlinehandel etwa mit Konsumelektronik (Cyberport), dem Karriereportal Xing und dem Reiseportal HolidayCheck. Einen Tierfutterhändler hat Burda vor einer Weile verkauft.

Jener Philipp Welte hielt auch die Keynote zu einer Podiumsdiskussion, die unter dem Titel "Schulterschluss der Zeitschriftenverlage" bei den Münchner Medientagen stattfand. Notwendig sei dieser Schulterschluss, so Welte, da inzwischen der Werbemarkt atomisiert sei. Fakt ist, dass die werbetreibende Industrie eine Vielzahl von Möglichkeiten hat, ihre potentiellen Käuferin-

nen und Käufer zu erreichen, nicht nur in gedruckten Magazinen, sondern auch über das Radio, das Fernsehen und vor allem: das Internet. Dort landet inzwischen ein Großteil der Werbedollars, hauptsächlich bei Google und Facebook. Welte schlägt daher vor, dass die Wettbewerber in der Gattung Zeitschriften ihre Kräfte konzentrieren anstatt gegeneinander zu kämpfen. Aktuell seien die Kooperationsmöglichkeiten durch das geltende Kartellrecht noch eingeschränkt, das würde sich nun aber endlich ändern: In der 9. Novelle des Gesetzes zur Wettbewerbsbeschränkung stellt das Bundeswirtschaftsministerium künftig bestimmte Pressekooperationsformen der verlagswirtschaftlichen Zusammenarbeit zwischen Verlagen vom Kartellverbot frei. Diese Freistellung soll aber nicht für eine Zusammenarbeit im redaktionellen Bereich gelten.

Aber wo es um's Geld geht: Ein naheliegender Posten beim Sparen sind bekanntermaßen Mitarbeiter. 35 Angestellte müssen beim Spiegel im nächsten Jahr ihren Hut nehmen. Der zugrundeliegende Sparplan wurde schon vor einem Jahr unter dem Titel Agenda 2018 bekannt und zielte auf den Abbau von 149 von insgesamt 727 Stellen.

Der Verband der Zeitschriftenverleger sagte sich, dass die Journalisten dann auch ihren Beitrag leisten sollten, um die Situation der Verlage zu sichern, und meint damit nicht, gute Geschichten und gute Bilder zu liefern, sondern darüber hinaus bei der VG Wort auf ihre Ansprüche zu verzichten. Also nicht nur für lächerliche Honorare zu arbeiten, sondern darüber hinaus auch noch mehr oder weniger freiwillig die Erlöse aus ihrer Urheberschaft zu verschenken – an die Verleger.

Der DJV rät allen Urhebern davon ab, ganz oder teilweise auf ihre Ansprüche an die Verwertungsgesellschaft Wort zugunsten von Presseverlagen zu verzichten. Nichts, null, nada, denn das ist wirklich zu dreist. Irgendwo muss einfach mal Schluss sein.

► **Susann Mathis**

# DER FELS IN DER BRANDUNG.

DIE WÜRTTEMBERGISCHE VERSICHERUNG.



Gesund und unabhängig zu bleiben, wünschen sich alle unsere Kunden. Wenn es aber doch einmal anders kommt, ist „der Fels in Brandung“ da. Wir helfen Ihnen auf bestmöglichem Wege gesund zu werden und schützen Sie und Ihre Familie vor den finanziellen Folgen im Pflegefall. Verlässlich und ohne Wenn und Aber!

Mehr Informationen bei Ihrem Versicherungspartner vor Ort oder unter [www.wuerttembergische.de](http://www.wuerttembergische.de)

**W&W württembergische**  
Der Fels in der Brandung.

# Propaganda-Roboter automatisieren die politische Diskussion

**Im Kampf um die amerikanische Präsidentschaft hatten sie einen entscheidenden Einfluss: Social Bots. Auch hierzulande werden sie schon seit einiger Zeit eingesetzt, um auf Twitter, Facebook & Co Stimmung zu machen. Journalisten erkennen oft nicht, dass hier Automaten die Diskussion anheizen.**



Die Fernsehdebatte zwischen Hillary Clinton und Donald Trump war gerade mal drei Minuten alt, da waren schon mehr als 30.000 Tweets zu den beiden Präsidentschaftskandidaten zu lesen. Die meisten Beiträge im Kurznachrichtendienst Twitter stammten dabei nicht von Menschen, sondern von Propaganda-Bots.

Das Team von Donald Trump hatte schon im Frühjahr 2015 mit dem Aufbau einer Propaganda-Infrastruktur insbesondere für Twitter begonnen. Rund 12 Millionen Twitter-Accounts folgen Donald Trump inzwischen.

Bei fast fünf Millionen davon handelt es sich laut Analysen einer Agentur, die selber im Online Marketing ihre Aufträge akquiriert, um sogenannte „Sockenpuppen“. Das sind Twitter-Accounts vorge-täuschter Personen. Solche Sockenpuppen-Accounts wurden vom Wahlkampfteam des republikanischen Präsidentschaftskandidaten betrieben und mit Botschaften bestückt.

Die Schätzungen, wie viele Propaganda-Bots insgesamt im Wahlkampf von Donald Trump im Einsatz waren, gehen weit auseinander. Alessandro Bessi und Emilio Ferrara vom University of Southern California Information Sciences Institute sprechen von mindestens 400.000, demokratische Kritiker des Republikaners hingegen gehen von fast vier Millionen Bots aus.

Das Team von Hillary Clinton hatte die Bedeutung von Propaganda-Robotern zu-nächst unterschätzt und deshalb erst An-

fang 2016 mit dem Aufbau einer entsprechenden Infrastruktur begonnen. Deshalb brachten sie es nur auf geschätzt eine knappe Million Social Bots, die für Clinton Wahlkampf machten. Auch in Deutschland werden Social Bots seit zwei Jahren von Unternehmen, Politaktivisten und Gruppen, die für ausländische Regierungen arbeiten, mit teilweise erstaunlichen Erfolgen eingesetzt, zum Beispiel um die Diskussion über den Konflikt in der Ost-Ukraine oder ihre Unterstützung für den syrischen Machthaber Baschar al-Assad in ihrem Sinne zu steuern. Andere manipulieren mit Propaganda-Bots die Diskussion auf Facebook, Twitter und diversen Blogs im Sinne Erdogans.

Die AfD hatte angekündigt, Propaganda-Roboter auch im Bundestagswahlkampf 2017 einsetzen zu wollen.

## Die meisten Parteien setzen Social Bots ein

Nach massiven Protesten – auch der im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien – haben AfD-Sprecher diese Ankündigung dann zurückgezogen. Dabei werden Social Bots schon heute von fast allen Parteien eingesetzt. Sie versenden Forumseinträge

oder posten zu vorgegebenen Zeiten oder sorgen dafür, dass ein neuer Beitrag im Online-Portal der Partei automatisch über Twitter bekannt gemacht wird. Diese Social Bots unterscheiden sich allerdings grundsätzlich von den Propaganda-Robotern: Propaganda-Bots können auf Inhalte reagieren und sind für bestimmte inhaltliche Positionen programmiert.

Auf den ersten Blick erkennen auch Journalisten nicht, ob ein Tweet oder Post von einem Menschen oder einem Propaganda-Roboter stammt. Werden solche Meinungsäußerungen dann als vorgebliche vox populi in Sendungen oder Artikeln zitiert, wird es problematisch.

## Bots entwerten die politische Diskussion

„Dann besteht wirklich die Gefahr, dass der Politiker mit der leistungsstärkeren Bot-Struktur seine Meinung durchsetzt und nicht der mit den besseren Argumenten“, warnt Philip Howard von der amerikanischen Oxford University. Radio, Fernsehen und Zeitungen verstärken diesen Social-Media-Trend dann noch, wenn Journalisten zu sorglos damit umgehen.

## Journalisten sind oft hilflos Bots ausgeliefert

Sie zitieren einfach aus Twitter- oder Facebook-Accounts, ohne sich zuvor zu vergewissern, ob hinter dem Account ein Mensch oder ein Automat steckt. „Das ist fahrlässig“, kritisiert Philip Howard. Doch viel zu viele Journalisten wissen überhaupt nicht um die Gefahr der Propaganda-Roboter. Und noch weniger verfügen über das Know-How, um Accounts von Propaganda-Bots erkennen zu können.

► Peter Welchering

### Was ist ein Bot?

Als Bots, vom englischen Wort „Roboter“ abgeleitet, bezeichnet man Computerprogramme, die Aufgaben selbstständig bearbeiten. Sie erhalten Aufgabenleitlinien und Regeln für die Durchführung. Danach arbeiten sie ohne weiteres menschliches Zutun. Die wohl bekanntesten Bots sind die sogenannten „Webcrawler“ oder Such-Bots“ von Internet-Suchmaschinen. Sie besuchen nach fest voreingestellten Leitlinien Web-Sites, deren Links ebenfalls vorgegeben sind und werten den Inhalt der Web-Sites über penibel festgelegte Datenfelder aus. Die vermutlich nervigsten Bots sind die sogenannten Spam-Spider, die E-Mail-Adressen für Werbezwecke sammeln. Sogenannte Exploit-Bots suchen auf per Link vorgegebenen Servern nach Sicherheitslücken in der dort installierten Software.

Propaganda-Bots können mehr. Ihnen wird eine Position mit einer weitgehenden inhaltlichen Beschreibung vorgegeben und dann mischen sie sich aktiv in Diskussio-

nen auf Twitter oder Facebook oder auf Blogs ein und verbreiten die Botschaften, die ihre Herren und Meister gern im Netz hätten. Und sie antworten eben auch auf Posts oder Tweets des Gegners. Die Bot-Entwickler gehen dabei von typischen Sprachhandlungen der Menschen aus, die sie in einer großen Datenbank gesammelt haben. In dieser Datenbank finden sich sprachliche Muster zu den Propaganda-aussagen, die verbreitet werden sollen.

Ein sprachliches Muster, das „Bewerten“ repräsentiert, enthält etwa Aussagen wie „ich finde“, „ich meine“, „nach meinem Dafürhalten“. Mit einer Big-Data-Anwendung wird berechnet, was Menschen üblicherweise sagen, wenn sie ein bestimmtes Sprachmuster benutzen. Diese Berechnung wird ergänzt durch die Analyse und Berechnung von Satzmustern, in die Aussagen hineinkopiert werden.

### Bots erkennen braucht Know-How

Für eine professionelle Berichterstattung über den und im (Bundestags-)Wahl-

kampf brauchen Journalisten dieses Methodenwissen, Propaganda-Bots zu entlarven, unbedingt. Erste Indizien lassen sich durch das konkrete Twitter- oder Postingverhalten eines Accounts ermitteln. Wenn von einem Account mehrere Dutzend Beiträge im Minutentakt abgesetzt werden, liegt der Verdacht nahe, dass hier ein Social Bot am Werk ist.

Mit Analyse-Tools, wie sie zum Beispiel die Website „BotOrNot“ bereitstellt, lässt sich dann solch ein Verdacht erhärten oder ausräumen. Doch der Umgang damit muss erlernt werden. Und dieses Wissen wird in den Seminaren der Journalisten-Akademie vermittelt. Das passiert nicht nur im Workshop zur Internet-Recherche oder in Social-Media-Seminaren. Gegenwärtig werden auch spezielle Module erarbeitet, in denen vermittelt wird, wie Propaganda-Roboter zuverlässig erkannt werden, damit deren Meinung nicht einfach unesehen als Zitat in die aktuelle Berichterstattung hineinläuft. Nachschauen unter [www.djv-bw.de](http://www.djv-bw.de) lohnt also.

**Presse-Perspektive**

**4,3% in 2016**

Mehr Rente für die Medienbranche

Beratung: 0711 2056 244  
info@presse-versorgung.de  
www.presse-versorgung.de

**Presse-Versorgung**



# WIE KOMMT'S AN?

Das neue Content-Netzwerk von ARD und ZDF

**Menschen unter 30 schauen immer weniger fern – daher haben die Länder den Rundfunkstaatsvertrag dahingehend verändert, dass ARD und ZDF Inhalte fürs Internet schaffen, um eben diese Menschen zwischen 14 und 29 zu erreichen. Die Federführung des neuen Content-Netzwerks von ARD und ZDF „Funk“ liegt beim SWR.**

Über 40 eigene und fremde Formate wie „Kliemannsland“, „1080NerdScope“ und „Y-Kollektiv“ findet man also seit 1. Oktober direkt auf YouTube, Facebook, Snapchat und Instagram und auf funk.net. Florian Hager, Programmgeschäftsführer von funk freut sich über die positiven Reaktionen zum Start – die FUNK-App wurde fast 100.000 Mal in den ersten drei Wochen heruntergeladen und nach Angaben der ARD kamen die Inhalte von funk auf allen Plattformen seit dem Start auf eine Gesamtzahl von ca. 25 Millionen Views – fügt aber auch an: „uns ist aber auch bewusst, dass wir uns nicht darauf ausruhen dürfen“.

Lennard Lange, mit seinen 16 Jahren genau im angestrebten Zielgruppenbereich der App, hat nach einem Testmonat mit der App für den Blickpunkt seine persönliche Einschätzung aufgeschrieben:

Positiv kann ich bewerten: Die App ist gut gestaltet und wird den Ansprüchen ihrer Zielgruppe in dieser Hinsicht gerecht. Sie läuft flüssig und ist leicht zu bedienen, so leicht, dass einem das Tutorial am Anfang schon fast überflüssig erscheint. Zudem

sind die Serien, bis auf die einmalige Altersbestätigung durch den Personalausweis, problemlos anzusehen.

Allerdings kann ich mich nicht richtig mit dem Inhalt der Geschichten identifizieren. Als ich die App installiert habe, hoffte ich auf etwas Anspruchsvolleres, wie Nachrichten, Politik oder Techniknews – jugendgerecht verpackt. Gefunden habe ich dies zwar, jedoch nur in kleinen Häppchen. Hauptsächlich ist die App mit Lifestyle-Artikeln übersät wie „Drake in Love“, „Stars versteigern Schuhschweiß“ oder die Clicks bringenden „FUCK.TEN“.

In meinem Mix, so heißen die Geschichten, die einem auf Grund von vergangenen „Keeps“ vorgeschlagen werden, befindet sich regelmäßig nix, was mich auch nur annähernd reizen könnte, um es anzuklicken und durchzulesen. Wenn das dann doch der Fall ist, dann ist es ein regelrechtes Glücksspiel, ob es ein Videoclip oder ein Textartikel ist. Wenn ich unterwegs bin und kurz checken will, was in der Welt so passiert, dann will ich mir wegen des Datenvolumenverbrauchs, den es nun mal immer beim Angucken von Videos gibt, diese nicht ansehen. Zudem habe ich nicht immer Kopfhörer dabei, um nicht alle anderen in der Bahn damit zu belästigen.

Die Geschichten, die dann aber wirklich mein Interesse wecken und die ich mir durchlesen will, sind oft nach 5 Textfolien mit 4 Bildfolien dazwischen schon fertig.

Kurz: sie sind inhaltsarm. Einerseits nervt mich das ständige Swipen, um auf die nächste Folie zu gelangen, wo ich dann nicht einmal weiterlesen kann. Andererseits sind Jugendliche durchaus in der Lage, mehr als 140 Wörter zu lesen, vor allem, wenn einen die Thematik interessiert. Außerdem ist mir nicht ganz klar, warum man diese App und die Mediathek nicht einfach kombiniert.

Zusammenfassend lässt sich, natürlich meiner persönlichen Meinung nach, sagen, dass Funk zwar positiv zeigt, wie sich die Öffentlich-Rechtlichen dafür engagieren, ihre Online Präsenz zu verbessern, um damit auf eine neue Zielgruppe zuzugehen. Jedoch ersetzt Funk keineswegs die anderen sozialen Netzwerke wie Instagram oder YouTube. Funk macht nicht einmal den Verzicht möglich. Und das, obwohl die Inhalte hauptsächlich von jenen Drittplattformen stammen. Bisher verstehe ich den Sinn der App nicht ganz, weshalb sie mir überflüssig vorkommt.

Funk ist mehr ein Lifestyle-Magazin wie die Bravo, wenn auch nicht ganz so geschmacklos. Wie sich aber gerade ein 29-Jähriger an dieser App erfreuen soll, kann ich mir nicht ganz vorstellen. Für mich ist Funk eine Art „Buzzfeed“-Nachahmung, was ich schade finde, da die App Potenzial zeigt, welches hoffentlich richtig genutzt wird, um die App sich in die weniger vom Boulevard beeinflusste Richtung entwickeln zu lassen.

► Lennard Lange

henkel druckt.

Farben.Pracht. Produkt.Vielfalt. Glanz.Leistungen.

Henkel GmbH Druckerei  
Tel. 0711.9876700  
www.henkeldruck.de

Henkel ist Ihre Druckerei in Stuttgarts Norden.  
Mit innovativen Technologien rund um den Bogenoffset.  
Und persönlichem Service drumherum.

## Südbaden erhält neuen regionalen Fernsehsender

Fast zwei Jahre nach dem Sende-Aus von TV Südbaden in Freiburg geht Baden TV Süd mit einem regionalen Fernsehprogramm für die Region an den Start. Baden TV ist in Karlsruhe beheimatet und will nun in Freiburg eine neue, zusätzliche Redaktion mit acht bis 15 Mitarbeitern aufbauen. Diese sollen täglich eine Nachrichtensendung produzieren. Bereits seit dem 2. November wird gesendet – zunächst über eine Smartphone-App. Im Kabelfernsehen werde das Programm dann ab Januar oder Februar 2017 ausgestrahlt; Ob und wann Baden TV Süd auch per Satellit empfangen werden kann, ist noch nicht geklärt.

## Neue Firma für Digitalausgaben der SWM-Regionaltitel

Die MHS Digital GmbH bündelt, als konzerninterner Dienstleister, für die Südwestdeutsche Medienholding die digitalen Kompetenzen von "Stuttgarter Zeitung", "Stuttgarter Nachrichten", "Schwarzwälder Bote" sowie "Frankenpost" (Hof), "Freies Wort" (Suhl) und "Neue Presse" (Coburg) in eine gemeinsame Firma.

## Neue Hochglanz-Präsentationsflächen für Stuttgart

„#S240711“ heißt ein neues Stadtmagazin der "Stuttgarter Zeitung" und der "Stuttgarter Nachrichten". Der Titel steht für "24 Stunden in 0711". Das Heft mit 84 Seiten erschien erstmals Mitte Oktober mit einer Gesamtauflage von 35.000 und lag einer Teilaufgabe beider Tageszeitungen bei, zusätzlich werden 5.000 Exemplare in der Stadt ausgelegt. Schon im Sommer hat die Stuttgarter Zeitung rückwirkend zum 1. Januar den Projekte Verlag übernommen, der das Stuttgarter

Magazin „Lift“ herausgibt. Wie eine Sprecherin mitteilt, sollen beide Titel unabhängig voneinander erscheinen. Für „#S240711“ ist eine Ausgabe pro Jahr geplant, „Lift“ erscheint im monatlichen Rhythmus.

## 93% der Onlinevideos reine YouTube-Channels

11.142 der insgesamt 12.008 deutschen Onlinevideo-Angebote verbreiten ihre Inhalte ausschließlich über YouTube, das entspricht 93%. Weitere 229 Angebote (2%) nutzen sowohl YouTube als auch die eigene Website und lediglich 637 Angebote (5%) verzichten gänzlich auf die Verbreitung über die Plattform des US-Internetgiganten Google, wie aus dem aktuellen Web-TV-Monitor 2016 hervorgeht, den die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) gemeinsam mit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) vorstellte. Die Studie steht kostenfrei zur Verfügung: www.lfk.de

## DJV Verfassungsbeschwerde gegen Vorratsdatenspeicherung

Der Deutsche Journalisten-Verband legt gemeinsam mit mehr als einem Dutzend weiterer Akteure Verfassungsbeschwerde gegen die Vorratsdatenspeicherung ein. Unterstützt wird das juristische Vorgehen gegen die staatliche Datensammelwut durch eine Unterschriftenaktion, an der sich mehr als 30.000 Bürger beteiligten.

## Bundeseinheitlicher Presseausweis

Innenministerkonferenz und Deutscher Presserat einigten sich auf Wiedereinführung des bundeseinheitlichen Presseausweises mit Signum des IMK-Vorsitzenden ab 2018. Seit 2008 hatte es den nicht mehr gegeben. Mit der jetzt getroffenen Vereinbarung wird eine neue Praxis des bundeseinheitlichen Presse-

ausweises unter dem Dach des Deutschen Presserates eingeführt. Ein wesentlicher Kern der Vereinbarung ist die Einführung einer „Ständigen Kommission“. Sie wird unter anderem darüber entscheiden, welche Antrag stellenden Presseverbände die Voraussetzungen für die Zuerkennung der Ausgabeberechtigung der bundeseinheitlichen Presseausweise erfüllen und ist paritätisch mit je zwei vom Deutschen Presserat und von der Innenministerkonferenz (IMK) entsandten Mitgliedern besetzt.

## Burda muss Kosten für Foto-Download tragen

Der Deutsche Journalisten-Verband fordert Bildjournalistinnen und -journalisten dazu auf, die vom Medienkonzern Burda geplanten Kürzungen ihrer berechtigten Ansprüche zurückzuweisen. Die Verlagsgruppen BurdaLife und BurdaHome hatten angekündigt, ab dem 1. Januar 2017 keine Vergütung für die digitale Bereitstellung von Fotos mehr zahlen zu wollen. Diese so genannten Downloadgebühren für druckfähige, hochaufgelöste Bilder werden üblicherweise neben dem Honorar in Rechnung gestellt. Mit ihnen werden die Kosten für Soft- und Hardware der Bildjournalisten und Bildagenturen erstattet. Als Begründung für seine Kürzungen nannte der Verlag die Umstellung der Abläufe in der Zeitschriftenproduktion.

DJV-Bundesvorsitzender Frank Überall: „Burdas Einsparungen sind rechtswidrig, weil Fotojournalisten einen Anspruch auf Ersatz ihrer Auslagen haben.“ Überall weist außerdem darauf hin, dass ein Vertreter des Burda-Verlags Anfang der Woche bei einer Anhörung im Europäischen Parlament erklärt hatte, dass die Lage der Zeitschriftenbranche sehr gut sei. Nach den dort gemachten Aussagen des Burda-Vertreters gebe es auch keine Krise der Printmedien. „Wenn es den Zeitschriften so gut geht, gibt es keinen Grund für Bildjournalisten, auf ihre berechtigten Ansprüche zu verzichten.“

## Wir trauern um

Frank Krause 50 Jahre

Egil Pastor 91 Jahre

Werner-Michael Sagemüller 66 Jahre



Der Titel des Buchs könnte auch lauten „Alles, was ich als Journalist wissen muss“, denn es wagt den großen Rundumschlag: Es erklärt Textgattungen, beschäftigt sich mit journalistischer Sprache, geht auf Recherche und Redigieren ein und widmet jeweils ein Kapitel dem Medienrecht und der Ethik. All das erwartet man von einem Handbuch über Journalismus. Aber: Die 314 Seiten beschäftigen sich auch mit aktuellen Themen wie dem Redaktionsmanagement und der Frage, wie Redaktionen unter zunehmendem Kos-

## Für Anfänger und Fortgeschrittene

„Journalismus – Das Lehr- und Handbuch“ von Stephan Ruß-Mohl

tendruck heute noch agieren können. Ruß-Mohl, der sein Handwerk an der Deutschen Journalistenschule in München gelernt hat, beschreibt, dass ein „großer Teil der Medien“ aus „massenattraktiven Unterhaltungsangeboten“ besteht und zitiert Ex-RTL-Chef Helmut Thoma mit „Im Seichten kann man nicht ertrinken“. Gemeint sind damit Angebote wie BuzzFeed, Vice oder die Huffington Post, die angeblich den Journalismus „neu erfinden“, aber in Wahrheit nur auf Billig-Content von Freizeitschreibern setzen, die kein Honorar erhalten und daher solche Medien ausschließlich nutzen, um ihre eigenen Ziele zu verfolgen. Das kann PR fürs eigene Buch sein, oder der Wunsch sich mittels Artikel zu bestimmten Themen als Experte zu profilieren. Ruß-Mohl verweist allerdings zu Recht darauf, dass auch der Informationsjournalismus schnell wächst. Als Beispiele nennt er Netzangebote wie Watson oder Carta.

Das Buch „Journalismus“ bietet eine gute Grundlage für alle, die den Berufswunsch

Journalist verspüren, ist aber auch ein sehr gutes Nachschlagewerk für Praktiker, die schon ein paar Berufsjahr(zehnt)e auf dem Buckel haben. Es ist ein Kompendium, das nicht meint, alle Weisheiten neu erfinden zu müssen, sondern sich auch ausführlich auf bereits Erschienenes mit korrekter Quellenangabe beruft. Auch für alte Hasen lohnt es sich ab und zu inne zu halten, ein Kapitel aus diesem Buch nachzuschlagen und sich im Alltagsstress - bei allen existenziellen Nöten - an das zu erinnern, was man einst gelernt hat. Mittlerweile Professor für Journalistik und Medienmanagement an der Università della Svizzera Italiana in Lugano, kommt Ruß-Mohl zu einem ernüchternden Ergebnis: „Ich bin mir unsicher, ob ich meinen Kindern in der derzeitigen Medienwelt noch zuraten würde, Journalist oder Journalistin zu werden.“

„Journalismus – Das Lehrhandbuch“ von Stephan Ruß-Mohl, 3., aktualisierte und überarbeitete Auflage, 314 S., Hardcover 29,90 € (D), ISBN: 978-3-95601-155-9

► Geraldine Friedrich



## Good Girls Revolt

Eine neue Amazon-Serie widmet sich der Gleichberechtigung im Journalismus Ende der 1960er Jahre

Rauchschwaden hängen über den Schreibtischen, das Telex rattert, die Schreibmaschinen klappern, Kaffee wird gereicht, Eiswürfel klingeln im Glas, Männer halten Redaktionskonferenzen ab. Journalistische Prinzipien werden ausbuchstabiert, Gleichberechtigung gehört nicht dazu.

Bingewatching-verdächtige Serien erzählen von Menschen und ihren Beziehungen, schaffen Pseudoheimat und bauen Spannung auf. Diese Redaktion, die uns in „Good Girls Revolt“ gezeigt wird, existiert so schon lange nicht mehr, sie ist ein Museum für Journalismus, dem Pressewesen stand damals noch eine gloriose Phase bevor und von den anderen Konflikten aus der Serie wissen wir: Der Viet-

namkrieg wurde beendet, wichtige Etappen auf dem Weg zur Gleichberechtigung erreicht und die Rassendiskriminierung zurückgedrängt. Nichts davon ist ausreichend, aber da die Welt zurzeit mehr als genug Anlass zur Sorge gibt, kann man sich ruhig mal an Zeiten erinnern, als die Gesellschaft auch schon mal Fortschritte gemacht hat; und sich von jungen Frauen inspirieren lassen, die um diesen Fortschritt kämpfen.

„Good Girls Revolt“, Synchronfassung ab 2. Dezember bei Amazon Video, basierend auf dem 2012 erschienenen Buch „The Good Girls Revolt: How the Women of Newsweek Sued their Bosses and Changed the Workplace“ von Lynn Povich.

► Susann Mathis

## Trauer um Frank Krause



Frank Krause Foto: Achim Zweggarth

Der langjährige Chefreporter der Stuttgarter Nachrichten ist im Alter von nur 50 Jahren gestorben. Frank Krause war es zu verdanken, dass die Stuttgarter Nachrichten zur meistzitierten Tageszeitung im Land wurden. Sein langjähriger Kollege Jan Sellner beschreibt ihn in seinem Nachruf als „das Gesicht dieser Zeitung“, als „einen Journalisten aus Leidenschaft“ und als „einen der profiliertesten landespolitischen Berichterstatte“. Mehr Worte bedarf es eigentlich nicht, mehr Anerkennung kann nicht ausgedrückt werden.

Frank Krause volontierte bei den Kreisnachrichten in Calw, war dort anschließend als Lokalredakteur tätig. 1991

wechselte er zum Badischen Tagblatt und absolvierte parallel ein Journalistenstudium an der Freien Universität Berlin. 1997 begann seine Karriere bei den Stuttgarter Nachrichten, bei denen er später als Chefreporter und Leiter des STN-Recherche-teams reüssierte. Er blieb beim FlowTex-Skandal wie bei der Flugzeugkatastrophe von Überlingen nachhaltig am Ball, seit Erwin Teufel begleitete er alle Ministerpräsidenten des Landes

Dem DJV war Frank Krause seit Juli 1988 treu, 2014 erhielt er die Silberne Ehrennadel mit Urkunde. Nun ging sein arbeits- und verdienstreiches Leben viel zu früh zu Ende.

## „Sie dürfen erstmal nichts“

DJV Kreisverband Neckar-Alb führt einen Workshop zu Bildrechten durch

Was ist als Redakteur bei der Verwendung von Bildern zu beachten? Wie steht's mit der Panoramafreiheit? Welche Rechte haben Fotografen, wie sollten sie ihre Verträge gestalten? Viele Fragen, mit denen sich Michael Haager, DEHR Rechtsanwälte Tübingen, und Manfred Hertz, Vorsitzender des Fachausschusses Bild des DJV Baden-Württemberg, im Workshop zum Thema Bildrechte des Kreisverbands Neckar-Alb auseinandersetzen.

Das Angebot stieß auf großes Interesse, auch die Teilnehmer brachten viele Fragen mit: Was ist, wenn Kinder auf dem Bild sind, wie ist die rechtliche Lage bei Luftaufnahmen und der Verwendung von Online-Inhalten auf Facebook, Twitter, Instagram? Der Anwalt klärte auf über „Fotografische Fallstricke: Panoramafreiheit und Persönlichkeitsrechte“. Ein Leitsatz Haagers: „Sie dürfen erstmal nichts, wenn es nicht ihr eigenes Bild ist.“ Streng genommen gilt das auch bei dem Motiv: Es müsste beispielsweise bei einem Gebäude der Architekt, bei einem Kunstwerk der Künstler gefragt werden. Da diese Regelung lebensfremd ist, gibt es die Panoramafreiheit im Urheberrecht, die es

erlaubt, von Straßenwegen aus Sichtbares zu fotografieren. „Es darf nur die äußere frei zugängliche Ansicht abgebildet werden“, sagte Haager. Das Presseprivileg greife, wenn es in der Berichterstattung um tatsächliche Vorgänge ginge, um tagesaktuelle Ereignisse und das Interesse des Lesers. Mit der sogenannten „Sanssouci-Entscheidung“ bleibe die Zukunft aber offen.

Immer ein Thema sind Personen im Bild. Diese stellen kein Problem dar, solange sie nicht erkennbar oder Beiwerk seien, die Personen also weggedacht werden können, ohne dass sich der Charakter des Bildes ändert. Auch Personen, die an einer Versammlung teilnehmen oder die eine Person der Zeitgeschichte sind, dürfen fotografiert werden, sagte Haager. Manfred Hertz berichtete über die Situation der Fotografen. Diese haben ein Recht auf Nennung des Namens. Eine Kampagne des DJV tritt der Praxis der Namenlosigkeit entgegen. Zu selten würden die Bilder richtig benannt. Insgesamt seien die freien Fotografen immer stärker eingeschränkt, beispielsweise bei Veranstaltungen. Die Akkreditierung werde immer



Manfred Hertz (links) und Michael Haager referierten zum Thema Bildrechte. Foto: Anne Leipold

schwieriger, die Bedingungen unzumutbarer. Hinzu komme der Preisdruck: Zu Dumpingpreisen würden Bilder der Fotografen gekauft, gerade mal ein Euro sei mitunter der dpa ein Bild wert, erzählte er.

► Anne Leipold

## Baden-Württembergs Landtagspräsidentin Muhteram Aras liest der Branche die Leviten



Klare Worte fand Landtagspräsidentin Muhteram Aras beim Treff mit dem Kreisverband Stuttgart, Foto: Claws Tohsche

Populismus ist eine Gefahr, vor der Muhteram Aras, Baden-Württembergs Landtagspräsidentin, eindringlich warnt. Und davor, dass die Medien den Fehler machen, Populisten mehr Platz einzuräumen, als ihnen gebührt. Mitunter sieht sie diese Gefahr. So etwa bei einer der jüngsten Landtagssitzungen, von der sie bei der Diskussionsrunde mit dem DJV-Stadtverband Mitte November im Landtag berichtete: „Da diskutieren wir den ganzen Tag große und wichtige Themen. Und am Abend reden wir 30 Minuten über das Thema Verhüllungsverbot. Wenn das dann das einzige ist, was von dem Tag in den Abendnachrichten kommt, dann läuft doch etwas schief“, sagt die Präsidentin.

Und nicht nur bei diesem Thema liest Aras der Branche die Leviten. Pressefreiheit, wie sie sie versteht, ist auch nicht vereinbar mit dem Auftritt der vollverschleierte Schweizer Konvertitin wenige Tage vor der DJV-Diskussionsrunde in der ARD. „Ich finde, die Medien haben auch die Freiheit zu sagen, mit wem sie reden wollen. Und mit so jemand eben nicht“, betont sie. Aber es gehöre nun mal auch zur Freiheit, eine Frau wie die Schweizerin einladen zu können.

Begeistert nimmt sie denn auch zur Kenntnis, dass der DJV Baden-Württemberg Journalisten in ihrem Herkunftsland, der Türkei, hilft, frei recherchieren zu können. Sie lobt den Verband, als die Landesvorsitzende Dagmar Lange berichtet, man habe Verschlüsselungstechnik in die Türkei geliefert, damit die Kollegen ungehindert arbeiten können.

Obwohl die Landtagspräsidentin Wurzeln in der Türkei hat, nimmt eine Woche nach Donald Trumps Wahlerfolg eine andere Nation, über deren Zukunft sich zurzeit viele Sorgen machen, deutlich mehr Raum ein. Auf Dagmar Langes Frage, ob weltweit das Zeitalter des Populismus ausgebrochen sei, sagt Aras, dass sie das Wahlergebnis „schier umgehauen“ habe. „Ich hatte bis zuletzt die Hoffnung, dass die Vernunft siegen würde. Hillary Clinton hat schließlich ein ganz anderes politisches Niveau.“ Aber es scheine doch so, als fasse der Populismus weltweit Fuß. Journalisten seien gut beraten, diesen nicht nur als ein Phänomen abzutun. „Sie müssen sich damit auseinandersetzen“, fordert sie von den Kolleginnen und Kollegen. Auch, um das Thema zu durchdringen, lese sie zurzeit das Buch „Gegen den Hass“ von Carolin Emcke, der Trägerin des Friedenspreises des Deutschen Buchhandels 2016.

Sind die Populisten die größere Gefahr, oder die frustrierten Nichtwähler, die wie in den USA den Populisten das Feld überlassen? Auch dazu wollten wir eine Einschätzung von Muhteram Aras hören.

In den USA gaben etwa 58 Prozent der Wahlberechtigten ihre Stimme ab. „Leider gibt es immer wieder Wahlen mit weniger als 50 Prozent, und das ist verheerend!“, sagte Aras. Mitunter würden es sich die Menschen zu bequem machen, vieles als selbstverständlich betrachten. Doch man dürfe sich nicht ausruhen, wenn die Lage gut sei. „Man muss jeden Tag neu dafür kämpfen.“

Gekämpft habe sie in ihrer politischen Laufbahn schon viel, vor allem für Bildung, das Thema, das sie in die Politik zog – erst in den Gemeinderat, dann in den Landtag. „Wir müssen unsere Schulen so ausstatten, dass wir jedes Kind fördern können“, sagt die Landtagspräsidentin.

Um Ordnung kämpfen, das ist eine ihrer Aufgaben im Landtag. Sie müsse deutlich häufiger Rügen erteilen als ihre Vorgänger. Und das gehe klar auf das Konto der AfD. Inzwischen suche sie schon Kontakt zu den Präsidenten der Landtage deutschlandweit und frage die Kollegen, welche Schimpfwörter und Kraftausdrücke sie ahnden würden. Aras benennt einen klaren Unterschied zwischen der Zeit, als die Republikaner im Parlament saßen, und dem Einzug der AfD. „Die Repts hatten noch Umgangsformen, bei der AfD sind einige da sehr grenzwertig“, berichtete sie.

Am Ende der Diskussion erfahren die Stuttgarter DJV-Kollegen dann noch ein kleines Geheimnis, wie es Muhteram Aras bewerkstelligt, trotz langer Arbeitstage den Blick für die Lebenswirklichkeit zu bewahren: „Ich habe meinem Fahrer gesagt, er soll mich nicht mehr abholen oder nach Hause fahren“, erzählt sie. Sie gehe viel zu Fuß oder fahre mit öffentlichen Verkehrsmitteln. „Eine Zeit lang habe ich mich abholen lassen, da fühlte ich mich wie abgekapselt“, berichtet Aras. Doch die Landtagspräsidentin will nicht am Leben im Dienstwagen vorbeirauschen, sondern täglich in die Lebenswirklichkeit eintauchen.

► **Christine Bilger**

## „Wir reden nicht über Medien, wir machen sie“

DJV-Kreisverband Offenburg-Ortenau in der Hochschule Offenburg

„Irgendwas mit Medien“: Diesen Berufswunsch können sich junge Menschen an der Hochschule in Offenburg erfüllen, allerdings nicht in journalistischen Berufen, sondern in den Bereichen Technik, Wirtschaft und Medien. Über 4.500 Studierende sind in der 1964 gegründeten Hochschule am Hauptsitz in Offenburg und der Außenstelle im nahe gelegenen Gengenbach eingeschrieben. Sie erwerben in vier Fakultäten ihr Rüstzeug für den späteren Beruf: In Betriebswirtschaft und Wirtschaftsingenieurwesen, Elektrotechnik und Informationstechnik, Maschinenbau und Verfahrenstechnik sowie Medien und Informationswesen. Die Mitglieder des Kreisverbands Offenburg-Ortenau informierten sich Mitte November bei einer Führung vor allem über den Studiengang Medien und Informationswesen, den derzeit rund 850 Studierende belegen.



Die Ortenauer Journalisten mit Prof. Dr. Volker Sängers (4. von links) im großen Fernsehstudio der Hochschule Offenburg. Foto: Arwen Möller, Hochschule Offenburg

„Wir reden nicht über Medien, wir machen sie“ stellte Prof. Dr. Volker Sängers, Dekan der Fakultät Medien und Informationswesen die vielfältigen Bachelor- und Master-Studiengänge vor. „Das technische Know-how ist gefragt“, grenzte der Dekan seinen Fachbereich zu journalistischen Medien ab. „Die Studierenden sollen verstehen, wie die Technik funktioniert“. Und so werden sie in der Offenburger Hochschule für viele Berufsfelder fit gemacht, die sie später vor allem in der digitalen Welt finden: Im großen Bereich Social-Media, in E-commerce und Online-Marketing, sie entwickeln Computer-Spiele und Newsletter, lernen alles über Online-Shops oder produzieren in den modern ausgestatteten Audio- und Filmstudios der Hochschule Videos, Musikvideos und Filme. „Wir arbeiten sehr produktorientiert“, betonte Prof. Dr. Volker Sängers. Oft entstehen auch schon während des Studiums Kontakte zu späteren Arbeitgebern. Doch die Studierenden sollen nicht nur kreativ sein, sondern auch den theoretischen Hintergrund büffeln. „Wer Filme machen will, muss auch trockene Informatik studieren“, brachte der Dekan es auf den Punkt.

Nach den theoretischen Erläuterungen im großen Hörsaal nutzten die Ortenauer DJV'ler die Chance, sich in den mit viel Technik und Computern ausgestatteten Räumen der Hochschule die Sprecherkabinen, Mischpulte und Schnittplätze näher anzuschauen. Die Führung endete im großen Fernsehstudio, in dem viele der Produktionen der Offenburger Hochschule entstehen. Beim Termin lernten die Ortenauer Journalisten auch Arwen Möller kennen, die seit Oktober neue Pressesprecherin der Hochschule ist.

► **Ulrich Spitzmüller**



## Gesunder Journalismus beruht auf Fakten.

Zuverlässige und aktuelle Informationen zu allen Themen rund um die Gesundheit und das Gesundheitswesen – dafür ist das Mediportal der AOK Baden-Württemberg die erste Adresse: [aok-bw-presse.de](http://aok-bw-presse.de)

Pressestelle der AOK Baden-Württemberg  
Telefon 0711 2593-229  
Telefax 0711 2593-100  
E-Mail [presse@bw.aok.de](mailto:presse@bw.aok.de)  
Twitter [@aokbwpresse](https://twitter.com/aokbwpresse)

AOK Baden-Württemberg

# 10.000 Polizeimeldungen für die Medien

DJV-Kreisverband Offenburg-Ortenau besuchte Polizeipräsidium Offenburg



Patrick Bergmann von der Pressestelle des Polizeipräsidiums Offenburg (sitzend) erläutert den DJV-Mitgliedern, wie auf seinem Bildschirm aus Vorkommnissen der Nacht Polizeimeldungen für die Redaktionen werden. Foto: DJV Offenburg-Ortenau

Polizeimeldungen zählen zu den meistgelesenen Texten in den Lokalzeitungen – bei den Lesern sind die kurzen Nachrichten beliebt, bei Volontären und anderen Verfassern eher „gefürchtet“. Die DJV Kreisgruppe Offenburg-Ortenau wollte wissen, wo und wie die Polizeimeldungen entstehen und blickte hinter die Kulissen des Polizeipräsidiums Offenburg. Zwischen 30 und 50 Polizeimeldungen werden jeden Tag vom sechsköpfigen Team der Pressestelle des Offenburger Polizeipräsidiums verschickt, das seinen Sitz in einem modern umgebauten ehemaligen Kasernengebäude hat. Statt hinter dicken, undurchdringlichen Mauern arbeiten die Mitarbeiter der Pressestelle – die im internen Jargon nur als „Ö“ für „Öffentlichkeitsarbeit“ bezeichnet werden – in hellen und transparenten Büros aus Glas mit kurzen Wegen. Offen und zugänglich zeigten sie sich auch bei der Vorstellung ihrer Arbeit gegenüber den Journalisten aus der DJV-Kreisgruppe Offenburg-Ortenau, sowohl bei der Führung durch die Arbeitsräume als auch bei der späteren Diskussion. Gerade einmal fünf Kolleginnen und Kollegen waren an einem heißen Juni-Abend zu dieser Veranstaltung gekommen, die Polizei war mit der fast gleichen Anzahl an Pressesprechern vertreten und zeigte so das Interesse und die Wertschätzung für diesen Abend.

Das Offenburger Polizeipräsidium ist zuständig für rund 700.000 Einwohner, die in

insgesamt neun Revieren vom Ortenaukreis bis zum Landkreis Rastatt und Baden-Baden betreut werden. Rund 1.500 Beschäftigte sorgen für Sicherheit, davon sind rund 1.250 Polizeibeamte. Trotz dieser beeindruckenden Zahlen ist das Offenburger Polizeipräsidium das kleinste im Land.

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit versorgt 45 Redaktionen mit aktuellen Meldungen: Die 24 Lokalredaktionen von fünf Tageszeitungen bilden dabei das Gros der belieferten Medien, aber auch drei Wochenzeitungen, sieben Hörfunkredaktionen, vier TV-Stationen und sechs Online-Redaktionen zählen zu den Empfängern der Polizeimeldungen. Bislang ist die Pressestelle des Polizeipräsidiums noch nicht in den sozialen Netzwerken aktiv – allein aus personellen Gründen. Sobald dies jedoch möglich ist, soll auch dieser Bereich bedient werden, wie Karen Stürzel, die Leiterin der Präsidiums-Pressestelle mitteilte. Pro Jahr werden rund 10.000 Polizeimeldungen an die Medien verschickt und bei Bedarf durch O-Töne und Interviews ergänzt.

Zwischen 6 und 7 Uhr beginnt der Tag in der Pressestelle. Die Frühschicht wertet die Vorkommnisse aus, die zwischen dem späten Nachmittag des Vortages, während der Nacht und bis zum frühen Morgen eingegangen sind – vom Verkehrsunfall über den ausgebüxten Stier bis zur nächt-

lichen Ruhestörung oder die Körperverletzung ist alles dabei. Die Vorfälle werden im Führungs- und Lagezentrum mit seinen vielen Monitoren gemeldet, in dem täglich zwischen 600 und 1.000 Vorkommnisse auflaufen. Sie bilden sozusagen die Basis für die späteren Polizeimeldungen, für die sich die Journalisten in bestimmten Fällen mehr Details und Hintergründe wünschten.

Karen Stürzel warb mit ihren Kollegen aus der Polizei-Pressestelle um Verständnis, dass dies nicht immer im gewünschten Umfang und zeitlichen Rahmen erfolgen könne. „Wir müssen viele beteiligen, das kann manchmal dauern und ist nicht in fünf Minuten zu erledigen“. Außerdem könnten bestimmte Informationen mit Rücksicht auf laufende Ermittlungen in einigen Fällen nicht gegeben werden. Die Zusammenarbeit zwischen den Medien und der Polizeipressestelle scheint jedoch zu funktionieren. „Wir sind mit unserer Presselandschaft zufrieden“, stellte Karen Stürzel fest. Medien und Polizei hätten meist andere Interessen, deshalb sei es immer gut, miteinander zu reden.

Der kurzweilige Besuch im Offenburger Polizeipräsidium war jedenfalls ein guter Beitrag dazu, wie der DJV-Kreisvorsitzende Reinhard Reck in seinen Dankesworten betonte.

➔ Ulrich Spitzmüller

# Meet and Greet beim Landespresseball

Beim 57. Landespresseball – Ball der Medien am 11. November in der Liederhalle wurden über 2000 Gäste begrüßt, unter ihnen viel Polit-Prominenz. Dazu gehörten Ministerpräsident Winfried Kretschmann, der Schirmherr des Balls, samt seiner Frau Gerlinde, Stuttgarts Oberbürgermeister Fritz Kuhn mit Frau Waltraud Ulshöfer, Innenminister Thomas Strobl, Kultusministerin Susanne Eisenmann wie auch Wirtschaftsministerin Nicole Hoffmeister-Kraut.

Der Glamour-Faktor wurde durch Gäste wie Modezar Harald Glööckler und Ex-Boxer René Weller drastisch angehoben. Die Veranstaltung eröffneten mit einem feurigen Salsa Massimo Sinato (bekannt aus der Sendung „Let's Dance“) und seiner Frau Rebecca Mir. Stargäste des Ballabends waren die Gruppe Hot Chocolate aus Großbritannien. Mit ihren Hits wie etwa „You Sexy Thing“ und „So You Win Again“ sorgte die Band beim Publikum sofort für eine grandiose Stimmung.

Im Mozartsaal traten die Kabarettisten Florian Schroeder und Günter Fortmeier



Hot Chocolate spielte und der Beethovensaal war auf den Beinen, Foto: Wolfgang List

sowie Die Schlagzeugmafia auf. Im neuen Gewand präsentierte sich auch die Schwarzwaldbar mit einem gigantischen Schwarzwald-Panorama, Kuckucks-Uhren sowie einer Milchkuh. Nicht zu vergessen: Mit den Erlösen aus der Tombola unterstützt der Sozialfonds der Landespresse Baden-Württemberg e.V.

in Not geratene Journalisten und Journalistinnen.

Beim Vorsitz der Ballkommission gab es einen Wechsel: Simone Schüle ist seit diesem Jahr die neue Vorsitzende. Sie folgte auf Jens B. Fink, der nach zwölf Jahren ehrenamtlicher Tätigkeit den Stab weitergab.

**EIN HEISSER TIPP ZUM MITSCHREIBEN: DIE PRIVATE GRUPPENVERSICHERUNG FÜR JOURNALISTEN IST ATTRAKTIV.**

Krankentagegeldversicherung ab **53,62 Euro** mtl. Beitrag für eine(n) 35-jährige(n) Journalisten/-in nach Tarif KTN2 für 2.100 Euro Krankentagegeld mtl. ab dem 29. Tag

Ich vertrau der DKV  
Der Gesundheitsversicherer der ERGO

Gestalten Sie als Journalist Ihre Gesundheitsvorsorge und die Ihrer Familie jetzt noch effektiver. Die DKV bietet Ihnen Krankenversicherungsschutz mit einem Höchstmaß an Sicherheit und Leistung. Nutzen Sie die günstigen Konditionen dieses Gruppenversicherungsvertrages mit dem DJV Baden-Württemberg:

**ATTRAKTIVE BEITRÄGE, ANNAHMEGARANTIE FÜR VERSICHERUNGSFÄHIGE PERSONEN, SOFORTIGER VERSICHERUNGSSCHUTZ OHNE WARTZEITEN BEI TARIFEN MIT GESUNDHEITSFRAGEN.**

Ja, ich interessiere mich für die DKV Gruppenversicherung für Journalisten. Bitte nehmen Sie Kontakt mit mir auf.

Ich willige ein, dass meine personenbezogenen Daten aus dieser Anfrage an einen für die DKV tätigen Vermittler zur Kontaktaufnahme übermittelt und zum Zwecke der Kontaktaufnahme von der DKV und dem für die DKV tätigen Vermittler erhoben, verarbeitet und genutzt werden.

Einfach ausschneiden und faxen: **02 21 / 5 78 21 15**

Oder per Post an: DKV AG, VUAC K, 50594 Köln. Telefon: 02 21 / 5 78 45 85  
Internet: [www.dkv.com/journalisten](http://www.dkv.com/journalisten), E-Mail: [journalist@dkv.com](mailto:journalist@dkv.com)

Name, Vorname \_\_\_\_\_

Straße, Hausnummer \_\_\_\_\_

PLZ, Ort \_\_\_\_\_

Geburtsdatum \_\_\_\_\_ Telefon privat/beruflich \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Unterschrift \_\_\_\_\_

Angestellt  Selbstständig  Blickpunkt0216.DJV



## Medienwerkstatt widmet sich Reisejournalismus

DJV Kreisverband Freiburg testet neues Veranstaltungsformat



Über die erfolgreiche Premiere des Veranstaltungsformats „Medienwerkstatt“ in Freiburg freuen sich (von links): Gerd Lache, DJV-Kreisvorsitzender Freiburg, und die Referenten Wolfgang Weiler, Kommunikationschef Schwarzwaldtourismus, Geraldine Friedrich, DJV-Kreisvorsitzende Hochrhein, sowie Hubert Matt-Willmatt, Vorstandsmitglied DJV-Freiburg. Foto: Doris Löffler

Über die Höhen und Tiefen im Reise-Journalismus haben drei Branchen-Experten die Mitglieder des DJV-Kreisverbands Freiburg informiert: Geraldine Friedrich (Freie Reise- und Wirtschafts-journalistin), Wolfgang Weiler (Kommunikationschef der Schwarzwald Tourismus GmbH und Inhaber des Kommunikationsbüros Projekt D) sowie Hubert Matt-Willmatt (Produzent eines Weinmagazins, Reise-Journalist und Buchautor).

Das vierstündige Event im Diakonischen Bildungszentrum (diabiz.de) war Testlauf und Auftakt zugleich für das neue Format „Medienwerkstatt“ des Kreisverbands. „Die Resonanz am Ende der Veranstaltung ist durchweg positiv ausgefallen. Von 2017 an werden wir den DJV-Mitgliedern regelmäßig nutzwertorientierte kurze Workshops und Informationsabende anbieten“, erklärt Gerd Lache, Kreisvorsitzender des DJV Freiburg. Kooperationen mit benachbarten Kreisverbänden oder Vereinigungen wie Presseclubs werden in die Programm-Planung eingebunden.

So war der DJV-Kreisverband Hochrhein bei der Medienwerkstatt-Premiere aktiver Kooperationspartner. Dessen Vorsitzende Geraldine Friedrich eröffnete die Veranstaltung mit einem Impulsvortrag, der die

wesentlichen Themen des Reise-Journalismus abdeckte. Zugleich ging sie offen auf Fragen wie jene nach den Honoraren ein. Als Standbein alleine reiche es nicht mehr. Zeitungen und Fachzeitschriften zahlen demnach schlecht bis mittel, Unternehmensmagazine (Corporate Publishing) dagegen gut. Reisebuchverlage hätten, gemessen am Aufwand, ein sehr schlechtes Honorargefüge. Für Friedrich ist deshalb klar: „Mit dem Thema Reise-führer bin ich durch.“

Hubert Matt-Willmatt, zugleich auch Vorstandsmitglied im DJV Freiburg, hat etwas andere Erfahrungen. Kürzlich veröffentlichte er sein 25. Buch. Über diesen Weg habe er auch Aufträge für Projekte bekommen. In der „Medienwerkstatt“ präsentierte Matt-Willmatt unter anderem einen Verlagsvertrag und informierte über juristische Fußangeln, bis hin zum heiklen Thema Bildrechte. Auch er hob hervor, dass die Verdienstmöglichkeiten im Reise-Journalismus geringer geworden seien. Das habe zum einen mit Fusionen von Zeitungen zu tun, zum anderen mit dem Rückbau der Reisedaktionen oder deren vollständiger Auflösung. Immer mehr Blätter begnügten sich mit Agenturberichten, der Reisetitel in manchen Printprodukten sei auf ein Minimum reduziert

und irgendwo im Wochenendmagazin verpackt worden. Pressereisen würden hausintern als Belohnung an Redakteure verschiedener Ressorts oder an Volontäre vergeben. „Da bleibt für die Freien nicht mehr viel“, sagt Hubert Matt-Willmatt.

Hinzu komme der Vormarsch der Sozialen Medien, wie Wolfgang Weiler betont. Er ist DJV-Mitglied und war früher geschäftsführendes Vorstandsmitglied der Vereinigung Deutscher Reisejournalisten VDRJ. Der Kommunikationschef der Schwarzwald Tourismus GmbH (STG) spricht von beachtlichen Reichweiten des Facebook-Auftritts. Dabei habe die STG noch gar nicht alle Möglichkeiten ausgeschöpft. Insbesondere Bewegtbild-Posts würden die Klickzahlen nach oben treiben. Weiler: „Bei einer normalen Facebook-Kampagne erreichen wir etwa 80.000 Nutzer. Mit einem 30- bis 90-Sekunden-Video-Clip kommen wir auf bis zu einer halben Million.“ Im kommenden Jahr wolle die STG deshalb in Freiburg eine eigene Video-Unique mit einer Volontärstelle schaffen. Die traditionellen Kommunikationswege werde die Tourismusorganisation aber dennoch nicht verlassen.

► Doris Löffler

## Trübe Aussichten: Überstunden, keine Tarife und wenig Personal

Fachausschüsse Betriebsratsarbeit und Tageszeitungen beschäftigen sich mit der aktuellen Lage in den Verlagen

Die Situation ist alles andere als rosig: Die Esslinger Zeitung wird von der Stuttgarter Zeitung übernommen, beim Mannheimer Morgen haben die Eigentümer-Familien einen Zugriff der Medien-Union von Dieter Schaub gerade noch abgewehrt, die Fränkischen Nachrichten sind weiterhin tariflos und deren Geschäftsführung betont, nicht wieder zurück in den Tarif zu kehren. Die Gewerkschaften wollen aber dran bleiben und noch einmal zu einem Gespräch bitten, steht doch die Tarifkommission mit dem klaren Ziel: zurück in den Tarif. Es gab also genügend Gesprächsstoff bei der gemeinsamen Sitzung der beiden Fachausschüsse Betriebsratsarbeit und Tageszeitungen beim Blick auf die aktuelle Lage in den Betrieben.

Dabei scheint landauf, landab die Strategie die gleiche zu sein – so etwa bei der Pforzheimer Zeitung – neues Personal untertariflich einzustellen. Und die Angst, den Job zu verlieren, geht um. Das wirkt sich auch auf die Arbeit der Betriebsräte aus: Nicht wenige Mitarbeiter scheuen den Weg, den Betriebsrat einzuschalten, um ihre Interessen zu vertreten. Das frustet. Initiativen, die Arbeitszeit zu erfassen, laufen ins Leere. Der Schulterchluss werde immer geringer, heißt es aus Betriebsratskreisen, was sogar zur resignierten Aussage führt: „Im Prinzip kannst Du den Betriebsrat auflösen.“

Gerade die Arbeitszeit stellt ein massives Problem dar. So haben die Südwestpresse und Partnerverlage ein neues Redaktionssystem und Layout, deshalb viele Überstunden, die kaum abzubauen sind. In dem Zusammenhang hat die MSG, eine Tochter der Südwestpresse, über eine Zeiterfassung nachgedacht, dem wurde von Ulm ein Riegel vorgeschoben. Damit ist das Projekt vom Tisch. Überstunden werden nun nicht abgebaut.

Derweil scheint die Schwäbische Zeitung zu expandieren. Die Indizien sprechen dafür, dass sie den Gemeindeblatt-Verlag Wagner gekauft hat, wenn das auch nicht

öffentlich publiziert wird, außerdem soll die Zeitung sich ein Anzeigenblatt einverleibt haben. Während dort die Redaktionen mittlerweile ausgepresst sind, geht die Geschäftsführung jetzt anscheinend an den administrativen Sektor ran, um dort etwa bei den Sekretärinnen einzusparen.

Während es Erfreuliches vom Böblinger Bote zu berichten gibt, dass es nach zähen Verhandlungen nun doch zum Abschluss eines Haustarifvertrags gekommen ist, verweigert die Geschäftsführung der Schwarzwälder Bote Redaktionsgesellschaft weiterhin, den nichttarifierten Beschäftigten den Arbeitgeberanteil an der Altersversorgung im Rahmen der Presseversorgung zu zahlen. Im Vergleich dazu existiert bei den Fränkischen Nachrichten eine Betriebsvereinbarung zum Thema Presseversorgung, die regelt, dass alle Mitarbeiter eintreten dürfen, gleichzeitig der Verlag das, was er bei den Sozialleistungen spart, wieder an die Mitarbeiter in die Altersversorgung weitergibt.

Die künftige Ausrichtung der Tarifpolitik im DJV war ein weiteres Thema, mit dem sich die beiden Ausschüsse auseinandersetzten – Stichwort: Regionalisierung. Dabei wurde deutlich, dass die Fachausschüsse mehrheitlich Verfechter eines regionalen Modells sind, wenn aber auch gleichzeitig Stimmen zu hören waren, dass die Fläche ein hohes Gut sei. Das Thema wird die beiden Ausschüsse weiter beschäftigen. Gerhard Reischmann legte dazu ein Thesenpapier zur Tarifpolitik als Impuls vor mit der Bitte, das in den verschiedenen zuständigen Gremien zu diskutieren. Zudem gaben sich die beiden Fachausschüsse den Arbeitsauftrag, mit Verdi ins Gespräch zu kommen und abzuchecken, wie dort die Vorstellungen hinsichtlich eines regionalen Tarifabschlusses sind.

Einen weiteren Antrag stellte Gerd Lache: Er will das Thema Freelancer und Pauschalisten aufgreifen und dabei mit dem Fachausschuss Freie kooperieren, um ge-

meinsam die Situation der Freien zu beschreiben und deren Probleme anzugehen. Entsprechende Fühler zum Freien-Ausschuss wurden dann auch bereits ausgestreckt.

In Sachen Kampagnen in den OT-Betrieben und Ausloten von Möglichkeiten für Haustarifverhandlungen wollen die beiden Fachausschüsse entlang einer Adressenliste mit den Betriebsräten Kontakt aufnehmen, um – so ein Vorschlag von Diana Seufert – gemeinsame Treffen mit den Betriebsratsvorsitzenden aus Baden-Württemberg zu organisieren, regional oder auch landesweit, eventuell auch mit Verdi zusammen. Bei solchen Zusammenkünften ließe sich auch der Themenbereich Auszubildendtarifvertrag und Situation der Volontäre in den Betrieben ansprechen. Auf diesem Sektor der Ausbildung möchten die beiden Fachausschüsse mit dem Fachausschuss Junge kooperieren, auch dorthin ist schon eine Anfrage geschickt.

Derzeit kein akutes Thema stellt der Bereich Home-Office dar. Und auch der „Roboter-Journalismus“ scheint momentan in Baden-Württemberg kein Thema zu sein.

Zum Abschluss der gemeinsamen Sitzung der zwei Fachausschüsse Betriebsratsarbeit und Tageszeitungen besprachen die Mitglieder die künftige Ausrichtung der Arbeit der beiden Gremien: Sitzungen, Telefonkonferenzen, Skype-Konferenzen. Gerd Lache wird sich nach den technischen Möglichkeiten bei Skype erkundigen. Telefonkonferenzen werden befürwortet. Insgesamt sprechen sich die Mitglieder für eine Mischung aus allen Möglichkeiten aus. Die nächste Zusammenkunft soll noch einmal eine Präsenzsitzung sein, um im Frühjahr das weitere Vorgehen zu besprechen. Für diesen Termin wird es eine Doodle-Abfrage geben, gedacht ist an einen Samstag im Februar von 11 bis 14 Uhr in der DJV-Geschäftsstelle im Herdweg in Stuttgart.

► Christoph Holbein

## Meeting via Skype

Skype, Zauberwort bei Zeitmangel oder Zeitverschwendung? Mit dieser Frage will sich der Fachausschuss Neue Technik/Online in der nächsten Zeit beschäftigen und statt sich zu treffen, skypen.



Baden-Württemberg ist groß, ob mit dem Auto oder mit der Bahn. Will man sich an einem zentralen Ort treffen, kann man einen Tag abhaken.

Das ist dann doch vielen zu viel: einen Tag zu „verlieren“, um sich für zwei/drei/vier Stunden persönlich auszutauschen. Dies muss auch effektiver gehen. Mails hin und her ist eine viel genutzte Möglichkeit. Aber Ergebnisse gibt es, wenn überhaupt, erst nach Tagen oder Wochen. Zu lange dauert es oft, bis sich jeder immer und immer wieder zu einem Einlass geäußert hat. Deshalb nun der Versuch, sich zum Chatting zumindest teils persönlich über das Bild auf dem Monitor mittels Skype zu treffen.

Auch hierzu bedarf es eines abgesprochenen Termins, ich hoffe aber, dass es einfacher möglich sein sollte, acht Mitglieder zu einem vorher genau festgelegten Thema für maximal eine Stunde gemeinsam an den PC zu bekommen.

Jetzt ist jedes Mitglied unseres FA aufgerufen, Skype zu installieren. Dann werden wir einen Termin verabreden und, so ...es will, sind wir dann alle online über Skype verbunden und können über das festgelegte Thema beraten und beschließen. Wenn das klappt, kann man das monatlich wiederholen, mit fester Tagesordnung, mit Diskussionsvorlagen, die man vorher per Mail verschickt und ohne – das

ist die Hauptsache – Zeit auf der Straße oder Schiene zu verschenken. 12-mal eine Stunde, das ist nicht viel mehr Zeit als wenn man sich einmal irgendwo in Baden-Württemberg trifft. Für kleine Gruppen sicherlich eine Möglichkeit, effektiver zu arbeiten. Der Landesgesamtvorstand wird sich allerdings weiter in Stuttgart treffen müssen.

Und einen Nachteil hat die Online-Sitzung auch: eine Pause, in der man Kaffee trinkt, oder das gemeinsame Bier nach erfolgreicher Sitzung, dieses fällt nun aus. Ich werde weiter berichten!

► Joachim Abel



Tag der Zahngesundheit in Biberach



Presseforum im Universitätsklinikum in Freiburg

» **Das Informationszentrum Zahngesundheit (IZZ)** steht seit 25 Jahren im Dienst der Kommunikation – mit Freude, Kompetenz und Offenheit. Wünschen Sie Informationen zum Thema Zahnmedizin in Baden-Württemberg im Allgemeinen oder zur Zahngesundheit der Kinder und Jugendlichen im Besonderen?

» **Weitere Informationen**

**IZZ** Informationszentrum  
Zahngesundheit  
Baden-Württemberg

Königstraße 26  
70173 Stuttgart  
www.izz-on.de

Mail: johannes.clausen@izz-online.de  
Fon: 0711/222 966-0/-10  
Fax: 0711/222 966-20

Das sind nur einige der Fragen, die wir Ihnen gerne zusammen mit unseren Experten beantworten. Wir freuen uns auf den Dialog mit Ihnen. Kommen Sie doch einfach vorbei in unseren neuen Räumen im Herzen von Stuttgart.

## Wer kämpft noch?

Den Blickpunkt erreichte ein Beitrag des Kollegen Joachim Abel, DJV-Kreisvorsitzender in Esslingen-Göppingen, jener Stadt vor den Toren Stuttgarts, die bislang noch stolz auf ihre eigenständige Zeitung war und nun hinnehmen muss, dass der Verlag an die Südwestdeutsche Medienholding, SWMH, verkauft wurde. Joachim Abel bezieht sich in seiner Einleitung auf einen Beitrag im Deutschlandradio Kultur „Wie eine Lokalzeitung kaputt gemacht wird“, der (hier: <https://goo.gl/OcUNOu>) weiter nachgelesen und nachgehört werden kann.

**In diesem Radiobeitrag kritisiert der ehemalige Volontär sowohl den Chef: ...**

*Zum Stichwort Geld: Im Laufe der zwei Jahre beobachtete ich die Entscheidungen des Geschäftsführers genau. Zuerst werden rund um die Lokalredaktion herum Stellen gekürzt. Ganze Abteilungen, wie etwa das Marketing, werden teilweise an Drittunternehmen ausgelagert, intern entstehen viele kleine Töchter, GmbHs.*

**... als auch Kollegen:**

*Für 20 von 30 Redakteuren hier ist das Wort „Community“ ein Fremdwort – und sie sind nicht gewillt, das zu ändern. Es sind die „Alten“, die mit den guten, unbefristeten Tarifverträgen und Kündigungsschutz. Im Schnitt sind diese zwischen 45 und 50 Jahre alt. Die restlichen zehn haben zu viel Angst, Missstände anzusprechen, weil sie ihren Job verlieren könnten. Eine 30 Jahre alte Kollegin sagte mir neulich: „Alle jammern, wollen es anders haben, aber nicht dafür arbeiten.“*

Das fatale an der Sache ist doch, dass viele Redakteure kein Rückgrat (mehr) haben. Sie engagieren sich nicht, weder für ihren Verband, noch für sich selbst. Alle zusammen könnten etwas ändern, stattdessen kämpft jeder für sich allein und scheitert folglich.

Ich bin Vorsitzender des DJV-Kreisverbandes Esslingen/Göppingen, mir sind die



Joachim Abel

Klagen allesamt bekannt, aber neue Kollegen auf einer Sitzung zu begrüßen, hat Seltenheitswert. Selbst wenn es um die Existenz geht, wie bei der Esslinger Zeitung, bekommt man kaum Zugang zu den Kollegen. Bloß nicht auffallen, Information nur, wenn man auch wirklich nicht den Namen nennt. Investigativer Journalismus in den eigenen Reihen, um KollegInnen zu helfen? Das kann nicht unsere Zukunft sein! Eine Zeitung kann ohne Redakteure nicht erscheinen. Ein Verleger sagte mal: „Die Zeitung muss jeden Tag zum Leser, egal ob was drin steht“. Ein Armutzeugnis, dessen Ergebnis zu immer mehr Abo-Kündigungen führt.

Es reicht nicht, dass wir Kreisvorstände, Facharbeitskreise und einen Landesvorstand haben – wir brauchen auch eine engagierte Basis, wir brauchen deren Zuarbeit, deren Unterstützung, deren Feedback. Eine Demo für höhere Honorare, auf der außer den Funktionären keiner erscheint? Eine Informationsveranstaltung mit einem Redner und drei Interessierten? Wir haben vom Kreisvorstand Esslingen/Göppingen schon viel geplant und wieder verworfen, denn das Interesse der KollegInnen war so überschaubar, dass es nicht zu verantworten war, Veranstaltungen weiter zu organisieren.

Mein Anliegen: Fordert uns! Sagt, was ihr wollt! Meldet Euch, kommt raus aus eurem Schneckenhaus! Kritik ist besser als gar keine Rückmeldung!

Diskussion erwünscht! Auch intern: [j.abel@freenet.de](mailto:j.abel@freenet.de) oder 0176/42507070.

► Joachim Abel



**WICHTIG! KOMMUNIKATION IST KEINE EINBAHNSTRASSE!**  
**Deshalb nochmals unsere Bitte: Teilen Sie der DJV-Geschäftsstelle Ihre aktuelle e-Mail-Adresse und/oder Anschriftenänderung mit.**  
**Möglichst per Mail: [info@djv-bw.de](mailto:info@djv-bw.de) oder per Fax: 0711-222 49 54-44**

## JANUAR

17.01.2017  
**Der mobile Leser:**  
**Workshop Smartphone, Tablet & Co.**  
 Redaktionelle Inhalte für mobile Geräte

21.01.2017  
**Start in die Selbstständigkeit**  
**Freiberufler im Journalismus**  
 Tipps und Trends zur erfolgreichen Existenzgründung

24.01.2017  
**Crossmedialer Journalismus – Print - Ton - Bild**  
 Crossmedia planen und managen

## FEBRUAR

07.02.2017  
**Crossmedialer Journalismus**  
 Storytelling mit Bildergalerien,  
 Audio-Slideshows und Video-Podcast

14.-15.02.2017  
**Moderation von Veranstaltungen**  
 Überzeugen vor Publikum mit  
 Informationen und Auftreten

17.02.2017  
**Champagner für alle!**  
**Einführung in den Reisejournalismus**

## MÄRZ

07.03.2017  
**Mehr als nur googeln**  
 Journalistische Internet-Recherche umfassend

15.03.2017  
**Medienrecht für die Praxis**  
 Vertrags-, Urheber- und Internetrecht

20.-24.03.2017  
**53. Zeitschriftenseminar für Volontäre und Seiteneinsteiger (Teil 1)**  
 Grundlagenseminar in vier Wochen

28.-29.03.2017  
**Pressemitteilungen auf den Punkt gebracht**  
**Die Schreibwerkstatt**

## APRIL

24.-28.04.2017  
**53. Zeitschriftenseminar für Volontäre und Seiteneinsteiger (Teil 2)**  
 Grundlagenseminar in vier Wochen

## MAI

08.-10.05.2017  
**Pressearbeit in den Kommunen**  
 Anforderungen an die kommunale Öffentlichkeitsarbeit, das Medienrecht, die Medienstrukturen und Soziale Medien (Blogs, Facebook, Twitter) im Einsatz von Verwaltung und Rat (Workshop)

15.-19.05.2017  
**53. Zeitschriftenseminar für Volontäre und Seiteneinsteiger (Teil 3)**  
 Grundlagenseminar in vier Wochen

30.05.2017  
**Mein Blog**  
 Unabhängig, authentisch und unschlagbar schnell  
 Workshop für Blogger

## JUNI

19.-23.06.2017  
**53. Zeitschriftenseminar für Volontäre und Seiteneinsteiger (Teil 4)**  
 Grundlagenseminar in vier Wochen

## JULI

11.-12.07.2017  
**Social Media**  
 Blogs, Twitter, Facebook & Co.

14.07.2017  
**Jetzt wird gewitschert – Twitter für Journalisten**  
 Ein spannendes Recherchemittel

18.-19.07.2017  
**Wörter wirken, Sätze erst recht**  
 Die Schreibwerkstatt – kreatives Schreiben

24.-25.07.2017  
**Betriebsratsarbeit aktuell**  
 Aufbauseminar Teilnahme gemäß § 37(6) Betriebsverfassungsgesetz

## SEPTEMBER

11.-15.09.2017  
**54. Zeitschriftenseminar für Volontäre und Seiteneinsteiger (Teil 1)**  
 Grundlagenseminar in vier Wochen

19.-21.09.2017  
**Pressearbeit in einem Unternehmen**  
 Handwerkszeug für professionelle Öffentlichkeitsarbeit

26.-27.09.2017  
**Rhetorische Kommunikation**  
 Argumente, Gespräche, Reden und Interviews vorbereiten und üben

27.09.2017  
**Das ABC des Presserechts für Print und Online-Journalisten**  
 Alles was Recht ist - Medienrecht für die Praxis

30.09.2017  
**Schotten dicht – Workshop Digitaler Informantenschutz**  
 Wie Journalisten ihre Informanten und Rechercheergebnisse besser schützen

## OKTOBER

04.-05.10.2017  
**Fit für Mikrofon und Kamera**  
 Medientraining ohne Lampenfieber

09.-13.10.2017  
**54. Zeitschriftenseminar für Volontäre und Seiteneinsteiger (Teil 2)**  
 Grundlagenseminar in vier Wochen

16.-20.10.2017  
**Kommunikation – 13. Grundlagenseminar für Volontäre in Pressestellen (Teil 1)**  
 Seminar in drei Wochen mit Workshops

24.-25.10.2017  
**Schreiben fürs Web – Das Praxistraining**  
 Online-Journalismus für trimediale Angebote: Print - Ton - Bild

## NOVEMBER

06.-10.11.2017  
**54. Zeitschriftenseminar für Volontäre und Seiteneinsteiger (Teil 3)**  
 Grundlagenseminar in vier Wochen

13.-17.11.2017  
**Kommunikation - 13. Grundlagenseminar für Volontäre in Pressestellen (Teil 2)**  
 Seminar in drei Wochen mit Workshops

21.11.2017  
**Der mobile Leser:**  
**Workshop Smartphone, Tablet & Co.**  
 Redaktionelle Inhalte für mobile Geräte

22.11.2017  
**Das eigene Buch als E-Book publizieren**  
 Vom Manuskript zum elektronischen Buch

25.-26.11.2017  
**DJV-Gremienschulung**  
 Mitwirken - Mitbestimmen - Mitgestalten  
 Tarife - Politik - Rhetorik

28.-29.11.2017  
**Social Media – Blogs, Twitter, Facebook & Co.**

## DEZEMBER

04.-08.12.2017  
**54. Zeitschriftenseminar für Volontäre und Seiteneinsteiger (Teil 4)**  
 Grundlagenseminar in vier Wochen

11.-15.12.2017  
**Kommunikation – 13. Grundlagenseminar für Volontäre in Pressestellen (Teil 3)**  
 Seminar in drei Wochen mit Workshops



### Der Journalist im Medien-, Arbeits- und Urheberrecht

2. neu bearbeitete Auflage/München 2015, 240 Seiten.  
 Prof. Dr. Albrecht Götz von Olenhusen, RA, Freiburg i.Br./Düsseldorf.

Eine praxisorientierte Darstellung der Rechtsfragen zu Status und Befristung von Arbeitsverträgen und freier Mitarbeit in Rundfunk und Presse, medienrechtliche Grundsätze der Redaktionsarbeit und Urheberrechte des Journalisten. Mit einem Vorwort von **Karl Geibel**.

- Arbeitsrechtliche Einordnung als feste und freie Mitarbeiter, Befristung der Beschäftigungsverhältnisse, Nebentätigkeiten, Konkurrenzkláuseln, Mitbestimmung und Tendenzschutz u.a.
- Fragen des Persönlichkeitsschutzes, insbesondere das Recht am eigenen Bild
- Urheberrechtliche Stellung des Journalisten und Zusammenhang von Urheberrecht und Arbeitsrecht.

Der Autor verfügt über eine langjährige Erfahrung als Rechtsanwalt und Rechtsberater von Journalisten, Rundfunkanstalten und Verlagen. Der Verfasser lehrt als Professor Medienrecht an der Universität Düsseldorf. Vorangestellt sind ein Vorwort von **Karl Geibel**, ehem. Vorsitzender des Deutschen Journalistenverbands Baden-Württemberg.

Preis: 27,50 Euro  
 ISBN: 978-3-945939-00-0  
[www.mur-verlag.de](http://www.mur-verlag.de)



### Im Dienste des Architekten-, Bau- und Urheberrechts

Festschrift für Klaus Neuenfeld zum 80. Geburtstag

Hamburg 2016, 336 Seiten.  
 Fachanwältin Inge Gräfin Dohna/Prof. Dr. Albrecht Götz von Olenhusen (Hrsg.),  
 Studien zur Rechtswissenschaft, Band 367

Aus Anlass seines 80. Geburtstages ehren Weggefährten und Kollegen Dr. jur. und Präsident a. D. Klaus Neuenfeld, der eine langjährige, außerordentlich erfolgreiche Tätigkeit als Rechtsanwalt mit wissenschaftlichem Wirken auf höchstem Niveau vereinbart hat.

Die 20 Autoren dieser Festschrift befassen sich vorrangig mit den vielfältigen Fragen des Architekten-, Bau- und Urheberrechtes, den Rechtsgebieten, die zu den maßgeblichen juristischen Interessen- und Arbeitsfeldern des Jubilars gehören. Darin: Max Webers Presse-Enquête und das Urheberrecht.

Preis: 98,80 Euro  
 ISBN 978-3-8300-8947-6  
[www.verlagdrkovac.de](http://www.verlagdrkovac.de)



### Journalisten-Akademie e.V.

Bildungsverein des Deutschen  
 Journalisten-Verbandes  
 Baden-Württemberg e.V.  
 Herdweg 63 · 70174 Stuttgart  
 Leitung: Heidrun-Ute Geibel, Dipl. Journ.  
 Tel. 0711-222 49 54-60  
 Fax 0711-222 49 54-44  
 E-Mail: [akademie@djv-bw.de](mailto:akademie@djv-bw.de)  
[www.djv-bw.de](http://www.djv-bw.de)

## Die Auszeit ist aus

Ein halbes Jahr frei - eine kleine Bilanz und ein Blick voraus



Berichterstattung über die Aktivitäten des Journalisten Tschepe während seines Sabbaticals

Sooo lange frei. Ganze sechs Monate nicht in der Redaktion erscheinen. Super. Gefühlt eine halbe Ewigkeit nix müssen. Leider geht ein halbes Jahr irgendwann auch vorbei. Jetzt ist es soweit.

Ich war im Sabbatical. Hatte mir viel vorgenommen. Ich wollte durch die zehn größten Seen der Republik kraulen und Geld sammeln für ein Behinderten-Schwimmprojekt, mit dem Rad einmal quer durch Deutschland fahren, Freunde besuchen, im In- und im Ausland. Viel lesen, uralte Dias digitalisieren. Den Dachboden entrümpeln. Und und und. Ich wollte auch schreiben, vielleicht ein Buch (daraus ist bis dato leider nix geworden) und für swim.de über meine Seequerungen. Ich habe nie gesagt, ich wolle sechs Monate lang nicht schreiben, das könnte ich vermutlich gar nicht: überhaupt nix schreiben. Schreiben ist mein Beruf, es ist aber auch ein ganz klein bisschen Berufung.

Ich hab während des Seeschwimmens in Bayern, in Niedersachsen, in Meck-Pom, in Baden-Württemberg und in Schleswig-Holstein tolle Menschen kennengelernt. Manche wurden zu neuen Freunden. Für einen Journalisten vielleicht noch ein bisschen interessanter war indes der Rollen- und Perspektivwechsel. Über meine Seen-Sucht haben nämlich überall im Land die Lokalzeitungen berichtet. Vom Ostholsteiner Anzeiger ganz oben im Norden bis zur Augsburger Allgemeinen in Bayern. Besonders gefreut hab ich mich über die halbe Seite, die die Kollegen „meiner“ Lokalzeitung in Waiblingen gemacht haben.

Ich hab sie alle kennengelernt: Redakteure, die sich einen halben Tag lang Zeit ge-

nommen haben, die mir sogar ein Begleitboot organisiert haben. Und jene Schreiber, die keine Lust hatten, kurz vorbeizuschauen am Seeufer.

Mehrmals hab ich nach einem langen Schwimmtag Telefoninterviews gegeben, mal wurde mein eigener Bericht eins-zu-eins abgedruckt. Ich wurde vom Schreiber zum Porträtierten, und dabei haben sich die Prioritäten und die Sichtweise verschoben. Ich war froh und glücklich über jeden einzelnen Artikel, der über mich, über die SeenSucht und über das Spendenprojekt gedruckt und online gestellt wurde. Über kleinere oder größere Fehler hab ich mich nie geärgert. Manchmal ein bisschen gelächelt.

Besonders wichtig waren mir, dem Reportagenschreiber, schöne Fotos, eine tolle Platzierung der Geschichte (am besten

oben auf der lokalen Seite eins) und - ganz wichtig - ein Hinweis auf die Kontaktdaten für potenzielle Spender. Wenn der Text dann auch noch super geschrieben war: umso besser. Kür, aber keine Pflicht.

Ich hab gelegentlich für andere Blätter in die Tasten gegriffen, etwa für die Sylter Rundschau - das Schreiben während des Sabbaticals hat mir über die Monate ein bisschen Sicherheit gegeben. Ich weiß: ich hab's nicht verlernt, das Schreiben. Könnte ja sein, dass man komplett aus der Übung kommt, wenn man ein halbes Jahr lang komplett aussteigt. Mein Projekt SeenSucht hat mir aber auch in ganz anderer Hinsicht Vertrauen gegeben. Ich bin mir nun halbwegs sicher: ich kann ein ziemlich großes Projekt anleiern, umsetzen und vermarkten. In Zeiten wie diesen, in

Krisenzeiten der Zeitungen, ist das womöglich eines Tages gar nicht so schlecht.

Wie es nun weiter geht? Ich hoffe, ich hab meine Passwörter und die Kniffe des Redaktionssystems nicht vergessen. Nun werde ich meine Texte wieder in der Redaktionsstube der Stuttgarter Zeitung schreiben. Und - wenn es nach mir geht - bald mal wieder ein Sabbatical machen. Mit dem halben Gehalt bin ich nämlich ganz gut über die Runden gekommen. Auch das ist eine erfreuliche Erkenntnis.

► **Martin Tschepe**

**Martin Tschepe ist stellvertretender Vorsitzender des DJV-Kreisverbands Rems-Murr und seit 1997 Redakteur der Stuttgarter Zeitung in Waiblingen. Vorher hat er bei der Backnanger Kreiszeitung gearbeitet.**

## Wir gratulieren



### In den 90ern

Horst Raue 29.01. (93 Jahre)  
Claus Baukhage 25.02. (92 Jahre)

### In den 80ern

Elmar Scheffold 08.12. (83 Jahre)  
Felix Schmid 15.12. (81 Jahre)  
Rosemarie Gerbeth 16.12. (87 Jahre)  
Rupert Leser 29.12. (83 Jahre)  
Gebhard Leo Heiler 04.01. (83 Jahre)  
Günter Schmitt 05.01. (82 Jahre)  
Dieter Blum 06.01. (81 Jahre)  
Dieter Martin Funk 09.01. (86 Jahre)  
Erwin Hafner 16.01. (85 Jahre)  
Dieter Schnabel 18.01. (82 Jahre)  
Dr. Egon Treppmann 27.01. (89 Jahre)  
Dr. Ansgar Fürst 10.02. (87 Jahre)  
Dr. Eberhard Grashoff 11.02. (89 Jahre)  
Manfred Trebess 12.02. (89 Jahre)  
Hans-Adolf Trauthig 15.02. (84 Jahre)

### 80 Jahre

Ruth Gleissner-Bartholdi 22.02.

### 75 Jahre

Karl Köhler 14.12.  
Rudolf René Gebhardt 21.02.

### 70 Jahre

Bernd Rimele 18.10. (Nachmeldung)  
Karlheinz Kögel 01.12.  
Wolfgang Fraschka 07.12.

Monika John 11.12.  
Michael Sylvester Koziol 31.12.  
Stefan Wiegandt 02.01.  
Roy Kieferle 07.01.  
Jürgen R. Martin 10.01.  
Hans-Joachim Müller 16.01.  
Dietmar Schindler 23.01.  
Klaus-Georg Wertel 29.01.

### 65 Jahre

Sigi Lehmann 07.12.  
A. Lothar Häring 08.12.  
Michael Rahn 26.12.  
Andreas Calov 03.01.  
Norbert Rößler 22.01.  
Irene Schröder 30.01.  
Max Karl Galli 05.02.  
Volker Hurrle 18.02.  
Werner Semmler 22.02..

### 60 Jahre

Paul Max Lehrer 14.12.  
Hubertus Greschbach 29.12.  
Harald Bott 03.01.  
Stephan Töngi 05.01.  
Reimund Freye 17.01.  
Bruno Chapelle 21.01.  
Joachim Rogosch 23.01.  
Uta Altmann 24.01.  
Ingrid-Marion Sachsenmaier 27.01.  
Dieter Kleibauer 28.01.  
Thomas Schorrardt 28.01.  
Stefanie Strauß 04.02.  
Angelika Stoll 06.02.  
Hans Derer 10.02.  
Gabriele Bobka 19.02.  
Anke Vetter 20.02.  
Brigitte Engelmann 22.02.  
Ralf Stieber 22.02.  
Renate Barbara Schwerdtle 27.02.

## IMPRESSUM

### HERAUSGEBER:

Deutscher Journalisten-Verband,  
Landesverband Baden-Württemberg e.V. (DJV),  
Gewerkschaft der Journalistinnen  
und Journalisten (Landesvorstand)  
V.i.S.d.P.: Dagmar Lange

### REDAKTION:

Dagmar Lange,  
Dr. Susann Mathis, Rudi Doster  
Korrektorat: Mechthild Goessmann

### AUTOREN:

Joachim Abel, Christine Bilger, Geraldine Friedrich,  
Christoph Holbein, Dagmar Lange, Lennard Lange,  
Anne Leipold, Doris Löffler, Susann Mathis,  
Monowara Begum Moni, Silke Schneider-Flaig,  
Ulrich Spitzmüller, Martin Tschepe, Daniel Völpel,  
Peter Welchering, Karikatur: Rainer Simon

### TITEL:

Rudi Doster

### GRAFIK / HERSTELLUNG:

Rudi Doster · rdesign56 Stuttgart

### NÄCHSTE AUSGABE: 1/2017

Redaktionsschluss: 15. März 2017

### DJV-Landesgeschäftsstelle:

Hausanschrift:  
Herdweg 63, 70174 Stuttgart

### Postanschrift:

Postfach 15 01 24, 70075 Stuttgart  
Telefon: 0711-222 49 54-0  
Fax: 0711-222 49 54-44  
Internet: www.djv-bw.de  
e-Mail: info@djv-bw.de

### Änderung der Zustelladresse bitte

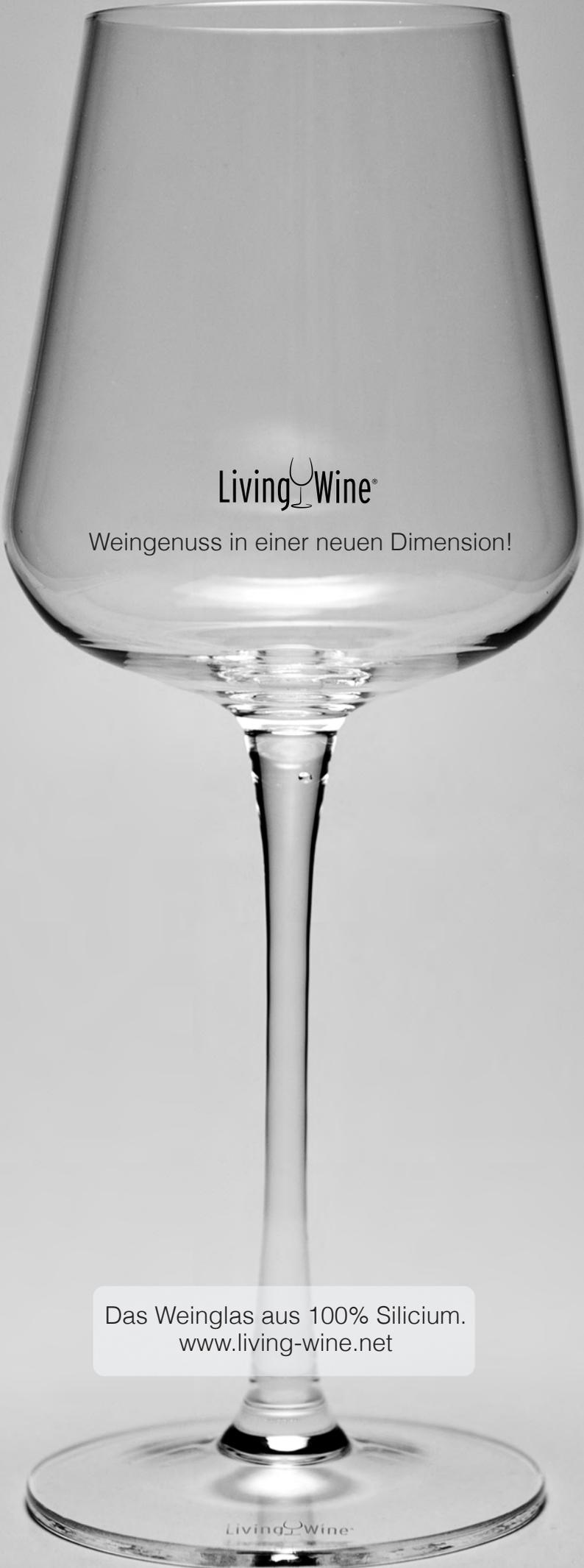
direkt an die Geschäftsstelle  
des DJV-Landesverbandes  
Baden-Württemberg.  
Der Bezugspreis ist im  
Mitgliedsbeitrag enthalten.

### Der DJV-Blickpunkt erscheint vierteljährlich.

Einzelpreis: € 3,-  
Abo-Preis jährlich: € 10,-  
Auflage: 4.500

### ANZEIGENVERWALTUNG:

Rudi Doster  
rdesign56  
Tel. 0711-51875648  
rdesign56@gmx.de



LivingWine®

Weingenuss in einer neuen Dimension!

Das Weinglas aus 100% Silicium.  
[www.living-wine.net](http://www.living-wine.net)

LivingWine®