

BLICKPUNKT

Das Medienmagazin für Baden-Württemberg



Journalismus in Zeiten der Pandemie

Das Coronavirus und die Auswirkungen

Wie der Change in die Redaktionen kommt

Crossfunktional ist das
neue Crossmedial

Seite 12

Es wird unangenehm

Wie die AfD die
(öffentlich-rechtlichen) Medien
einschüchtern will

Seite 26

“Mein
Schlüssel zu
mehr Erfolg.”



moving *Janna*'s way



IHR DJV-MITGLIEDERVORTEIL:

Profitieren Sie als DJV-Mitglied von besonders günstigen Mietkonditionen inklusive Premium-Versicherung.

Europcar
moving *your* way

Hurra, wir sind systemrelevant

Die erheblichen Folgen der Corona-Pandemie treffen im Medienbereich vor allem diejenigen, die eh schon schlecht bezahlt werden und als Freie für einen geringen Lohn ständig auf Stand-by stehen müssen. Dass wir Journalisten von der Politik als systemrelevant erklärt wurden, ist ein schwacher Trost angesichts massiver Gehalts- und Honorareinbußen.



Die seit Jahren andauernde Strukturkrise bei den Zeitungsverlagen schlägt nun voll durch. Selbst eigentlich potente Verlage wie die SWMH verhandeln mit den Betriebsräten über eine Kurzarbeiterregelung. Freie werden nicht mehr beauftragt, die Verträge von Pauschalisten ruhen ab diesem Monat. So das Bild landauf und landab. Ein Sterben der anzeigenbasierten Wochenblätter ist voraussehbar. Die Verlage zeigen ihre Blöße und digitalen Versäumnisse, die redaktionellen Mitarbeiter*innen müssen bluten. Der Verdacht kommt auf, dass so ein perfides Virus auch gut dafür taugt, um sich personell zu entschlacken.

Die privaten Rundfunkveranstalter, die voll von den Werbeeinnahmen leben, können quasi die Tage bis zum Insolvenzantrag zählen. Die LFK verspricht zwar mit „pragmatischen Lösungen“ die privaten Sendeveranstalter „in ihrer wichtigen Arbeit für die Gesellschaft“ zu unterstützen, gebiert aber nur eine Maus und verschiebt zeitlich dringende Finanzmittel in Absprache mit der Landesregierung auf die Zukunft. In den nächsten Wochen könnte die Entscheidung für einen Nachtragshaushalt fallen, verlaublich der LFK-Vorstand. Wenn es dann nicht schon zu spät ist. Und selbst beim öffentlich-rechtlichen Sender SWR denkt man über Gehaltskürzungen nach. Wo bleibt die Solidarität des Intendanten mit den Freien, denen reihenweise die Termine wegbrechen?

Alle Wirtschaftsbereiche fordern staatliche Unterstützung. Doch der Staat kann nicht alles leisten und seine Gelder werden diese Welle nicht aufhalten. Unsere Branche wird wie viele andere nicht unbeschadet davonkommen.

Ist die Demokratie in Gefahr? Leider ja. Nicht durch eine minimierte Teilnehmerzahl bei der letzten Sitzung des Bundestags gerät unsere Demokratie in Schieflage, sondern durch das Einsparen an Stellen im Journalismus in allen Bereichen. Gerade jetzt, wo die aktuellen Zahlen belegen, dass wieder verloren geglaubte Zielgruppen auf den Nachrichtenwert von Tageszeitungen und öffentlich-rechtlichen wie regionalen Rundfunksendern zurückgreifen, fehlt dort die Personaldecke und wird weiter heruntergefahren.

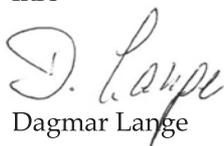
Welch ein Chance wird vertan, wenn jetzt nicht das geliefert wird, was sich die Menschen erhoffen, nämlich eine kleinräumliche Berichterstattung über die aktuelle Lage. Das würde auch viele positive Nachrichten über lokale Projekte zur Stärkung des Gemeinwesens beinhalten. Nicht die reißerischen Coronavirus-Headlines zum Pushen der Abrufe in den sozialen Netzwerken sind gefragt, sondern mehr denn je eine fundierte Einordnung der täglich eingehenden Informationen.

Auch der DJV-Landesverband versucht sich auf die Auswirkungen der Pandemie einzustellen. Den Gewerkschaftstag haben wir von Juni auf Oktober verschoben. Ebenso die nächste Sitzung des Gesamtvorstandes auf Mai verlegt. Auch wir fahren auf Sicht.

Die Stuttgarter DJV-Geschäftsstelle bemüht sich, alle Fragen rund um die Auswirkungen von Kurzarbeit oder Arbeitslosigkeit zu klären. Dafür geht mein herzlicher Dank an die Geschäftsstelle, die dieser Tage besonders wegen der vielen Anfragen gefordert ist.

Es gibt viel zu tun – gesamtgesellschaftlich wie auch mit Blick auf jedes einzelne Mitglied und seine berufliche Zukunft. Wir bleiben dran und Sie bleiben bitte gesund!

Ihre


Dagmar Lange

EDITORIAL

Medien.Zukunft.Festival wird digital

Das Journalismus-Festival des DJV Baden-Württemberg wird in diesem Jahr erstmals online ausgetragen. Ein Experiment mit Zukunft.

Sicherheitsabstand, Versammlungs- und Kontaktverbot, möglicherweise Ausgangssperre: Keine Frage – die Corona-Pandemie verlangt beruflich und privat enormes Umdenken. Ein klassisches Journalismus-Festival, bei dem mehrere Dutzend Personen an einem festen Standort zusammenkommen, im engen Kreis miteinander diskutieren, ist da undenkbar.

Der Zeitgeist fordert also Kreativität und Pragmatismus – gleichzeitig stehen lange schon Online-Tools zur Verfügung, die trotz gebotener physischer Distanz digitale Nähe schaffen. Eignen sie sich auch für ein Journalismus-Festival?

Die Organisatorinnen und Organisatoren des Medien.Zukunft.Festival setzen darauf – und machen gleichzeitig „Vertrauen“ zum übergeordneten Thema der virtuellen Veranstaltung in diesem Herbst, voraussichtlich im Oktober.



2019 noch „analog“: 2020 wird das MZF digital

Auf dem Programm stehen meinungsstarke Referentinnen und Referenten, die im Live-Video zu den Festival-Gästen sprechen. Diese wiederum können, alleine oder – wenn es das Infektionsschutzgesetz dann hergibt – im Public Viewing zuhören und live mitdiskutieren.

Die Planungen haben begonnen, laufend mehr Informationen unter: medien-zukunft-festival.de.
Kontaktadresse
mailto: meena.stavesand@medien-zukunft-festival.de



AUS- UND WEITERBILDUNG JOURNALISTEN-AKADEMIE

Corona-Virus: Seminarbetrieb der Journalisten-Akademie pausiert

Liebe Kolleginnen und Kollegen!

Sie wissen: Die Aus-, Fort- und Weiterbildung in den journalistischen Berufsfeldern hat hohe Priorität.

Angesichts der raschen Ausbreitung des Corona-Virus erlangt jedoch ein anderer Wert die allerhöchste Priorität:
Die Gesundheit unserer Seminar-Teilnehmer*innen und Referent*innen!

Wir haben uns daher entschlossen, alle Seminare, einschließlich des 59. Grundlagenseminars für Volontäre an Zeitschriften wie auch eine Reihe von Seminaren für Freie Journalisten, die für das „Jahr der Freien“ konzipiert waren, bis auf Weiteres auszusetzen und zu verschieben. Wir werden nach den jetzigen Erkenntnissen den Seminarbetrieb voraussichtlich nach den Osterferien, am 20.04.2020, wieder aufnehmen.

Wir bitten um Verständnis!
Ihr Team bei der Journalisten-Akademie

Journalisten-Akademie e.V. Bildungsverein des Deutschen Journalisten-Verbandes Baden-Württemberg e.V.

Herdweg 63 · 70174 Stuttgart · Leitung: Michael Tschugg · Tel. 0711-222 49 54-60 · Fax 0711-222 49 54-44

E-Mail: akademie@djv-bw.de · www.djv-bw.de

Wenn Sie weitere Informationen zu Seminaren und Inhalten wünschen, schicken Sie ein Mail an: akademie@djv-bw.de

Im Blick

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Was Sie eigentlich in den Händen hätten sollten: Einen Blickpunkt mit vielen Berichten aus den Kreisverbänden, ihre Anträge, ihre Delegierten. Stattdessen haben Sie hier nun ein Heft, das sowohl vom Stillstand der vom Virus ausgebremsten Gesellschaft zeugt, als auch über die (möglichen) Konsequenzen für den Journalismus berichtet. Nur der KV Rems-Murr konnte noch tagen. Außerdem lesen Sie in diesem Blickpunkt, wie die AfD die (öffentlich-rechtlichen) Medien einschüchtern

will und was uns da noch blüht, aber auch über die SWR-Demo gegen rechts. Wir stellen Ihnen den neuen Geschäftsführer Gregor Schwarz vor und präsentieren Pauline Tillmann, die Chefredakteurin des Digital-Magazins „Deine Korrespondentin“ und wir haben uns den aktuellen Stand der digitalen Transformation angeschaut. Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre und: bleiben Sie gesund!

Ihre Blickpunkt-Redaktion

Inhalt

EDITORIAL

Hurra, wir sind systemrelevant Seite 3

INHALT Seite 5

DJV AKTUELL

Journalismus in Zeiten der Pandemie Seite 6

Das Coronavirus und die Auswirkungen Seite 9

DIGITALE TRANSFORMATION

Wie der Change in die Redaktionen kommt Seite 12

DJV BADEN-WÜRTTEMBERG

KV Ludwigsburg/Rems-Murr – Vorbereitung auf den Verbandstag Seite 18

KV Bodensee-Oberschwaben – Zu Besuch im Polizeipräsidium Ravensburg Seite 19

Der neue Geschäftsführer des DJV Baden-Württemberg Seite 20

Wir gratulieren Seite 21

Impressum Seite 21

Wenn Berichterstatte(r)innen verborgene Türen öffnen Seite 22

#WirSindJournalismus – machen Sie mit Seite 24

SWR-Demo gegen Rechts Seite 24

Nicht ohne den Personalrat – Digitaler Umbau beim SWR Seite 25

MEDIEN

Es wird ungemütlich – wie die AfD Medien einschüchtern will Seite 26

MEDIENNACHRICHTEN Seite 29

FRISCH GELESEN

Daten sind nicht neutral Seite 30

Journalismus in Zeiten der Pandemie

Von Dagmar Lange

Reihenweise beantragen Tageszeitungen Kurzarbeit, weil Themen und Anzeigen wegfallen. Freie werden nicht mehr beauftragt, Wochenblätter stehen vor dem Aus. Eine Momentaufnahme für Baden-Württemberg.

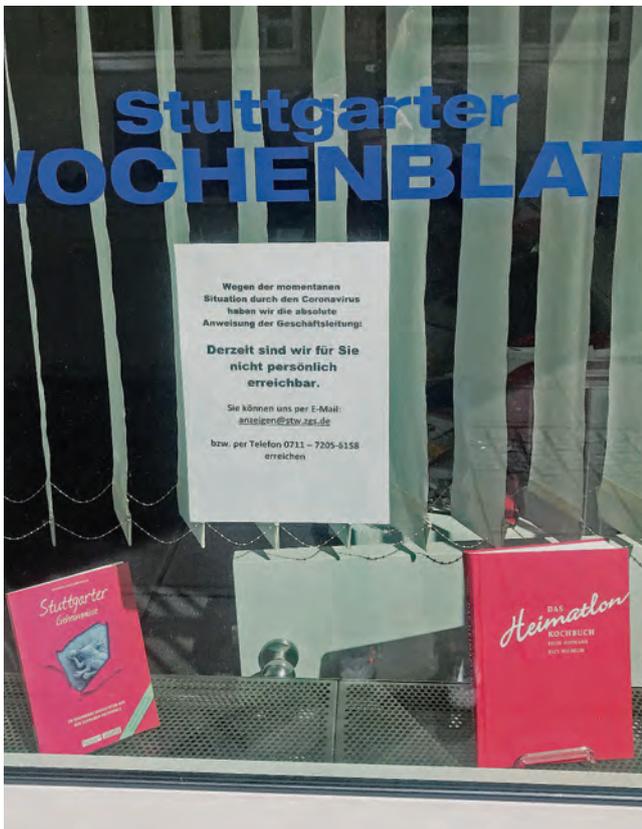
Das Telefon in der DJV-Geschäftsstelle steht nicht still. Die Unsicherheit bezüglich der beruflichen Zukunft ist groß und damit liegen existenzielle Fragen auf dem Tisch. Weit mehr als die Finanzkrise 2008 wirkt sich die Corona-Pandemie auf die journalistischen Arbeitsbedingungen aus. Ein Ungleichgewicht hat sich eingestellt: Einerseits werden private wie klassische öffentlich-rechtliche Rundfunkprogramme nun auch wieder von einer schon verloren geglaubten jungen Zielgruppe verstärkt genutzt, auch von Tageszeitungen

wird auf allen Plattformen eine seriöse aktuelle Information intensiv nachgefragt. Andererseits fehlt es an Personal. Und die redaktionellen Ressourcen sollen weiter eingeschränkt werden. Der Journalismus ist systemrelevant. Diesen Status hat der DJV eingefordert und er wurde von der Bundesregierung auch so anerkannt. Doch können wir den Anforderungen gerecht werden? Ein nicht repräsentativer Blick auf die Ist-Situation zeigt, dass die gestiegenen Einschaltquoten und Zugriffe auf Nachrichtenportale mit einer sinkenden Anzahl an redaktionell tätigen Kolleg*innen einhergeht.

Anzeigengeschäft geht nahe Null

Seit Anfang März gibt es einen „Strömungsabritt von 70 bis 80 Prozent“, wie es Holger Paesler bezeichnet, seit diesem Januar Geschäftsführer des VSZV, des Verbandes Südwestdeutscher Zeitungsverleger. Damit benennt er den Rückgang an Anzeigenbuchungen. Das Anzeigen- und Beilagengeschäft geht nahe Null, die Verlage treten bei den Kosten voll auf die Bremse. Denn wenn Messen und Konferenzen sowie alle Vereins- und Kulturveranstaltungen ausfallen und Gaststätten aufgrund Anordnung schließen müssen, um der Verbreitung des Coronavirus Einhalt zu gebieten, dann fallen nicht nur redaktionelle Themen weg, sondern auch die Anzeigen. Und am Ende die Jobs. Das trifft voll die Kolleg*innen bei den Wochenblättern, weil die von einem aktiven Geschehen im Bereich Einzelhandel ebenso leben wie von den vielen lokalen Kultur- und Vereinsaktivitäten. Da in diesen Bereichen nix geht, ist es eine Frage der Zeit, wann diese journalistische Einkommensquelle endgültig versiegt.

Bei der SWMH wird konzernweit, einschließlich der Redaktionen, seit 26. März über eine Kurzarbeit verhandelt. Wie in Corona-Zeiten üblich, informierte Chefredakteur Joachim Dorfs die Mitarbeiter per Videokonferenz. Ob die Kurzarbeit über alle Ressorts gleichmäßig verteilt wird oder ob es Ressorts wie Kultur und Sport stärker als andere treffen wird, stand bei Redaktionsschluss noch nicht fest.



In der Schaufensterauslage des Stuttgarter Wochenblatt



Coronavirus



Platz gesperrt

Alle Fotos: Rudi Doster

Der geplante Start der Kurzarbeit für Anfang April dürfte für die Redaktionen allerdings nicht realistisch sein. Denn der Gesetzgeber sieht verpflichtend vor, dass vorab die Überstunden abgebaut werden. Doch die haben sich bei Redakteur*innen teils auf über 20 Tage summiert.

Keine Termine – keine Arbeit

Bei der STZN absolvieren die Freien 99 Prozent der Außentermine. Doch wo alle Veranstaltungen in allen Bereichen wegfallen, gibt es auch keine Honorare mehr. Einzig die Korrespondenten haben noch eine Sonderstellung. Bei der STZW (verantwortlich für die Beilagen und das Wochenblatt) ruhen alle Verträge mit Pauschalisten und Freien. Das bedeutet für die Betroffenen einen Totalausfall bei den Einnahmen. Nach der vorläufigen Übersicht des DJV-Landesverbandes liegt auch bei der Neue Pressegesellschaft Ulm eine Betriebsvereinbarung zur Kurzarbeit vor, die immerhin 80 Prozent des Bruttogehalts beinhaltet. Die Bietigheimer Zeitung will die Kurzarbeiterregelung auf den 1. März zurückdatieren, was aus DJV-Sicht nicht akzeptabel, aber seitens der Politik wohl eingeplant ist. Auch bei der Dr. Haas Gruppe (Mannheimer Morgen, Fränkischen Nachrichten) arbeiten die Betriebsräte gerade an einer Regelung für die Kurzarbeit (Stand Redaktionsschluss).

Bei Schwäbisch Media gilt aufgrund einer innerbetrieblichen Regelung seit 23. März eine Kurzarbeiterregelung. Zu diesem Thema sei bei der Badischen Neuesten Nachrichten noch keine abschließende Entscheidung getroffen, teilte Geschäftsführer Rüdiger Quenzer auf Anfrage des DJV-Landesverbandes mit. „Welche Bereiche in unserem Haus von Kurzarbeit betroffen sein könnten, ist demzufolge völlig offen. Derzeit werden bestehende Zeitguthaben und Urlaube abgebaut.“ Die DJV-Landesvorsitzende hat den Kontakt zu den Geschäftsführern der großen Tageszeitungen in Baden-Württemberg aufgenommen und sie zur aktuellen Situation, zur Planung von Kurzarbeit, zur Behandlung von Freien und ob DJV und Verleger ge-

meinsam Richtung Politik ein Zeichen setzen könnten, befragt. (Bis zum Redaktionsschluss gab es kaum Antworten.) „Anhand der Anfragen von Mitgliedern lässt sich feststellen, dass bei der Beratung unserer Mitglieder ganz unterschiedliche Voraussetzungen beachtet werden müssen“, so die Zwischenbilanz von DJV-Landesgeschäftsführer Gregor Schwarz. Oberste Priorität des Landesverbandes ist, Mitglieder zeitnah über die aktuellen Regelungen zur Kurzarbeit zu informieren und damit auch die Betriebsräte zu unterstützen sowie die Freien zu beraten.

Verlegerprinzip: Kosten senken

Aus Sicht der Verleger müssen schnellstens die Kosten gesenkt werden, betont VSZV-Geschäftsführer Holger



Der verwaiste Stuttgarter Marktplatz

Paesler. Dies gelingt mit Kurzarbeit am leichtesten, weil dafür die Bundesagentur für Arbeit aufkommt. Ein regelrechtes Hase-Igel-Rennen bei den Genehmigungsverfahren dazu hat begonnen. Laut Paesler fühlen sich die noch tarifgebundenen Zeitungsverlage generell und insbesondere beim Thema Kurzarbeit gegenüber den OT-Betrieben benachteiligt, weil es keine Öffnungsklausel gibt und die Gewerkschaften nicht mitziehen würden.

Schon steht im Raum, die tarifgebundenen Verleger möchten eine Aussetzung des Tarifvertrags für einen begrenzten Zeitraum von mindestens zwei Monaten. Ganz klar, dass die derzeitige Situation auch Auswirkungen auf die anstehenden Tarifverhandlungen ab diesen Sommer für den Gehaltstarifvertrag an Tageszeitungen haben wird. Aber womöglich auch auf die Manteltarifverhandlungen. Denn der MTV läuft zum Jahresende aus.



Botschaft am Stuttgarter Rathaus

Privatfunk hängt am Tropf der Verleger

Ebenfalls von der Corona-Krise betroffen sind die Kolleg*innen bei den privaten Rundfunkveranstaltern. Weil sie größtenteils Ableger der Zeitungsverlage im Land sind.

Ein Beispiel für die kritische Situation ist der regionale Fernsehsender Rhein-Neckar Fernsehen (RNF). 2019 wurde der Sender nach kurzem Engagement von der Mediengruppe Dr. Haas wieder in die Insolvenz geschickt, weil der Wandel in der Medienlandschaft sich auch negativ auf die Werbeeinnahmen auswirkte. Anfang 2020 hat Andreas Schneider-Neureither, Gründer und Vorstandschef der Heidelberger IT-Firma SNP, den insolventen regionalen TV-Sender übernommen. Eine Privatinvestition, wie betont wird. Nun brechen RNF wieder Werbekunden weg, weil beispielsweise der Markt für dieses Jahr abgesagt wurde. Auf Anfrage des DJV-Landesverbandes bestätigt der Präsident der Landesanstalt für Kommunikation (LFK), Wolfgang Kreißig, dass die Pandemie auch erhebliche Folgen für die privaten Rundfunkveranstalter haben wird. „Die LFK macht sich Gedanken, wie man die private Rundfunklandschaft in dieser Krisenzeit unterstützen kann.“ Entscheidungen sollen in den nächsten Wochen fallen. Das heißt, die LFK muss ihren Haushalt neu sortieren und neue Prioritäten setzen.

Während sich der private Hörfunk im Prinzip selbst finanziert und für die technischen Kosten von der LFK unterstützt wird, graben fehlende Werbeeinnahmen im eh schon schwierigen Markt bei den privaten TV-Sendern ein tiefes Loch. Die Hoffnung geht gen Landesregierung, die 4,2 Mio. Euro zugesagt hat, aber diese Mittel müssen erst in ein Gesetz gegossen werden, das seit Monaten auf sich warten lässt. Die derzeitige Krisensituation könnte als Katalysator wirken. Doch selbst beim öffentlich-rechtlichen Sender SWR denk man über Gehaltskürzungen nach. Von Kurzarbeit wird derzeit jedoch nicht gesprochen, nach Ostern sollen mit den Gewerkschaften Gespräche stattfinden, zunächst zu Überstundenabbau oder zum Aufbau von Minusstunden.

Dagmar Lange ist freie Journalistin und 1. Landesvorsitzende des DJV Baden-Württemberg

Das Coronavirus und die Auswirkungen

Von Gregor Schwarz



Nichts beschäftigt Journalist*innen derzeit mehr als die Corona-Krise. Einerseits ist die Nachrichtenlage so dynamisch wie vielleicht noch nie in der deutschen Geschichte, was Informationssendungen in Radio und TV nie dagewesene Einschaltquoten und Online-Portalen astronomische Klickzahlen beschert. Dies obwohl viele Redaktionen personell stark dezimiert sind und die Kolleg*innen unter Hochdruck arbeiten - sei es in den Redaktionen oder aus dem Homeoffice. Andererseits leiden vor allem freie Kolleg*innen ganz massiv unter der Absage fast aller Veranstaltungen, von denen sie ansonsten gegen Honorar berichtet hätten. Als wäre das nicht schon schlimm genug, brechen gleichzeitig aufgrund der wirtschaftlichen Lage die Anzeigenerlöse massiv ein, so dass mehr und mehr Verlage gezwungen werden, auf Kurzarbeit umzustellen oder sogar Insolvenz anzumelden. Es ist daher sicher nicht übertrieben zu sagen: Die Lage ist dramatisch!

Es mag vor diesem Hintergrund als aussichtsloses Unterfangen erscheinen, eine auch nur halbwegs aktuelle Bestandsaufnahme in einem Print-Produkt zu bringen, das noch dazu nur vierteljährlich erscheint. Wir wollen es an dieser Stelle trotzdem versuchen. Vorweg möchten wir aber für alle aktuellen Fragen rund um Journalismus und Corona auf die Homepages des DJV Bund und des DJV-Landesverbandes verweisen, die fast täglich aktuelle Antworten auf die wichtigsten Fragen liefern: www.djv-bw.de und www.djv.de/corona

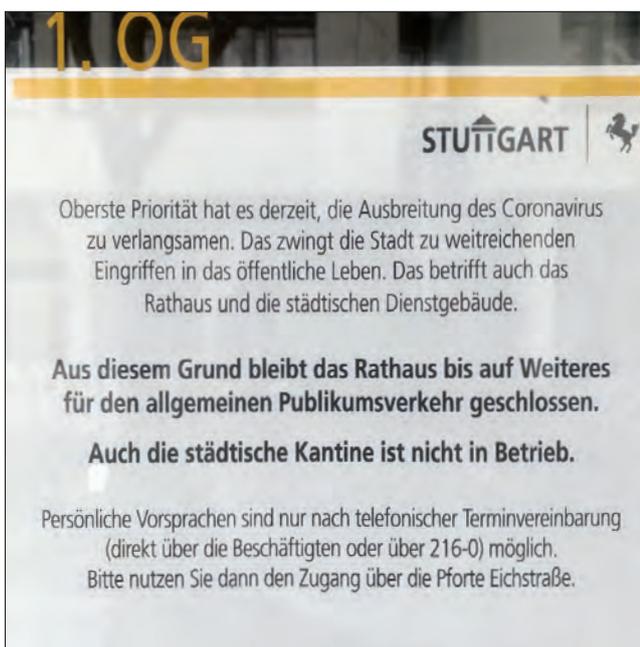
Was bisher geschah?

Bereits Ende Februar wurde klar, dass die Corona-Epidemie auch Deutschland mit voller Wucht treffen wird. Mehr und mehr Kolleg*innen kamen aus Risikogebieten zurück, hatten Kontakt zu Infizierten oder steckten sich sogar selbst an. Die Folge: Mindestens 14-tägige Quarantäne. Dies brachte zunächst viele arbeitsrechtliche Fragen

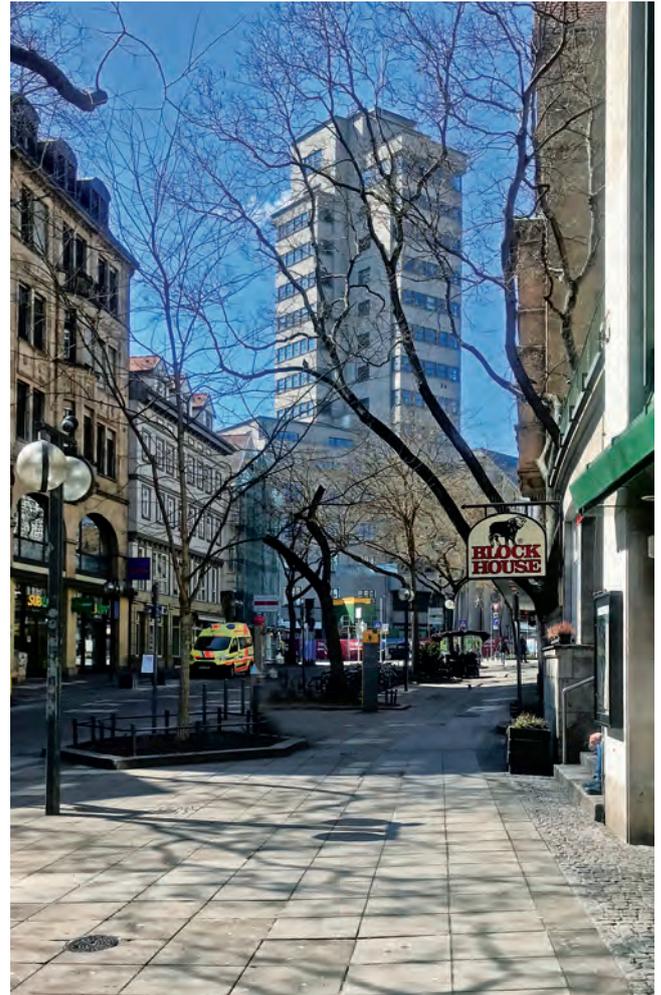
mit sich, auf die wir schon Anfang März frühzeitig und vor vielen anderen mit einem Merkblatt reagierten. Hierbei hatten wir zunächst primär die angestellten und „festen Freien“ Kolleginnen im Blick. Schon bald zeigte sich aber, dass mit der Absage fast aller öffentlichen Veranstaltungen ganz besonders auch Solo-Freie unter der Situation zu leiden hatten. Schnell wurden allenthalben Rufe nach staatlichen Unterstützungsmaßnahmen laut, hierbei waren freie Journalist*innen aber zunächst komplett unter dem Radar der politisch Verantwortlichen.

DJV macht Freie bei Notprogrammen sichtbar

Es ist unter anderem dem Einfluss des DJV zu verdanken, dass bei den jetzt sowohl auf Bundes- als auch auf Landesebene beschlossenen Hilfspaketen für Selbstständige, freie Journalist*innen ausdrücklich eingeschlossen sind. Hier zeigt sich einmal mehr, dass die tatkräftige und entschiedene Vertretung der Interessen unseres Berufsstandes eine der wichtigsten Aufgaben des DJV ist – und noch mehr, dass diese auch funktioniert. Mit der Schließung sämtlicher Schulen und Kitas in ganz Baden-Württemberg ab dem 17.03.2020 stellte sich noch eine andere Frage: Zählen auch Journalist*innen zu den „systemrelevanten“ Berufsgruppen, die die Notbetreuung in Anspruch nehmen können? Auch hier bedurfte es einer Erinnerung der Verantwortlichen durch uns, dass Journalismus selbst-



Aushang der Stadt Stuttgart



Symbolträchtig: Der „leere Blick“ zum Stuttgarter Tagblatt-Turm

verständlich systemrelevant ist, nicht nur – aber ganz besonders, in Krisenzeiten wie diesen. Die entsprechende Verfügung des Kultusministeriums wurde daraufhin entsprechend angepasst.

Mit Verzögerung von nur wenigen Tagen traf die Wucht der Krise auch die Verlage. Vor allem Tageszeitungen müssen ihr Angebot deutlich reduzieren, ganzen Bereichen wie Veranstaltungs-, Kultur- oder Sportredaktionen brachen mit der Reduzierung des öffentlichen Lebens fast sämtliche Themen weg. Die Folge: Deutlich schlankere Ausgaben, die sich fast monothematisch mit der aktuellen Corona-Lage befassen und auch dadurch bedingt ein extremer Einbruch des Anzeigenaufkommens.

Feigenblatt für Personalentsorgung

Einige Verlage reagierten darauf mit Kurzarbeit, wobei die im Schnellverfahren beschlossene Entscheidung der Bundesregierung, die Kriterien dafür zu ver-

einfachen, vielen in die Karten gespielt haben dürfte. Manchen Betriebsräten aus dem Kreis unserer Mitglieder wurde hier die Pistole auf die Brust gesetzt, nach dem Motto: Wenn ihr jetzt nicht sofort und zu unseren Bedingungen Kurzarbeit akzeptiert, schickt ihr den Verlag sofort in die Pleite. Wie schon gesagt, die Situation ist dramatisch. Aber trotzdem können wir uns des Eindrucks nicht erwehren, dass mancher Verleger doch allzu schnell bereit ist, die Keule „Kurzarbeit“ zu schwingen, um vielleicht schon länger geplante Kürzungen des Personaletats auf diese Weise durchzusetzen.

Wie geht es weiter?

Klar ist schon heute: Die Corona-Krise trifft nicht nur unsere Gesellschaft und die Art und Weise unseres Zusammenlebens bis ins Mark, auch die wirtschaftlichen Auswirkungen werden drastisch sein. Es steht zu befürchten, dass die Medienlandschaft ganz besonders von der jetzt erwarteten Rezession betroffen sein wird, was wiederum vor allem kleinere Verlage und Medienanbieter existenziell bedrohen wird.

Ganz zu schweigen vor der persönlichen Situation manch freier Kolleg*innen, für die selbst staatliche Unterstützungsleistungen nicht ausreichen dürften, um weiterhin noch von ihrer Tätigkeit leben zu können. Manch einer ruft jetzt sogar schon den Tod vieler Print-Erzeugnisse herbei. Trotz aller Befürchtungen zeigt aber gerade die aktuelle Krise auch eines ganz deutlich: Qualitativ hochwertiger, unabhängiger Journalismus wird mehr gebraucht denn je!

Gut möglich, dass sich manch einer, nachdem die Krise überstanden ist, hierauf wieder mehr besinnt und unser Berufsstand eine neue Wertschätzung erfährt, ähnlich wie dies z.B. für den Gesundheits- und Pflege-sektor schon jetzt vorsichtig absehbar ist. Möglich auch, dass auf den „Shutdown“ in den Monaten danach ein wahrhafter Boom des öffentlichen Lebens folgt, von dem auch die Medien besonders profitieren. Momentan bleibt nicht viel mehr übrig, als die Lage genau zu beobachten und zeitnah zu analysieren.

Was können wir derzeit tun?

Sehr viele Kolleg*innen haben sich in den letzten Wochen mit ihren Fragen und Sorgen an die Geschäfts-



Stille in der Eberhardstraße in Stuttgart

stelle gewandt, und konnten dort glücklicherweise trotz der schwierigen Rahmenbedingungen schnell und kompetent unterstützt werden. Auch haben wir unseren politischen Einfluss, wo es geht, genutzt und dafür gesorgt, dass die Probleme unseres Berufsstandes in der aktuellen Situation nicht in Vergessenheit geraten. Auch wenn uns als Verband die Tatsache, dass viele Veranstaltungen auf Bundes-, Landes- und Kreisebene abgesagt werden mussten, hart trifft und wir derzeit kaum wissen, was die nächsten Monate diesbezüglich bringen werden, so lautet unser Credo dennoch ganz eindeutig:

Wir sind auch weiterhin für Euch da!

Der Volljurist mit abgeschlossenem Journalistik-Studium **Gregor Schwarz** ist seit 1. Februar Geschäftsführer des DJV-Landesverbandes Baden-Württemberg

Wie der *Change* in die Redaktionen kommt . . .

Von Susann Mathis

Auch ohne den Digital-Beschleuniger Covid-19 sollte dieses Jahr mit der digitalen Transformation nun endlich Geld verdient werden. In den vergangenen 20 Jahren haben die Zeitungsverlage etwa die Hälfte der verkauften Auflage verloren. Die Vertriebslösungen sind entsprechend geschrumpft, der Netto-Werbeumsatz sank mit heute ca. 2,22 Mrd. Euro auf etwa ein Drittel. Nun soll die Kehrtwende eintreten.

Vor noch nicht einmal zehn Jahren traten die sozialen Medien auf die Bühne – 2011 war zum ersten Mal ein Tweet schneller als die traditionellen Medien: Noch vor der offiziellen Mitteilung der US-Regierung twitterte Keith Urbahn, dass Osama Bin Laden getötet wurde. Das Zeitalter der Smartphones hatte begonnen. Und dadurch entstanden diese unfassbar großen Datenströme, die den Plattformen ihre überwältigende Macht und Attraktivität im Werbemarkt verleihen. Der fatale Fehler der Verlage von anno dazumal, Inhalte im „Neuland“ kostenlos zur Verfügung zu stellen, führt heute zu Umwandlungsraten von unter einem Prozent beim Versuch, Nutzer zu zahlenden Leser*innen zu machen. Aber jetzt ist es so weit: 2020 werden Verleger*innen nun alles tun, im Digitalen Erlöse zu erwirtschaften, wurde auf dem Treffen des BDZV (das Kürzel bleibt, steht nun aber für Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger) in Berlin angekündigt.

Jetzt geht's los

Wie nun der Umschwung zum Geld verdienen gelingen soll, beantworten Verleger*innen bei einer Umfrage der Schickler Unternehmensbe-

ratung im Auftrag des BDZV zu Beginn des Jahres. Das auf die Verlagsbranche spezialisierte Beratungsunternehmen hat daraus drei große Trends in der Zeitungsbranche destilliert: Digital First, Digitale Abos und Newsletter / Podcasts.

Digital First umfasst nicht nur die Ausrichtung der Vertriebsstrategie auf Digital statt auf Print, also der Fokus auf Online-Abos sondern auch die Orientierung redaktioneller Abläufe und Workflows an News-Webseiten anstatt an der gedruckten Zeitung.

Möglich wird das, da inzwischen auch die Verlage, wenn auch vergleichsweise bescheiden, einiges über Bedürfnisse, Interessen und das Nutzungsverhalten ihrer Leser*innen erfahren und zunehmend differenziert ihre Daten verarbeiten. Bisher stand vor allem Reichweite im Vordergrund und das Herbeilocken des Publikums auf die eigenen Angebote. Nun werden die Anstrengungen daraufhin gerichtet, die Leserschaft zum Abschließen von Abonnements zu bewegen (und zu halten).

Dazu lassen sich die Verlage einiges einfallen, experimentieren mit der Auswahl an freien und bezahlpflichtigen Artikeln und individualisierten Abonnements bzw. Zugangsmodellen. Podcasts und Newsletter sollen die eigene Kompetenz nachweisen, neue Zielgruppen erschließen und so der Abo-Gewinnung dienen. Die Schwäbische Zeitung setzt auf Audio und hat inzwischen sechs verschiedene Podcasts (Blickpunkt berichtete). Die Badische Zeitung (BZ) etwa versendet den Newsletter „BZ am Abend“ und liefert aktuell die regional wichtigsten Infos zu Corona aus.

A person is holding a tablet that displays a social media profile. The profile has a large orange banner with the number '11.521.811' and a profile picture below it. The background of the image is a blurred indoor setting with a large screen in the distance.

... Crossfunktional ist
das neue *Crossmedial*

Relevante Umsätze

Für Furore in der Branche hat die BZ jüngst gesorgt, als sie erklärte, sie wolle mit Hilfe der Digital-Abos in drei Jahren Verluste im Print-Vertriebsgeschäft ausgleichen. Pro Jahr soll ihre Zahl um 20 bis 25 Prozent steigen. In den vergangenen zehn Jahren ist die verkaufte Auflage der Badischen Zeitung um durchschnittlich 1,3 % pro Jahr gesunken, 2019 betrug sie 130.577 Exemplare. Der Anteil der Abonnements beträgt 84,9 Prozent. Für ihre Digital-Angebote hat die Badische Zeitung seit 2012 mehr als 22.300



Abonnenten gewonnen. Die Einführung eines Bezahlmodells sei richtig und erfolgreich gewesen, verkündet der Verlag. Sie hätten einen großen Kundenstamm aufgebaut und erzielten mit Digital-Abos relevante Umsätze.

Abos nach dem Baukasten-Prinzip

Manfred Neufang leitet die Digital- & IT-Strategie und das Beteiligungsmanagement im Badischen Pressehaus Freiburg. Er erläutert dem Blickpunkt die BZ-Perspektiven trocken anhand der Demographie: „Der durchschnittliche Print-Abonnent ist heute 63 Jahre alt, der durchschnittliche Abonnent eines ePapers etwa zehn Jahre jünger. Doch auch der Abonnent eines ePaper ist noch an den Aufbau einer Tageszeitung gewöhnt, die ePaper Abonnements kommen zu 40-50 % aus dem bisherigen Printbereich.“ Der nachfolgenden Alterskohorte müssen sie jedoch flexible, personalisierte Angebote machen: „Die jüngeren Leser*innen wollen nicht für eine ganze Zeitung zahlen, sie wollen nur für die Inhalte zahlen, die sie tatsächlich lesen.“

Steffi Dobmeier ist stellvertretende Chefredakteurin und seit Januar Leiterin digitale Inhalte und Strategie der Schwäbischen Zeitung. Auch die verkaufte Auflage der schwäbischen Zeitung ist in den vergangenen zehn Jahren um durchschnittlich 1,3 % pro Jahr gesunken und beträgt gegenwärtig 157.733 Exemplare. Dobmeier will sich bei den Einnahmequellen nicht einschrän-

ken: „Die Schwäbische ist gerade dabei ihre eigene Digitalstrategie zu entwickeln. Natürlich ist es unser



Ziel, dass wir die Verluste im Print-Geschäfte mittel- und langfristig ausgleichen. Ob das ausschließlich durch Digital-Abos passieren wird oder auch über andere Erlösquellen, das werden wir sehen.“

Personalisierte Inhalte

Die Badische Zeitung schließt mehr Digital-Abonnements ab, seitdem sie ihre digitalen Angebote und Inhalte (Web, Mobile, App) immer stärker personalisieren und mit Hilfe der Daten bzw. ihrer Analyse gezielt, individuell für jeden Nutzer, an der Paywall unterschiedliche Produkte anbieten. Customer Journey heißt das. Die BZ und ihre diversen Kanäle erhöhen sukzessive das „Engagement“. So wollen sie aus Lesenden allmählich zahlende Kund*innen machen. Der erste Schritt ist die Registrierung, dann kommt der Vorschlag, für Premium-Inhalte zu zahlen und schließlich gibt es Inhalte, die nur die zahlenden Kund*innen sehen können.

Aktuell 9,90 Euro kostet das BZ-Digital Basis Abo, denn die Erfahrung zeigt: Die Schmerzgrenze liegt aktuell noch bei zehn Euro im Monat. Doch das wird nicht ausreichen, die Kosten zu decken. „Perspektivisch müssen wir auf einen Preis von 12-17 Euro pro Monat hochgehen“, so Martin Neufang. Doch 9,90 Euro ist zunächst ein durchgängiger Startpreis, auch die Medienholding Süd hat vergangenes Jahr begonnen, Web-Only-Abos für 9,90 Euro zu verkaufen.

Einen ersten Segment-Test richtet die BZ an die Zielgruppe, die vor allem an den regionalen Sportergebnissen interessiert ist. Das ist für viele Regionalzeitungen ein zuverlässiger Anker in der Leserschaft. „Wir adressieren mit den Sportthemen, tatsächlich bekommt diese Zielgruppe aber das Basisprodukt.“, erläutert Neufang. Personalisierung dürfe nicht zum Ausverkauf der Zeitung führen.

Tücken der Personalisierung

Während die kundige Leserschaft von Zeitungen sich gerne mit einer Seite-3-Geschichte überraschen

lässt, ist die digitale Leserschaft weit weniger offen und spontan. Die BZ hat ihre höchsten Nutzerzahlen zwischen zwölf und 14:00 Uhr – in der Mittagspause. Um diese Zeit sind die Recherchen sehr zielstrebig, alle suchen schnell nach einer bestimmten Information und schauen nicht nach links oder nach rechts.

Doch die BZ will weiterhin selber entscheiden, was wichtig ist und das nicht von den einzelnen Profilen entscheiden lassen. Daher setzen sie eine Art Teil-Personalisierung um, sie personalisieren sozusagen „unter dem Falz“. „So sprechen wir Sport-Interessierte mit Nachrichten über die eröffnete Skisaison an oder Genuss-Orientierte mit Nachrichten über einen neuen Verkauf an einen Bauernhof, aber das wollen wir nicht maximieren.“

Neue Produkte – neue Rollen

Um den veränderten Schwerpunkten gerecht zu werden, werden die Redaktionsstrukturen angepasst. Wie viele andere, teilt auch die BZ ihre Redaktion künftig in Reporterinnen und Editoren auf. Die Lokalseiten werden reduziert. Damit liegt die BZ im Trend. Nutzer sind durch das wachsende Digitalangebot an Publikationen wählerischer geworden und lesen in der Regel weniger Artikel pro Medium als früher in der gedruckten Zeitung. Le Monde oder The Guardian etwa haben deshalb ihre Artikelzahl reduziert und generieren trotzdem mehr Traffic. Die Kunst besteht nun darin, die richtigen Inhalte anzubieten.

Die digitale Fokussierung ist dabei, die Struktur vieler Redaktionen zu verändern. Laut der BDZV-Umfrage wollen 92 Prozent bis 2023 „crossfunktionale Teams“ aufgebaut haben. In diesen Teams werden die Rollen neu verteilt. Die Arbeit orientiert sich nicht mehr an Terminen, sondern an Themen. Solche Teams brauchen Redakteur*innen, die die Perspektiven teamübergreifend interpretieren und den Austausch initiieren; sie brauchen Produktmanager*innen, die Prioritäten setzen und Arbeitsabläufe festlegen; andere werden die Nutzererfahrung überwachen, weitere mit Hilfe der Daten die redaktionelle Strategie schärfen. In den Redaktionen beinhaltet das unter anderem die Trennung nach dem Prinzip medienneutral arbeitender Reporter*innen und kanal-spezifisch produzierender Editor*innen. Letztere passen die Inhalte an die unterschiedlichen Produkte an: Print, Social Media, Newsletter etc.

In der interdisziplinären Redaktionsstrategie werden Zielgruppenentwicklung, Umsatz und Technologie miteinander verbunden. Die Teams sollen sowohl die Adressaten im Auge haben wie auch die Marke des Mediums. Sie gestalten die Präsentation und Organisation auf digitalen Plattformen, damit die Ergebnisse treffsicher ihr Zielpublikum erreichen. Personalisiert eben.

Wie sich das auswirkt, beschreibt Dobmeier von der Schwäbischen Zeitung: „Die allermeisten Redaktionen werden kein zusätzliches Personal bekommen. Wenn mehr Kapazitäten ins Digitale gesteckt werden sollen, dann wird man sie an anderer Stelle wegnehmen müssen. Wenn neue Positionen entstehen, weil sich Kollegen künftig verstärkt mit Daten und Suchmaschinenoptimierung befassen oder mit der Frage, wie wir Abonnenten im digitalen Bereich gewinnen und halten können, dann fehlen sie an anderer Stelle.“ Das Print-Produkt wird sich deshalb verändern. Inhaltlich schlechter wird es aber sicher nicht, davon ist sie überzeugt: „Unser Ziel muss es sein, unsere Leser und Abonnenten mit guten Inhalten zu überzeugen und ihnen alle Wege zu zeigen, wie sie an diese Inhalte kommen.“

Wer wird was?

In vielen Redaktionen, auch im Südwesten, steht man nun vor der Frage, wer rausgeht und wer am Bildschirm bleibt. Beides hat seine Vor- und Nachteile. Zu befürchten ist außerdem, dass Frauen sich häufiger auf den Editor*innenposten zurückziehen, da hier die Arbeitszeiten besser planbar sind. Vorschläge des DJV, die Kolleg*innen in Tandems zu organisieren, in denen sie regelmäßig die Rollen tauschen können, wurden bislang nicht umgesetzt.

Bei der Medienholding Süd werden die Bereiche Lesermarkt und Werbevermarktung zentra-



lisiert. Außerdem werden wohl auch dort weniger Reporter*innen als Editor*innen benötigt. Der Schwarzwälder Bote schließt dieses

Jahr drei Außenredaktionen (Ein-Mann-Redaktionen), das restliche Personal wird umgesetzt. Überdies sollen 40 bis 45 Redakteur*innen bis Ende 2021 gehen, durch Kündigung, Ruhestand oder Fluktuation. Eine Abfindung ist für 13 Betroffene vorgesehen, die Zahl der Bewerber*innen um die Abfindung ist jedoch mehr als doppelt so hoch.

BNN stockt Redaktion um 30% auf

Die Badischen Neuesten Nachrichten (BNN) bauen ihre Redaktionskapazitäten massiv aus, schalten aktuell viele Stellenanzeigen. Sie suchen Blattmacher, Datenjournalisten, Datenredakteure, Newsletter-Redakteure und verschiedene Reporter, alle m/w/d, versteht sich. Nicht nur wird die Redaktion vergrößert, auch aus demographischen Gründen kommen gerade viele Junge in die Redaktion. Und diese



jungen Menschen seien guter Dinge. Rainer Haendle, der stellvertretende Chefredakteur, erklärt den Optimismus: „Unser Beruf ist sehr spannend, vielleicht gerade jetzt. Und jungen Kolleginnen und Kollegen bieten wir viele Gestaltungsmöglichkeiten.“

„Bei der Umstellung auf digitale Prozesse befinden wir uns noch relativ am Anfang.“, berichtet Rainer Haendle. „Es gibt bei uns noch wenig Erfahrungen mit der Monetarisierung digitaler Produkte, dafür einen gewaltigen Neustart.“ Auch die BNN haben in den vergangenen Jahren an Auflage eingebüßt. Die verkaufte Auflage ist in den vergangenen zehn Jahren um durchschnittlich 2 % pro Jahr gesunken und beträgt gegenwärtig knapp 110.000 Exemplare. Der Anteil der Abonnements an der verkauften Auflage liegt bei 93,8 Prozent.

Nach dem (aus verlagsinternen Gründen) späten Start werden die BNN nun endlich Ostern auch eine Registrierschranke einrichten können, später dann auch eine Bezahlschranke. „Wir sehnen den Tag herbei, an dem wir endlich analysieren können, was wie performt.“, so Haendle.

Haendle klingt zwar etwas müde, aber durchaus optimistisch. Um alle Kolleginnen und Kollegen einzubeziehen, hatte der Verlag, gemeinsam mit Beratern, eine Lernwerkstatt und unternehmensinterne Akademie eingerichtet und die eigenen Prozesse auf Herz und Nieren geprüft. Eines der Ergebnisse war, dass auch hier die Redaktion vollständig umgestellt wurde. Und dabei wurde von den Kolleginnen und Kollegen viel verlangt: viele Schulungen, ein neues Redaktionssystem, neue Organisationsformen. Die Badischen Neuesten Nachrichten haben für die Umstellung ihrer Prozesse einen basisdemokratischen Prozess umgesetzt, dessen Ergebnis ein klares Bekenntnis zur Qualität war. Die Redaktion wurde dabei um 30 % aufgestockt, denn ihre Analysen zeigten: Erfolg geht nicht mit Stellenabbau einher.

Immense Investitionen

Allerdings seien die Investitionen in die digitalen Werkzeuge und die Redaktion immens. Das Modell der BNN ist ein Abonnement- bzw. Premiummodell, kein Reichweitenmodell, denn darin sehen sie ihre Zukunft. Hier haben sie das Alleinstellungsmerkmal einer Regionalzeitung. „Und unser Ziel muss sein, dass auch die Leserinnen der Zukunft bereit sind, dafür zu zahlen.“ Und natürlich treffen auch die Badischen Neuesten Nachrichten die Kosten der Zweigleisigkeit: digitale Attraktivität gewinnen und gleichzeitig Print produzieren und ausliefern. Während der Umbau der Redaktionen und neue digitale Tools hohe Investitionen erfordern, muss die bestehende Infrastruktur weiter finanziert werden. Das kostet.

Wie auch in anderen Verlagen haben sie sich zu einer klaren Aufteilung in Producer/Editoren und Reporter entschieden: „Wir produzieren Kanal-neutral, fokussieren auf Inhalte und bei unserer Leitungskonferenz sitzt der Channel-Manager Online neben den Channel-Manager Print, um die Verschmelzung der Kanäle zu gewährleisten.“, erklärt Haendle. Eine Umfrage in der Redaktion hätte gezeigt, dass bei der gemischten Arbeitsteilung zu viel Zeit für Bürokratie verschwendet wurde und nur noch ein Drittel der Arbeitszeit der Recherche und dem Schreiben gewidmet werden konnte.

Die neue Organisationsform soll nun mehr journalistische Arbeitsleistung ermöglichen, um mehr „Longread-Stücke“ zu produzieren. Für die Redaktion heißt das, sich umzustellen, weg von einem Terminjournalismus hin zum Themenjournalismus. „Die Umgewöhnung ist schwierig, aber wir haben auch schon erste Erfolge. Inzwischen gibt es deutlich mehr gut recherchierte Eigenbeiträge. Die Top 20 der ver-

gangenen 20 Tage sind die nicht substituierbaren Longreads.“ Die Geschichte, wie die BNN im Jahr 1964 die Bambi-Verleihung aus Karlsruhe vertrieben haben soll, gehört dazu und wurde auch überregional gerne zitiert.

Modell Software-Branche

Viele Redaktionen nehmen gerade die Unterteilung in Editoren und Reporter vor. Es scheint, dass Unternehmensberatungen wie zum Beispiel Schickler bei ihren Verlagskunden zu quasi denselben Ergebnissen kommt. Parallelen zur erfolgreichen Modellen in der Softwarebranche sind kein Zufall: Noch vor ein paar Jahren zogen sich Entwickler für lange Zeit ins Kämmerchen zurück, um dann mit einem fabelhaften Stück Code wieder aufzutauchen. Nur dass sich dann aber in der Zwischenzeit oft die Anforderungen des Kunden geändert hatten oder die anderen Entwickler*innen zu entgegenwirkenden Ergebnissen gekommen waren.

Durch agile Entwicklungsmethoden hat sich ein teamorientierter und dynamischer Arbeitsstil durchgesetzt, der sich durch hohe Transparenz und Kooperation und kurze Zyklen auszeichnet. Die Leistung des Einzelnen tritt hinter der Teamleistung zurück. Einiges davon ist mit dem Change in den Redaktionen vergleichbar:

Erkenntnisse, die durch die intensive Analyse der Nutzerinnen entstehen, müssen auch schnell und flexibel umgesetzt werden: Welche Nachrichtenartikel werden komplett kostenlos publiziert, welche werden als Teaser verwendet und welche wählen die Redaktionen aus, um sie als komplett exklusive Artikel für Abonnent*innen anzubieten. Zusammengefasst heißt das: Das interdisziplinäre Redaktionsteam aus Journalistinnen und Programmiererinnen passt das Produkt flexibel so an, dass es die Verkaufschancen in der digitalen Leserschaft effektiv erhöht.

Ein zentraler Unterschied bleibt: Die Aufgabe der Medien reicht deutlich weiter als die eines Dienstleisters. Und: Nicht die Form der Inhalte ist entscheidend, sondern ihre journalistische Qualität. Und die entsteht nicht nur, dass man die Leser für Fische hält, denen man nur den richtigen Wurm vor die Nase hängen muss. Es darf nicht sein, dass allein die Vermessung der Leser*innenwünsche die Inhalte der Medien bestimmt.

Digitalisierung und Corona

Die Corona-Krise beschert dem Journalismus nie für möglich gehaltene Nutzerzahlen. Im Fernsehen und Internet werden neue Nutzerrekorde aufgestellt, und auch Print profitiert in Teilen. Eine ergänzende Nachfrage bei unseren Gesprächspartner*innen bestätigt den Trend. Manfred Neufang von der BZ schreibt, dass Print etwas mehr Zugänge hat als sonst und die Zahl der Digital-Abos völlig überproportional (Faktor 3 und größer in den letzten 3 Wochen) steigt. Gleichzeitig stornieren Werbekunden (weil diese ja größtenteils ihr Geschäft einstellen müssen, wie Einzelhändler o.ä.) ihre Aufträge und schalten keine neuen.

Rainer Haendle von den BNN kann, da sie leider noch kein digitales Bezahlmodell oder wenigstens Registrierschranke haben, lediglich bestätigen, dass die Online-Zugriffszahlen seit Beginn der Corona-Epidemie hierzulande stark gestiegen sind. Er schlussfolgert: „Gut recherchierter Lokal- und Regionaljournalismus ist gefragt denn je und wird auch finanziell eine solide Zukunft haben. Darauf muss unsere Branche in Zukunft noch mehr setzen.“ Und auch Steffi Dobmeier von der Schwäbischen bestätigt: „Das Interesse unserer Leser an Informationen zu Corona ist enorm“, und sendet uns ein paar Zahlen: „In den Kalenderwochen 7-11 sind die Abos um knapp 40 Prozent (39,8 Prozent) im Vergleich zu den KW 2-6 gestiegen.“

Bei den generellen Nutzerzahlen ist der Anstieg noch deutlicher: Die Zahl der Sessions (also einzelne Besuche mindestens einer der Seiten auf schwäbische.de) stieg in dem Zeitraum um 65 Prozent von etwa 950.000 auf fast 1.570.000.“

Entscheidend wird sein, ob die Regionalzeitungen aus der Erfahrung ihrer Leser*innen, dass diese sich über das Virus und seine Auswirkungen aus seriöser Quelle informieren wollen, eine langfristig treue und größere Leserschaft generieren können.

Susann Mathis ist freie Journalistin aus Karlsruhe, Redaktion Blickpunkt

Vorbereitung auf den Verbandstag

KV Ludwigsburg/Rems-Murr konnte noch tagen

Von Uwe Flegel

Trotz Coronavirus, Erkältungs- und Grippe-welle kamen immerhin neun Mitglieder zur Jahreshauptversammlung der Kreisverbände Ludwigsburg und Rems-Murr nach Remseck in die Gaststätte Bootshaus am Hechtkopf. Ein Ort, der der durchaus geschichtsträchtigen Versammlung gerecht wurde. Nur einen Steinwurf entfernt von der Stelle, an der die Rems in den Neckar mündet, wurde die Fusion der beiden Kreisverbände zum Kreisverband Ludwigsburg/Rems-Murr beschlossen. Die kam in Anwesenheit der stellvertretenden Landesvorsitzenden Christine Bilger und des Landesgeschäftsführers Gregor Schwarz ebenso einstimmig zustande, wie Julia Schweizer zur künftigen Vorsitzenden des 144 Mitglieder starken neuen Kreisverbandes gewählt wurde.

Als Stellvertreter fungieren die bisherigen Kreisvorsitzenden Daniel Völpel (Ludwigsburg), der erkrankt war und fehlte, sowie Uwe Flegel (Rems-Murr). Zudem wurden Nico Nissen (Ludwigsburg) und der ebenfalls krank fehlende Martin Tschepe (Rems-Murr) als Beisitzer in den Vorstand gewählt.

Zuvor hatten beide Kreisverbände separat ihre bisherigen Vorstände jeweils einstimmig entlastet. Danach stimmten die Mitglieder ebenfalls einstimmig für die Fusion. In einer kurzen Diskussion war auch zur Sprache gekommen, dass der neue und nun größere Kreisverband versuchen will, mit der neuen Vorstandschaft um Julia Schweizer, die als Tageszeitungsredakteurin bei der Ludwigsburger Kreiszeitung beschäftigt ist, die Mitglieder wieder zu mehr Mitarbeit zu aktivieren. Ehrenmitglied Dieter Schnabel merkte dazu allerdings an, dass er den Eindruck habe, der DJV werde immer mehr zum „ADAC für Journalisten“. Zudem wurde bekannt gegeben, dass mit Kathrin Konyen sowie Markus Pfalzgraf bislang zwei Kandidaten ihr Interesse an der Nachfolge der nicht mehr kandidierenden Landesvorsitzenden Dagmar Lange angemeldet



Uwe Flegel, Julia Schweizer und Nico Nissen zu sehen. Daniel Völpel und Martin Tschepe fehlten wegen Krankheit. Foto: Uwe Flegel

haben. Dieses Amt war auch Teil einer Diskussion darüber, ob der neue Kreisverband als Antrag für den Verbandstag einbringen soll, dass er eine*(n) hauptamtlichen Landesvorsitzende(n) ablehnt. Es wurde entschieden, einen formellen Antrag noch nicht zu stellen, den Delegierten aber per Abstimmung ein Meinungsbild für den Verbandstag mit auf den Weg zu geben. Einstimmig wurde dabei kund getan, dass Ludwigsburg/Rems-Murr eine*(n) Vorsitzende(n) im Hauptamt ablehnt. Dasselbe Bild gab es in Sachen Journalisten-Akademie. Einstimmig wurde eine Erhöhung abgelehnt und eine Beibehaltung der derzeitigen Zuschüsse des DJV Baden-Württemberg an die JA sowie eine Forcierung der Gespräche über eine Fusion der JA und der JBB gefordert.

Der neue Kreisvorstand:

Julia Schweizer (Vorsitzende), Uwe Flegel, Daniel Völpel (Stellvertreter), Nico Nissen, Martin Tschepe (Beisitzer).

Delegierte für den Landesverbandstag:

Julia Schweizer, Daniel Völpel, Dieter Schnabel. Uwe Flegel, Nico Nissen (Ersatzdelegierte).

Delegierte für den Bundesverbandstag:

Julia Schweizer, Dieter Schnabel.

Kandidaten für die Fachausschüsse:

Julia Schweizer (Bildung), Dieter Schnabel, Daniel Völpel (Freie), Nico Nissen (neue Technik/Online spwoe Zeitschriften), Uwe Flegel (Tageszeitungen).

Uwe Flegel ist Sportredakteur und stellvertretender Vorsitzender des Kreisverbands Rems-Murr/Ludwigsburg

Professionell in jeder Hinsicht

KV Bodensee-Oberschwaben zu Besuch im neuen Polizeipräsidium Ravensburg

Von Wolfgang Heinzl

Der stellvertretende DJV-Kreisvorsitzende Bernhard Hentschel, SWR-Fernsehjournalist aus Friedrichshafen, lobte beim Treffen mit Ravensburgs Polizeipräsident Uwe Stürmer und dessen Pressestelle deren Verständnis medialer Anforderungen: „Es herrscht bei Ihnen ein offener Umgang mit den Medien, Infos werden gegeben und der versprochene Rückruf kommt auch, so eine gute Zusammenarbeit ist nicht selbstverständlich.“ Nicht immer richtet sich aber das Fallaufkommen nach den Arbeitszeiten der Pressestelle von 7 bis 18 Uhr. Das sagte Oliver Weißflog, stellvertretender Leiter der Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit, beim gemeinsamen Blick ins Ravensburger Führungs- und Lagezentrum: „Hier sind täglich 300 bis 400 Einsätze zu koordinieren, da ist das Pressetelefon manchmal notgedrungen zweitrangig.“ Fast die Hälfte der Einsätze gibt es im Kreis Ravensburg; zusammen 55 Prozent der Polizeiarbeit verursachen die Landkreise Bodensee und Sigmaringen. 3500 Quadratkilometer oder zehn Prozent der Fläche Baden-Württembergs sind damit abgedeckt. Bis Ende Dezember wurden die Polizeieinsätze dafür aus Konstanz organisiert. „Wir sind jetzt deutlich zentraler aufgestellt“, stellte Weißflog fest, „das macht vieles einfacher und bei entsprechenden Lagen haben wir eine schnellere Anfahrt.“

Wesentlich mitgearbeitet an der Nachsteuerung der badenwürttembergischen Polizeireform von 2014 hat der heutige Ravensburger Polizeipräsident Uwe Stürmer. Er leitete das Evaluierungsprojekt der Reform, nachdem sich Verbesserungsbedarf herausgestellt hatte. Nun gibt es seit diesem Jahr 13 statt vorher 12 Präsidien im Land; Tuttlingen wurde aufgelöst, Pforzheim und Ravensburg kamen hinzu.

Ein weiteres Ergebnis seien mehr sogenannte Nichtvollzugsbeschäftigte in den Bereichen Recht, Finanzen und Personalwesen, erläuterte Stürmer den Gästen vom Deutschen Journalistenverband: „Leute mit Polizeiausbildung sollen möglichst auch für Polizeiaufgaben eingesetzt werden.“ Sein Präsidium verzeichnet jetzt 1070 Polizeibeamte auf den insgesamt 1250 Stellen, aber es sei heutzutage schwieriger, geeignete Leute zu finden. „Vor zehn Jahren hatten wir sieben Bewerber auf eine Stelle, jetzt beträgt das Ver-



Kreisverband besucht Ravensburger Polizei. Foto: Christine Frey

hältnis noch 1:3“, so Stürmer. Personelle Veränderungen erwarten auch die Pressestelle, wo täglich zwei Leute fürs Erstellen der Pressemitteilungen zuständig sind. Stabsstellenleiter Markus Sauter, neben Marco Paglia der dritte Anwesende vom insgesamt fünfköpfigen Presseteam, geht zum Jahresende in Ruhestand. Dann wird vielleicht auch die zweite Stelle im Öffentlichkeitsarbeitsbereich Social-media besetzt, denn diese prägen inzwischen wesentlich mit, welche Geschehnisse Bürgerinnen und Bürger als relevant empfinden: „Die Kriminalität muss von uns aber in Struktur und Zusammensetzung analysiert werden“, stellte Stürmer klar, „und Sie als Journalisten entscheiden letztendlich, was für Sie berichtenswert ist.“

Sich selbst besorgt die Polizei auch fortlaufend unter anderem im Internet und über Nachrichtensender Informationen über vermeintliche oder tatsächlich für die eigene Arbeit relevante Ereignisse: „Über unsere internen Kanäle bekommen wir erst eine Meldung, wenn Tatsachen definitiv abgesichert sind, können uns aber so schon mal auf alle Eventualitäten einstellen und mögliche Einsätze vorbereiten“, erklärte Sauter.

Wolfgang Heinzl, Pressesprecher/Biberach, ist Beisitzer im Landesvorstand des DJV

Ein langes „DJV-Wochenende“ zur Einarbeitung

Gregor Schwarz hat zum 01. Februar 2020 die Geschäftsführung des DJV-Landesverbandes Baden Württemberg übernommen. Der 41-jährige Volljurist und Diplom-Journalist studierte Rechtswissenschaften an der Universität Konstanz und absolvierte den Aufbaustudiengang Journalistik an der Universität Hohenheim. Schwarz verfügt über eine rund zehnjährige Erfahrung als Rechtsanwalt im Medienbereich (insbesondere Urheber- und Medienrecht sowie Zivil- und Arbeitsrecht).

„Der Landesvorstand freut sich auf die Zusammenarbeit mit Gregor Schwarz, der über seine juristische Expertise hinaus auch Erfahrungen als Verbandsgeschäftsführer und bei Vertragsverhandlungen mitbringt. Davon wird unser Landesverband profitieren“, so DJV-Landesvorsitzende Dagmar Lange.

Wir haben dem neuen Geschäftsführer ein paar Fragen gestellt:

Blickpunkt: Herr Schwarz, haben Sie sich in den ersten Wochen gut eingelebt?

Gregor Schwarz: Ja, definitiv. Ich wurde vom Landesvorstand und den Mitarbeiterinnen auf der Geschäftsstelle sehr freundlich empfangen und war gleich von Beginn an voll in die tägliche Arbeit integriert. Bei dem Bearbeiten der laufenden Rechtssachen kommt mir meine Erfahrung als Rechtsanwalt natürlich sehr zu Gute. Was die sonstigen Aufgaben rund um den Verband angeht, musste ich mich erst in Vieles einlesen, habe aber inzwischen schon einen ganz guten Überblick über die vielfältigen Tätigkeiten des DJV gewonnen.

Blickpunkt: Standen auch schon erste Termine an und wie viele Namen kennen Sie schon?

Gregor Schwarz: Gleich zu Beginn meiner Tätigkeit stand ein langes „DJV-Wochenende“ mit Landesvorstand, Landesgesamtvorstand und zweitägigem Bundesgesamtvorstand in Erfurt auf dem Programm. Dabei konnte ich schon einige Mitglieder und auch einen Großteil der Akteure auf Bundesebene persönlich kennenlernen. Soweit es der Terminplan zulässt, möchte ich mich in den nächsten Wochen gerne auch noch bei einigen Fachausschüssen und Kreisverbänden persönlich vorstellen. Selbstverständlich kann man mich auch

jederzeit in der Geschäftsstelle anrufen und einfach mal „Hallo“ sagen.

Blickpunkt: Was hat Sie bewogen, für den DJV arbeiten zu wollen?

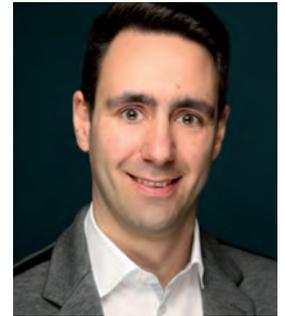
Gregor Schwarz: Da ich selbst auch Journalistik studiert habe und rund um das Studium in einigen Hospitationen auch zumindest etwas Praxiserfahrung sammeln durfte, fühle ich mich dem Beruf sehr verbunden. Daher passt die Tätigkeit an den Schnittstelle zwischen Recht, Journalismus und der Führung eines Verbandes für mich perfekt und macht bisher großen Spaß.

Blickpunkt: Nach Ihrem ersten Eindruck: Vor welchen Herausforderungen steht der Verband und wie möchten Sie als Geschäftsführer darauf reagieren?

Gregor Schwarz: Nun ja, schon kurz nach meinem Beginn in der Geschäftsstelle hat die Corona-Krise einen erheblichen Teil der Aufmerksamkeit auf sich gezogen und insbesondere die freien Journalistinnen und Journalisten brauchen nun viel Unterstützung. Ganz allgemein hat der DJV – wie fast alle Verbände und Gewerkschaften – mit schwindenden Mitgliederzahlen zu kämpfen, ganz besonders bei den jüngeren Generationen. Daher muss es das oberste Ziel sein, gerade für junge Journalist*innen noch sichtbarer und attraktiver zu werden. Hierauf möchte ich gerne einen Schwerpunkt meiner Arbeit legen. Gleichzeitig ist es aber auch wichtig, die bestehenden Mitglieder bei der Stange zu halten – sei es zum Beispiel durch fundierte Unterstützung in rechtlichen, tariflichen oder medienpolitischen Fragen oder erfolgreiche Gewerkschaftsarbeit. Das ist vielleicht manchmal ein Spagat, der aber bestimmt gelingen kann.

Blickpunkt: Wenn Sie mal nicht für den DJV im Einsatz sind, was beschäftigt sie privat?

Gregor Schwarz: Unsere beiden Töchter halten mich und meine Frau gut auf Trab (lacht). Wenn dann noch Zeit ist, bin ich gerne sportlich unterwegs, am liebsten auf Ski oder dem Mountainbike in den Bergen.



Gregor Schwarz. Foto: privat

Die Fragen stellte Dagmar Lange

Wir gratulieren

100 Jahre

Helmut Acker 02.05.

In den 90ern

Eike Reuter 16.04. (98 Jahre)

Michael Schnieber 31.05. (92 Jahre)

In den 80ern

Joachim Hess 22.05. (89 Jahre)

Johann Meissmer 20.05. (89 Jahre)

Walter Storto 06.05. (89 Jahre)

Burghard Hüdig 04.06. (87 Jahre)

Karl-Jürgen Schmutzler 26.06. (87 Jahre)

Gabriele Hoffmann 19.05. (86 Jahre)

Hermann Ohnheiser 01.04. (85 Jahre)

Hans-Dieter Roth 22.06. (84 Jahre)

Hans Jörg Schulz 05.05. (84 Jahre)

Karin Krempel-Haglund 26.04. (83 Jahre)

Erne Schwarz-Kopf 03.05. (83 Jahre)

Fritz Bischoff 28.06. (82 Jahre)

Helmut K. Doerfler 26.06. (82 Jahre)

Lis Katia Stumpp 26.04. (82 Jahre)

Karl-Heinz Seefeldt 11.05. (81 Jahre)

Norbert Winter 07.05. (81 Jahre)

80 Jahre

Dieter Frauenheim 23.04.

Peter Maria Schneider 19.04.

Dieter Tschorn 08.06.

75 Jahre

Roswitha Maria Bosch 29.05.

Alfred Drossel 04.04.

Joachim Kaiser 03.04.

Ingeborg Lehmann 23.06.

Heidemarie Neumann 21.05.

Georgis Zwach 01.06.

70 Jahre

Katja Goldbeck-Hörz 18.05.

Manfred Herbertz 15.06.

Volker J. Kreyher 04.06.

Thomas Krietsch 08.04.

Stephan Popper 10.04.

Anton Schlaier 04.05.

Cornelia Wesemann 04.04.

65 Jahre

Franz-Peter Dussing 29.06.

Hans-Dieter Fuser 01.06.

Ilona Hüge 09.05.

Peter Kemnitzer 19.05.

Renate Päßler-Lunau 06.05.

Reinhard Reck 02.06.

Doris Andrea Schulz 12.06.

Peter Schwarzer 21.04.

Klaus Wagner 17.06.

60 Jahre

Markus Dollenbacher 08.04.

Christian Dombrowski 20.04.

Thomas Drost 27.06.

Hans-Peter Fekter 09.06.

Armin Friedl 03.04.

Bettina Gaedt 30.04.

Werner Götz 08.06.

Pia Grund-Ludwig 26.06.

Thomas Hirner 12.06.

Olaf Erhard Jahnke 10.06.

Udo Jaizay 30.06.

Uwe Kaiser 02.06.

Prof. Dr. Ralf Kindervater 02.04.

Josef Krauhausen 18.06.

Sebastian Krüger 10.04.

Marina Kupferschmid 02.06.

Klaus Müller 01.04.

Uwe Rauschelbach 06.06.

Friedhelm Johannes Rong 14.06.

Thomas Sadler 03.05.

Christian B. Schad 03.06.

Uwe Schwerer 22.05.

Ulrich Spitzmüller 12.04.

Marina Staiger 17.04.

Lothar Stehle 13.04.

Peter Trebing 02.04.

Sabine von Varendorff 11.04.

Gabriele Vorholzer 28.04

Falls Sie keine Veröffentlichung in der Geburtstagsliste unseres Blickpunkts wünschen, bitten wir um schriftliche Mitteilung an den DJV Baden-Württemberg

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
info@blickpunkt-bw.de

AUTOR*INNEN:

Uwe Flegel, Wolfgang Heinzel, Dagmar Lange, Susann Mathis,
Markus Pfalzgraf, Claudia Rindt, Gregor Schwarz

GRAFIK / HERSTELLUNG:

Rudi Doster · rdesign56 Stuttgart

NÄCHSTE AUSGABE: 2/2020

Redaktionsschluss: 30. Juni 2020

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

AOK
Die Gesundheitskasse.

GESUNDNAH

Jetzt zur besten regionalen Krankenkasse wechseln.

FOCUS MONEY
BESTE
REGIONALE KRANKENKASSE
Ausgabe 07/2020
Institutionen prüfen. Kunden können wechseln.

AOK Baden-Württemberg

Wenn Berichterstatterinnen verborgene Türen öffnen

Pauline Tillmann spricht in Konstanz zum Internationalen Frauentag über weiblichen Journalismus

Von Claudia Rindt



Das goldene Zeitalter des Journalismus hat eben erst begonnen, ist Pauline Tillmann (links) überzeugt. Zum Internationalen Frauentag sprach die Gründerin des Digital-Magazins *Deine Korrespondentin* in Konstanz. Julika Funk, Leiterin der Stelle für Chancengleichheit der Stadt Konstanz, hatte sie zum Vortrag geladen. Bild: Claudia Rindt

Pauline Tillmann hält offenbar so schnell nichts auf. Wenn es sein muss, arbeitet sie auch mit Baby im Arm oder funktioniert sie als Auslandskorrespondentin in St. Petersburg eine 0,5-Quadratmeter-Nische zu ihrem Studio um. So berichtete das jedenfalls die Journalistin und zweifache Mutter bei einem Vortrag zum Internationalen Frauentag in Konstanz. Die 36-Jährige sprach zu diesem Anlass, weil sie sich ein großes Ziel gesetzt hat: Sie wolle einen Ausgleich schaffen dafür, dass über Frauen in Medien nur wenig berichtet werde. In dem von ihr gegründeten digitalen Magazin *Deine Korrespondentin* erzählen Frauen Geschichten über Frauen, wie die von Lisa Baldwin, die in Irland und Großbritannien Prominente beschützt. Pauline Tillmann zeigte sich im Vortrag überzeugt, dass solchen kreativen Medienkonzepten die Zukunft gehören. Sie sagte: „Das goldene Zeitalter des Journalismus hat gerade erst angefangen.“

Die Ausführungen von Pauline Tillmann waren überschrieben mit „Weiblicher Journalismus. Neue Wege zur Qualität.“ In ihrem Vortrag relativierte sie: „Es gibt vor allem guten und schlechten Journalismus.“ *Deine Korrespondentin* ist tatsächlich durch und durch weiblich. Hier berichten ausschließlich Frauen über Frauen,

in den Texten wird auch konsequent die alle Geschlechter einbeziehende Form gewählt. Hier schreibt die Reporterin nicht von Klienten, sondern von Klient*innen, verwendet also gleichzeitig die männliche und die weibliche Form und zieht über das Sternchen – weitere Geschlechtsidentitäten ein.

Über diese gendergerechte Form werde viel diskutiert, stellte Tillmann fest. Kritiker behaupteten, durch sie werde ein Text unlesbar. Tatsächlich aber komme die Formulierung in einer langen Reportage gar nicht so häufig vor. Sie schätzte die Zahl auf drei bis sechs Mal. Es gebe zudem ein zwingendes Argument für diese Schreibweise, sagte die Journalistin:

„Frauen fühlen sich nicht angesprochen, wenn man die männliche Form verwendet.“ Julika Funk, die Leiterin der Stelle für Chancengleichheit bei der Stadt Konstanz, bestätigte dies: Sie empfinde es als völlig absurd, wenn in männlicher Form über Berufe geschrieben werde, in denen vorwiegend Frauen arbeiten. In solchen Fällen bilde die Formulierung des Journalisten die Realität überhaupt nicht ab.

Der weibliche Blick fehlt in Zeitungen

Deine Korrespondentin gelingt es Dank der Berichterstatterinnen immer wieder, Türen zu öffnen, die Männern verschlossen bleiben würden. „Es gibt Regionen in der Welt, in denen überhaupt nur Frauen Zugang zu Frauen haben“, sagt Pauline Tillmann. Sie denke dabei etwa an Afghanistan. Die 36-Jährige berichtete auch, wie sich manche Türen im eigenen Land nur schwer aufstemmen lassen, wenn es um den Abdruck von Texten der Korrespondentinnen in Tageszeitungen gehe. Denn es fehle der weibliche Blick. Bei Regionalzeitungen seien die Positionen des Chefredakteurs zu 95 Prozent durch Männer besetzt. Dabei halte sie es für sinnvoll, Geschichten über Frauen im Blatt zu platzieren. „Sie sprechen Frauen an.“

Manche haben dies längst erkannt: Deine Korrespondentin hat Zeitungen als Kooperationspartner gewinnen können. Nach Angaben Tillmanns trage sich das Projekt zu einem Drittel über Medienpartner und zu zwei Dritteln über 170 Unterstützerinnen, darunter auch Männer. Den Aufbau und Start von Deine Korrespondentin habe eine Crowdfunding-Kampagne im Jahr 2015 ermöglicht, bei der Gönner innerhalb eines Monats 6555 Euro gaben, wie Pauline Tillmann sagt. In den ersten Jahren habe sie ihr Herzensprojekt mit anderen Aufträgen querfinanzieren müssen, seit einem Jahr könne sie sich eine monatliche Aufwandspauschale auszahlen. Beendet wäre ihr Projekt, würde die Berichterstattung über Frauen je die Hälfte des Raums in den Medien einnehmen. „Dann bräuchte es uns nicht mehr.“ Mit einem Rundblick auf neuere Medienprojekte, wie die Genossenschaft Riffreporter oder das Online-Magazin Krautreporter, ermunterte Pauline Tillmann zum Mut, Neues anzupacken. „Man kann nicht so viel verlieren.“

Claudia Rindt ist DJV-Kreisvorsitzende und freie Journalistin aus Konstanz.



Zur Person:

Pauline Tillmann

Die ausgebildete Radio- und Fernsehredakteurin hat in den Jahren 2007 bis 2009 beim Bayerischen Rundfunk (BR) volontiert, danach war sie feste freie Mitarbeiterin in der Politikredaktion des BR-Hörfunks, und von 2011 bis 2015 arbeitete sie als freie Auslandskorrespondentin in St. Petersburg.

Seit Mai 2015 ist sie unter anderem Geschäftsführerin und Chefredakteurin des Digital-Magazins Deine Korrespondentin. Für ihre Arbeiten wurde Pauline Tillmann mehrfach ausgezeichnet. Sie lebt mit ihrer Familie in Konstanz.

« Frei – auch im Alter! »



fotolia/baranq

Jetzt informieren
www.presse-versorgung.de/plus

Ganz einfach mit den
 geförderten Presse Renten.

Je nach Typ mit staatlichen
 Zulagen oder Steuervorteilen!


Presse-Versorgung

0711 2056 244
info@presse-versorgung.de

#WirSindJournalismus

Machen Sie mit und senden ein Video

Gerade in diesen schwierigen Zeiten ist ein unabhängiger, seriöser und professioneller Journalismus wichtig. Der DJV will die Krise auch als Chance sehen, um auf die Relevanz unseres Berufes aufmerksam zu machen, und hat die Video-Aktion **#WirSindJournalismus** ins Leben gerufen.

Wie funktioniert Journalismus in der derzeitigen Corona-Krise? Senden Sie ein kurzes Video (25 Sekunden bis maximal zwei Minuten) an die DJV-Cloud: <https://www.djv.de/videoupload> oder alternativ an video@djv.de, beispielsweise per WeTransfer

<https://wetransfer.com/>, das geht auch ohne Account/Registrierung.

Um welche Inhalte geht es? Machen Sie einen kurzen „Aufsager“ zu folgenden Aspekten:

- Name
- Ort und/oder Redaktion/Medium
- ggfs. Funktion im DJV („... engagiere mich als...“)
- wie Sie in diesen Zeiten journalistisch arbeiten (bspw. Home-Office)
- ggfs. warum das für die Gesellschaft so wichtig ist

Der DJV freut sich auf viele Rückmeldungen.

SWR-Demo gegen Rechts

Über 500 Teilnehmer in Baden-Baden



Dagmar Lange bei der Kundgebung am Fremersberg. Foto: Lennard Lange

Mehr als 500 Demokrat*innen versammelten sich am 4. Januar 2020 am Fremersberg vor dem Haupteingang SWR-Fernsehen, um einen Gegenpol gegen die von AfD-MdL Stefan Räßle einberufene Demonstration gegen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu setzen. Sie standen rund 120 AfD-Anhängern gegenüber, strikt getrennt durch die Polizei. Trotzdem ging es hitzig und lautstark zu.

Aufgerufen hatten kurzfristig zu dieser Kundgebung für einen unabhängigen Journalismus

ver.di und der DGB Baden-Württemberg. Der DJV Baden-Württemberg schloss sich an, um ein Zeichen für einen seriösen und professionellen Journalismus zu setzen.

Landesvorsitzende Dagmar Lange rief den Kundgebungsteilnehmer*innen zu: „Es ist wohlfeil und billiger Stimmenfang von Rechtspopulisten, einen vom Staat unabhängigen kritischen Journalismus zum gelenkten „Staatsfunk“ zu erklären und ihm die Finanzierungsquellen austrocknen zu wollen.“ Die wenigen anwesenden AfD-Demonstranten seien in der Minderheit und würden nur behaupten, die Mehrheit der deutschen Bürger zu vertreten.

Link zur Rede von Dagmar Lange:

<https://tinyurl.com/v2kpwrl>

Niemand in dieser freiheitlichen Demokratie sollte diesen populistischen Sprüchen auf den Leim gehen. „Der journalistische Berufsstand kann zu Recht stolz darauf sein, seit 70 Jahren unabhängig zu berichten und Skandale aufgedeckt zu haben“, so Lange, die sich unter großem Applaus auch für eine bessere Anerkennung von Whistleblowern aussprach, ohne deren Mut in Verbindung mit couragierten Journalist*innen viele Missstände nicht ans Licht gekommen wären. **red.**

Nicht ohne den Personalrat

Digitaler Umbau beim SWR

Der DJV-Landesverband Baden-Württemberg unterstützt die Forderung des SWR-Personalrats nach mehr Mitspracherecht bei der aktuell geplanten personellen Umstrukturierung.

„Bislang wird im freien Raum ohne Berücksichtigung der gesetzlichen Rahmen agiert“, kritisiert DJV-Landesvorsitzende Dagmar Lange die Pläne für eine digitale Offensive des Landessenders. „Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des SWR sind nicht gegen Innovationen, aber sie müssen rechtzeitig mitgenommen und beteiligt werden“.

Intendant Kai Gniffke hatte zuvor auf seiner ersten Jahrespressekonferenz in Stuttgart die Pläne für die Reform des Südwestrundfunks (SWR) vorgestellt. Kernpunkte sind die Verlagerung der kompletten Hörfunk-Nachrichten nach Baden-Baden und die Konzentration der Web-App-Redaktionen in Stuttgart und Mainz. Der Personalrat befürchtet eine Zwangsverlagerung von Arbeitsplätzen und teils eine Verschlechterung der Arbeitsbedingungen für Beschäftigte im Nachrichtenressort, die nicht einfach den Arbeitsstandort wechseln können. Nach Überzeugung des DJV-Landesverbands entspricht das bisherige Vorgehen nicht dem Landespersonalvertretungsgesetz



Die Führungsriege des SWR bei der Jahrespressekonferenz, Foto: Lange

(LPVG), wonach nicht nur eine Mitwirkung, sondern sogar eine Mitbestimmung des Personalrats bei der geplanten Umstrukturierung notwendig ist. „Und dies nicht erst, wenn die wichtigsten Entscheidungen bereits getroffen sind, denn ein Personalrat darf nicht zum Feigenblatt degradiert werden“, so Lange. Wenn sich der SWR nach Aussage seines Intendanten „innovativ, investigativ und lebensnah“ aufstellen wolle, dann sollte auch der Personalrat entsprechend eingebunden werden, so die Auffassung des DJV-Landesverbands. **red.**

Der DJV Baden-Württemberg trauert um:

Kathrin Adamski
48 Jahre

Jürgen Klein
63 Jahre

Hans Dieter Kloss
90 Jahre



Farben.Pracht.



Produkt.Vielfalt.



Glanz.Leistungen.

**henkel
druckt.**

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

Henkel GmbH
Druckerei
Tel. 0711.9 87 67 00

www.henkeldruck.de

Es wird ungemütlich

Wie die AfD die (öffentlich-rechtlichen) Medien einschüchtern will – und was uns noch blüht

Von Markus Pfalzgraf

„Das hier ist nur der Anfang“, schrie Dubravko Mandic in bester Sportpalast-Manier Anfang Januar von einer kleinen AfD-Demonstration aus den SWR-Mitarbeitenden in Baden-Baden zu: „Wir werden Sie aus Ihren Redaktionsstuben vertreiben! Wir werden uns Ihre Lügen nicht länger anhören. Das ist nur der Anfang des Sturms!“

Selbst ein AfD-Sprecher schämte sich und sah sich von Mandic mit seinem Kapuzenpulli und Handschuhen auch optisch eher an einen Schläger als an einen Rechtsanwalt und Politiker erinnert. Mandic gehört dem völkisch-rechtsnationalen „Flügel“ und der „Patriotischen Plattform“ in der AfD an und sucht die Nähe zur Identitären Bewegung, die als rechtsextrem im Verfassungsschutzbericht aufgeführt ist. Dass hinter ihm bei der Droh-Demo vor dem Funkhaus auch noch ein Junge mit Kragen und Armbinde eine große Deutschlandfahne hielt – geschenkt. Oder fast schon Realsatire, wenn die Inszenierung nicht so gruselig gewesen wäre.

Der AfD-Landesvorstand nötigte Mandic nach Tagen zu einer Entschuldigung, die aber nicht besonders aufrichtig, sondern recht verlogen daher kam. Leider zitierten verschiedene Medien bis hin zu Spiegel Online ohne Einordnung aus einer Mail, die Mandic an den



AfD-Abgeordneter Rüdiger Klos

SWR schickte: „Mein Auftreten, Wortwahl und Intonation, zusammen mit einer aufgeheizten Atmosphäre haben den Eindruck erzeugt, ich hätte dazu aufgerufen, unsere Ziele gewaltsam zu erreichen. Dies ist absolut nicht der Fall.“ Eine glatte Lüge. Denn was ist „vertreiben“ oder ein „Sturm“ anderes als eine Gewaltandrohung? Zumal er hinzufügte: „Dereinst werden sie für ihre Verbrechen bezahlen müssen.“

Worüber „SPON“ und andere nicht berichteten, war die Antwort des SWR auf die „Entschuldigung“. Der Justiziar des Senders stellte darin fest, dass Mandic sehr wohl den Eindruck erzeugt habe, „zur Abschaffung des Rundfunkbeitrags sei ihnen nahezu jedes Mittel recht.“ Dass Mandic „dieser Forderung derart martialisch Nachdruck verliehen“ habe, sei schon „nicht mehr von der Meinungsfreiheit gedeckt und die Grenze zur Strafbarkeit überschritten.“ Rechtliche Schritte könnten die Folge sein.

Ein Ausrutscher war es wohl auch nicht – Mandic hatte ein paar Blätter Papier in seinen Lederhandschuhen, er hatte sich wohl überlegt, was er da brüllen wollte. Daneben feixend der AfD-Landtagsabgeordnete Stefan Räßle, und bei der kleinen Versammlung auch dabei: Einer der beiden damaligen AfD-Landesvorsitzenden, Dirk Spaniel. Angeblich sei er da gewesen, um Schlimmeres zu verhindern. Als wäre die Rhetorik nicht schon schaurig genug gewesen.

Immerhin: Die AfD sagt und schreibt recht deutlich auf, was sie mit den Medien vorhat. Schon in ihrem Grundsatzzprogramm von 2016 steht in Kapitel 7.5: Die „Zwangsfianzierung ist umgehend abzuschaffen und in ein Bezahlfernsehen umzuwandeln.“ Dass die AfD hier außerdem nur auf das Fernsehen Bezug nimmt, Radio und Online nicht einmal erwähnt, zeugt auch nicht gerade von Überblick in der Medienpolitik.

Ihre Abneigung gegen (öffentlich-rechtliche) Medien lässt die AfD deren Reporter*innen selbst im gesetzteren Rahmen deutlich spüren. So wurden wir landespolitisch



Der Plenarsaal im Landtag füllt sich

Alle Fotos: Markus Pfalzgraf

schen Korrespondent*innen, die sich vornehmlich mit der AfD beschäftigen, beim Neujahrsempfang der AfD-Landtagsfraktion alle paar Minuten von unterschiedlichen Abgeordneten und Mitarbeitern mit Sektgläsern in der Hand ungefragt in Rundfunkbeitrags-Diskussionen verwickelt. Sogar mit vordergründiger Freundlichkeit, aber klar in der Ansage.

Die ständigen Wiederholungen von Sprachbildern wie den „Systemmedien“ zeigen Wirkung mindestens bei der eigenen Klientel: Ein etwas zu interessierter Security-Typ war sichtlich überrascht, dass wir nicht mit einem „Befehl“ von „oben“ zu einer bestimmten Berichterstattung gekommen waren – sondern tatsächlich erst schauen, was passiert, und dann nach journalistischen Kriterien entscheiden, ob, was, und wie wir berichten. So richtig zu glauben schien er es nicht.

Ein Empfang übrigens, bei dem der Thüringer „Flügel“-Vormann Björn Höcke als Stargast gefeiert wurde, dessen inoffizielle Organisation innerhalb der Partei man inzwischen getrost rechtsextrem nennen kann. Auch wenn sich der „Flügel“ tatsächlich auflösen sollte (was das auch immer heißt bei einer Strömung, die es gar nicht als offizielle Parteigliederung gibt) – ihre Mitglie-

der ändern ja nicht plötzlich ihre Gesinnung. Und dass mit ihnen zu rechnen ist, haben mehrere Parteitage gezeigt: Selbst, wenn die Radikalen keine eigenen Mehrheiten zustande brachten, so konnten sie zumindest andere verhindern.

Bei Parteitaggen ist die Stimmung auch nicht gerade freundlich gegenüber Berichtenden. Angefangen von nahezu schikanösen Sicherheitsdiensten und absurden Regelungen bis hin zu unbotmäßiger Datensammlung



Björn Höcke, Bernd Gögel und Emil Sänze beim Neujahrsempfang der AfD-Fraktion im Landtag



Alice Weidel und (auf dem Bildschirm) Rainer Balzer beim AfD Landesparteitag in Böblingen

bei der Akkreditierung. Anders als andere Parteien behält sich die AfD auch stets vor, bestimmte Medien, die ihr unliebsam sind, erst gar nicht zuzulassen. Immerhin: Die Feindseligkeiten machen es uns denkbar leicht, die journalistische Distanz zu wahren.

Doch dabei wird es nicht bleiben.

Bald wird die AfD erste Mitglieder in den Rundfunkrat entsenden. Spätestens dann könnte es ungemütlich werden. Denn auch das hat die AfD schon in anderen Institutionen gezeigt, die sie verachtet: Sie ist gewillt, mindestens den Betrieb zu stören, viele Menschen mit ihren Eingaben, Nachfragen oder gleich Klagen aufzuhalten und zu binden.

Mit Kanzleien wie der von Medienanwalt Ralf Höcker gehen auffällig viele Mitglieder der AfD bis hin zu den Bundestagsabgeordneten Alice Weidel oder Markus Frohnmaier gegen Medien vor. Nicht nur gegen große öffentlich-rechtliche Sender, sondern auch etwa gegen ein Ulmer Online-Portal oder die Stuttgarter Wochenzeitung Kontext. Das NDR-Medienmagazin Zapp berichtete schon darüber, dass dieses Vorgehen Methode hat. Bei Höcker, kurioserweise bis vor kurzem auch Sprecher der „Werte-Union“, einer losen und innerhalb der CDU nicht anerkannten rechtskonservativen Gruppierung, arbeitet inzwischen auch der ehemalige Verfassungsschutzpräsident Hans-Georg Maaßen mit, der seinen Posten wegen mindestens verharmlosender Äußerungen im Zusammenhang mit rassistischen Ausschreitungen in Chemnitz 2018 verloren hatte.

Dass die AfD nicht gerade zimperlich mit Journalistinnen, aber auch mit politischen Gegnern umgeht, zeigte sich wieder zu Beginn der Corona-Krise: Als der Ministerpräsidenten an einem Tag wegen eines Verdachtsfalls in der Grünen-Landtagsfraktion (der sich später nicht bestätigte) vorübergehend seine Termine absagte, warf ein AfD-Abgeordneter ihm in einer Pressemitteilung gleich „Arbeitsverweigerung“ und „Flucht aus der Verantwortung“ vor. Selbst in dieser Lage inszenierte sich die AfD als Opfer: Weil sie bei den Absprachen der anderen Fraktionen zu schnellen Milliarden-Hilfspaketen für die Wirtschaft nicht einbezogen worden war, drohte sie die notdürftig angepasste Tagesordnung in der Landtagssitzung abzulehnen. Nur durch einen parlamentarischen Gegen-Kniff konnten die Corona-Hilfen überhaupt beschlossen werden. Kurioserweise stimmte die AfD am Ende sogar zu. Alles nur Theater?

In der Berichterstattung thematisierten wir die Umstände, und erwähnten dabei natürlich auch die AfD-Position. Trotzdem schrieb eine aufgebrachte AfD-Vertreterin, wir würden bei der Ausgrenzung der AfD „assistieren“. Sie schloss raunend: „Jeder muss sein Tun letztendlich mit sich selbst ausmachen.“ In einem künftigen Artikel wollen wir uns den Lehren und Strategien im Umgang von Medien mit der AfD widmen.

Markus Pfalzgraf ist Mitglied im DJV-Landesvorstand. Er berichtet für den SWR in Radio, Fernsehen und online über Landespolitik. Einer seiner Schwerpunkte ist die Berichterstattung über die AfD, die er seit ihrer Gründung beobachtet.

LFK-MEDIENPREIS: FAVORITEN NOMINIERT

In ihrer Sitzung haben sich die neun Mitglieder der unabhängigen Jury des LFK-Medienpreises auf 27 Favoriten aus rund 130 eingereichten Beiträgen geeinigt. In den fünf Hörfunk- und vier Fernseh-Kategorien wurden jeweils drei Beiträge nominiert. Die Preisträger werden am 11. Mai 2020 im Palladium-Theater im SI-Centrum in Stuttgart ausgezeichnet. Erstmals wird in diesem Jahr zusätzlich zu den neun Wettbewerbskategorien ein Sonderpreis für gesellschaftliches Engagement vergeben, um die Aktivitäten der Veranstalter in diesem Bereich zu würdigen.

PABEL-MOEWIG-VERLAG ZIEHT UM

Der Pabel-Moewig-Verlag (Freizeit-Revue, Coupé etc.) schließt in Rastatt seine Pforten und zieht noch in diesem Jahr an den Standort des Mutterkonzerns Bauer Media Group nach Hamburg um. Die Mitarbeiter erhalten aller Voraussicht nach Änderungskündigungen und werden damit vor die Wahl gestellt: Umzug nach Hamburg oder Jobsuche! Ein entsprechender Sozialplan besteht, für Übergangslösungen wie Homeoffice oder eine vorübergehende Tätigkeit am alten Standort sieht der Verlag derzeit aber keinen Spielraum.

OZ-VERLAGS-GMBH IN RHEINFELDEN IST INSOLVENT

Die OZ-Verlags-GmbH, die unter anderem mehrere Zeitschriften rund um die Themen Handarbeit, Kreativität und Malerei herausgibt, hat im Februar Insolvenz angemeldet. Besonders bitter dabei: Manche freie Mitarbeiter haben noch offene Honorarforderungen gegen den Verlag, die jetzt aller Voraussicht nach nicht mehr in voller Höhe realisiert werden können.

GESELLSCHAFTERWECHSEL BEI RNF

Die Gremien der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der LMK – medienanstalt rlp haben die Veränderungen in der Eigentümerstruktur bei dem Veranstalter Rhein-Neckar Fernsehen (RNF) mit Sitz in Mannheim geprüft und festgestellt, dass keine rechtlichen Bedenken gegen den Gesellschafterwechsel bestehen. Damit kann das Ballungsraumprogramm RNF auf der Grundlage der erteilten Erlaubnis fortgesetzt werden. Mit Andreas Schneider-Neureither engagiere sich ein

Gesellschafter, der mit dem Heidelberger Softwareunternehmen SNP fest in der Ballungsraumregion verankert ist.

TANJA OCHS WIRD VIZE-CHEFREDAKTEURIN DER „HEILBRONNER STIMME“

Heilbronner Stimme: Christian Klose, 48, bisher Vize-Chefredakteur und Regionalleiter, verlässt die Zeitung für "neue berufliche Herausforderungen". Tanja Ochs wird seine Nachfolgerin, sie arbeitet seit 20 Jahren für die "Heilbronner Stimme".

SWR BEKOMMT EIN INNOVATIONSLAB

SWR plant „tiefgreifende Änderungen der Struktur“ und will die Aufgaben an seinen drei Standorten neu verteilen, schreibt DWDL. Doppelte Strukturen sollen verschwinden, Stellen hingegen nicht. Die Führungsriege wird neu geordnet. Intendant Kai Gniffke will, dass der SWR jünger und digitaler wird. Dabei soll ein Innovationslab helfen, in dem die Mitarbeiter*innen „außerhalb der üblichen Strukturen und Entscheidungswege“ Digitalkonzepte erarbeiten.

SWR SPART AM VIDEOTEXT UND ERWÄGT NEUE TV-NACHRICHTENSENDUNG

SWR will seine nonlineare Reichweite von 6% auf 12% verdoppeln und die Radio-Nachrichten im „Audiokompetenzzentrum“ Baden-Baden zentrieren. Betroffene Mitarbeiter aus Mainz und Stuttgart können laut Intendant Kai Gniffke nach Baden-Baden wechseln oder an ihren Standorten neue Aufgaben übernehmen. In der SWR-App sollen weniger nationale und internationale Themen laufen. Ob der SWR Social Media auch zentral bündelt, ist noch nicht klar. Gniffke erwägt laut DWDL auch eine fünfminütige Nachrichten-Ausgabe im TV, werktags um 14 Uhr. Beim Videotext will er Inhalte einsparen.

PAESLER NEUER GESCHÄFTSFÜHRER BEIM VSZV

Rechtsanwalt Dr. Holger Paesler ist seit 01.01.2020 neuer Geschäftsführer beim Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V. (VSZV). Er folgt auf Rechtsanwalt Stephan Bourauel, der sich im besten Einvernehmen neuen Aufgaben widmen wird. Der 49-jährige Jurist und Betriebswirt Paesler war zehn Jahre Geschäftsführer der Verlagsgruppe Ebner in Ulm und dort maßgeblich für die Zeitungsbeiträge der Gruppe in Baden-Württemberg und Brandenburg verantwortlich.

Daten sind nicht neutral

Die Autorin Caroline Criado-Perez schrieb den Bestseller "Unsichtbare Frauen – Wie eine von Daten beherrschte Welt die Hälfte der Bevölkerung ignoriert" und landete damit unmittelbar einen Hit. In ihrem Vorwort betont die Autorin, dass die Gender Data Gap „keine bösen Absichten verfolgt oder auch nur bewusst erzeugt wurde“. Sie sei schlicht und einfach Ergebnis eines Doppelten nicht denken: Männer sind die unausgesprochene Selbstverständlichkeit, und über Frauen wird gar nicht geredet. Denn wenn wir „Mensch“ sagen, meinen wir meistens den Mann.“



Caroline Criado-Perez, Foto: Paul Clarke

Criado-Perez zeigt für eine Welt, die zunehmend durch Big Data verstanden und gesteuert wird, wie häufig diese Bevorzugung auftritt, wie weit sie verbreitet ist und wie sie die angeblich objektiven Daten verzerrt, die unser Leben zunehmend bestimmen. Sie legt die geschlechtsspezifischen Unterschiede bei der Erhebung wissenschaftlicher Daten offen. Die so entstandene Wissenslücke liege der kontinuierlichen und systematischen Diskriminierung von Frauen zugrunde und erzeugt eine unsichtbare Verzerrung, die sich stark auf das Leben von Frauen auswirkt.

Anhand einer Vielzahl von Studien und Datenquellen dröselte die Autorin scheinbare Selbstverständlichkeiten auf. Frauen werden bei Schneefall häufiger verletzt? Die Schneeräumpläne berücksichtigen bevorzugt die Wege der Autos, Frauen sind aber länger und häufiger auf schlechter geräumten Fußwegen unterwegs. Die längeren Schlangen vor dem Frauenklo in der Theaterpause? Frauenklos haben meist gleich viele Quadratmeter, aber oft haben die Frauen Kinder dabei, manchmal haben sie ihre Periode und die Mehrheit der älteren und behinderten Menschen sind Frauen. Das alles braucht Zeit. Die Tech-Branche ist von Männern dominiert? Geeignete Bewerberinnen fallen bei den konventionellen Suchmethoden aus dem Raster. Frauen frieren häufig an ihrem Arbeitsplatz? Die Normtemperatur wurde an-

hand der Stoffwechselrate eines durchschnittlich 40-jährigen Manns von 70 kg errechnet, die von gleichaltrigen Frauen ist jedoch signifikant niedriger.

Scheinbar problemlose Unisex-Overalls als Dienstkleidung machen das Urinieren für Frauen zu einer aufwendigen und zeitraubenden Prozedur, bei der sie sich fast vollständig entkleiden müssen. Aber welche Frau möchte das thematisieren, wenn sie genau weiß, dass bei einem Teil der Kollegen dann nur das Wort „Auskleiden“ hängen bleibt?

Criado-Perez zitiert eine Studie von 2015, die die Handspannweite von 473 erwachsenen Pianistinnen und Pianisten in Beziehung zum „Grad der Berühmtheit“ setzte und heraus fand, dass alle zwölf international berühmten Pianisten Handspannweite von 22,3 cm und mehr hatten. Die Hände der zwei Frauen, die es in diese Gruppe geschafft hatten, hatten Spannweite von 22,8 und 24,1 cm und lagen damit weit über der durchschnittlichen Handspannweite einer Frau lagen, die zwischen 17,8 und 20,3 cm betragen. Die Standard-Klavatur erschwert es Pianistinnen nicht nur, den gleichen Ruhm zu erreichen wie ihre männlichen Kollegen, sondern dann schadet auch ihre Gesundheit. Sie haben unverhältnismäßig häufiger berufsbedingte Schmerzen und Verletzungen. Die immer größer werdenden Smartphones können von Frau nicht mit einer Hand bedient werden. Das kann für Kolleginnen relevant sein, die in einer hektischen Situation versuchen wollen, mit einer Hand Fotos aufzunehmen oder eine Szene dokumentieren.

Spracherkennungssysteme fusionieren besser mit Männerstimmen. Das könnte daran liegen, dass Spracherkennungssoftware mit sogenannten Korpora geschult wird, das sind große Datenbanken mit Stimmufnahmen dort in der Mehrheit männliche Stimmen verewigt sind. Crashtest-Dummies in der Automobilindustrie

sind gebaut wie ein Durchschnittsmann. Frauen sind meist kleiner, leichter und haben weniger Muskelmasse. Wollen sie Gas und Bremse im Auto erreichen, müssen sie ihren Sitz nach vorne schieben. Kommt es zu einem Unfall, ist die Verletzungsgefahr daher für Frauen höher. Die Kopfstütze fängt den Aufprallschock von Frauenkörpern schlechter ab, beim Gurt werden Brüste und Schwangerschaftsbäuche nicht mitbedacht.

Die Autorin suchte weltweit nach Beispielen. Frauen in Bangladesch etwa bevorzugten luftverschmutzende „Drei-Steine-Feuer“, da die moderneren Herde, die den Haushalten als Alternative vorgeschlagen wurden, sich nur an der Technik orientierten und nicht an den Bedürfnissen der Frauen: Sie erhöhten die Kochzeiten, konnten nur kleinere Holzscheite aufnehmen, verlangten mehr Aufmerksamkeit während des Kochens und so konnten die Frauen nicht parallel zum Kochen andere Tätigkeiten erledigen. Ergo: sauberere Luft, aber noch mehr Arbeit. Das ist dramatisch, denn weltweit ist Luftverschmutzung in Innenräumen der größte Risikofaktor für die Sterblichkeit von Frauen und die häufigste Todesursache für Kinder unter fünf Jahren.

Ein großes Kapitel widmet die Autorin der Medizin und der dort herrschenden Norm des Männlichen – zu sehen in medizinischen Lehrbüchern, aber auch im typischen Medizinstudium. Falsche Diagnosen kämen häufig auch dadurch zustanden, da Ärzte an männlichen Körpern gelernt haben. Viele medizinische Studien werden nur mit Männern durchgeführt. Aber Frauenkörper haben andere Hormone, andere Knochenstruktur und andere Verteilung der Muskelmasse. Also wirken Medikamente anders, und Krankheiten verlaufen anders. Oft sind zum Beispiel auch Grenzwerte für Giftstoffe zu hoch angesetzt für Frauen mit ihrer dünneren Haut und prozentual mehr Fettgewebe.

Für ihre über 1300 Quellen, mit denen sie ihre Aussagen belegt, braucht sie am Schluss des Buches 70 Seiten. Jede*r ist eingeladen, die Hintergründe zu erforschen, sich einem einzelnen Thema ausführlicher zu widmen. Criado-Perez prangert nicht die Herrschaft eines finsternen Männergremiums an, das Frauen heimtückisch dezimieren will. Frauen würden einfach oft vergessen,



auch von Frauen: Als Sheryl Sandberg, COO von Facebook, zum ersten Mal schwanger wurde, arbeitete sie noch für Google. Ihre Schwangerschaft war nicht einfach und Google war bereits eine riesige Firma, mit einem riesigen Parkplatz. Als sie nach reservierten Parkplätzen für Schwangere fragte, wurden diese sofort eingerichtet. Aber ihr selber war es peinlich, dass ihr erst selber die Füße wehtun mussten, damit sie darauf kam, dass man für Schwangere den Weg vom Auto zum Arbeitsplatz möglichst kurz machen sollte.

Die Autorin hält sich an das bewährte Rezept, mit Anekdoten in ein Thema einzusteigen, diese sind aber manchmal nicht sorgfältig genug ausgewählt. Wer sich davon nicht abschrecken lässt, erhält neue Einsichten, interessante Hinweise und reihenweise Aha-Effekte.

Caroline Criado-Perez: Unsichtbare Frauen – Wie eine von Daten beherrschte Welt die Hälfte der Bevölkerung ignoriert. Aus dem Englischen von Stephanie Singh, 496 Seiten, ISBN: 978-3-442-71887-0. 15 EUR