



## Wenn Zahlen die besten Geschichten erzählen

Vier Datenjournalist\*innen aus Baden-Württemberg sprechen über ihre Arbeit





Liebe Mitglieder und Interessierte,

als Berufsverband, der sich um die Herausforderungen in der Medienbranche kümmert, sind wir an den aktuellen Themen der Zeit – und als Gewerkschaft gilt für uns: Nach den Tarifverhandlungen ist vor den Tarifverhandlungen. Bei den Zeitungen hatte der DJV die Verlage zu bundesweiten Gesprächen über eine Sonderzahlung für die Angestellten aufgefordert, da die aktuelle Preisentwicklung durch bestehende Vereinbarungen nicht mehr abgebildet wird. Auch bei Redakteurinnen und Reportern ist schlicht weniger Geld im Portemonnaie oder auf dem Konto als gedacht. Deshalb brauchen wir auch bei Tageszeitungen einen schnellen Ausgleich dafür. Unser Verhandlungsteam weiß um die besondere Lage in manchen baden-württembergischen Häusern, die teils schon eine Zahlung geleistet haben. Diese Perspektive haben sie bestmöglich in den Verhandlungen umgesetzt und für uns im Südwesten etwas Handfestes herausgeholt: Bereits erfolgte Zahlungen sollen nur teilweise und zeitlich begrenzt berücksichtigt werden. Trotzdem dürfte die inzwischen erfolgte Einigung kontrovers diskutiert werden. Deshalb holen wir hierzu die Meinung unserer Mitglieder ein.

Ohnehin müssen wir auch zusätzlich verstärkt über Haustarifverträge bei denjenigen Zeitungen nachdenken, die sich aus dem Tarifgefüge verabschiedet haben. Dies haben wir schon im Frühjahr gefordert.

Wir verfolgen selbstverständlich auch die Arbeitsbedingungen in Ländern, in denen freier Journalismus erschwert oder unmöglich gemacht wird. Nicht nur die Lage in der Ukraine, sondern auch die in Russland verdient unsere Aufmerksamkeit. Ein junger Datenjournalist, der viel riskiert, gibt uns persönliche Einblicke. Kennengelernt habe ich Dmitry Vasiliev beim CSD, beim „Stuttgart Pride“, an dem wir im Zeichen der Vielfalt von, in und für Medien schon zum zweiten Mal teilgenommen haben. Begegnungen wie diese – wie auch die mit Vseslava Soloviova, deren damalige Redaktion des mutigen ukrainischen Onlinemediums Zaborona vom DJV und anderen mit dem Siebenpfeiffer-Preis ausgezeichnet wurde – bringen uns als Verband wertvolle Perspektiven. Und plötzlich sind die großen Medienthemen ganz nah und mitten unter uns.

Wir probieren auch neue Formate aus und versuchen, kleinere, mehr und flexiblere Formate zu finden. So war beispielsweise ein After-Work-Abend in der DJV-Geschäftsstelle ein voller Erfolg: Etliche Mitglieder, aber auch Nicht-Mitglieder verschiedener Medien, Gesprächspartnerinnen von Behörden, und Pressesprecher von Unternehmen, Hochschulen und Verlagen waren dabei, um sich zwanglos auszutauschen. (Und ja, auch PR-Leute machen eine beträchtliche Gruppe in unserer Mitgliedschaft aus.)

Genau das wollen wir intensivieren: Möglichkeiten der Begegnung, aber auch weiterhin informative Formate für unsere Mitglieder, die entweder einen handfesten Nutzwert für sie haben – wie etwa die Abende des Fachausschusses für Freiberufler, zu Versicherungsthemen oder Veröffentlichungsmöglichkeiten – oder uns alle mit inhaltlichen Themen in unserem Berufsfeld voranbringen, wie etwa bei Künstlicher Intelligenz, Diversity, Medienfreiheit oder Medienschutz. Auch bei geringer werdenden Spielräumen bieten wir insgesamt in diesem Jahr dank kreativer Lösungen so viele Veranstaltungen an wie noch nie. Weiter so!

Markus Pfalzgraf  
1. Landesvorsitzender

# Publikumstest und Emails · Feedback zum neuen Blickpunkt

## Ermunternde Reaktionen live

Ein erster Publikumstest des neuen Blickpunkt-Formats war das diesjährige MedienZukunftFestival. Hier konnte der DJV Baden-Württemberg live dabei zusehen, wie das neue Format seines Magazins angenommen wurde und das war außerordentlich ermutigend: Der bereitgestellte Stapel war schnell auf ein kleines Häufchen zusammengeschrumpft. Im Publikum wurde gelesen und erfolgreich gefaltet. Gelobt wurde vor allem die innovative Idee, die das Sparen zu einem Vergnügen macht, aber auch das Recycling-Papier und die Übersichtlichkeit: „Fasst sich super an und sieht sehr gut aus.“

## Wenig schriftliches Feedback

Sehr viel weniger Beurteilungen haben wir schriftlich erhalten, insgesamt zeigen die Emails eine gemischte Reaktion auf das neue Konzept des Blickpunkt-Magazins. Während man einerseits das frische Design und die Informationsdichte schätzt, kritisiert die andere Seite mangelnde inhalt-

liche Tiefe und die physische Gestaltung: Kollege 1 nennt es eine „Schöne Überraschung“. Er findet das neue Konzept des Blickpunkt-Magazins pfiffig, obwohl er die Faltung als Herausforderung sieht. Er schätzt die Informationsdichte und weniger die Abbildung von "Nasen". Kollege 2 kritisiert das Magazin für seinen geringen Neuigkeitswert, er nennt es „dürftig“, ihm fehlen Informationen zu aktuellen Medienthemen. Er wünscht sich mehr Berichterstattung über die Aktivitäten des DJV. Kollegin 3 fragt „Ist das Ihr Ernst?“. Sie ist unzufrieden mit der Faltung und schlägt ein E-Paper als umweltfreundliche Alternative vor. Kollege 4 kommt mit dem neuen Format nicht gut zurecht und schlägt vor, das Magazin nur noch digital zu veröffentlichen. „Dennoch mein Respekt, dass ihr versucht, neue Wege zu gehen!“, fügt er an. Kollege 5 kommt mit dem Format gut zurecht und hat sich nach der Lektüre des Blickpunkt erstmals mit ChatGPT befasst und auch schon Textbausteine übernommen. Für die Zukunft wünscht er sich mehr verbandsinterne Info im Stil eines Newsletters.

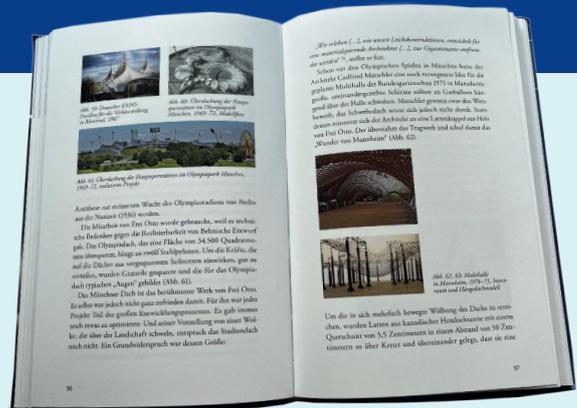
## Buchtipps

### Architekturgeschichten: Von der Vielfalt des Bauens

Architekturführer für Einsteiger  
von Gerd Ackermann und Ulrike Pfeil

Architekturgeschichte auf weniger als 200 Seiten, geht das? Wenn man es so macht, wie Gerd Ackermann und unsere DJV-Kollegin Ulrike Pfeil in Architekturgeschichten, dann ist das ein durchaus vielversprechender Ansatz: Die Autor\*innen wollen keine systematische Einführung in die Architekturgeschichte geben. Vielmehr wollen sie mit ihren Geschichten, „zum Schauen, Staunen, Kennenlernen – und zu einem lebendigen Austausch über Architektur“ ermutigen. Ihre illustrierten Beispiele sortieren sie nicht chronologisch, sondern sie suchen nach den verborgenen Regeln der Architektur, ordnen architektonische Konzepte ein und diskutieren Architektur in den Clustern „Konzepte“, „Konstruktion“, „Persönlichkeit“ und „Gesellschaft“.

Am Anfang steht die Suche nach Schönheit und damit wenden sich Ackermann und Pfeil explizit nicht an Experten, sondern an Einsteiger, an junge Menschen, die Architektur studieren wollen, und an Flaneure, die mit wachen Augen durch die Städte gehen. Das Buch will dazu anregen, „die eigene Wahrnehmung zu befragen und zu schärfen: für Proportionen, Licht und Schatten, für Materialien, Geräusche, Solidität oder Imponiergehabe“. Im Zentrum des Buches steht der Mensch und nicht das Bauwerk. Im



Nachwort schreiben Ackermann und Pfeil: Schauen Sie sich um: „Welche Gedanken mögen den Architekten beim Entwurf Ihrer Wohnung geleitet haben? Was macht den Stadtplatz, auf dem Sie Ihren Kaffee trinken, so attraktiv? Warum erscheint das neue Hotel am Fluss, na ja, gewöhnungsbedürftig? Wenn Sie sich beim Gang (denn Architektur erschließt sich am besten in langsamem Tempo) durch bekannte und neue Quartiere jetzt mehr solche Fragen stellen und darauf Ihre eigenen Antworten finden, hat unser Buch seinen Zweck erfüllt. Keine Kunst ist öffentlicher als die Architektur, keine greift unmittelbarer ins alltägliche Leben der Menschen ein und bedingt es sogar.“

### Architekturgeschichten:

**Von der Vielfalt des Bauens.** Gebundene Ausgabe – 26. September 2022 von Gerd Ackermann und Ulrike Pfeil. Verlag: avedition, Hardcover, 184 Seiten, 29,00 €

Susann Mathis

# Über die Freiheit man selbst sein zu können Vielfalt und Akzeptanz in der Arbeitswelt



Foto: Gregor Schwarz

Die diesjährige Teilnahme des DJV Baden-Württemberg am CSD begann im Vorfeld mit einem Online-Talk von Albert Kehrer, Gründer der Stiftung "Prout at Work". Prout at Work verfolgt das Ziel einer Arbeitswelt, die für alle Menschen, unabhängig von ihrer sexuellen Orientierung oder Geschlechtsidentität, offen ist.

Kehrer ist Coach und Unternehmensberater und beschäftigt sich seit 17 Jahren mit Diversity in Unternehmen. Seine Themen: Wie können wir von Vielfalt profitieren? Wie sollten wir mit Vielfalt umgehen? Warum haben wir Angst vor dem Anderen und wie können wir unsere Vorbehalte abbauen? Das Verbergen der eigenen Identität kann zu einem Verlust an Lebensfreude und Produktivität führen.

Die Freiheit, man selbst sein zu können, ist also nicht nur eine Frage der persönlichen Zufriedenheit, sondern hat auch direkte Auswirkungen auf die Arbeitsleistung. Im Nachgang der Veranstaltung nennt Albert Kehrer dem „Blickpunkt“ drei Studien der Boston Consulting Group (BCG), die tiefere Einblicke in die Bedeutsamkeit von Vielfalt und Inklusion in der Arbeitswelt bieten. Zudem beantwortet er uns einige Fragen.

## **Chefsache Diversity: Albert Kehrer's Empfehlungen für ein inklusives Arbeitsumfeld**

**Frage:** Welche Erkenntnisse aus den Studien haben Sie denn am meisten überrascht?

**Albert Kehrer:** Dass die Diskriminierungserfahrungen unverändert hoch sind, d.h. dass weiterhin 75 % der LGBTQ+ Diskriminierungserfahrungen am Arbeitsplatz machen. Die

BCG-Studie bestätigt das. Das heißt, obwohl wir mehr rechtliche Gleichstellung haben, scheint es immer noch viel Homophobie im Land zu geben.

**Frage:** Gleichzeitig ist die Bereitschaft, sich zu outen, gestiegen...

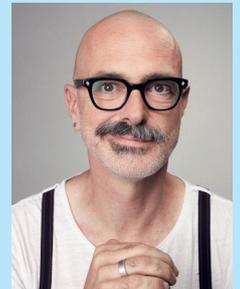


Foto: Prout@Work-Foundation

Albert Kehrer

**Albert Kehrer:** Das ist richtig. Es ist eine gute Nachricht, dass die Menschen immer offener mit dem Thema umgehen. Erschreckend ist aber, dass die Diskriminierungserfahrungen nicht abnehmen.

**Frage:** Was können Unternehmen tun, um Diskriminierung wirksam abzubauen?

**Albert Kehrer:** Viel mehr Unternehmen als noch vor zehn Jahren wollen sich mit dem Thema auseinandersetzen. Es geht letztlich darum, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem sich Menschen outen können. Das heißt aber auch, Führungskräfte so zu schulen, dass sie damit umgehen können, wenn sich jemand outet. Und dass sie Menschen begleiten, wenn sie sich outen oder wenn eine transsexuelle Person in der Transition ist. Sie müssen auch Präzedenzfälle von Diskriminierung ganz klar ahnden und sagen: Das ist bei uns nicht erwünscht.

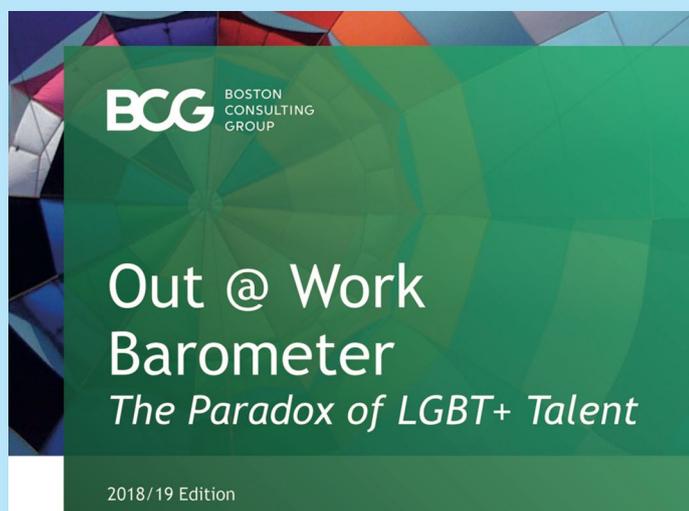
**Frage:** Was kann man von den Unternehmen lernen, die es besser machen als andere?

**Albert Kehrer:** Diversity muss Chefsache sein, denn die Hierarchie hat Einfluss in den Unternehmen. Nur wenn man ganz oben davon überzeugt ist, dass das ein wichtiges

Thema ist, werden Budgets zur Verfügung gestellt und dann passiert auch etwas. Dann muss man auch ein Netzwerk von Mitarbeitenden fördern, weil das zum einen ein Safe Space ist für Leute, die sich noch nicht geoutet haben. Da können sie sozusagen lernen, wie man mit dem Thema umgeht. Zum anderen könnte dieses Netzwerk Verbesserungsvorschläge machen. Denn es ist ja immer sehr betriebsspezifisch, was gemacht werden muss und da hilft so ein Mitarbeitenden-Netzwerk (manchmal versteht Siri lustige Dinge, wenn ich diktiere :) natürlich schon enorm.

**Frage:** ist die Situation in der Medienbranche genauso schlecht oder gut wie alle anderen Branchen?

**Albert Kehrer:** Da ist es nicht besser als in anderen Branchen. Die Medien haben aber auch einen gesellschaftlichen Auftrag und könnten viel mehr Diversity vorleben. Sie könnten Menschen unterschiedlicher Hautfarbe, Menschen unterschiedlicher sexueller Orientierung, Menschen mit Behinderung usw. sichtbar machen, damit sie alltäglich werden. So dass wir keine außergewöhnlichen Themen mehr sind, sondern einfach zu unser aller Leben gehören.



## Studie: Out@Work-Barometer

Die Studie basiert auf den Antworten von mehr als 4.000 Teilnehmer\*innen aus über zehn Ländern und 60 Nationalitäten. Eine der wichtigsten Erkenntnisse ist, dass zwar 85 % der deutschen LGBT+ Talente bereit sind, ihre sexuelle Orientierung am Arbeitsplatz preiszugeben, aber lediglich 37% dies tatsächlich gemacht haben. In Deutschland glauben 38 % der LGBT+ Talente, dass Offenheit am Arbeitsplatz ihr Leben erleichtern würde. Dennoch betrachten 22 % der Befragten dies als Risiko für ihre Karriereentwicklung und 42% würden ihre Vorgesetzten über ihre sexuelle Orientierung anlügen.



RELATED EXPERTISE: DIVERSITY, EQUITY, AND INCLUSION, PEOPLE STRATEGY

## Why the First Year Matters for LGBTQ+ Employees

### Studie: Warum das erste Jahr für LGBTQ+-Mitarbeiter wichtig ist

Diese nicht repräsentative Umfrage wurde speziell auf Mitarbeiter\*innen in Unternehmensumgebungen mit hohem Bildungsniveau ausgerichtet. Eine bedeutende Erkenntnis ist, dass die meisten LGBTQ+ Mitarbeiter\*innen entweder innerhalb der ersten zwölf Monate am Arbeitsplatz ihr Coming-out haben oder gar nicht. LGBTQ+ Mitarbeiter, die ihre Identität offen kommunizieren, fühlen sich wohler und sind eher bereit, sich am Arbeitsplatz zu äußern und Freundschaften zu schließen. Unternehmen profitieren von einer inklusiven Kultur.



## A New LGBTQ Workforce Has Arrived—Inclusive Cultures Must Follow

June 2020  
By Pierre Dupreille, Gabrielle Novacek, Jeff Lindquist, Nathan Micon, Simon Pellas, and Glenda Testone

### Studie: Die neue LGBTQ-Belegschaft ist da - integrative Kulturen müssen folgen

„A New LGBTQ Workforce Has Arrived—Inclusive Cultures Must Follow“ zeigt dass die LGBTQ-Belegschaft heute besonders bei jüngeren Generationen vielfältiger ist. Allerdings sind 40% der LGBTQ-Angestellten am Arbeitsplatz noch nicht geoutet. Insgesamt gaben 75% der LGBTQ-Angestellten an, im letzten Jahr aufgrund ihrer Identität am Arbeitsplatz negative Erfahrungen gemacht zu haben. Die Studie belegt, dass LGBTQ-Mitarbeitende, die ihre Identität offen leben, ein höheres Maß an psychischer Sicherheit empfinden. Negative Erfahrungen führen zu Einschränkungen in Bezug auf Innovationskraft und Produktivität. Zudem neigen Mitarbeitende eher dazu, aufgrund der Unternehmenskultur ihren aktuellen Job zu verlassen.

Von Susann Mathis

# FAST SCHON TRADITION: SECHS JAHRE MEDIENZUKUNFTFESTIVAL



Seit 2018 ist das MedienZukunftFestival (MZF) des DJV Baden-Württemberg eine Plattform für Weiterbildung, Diskussion und Networking innerhalb der Medienbranche in Baden-Württemberg. Das Festival wird von einem engagierten Team aus sieben Personen geleitet, von denen hier vier für den Blickpunkt auf die Entwicklung des MZF blicken. Von einem seiner Gründer muss sich das Team allerdings dieses Jahr verabschieden: Christoph Holbein zieht sich aus dem Organisationsteam zurück.

## DYNAMIK UND INNOVATIONSGEIST

**Meena Stavesand** betont die Dynamik und den Innovationsgeist im Organisationsteam des MedienZukunftFestivals: "Was mich bis heute begeistert, sind die Kreativität und der Spirit, die wir im Orga-Team haben. Wir suchen immer nach neuen Themen, gleichen diese mit aktuellen Entwicklungen ab, haben Veränderungswillen. Diese Energie spüre ich dann auch bei den Events selbst. Es macht Spaß, gemeinsam an den Entwicklungen im Journalismus und der Branche zu arbeiten und diese kritisch-konstruktiv zu diskutieren."

**Julia Schweizer** ergänzt diese Perspektive mit einem Blick auf die Anfangsphase des Festivals: "Gerade der Anfang im Frühjahr 2018 war mühsam, wir hatten gute Ideen, aber auch vieles wieder verworfen und sind nach einigen Wochen mit ersten Vorplanungen gefühlt ganz neu gestartet – ich hätte nicht gedacht, wie viel Arbeit in einer Veranstaltung stecken kann, und wie viel Vorlauf nötig ist, um Referenten anzufragen."

**Armin Fix** war beim ersten MZF als Helfer und Besucher vor Ort. „Meiner Meinung nach war die Veranstaltung ein großer Erfolg“, urteilt er rückblickend.

**Christoph Holbein** schließt die Runde mit einem Rückblick auf die Herausforderungen und Erfolge der letzten Jahre, insbesondere während der Pandemie: „Das MZF hat auch die Coronajahre gut überstanden, als wir auf digitale Veranstaltungen umgestiegen sind. Bereichernd für mich waren vor allem die Erfahrungen, mit einem hoch motivierten Team zusammenzuarbeiten, das mit vielen Ideen und Anregungen das Festival nicht nur am Leben erhalten, sondern kontinuierlich weiter entwickelt hat.“

## WEITERBILDUNG, NETWORKING UND ENGAGEMENT

Das Ziel des MedienZukunftFestivals (MZF) ist eindeutig definiert: Weiterbildung, Diskussion und Networking stehen im Vordergrund. Christoph Holbein unterstreicht die Relevanz des Festivals für den DJV Baden-Württemberg „Es ist wichtig, mit dem MZF zu dokumentieren, dass der Landesverband Baden-Württemberg des Deutschen Journalistenverbands den Finger am Puls der Zeit hat in Sachen Medieninhalte, Medienpolitik, Medientechnik, neue Formen und Methoden des Journalismus.“

**Meena Stavesand** ergänzt diese Zielsetzung mit dem Hinweis auf die inhaltliche Ausrichtung der Workshops: „Man kann nur über Dinge sprechen, über die man Bescheid weiß. Deswegen kombinieren wir gerne in unseren Workshops Wissensvermittlung mit Diskussionen. Zum anderen kommt dem Networking eine bedeutende Rolle zu.“

Beim MZF lernen sich Medienmenschen kennen und tauschen sich zu Themen aus. Es gibt Teilnehmende, die sich jedes Jahr auf dem MZF wiedertreffen – das ist besonders schön.“

Ein weiterer Aspekt, der nicht außer Acht gelassen werden sollte, ist die Möglichkeit, durch das MZF Journalist\*innen auf den DJV aufmerksam zu machen und sie als neue Mitglieder zu gewinnen, wird vom Orga-Team ergänzt.

## MZF WAS GUT LÄUFT

"Die Arbeit im Team, die Ideenfindung, die Gestaltung des Festivals, die Programmgestaltung und die Akquise der Referent\*innen laufen gut", sagt Christoph Holbein. In ähnlicher Weise betont Julia die Stärke der Teamdynamik: "Nach all den Jahren ist vieles im Team sehr gut eingespielt, auch wenn es immer wieder Wechsel gab."

Meena fügt dem Lob für das Organisationsteam hinzu: „Die letzten Jahre hatten wir ein tolles eingespieltes Orga-Team. Die Arbeit macht einfach Spaß. Die positiven Rückmeldungen der MZF-Teilnehmenden runden alles ab.“ „Die einzelnen Veranstaltungen werden sorgfältig ausgestaltet und auch vor Ort immer mit viel Engagement betreut. Das MZF pflegt meiner Meinung nach in seiner sehr spezifischen Zielgruppe eine hohe Beliebtheit und zieht jährlich zahlreiche Besuchende an“, so Armin.

## MZF WAS NOCH BESSER LAUFEN KÖNNTE

Trotz des Erfolgs gibt es auch Herausforderungen. Bei der Sponsorsuche gibt es einige Schwierigkeiten, äußert Meena: "Wir haben zum Glück sehr treue Sponsoren wie den DJV BW als Veranstalter, das Presseversorgungswerk, den Sparkassenverband Baden-Württemberg und die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, von denen einige von Anfang an dabei sind." Trotzdem wird es immer schwieriger, günstige Eintrittspreise für das MZF zu ermöglichen.

**Armin** fände es wünschenswert, mehr junge Talente bei den Veranstaltungen zu sehen. „Vor allem wenn man bedenkt, dass es meines Wissens nur wenige alternative Veranstaltungen gibt, die sich gezielt an die junge Generation richten und den Fokus auf die Zukunft des Journalismus legen.“

**Julia und Christoph** erhoffen sich eine verstärkte Unterstützung durch den Veranstalter DJV Baden-Württemberg. "Ein intensiverer Austausch, besonders im Bereich der Sponsoringgewinnung, wäre sehr wünschenswert", äußert Christoph. Ob die Zusammenlegung des Festivals mit dem DJV-Gewerkschaftstag und -Sommerfest in den Jahren 2022 und 2023 eine sinnvolle Entscheidung war, wird unterschiedlich bewertet.

## MZF BEREICHERND UND GEWINNBRINGEND

Alle Beteiligten betonen, wie viel sie durch ihre Arbeit am MedienZukunftFestival (MZF) gelernt haben

**Meena Stavesand** hebt hervor: "Wie wichtig Vielfalt im Team ist." Armin hingegen zeigt auf, „dass ein engagiertes Team auch mit begrenzten Ressourcen eine großartige Veranstaltung abhalten kann.“

**Christoph Holbein** fand es bereichernd und absolut gewinnbringend, mit jungen Menschen zusammen so ein doch nicht einfach zu stemmendes Projekt auf die Beine zu stellen: „Dafür danke ich sehr. Es hat mir gezeigt, dass der seriöse Journalismus eine kreative Zukunft hat, wenn Menschen zusammenkommen und gemeinsam Ideen entwickeln.“

**Julia Schweizer** teilt ihre persönlichen Erfahrungen und Lernprozesse. Sie versucht immer, die für sie interessantesten Themen in der Vorbereitung oder am Veranstaltungstag selbst zu begleiten. Dabei kommt es auch zu Überraschungen: „Neu und lehrreich war für mich beim #MZF19 auch die Erfahrung, eine Podiumsdiskussion selbst vorzubereiten und zu moderieren (und spontan zu sein, wenn sich am Vortag plötzlich ein anderer Teilnehmer meldet und doch mitdiskutieren will)".

**Christoph Holbein** fasst die Wünsche des Teams zusammen: "Es wäre schön, wenn das MZF seine siebte, achte, neunte, zehnte und weitere Auflage erleben würde."



## MZF VIER VON SIEBEN:

**Meena Stavesand**, hat das MZF zum fünften Mal als Projektleiterin organisiert. Sie ist freie Journalistin, spezialisiert auf die Themen Digitalisierung und Technologie.



**Julia Schweizer**, Redakteurin bei der Ludwigsburger Kreiszeitung, ist beim MZF im Social Media-Team. Auch sie ist seit Beginn dabei.



**Armin Fix**, ist Software-Entwickler im Finanzdienstleistungssektor – neudeutsch FinTech genannt. Beim MZF ist er für den Sammelbegriff „die Technik“ zuständig.



**Christoph Holbein**, Vorsitzender des Fachausschusses für festangestellte Redakteure und Betriebsräte bei Medienunternehmen, hat bislang die Finanzen des MZF verwaltet. Das Festival ist auf seine Anregung hin aus dem (damals noch so genannten) Fachausschuss Tageszeitungen/Betriebsräte entstanden.

# Die aktuellen Rechtstipps

Auf der Seite des DJV Baden-Württemberg finden Sie regelmäßig einen aktuellen Rechtstipp unseres Geschäftsführers und Syndikusrechtsanwalts Gregor Schwarz oder unserer Justiziarin und Syndikusrechtsanwältin Astrid Braun. Dieser kann natürlich keine individuelle Beratung ersetzen, die unsere Mitglieder über den DJV-Rechtsschutz kostenlos erhalten.



## Was kann ich tun, wenn ich aufgrund meiner journalistischen Tätigkeit auf Social Media angegriffen werde?

von Astrid Braun

Die Nerven einiger Menschen müssen wirklich blank liegen. Ein Artikel beispielsweise über ein Stadtfest einer kleinen, kreisangehörigen Gemeinde, in dem die Stimmung als ausgelassen, heiter oder bunt bezeichnet wird, reicht mittlerweile anscheinend schon aus, die Stimmung in manchem Lager hochkochen zu lassen und Journalist\*innen aufs Übelste zu beleidigen, teilweise sogar zu bedrohen. So leider konkret geschehen bei einem unserer Mitglieder. Wie kann man sich vor solchen Menschen schützen? Drei Hauptempfehlungen zum Selbstschutz:

1. Datenschutz in sozialen Medien: Journalist\*innen sollten persönliche Informationen wie Telefonnummern oder Wohnadressen nicht öffentlich teilen.
2. Dokumentation: Beleidigungen und Bedrohungen sollten durch Screenshots und Datumsangaben dokumentiert werden. Dies ist entscheidend für den Ausgang eines möglichen Strafverfahrens.
3. Strafanzeige stellen: Bei Bedrohungen, die in Deutschland ein Officialdelikt sind, sollten Journalist\*innen Strafanzeige erstatten. Bei Beleidigungen, einem Antragsdelikt, ist ein Strafantrag erforderlich.

Dies ist nur ein kurzer Ausschnitt. Der vollständige Rechtstipp, den Sie unter [djv-bawue.de/rechtstipps-fuer-journalistinnen](https://t1p.de/djv-bawue.de/rechtstipps-fuer-journalistinnen) abrufen können, enthält weitere interessante Punkte, die Sie lesen sollten, um einen umfassenden Einblick in die Thematik zu erhalten.



## Verschiedenes Geschlecht – ungleiche Bezahlung? Nicht mehr so einfach!

von Gregor Schwarz

Acht lange Jahre hat sich die Journalistin Birte Meier gegen ihren früheren Arbeitgeber ZDF durch die Instanzen geklagt. Jetzt haben sich die Parteien in einem Vergleich vor dem Bundesarbeitsgericht zu Gunsten der Klägerin geeinigt. Grund dafür dürfte sein, dass das Gericht ansonsten entschieden hätte, dass Meier in ihrer Funktion als Reporterin beim Magazin „Frontal21“ nicht schlechter hätte bezahlen werden dürfen als ihre männlichen Kollegen, die bei gleicher Arbeit und Qualifikation deutlich mehr verdient hatten. „Gender pay gap“ nennt sich das Phänomen, von dem bestimmt auch einige DJV-Mitglieder betroffen sein könnten.

Aber wie können diese ihre Rechte durchsetzen? Und dauert das dann auch acht Jahre? Den juristischen Hebel, um gegen Lohnungleichheit rechtlich vorzugehen, gibt es seit 2017 unter dem schönen Namen „Entgelttransparenzgesetz“ (EntgTranspG).

Dies ist nur ein kurzer Ausschnitt. Die vollständige Version des Rechtstipps gibt weitere Einblicke und Informationen zu diesem Thema.

**Ein Rechtstipp ersetzt nicht die umfassende, rechtliche Beratung im Einzelfall. Mitglieder und solche, die es werden wollen, sind herzlich eingeladen unsere Geschäftsstelle zu kontaktieren. Wir helfen gerne weiter.**

Die jüngsten Rechtstipps finden Sie immer hier:

<https://t1p.de/djv-bw-rechtstipps>

# Wenn Zahlen die besten Geschichten erzählen

Vier Datenjournalist\*innen aus Baden-Württemberg sprechen über ihre Arbeit

Datenjournalismus ist so etwas wie der coole Tech-Geek im Team. Sein Einzug in deutsche Redaktionen begann vor etwa zehn Jahren mit einzelnen spektakulären Leuchtturmprojekten wie den Panama Papers. Aber es geht auch ohne solche „Leaks“: In vielen öffentlich zugänglichen Datenbeständen stecken brisante Informationsquellen – sofern man sie auszuschöpfen weiß.

Inzwischen hat sich die Auswertung großer Datenmengen auf relevante Fragestellungen hin neben der personalisierten Berichterstattung etabliert. Datenjournalismus ist heute keine isolierte Disziplin mehr, sondern Teil der redaktionellen Arbeit: Journalist\*innen analysieren komplexe und umfangreiche Datensätze mit fortgeschrittenen Datenanalysetools und -techniken, etwa wenn der SWR untersucht, wie lange es in den verschiedenen Orten und Regionen seines Einzugsgebietes dauert, bis ein Rettungswagen bei einer Patientin oder einem Patienten eintrifft. Dies geht weit über einfache Tabellenkalkulationen und Datenbankabfragen hinaus. „Big Data“ bezeichnet in diesem Zusammenhang Datenmengen, die zu groß und zu komplex sind, um sie mit manuellen Methoden auszuwerten. Diese Daten müssen aufbereitet und verständlich dargestellt werden – als Text, Audio, Video oder auch als interaktive Grafik.

## Kann man 2023 noch mit Excel Datenjournalismus betreiben?

Auf diese Frage antwortet **Jan Georg Plavec**, leitender Redakteur für Datenjournalismus und Datenprojekte bei der Stuttgarter Zeitung und den Stuttgarter Nachrichten (StZ/StN), mit einem ermutigenden „Ja. Excel reicht für den Anfang völlig aus, vor allem bei kleinen Datensätzen.“ Nach seinem Volon-



Jan Georg Plavec, StZ/StN

tariat spezialisierte Plavec sich auf Datenjournalismus mit regionalem Fokus und baute diesen Bereich in Stuttgart auf. So konzipierte und leitete er preisgekrönte Projekte wie die „Crimemap“ oder das „Feinstaubradar“. Heute programmiert das Stuttgarter Datenteam in der Sprache R und verwendet spezielle Software zur Auswertung. „Mit den Programmierkenntnissen vervielfachen sich die Möglichkeiten“, sagt Plavec.

**Christian Schellenberger**, heute Datenjournalist bei den Badischen Neuesten Nachrichten (BNN), machte seine ersten Erfahrungen im Datenjournalismus aus Neugier: Er wollte regionale Einbruchszahlen geografisch darstellen. „Ich habe damals rudimentäre Methoden der Datenvisualisierung verwendet, und so hat es angefangen.“ Christian Schellenberger volontierte in Offenburg bei der Mittelbadischen Presse. Danach war er drei Jahre bei der Schwäbischen Zeitung, wo er mit einem Kollegen intensiver an datengetriebenen Geschichten arbeiten konnte. Im Juli 2020 wechselte er zur BNN, als explizit eine Stelle für eine\*n Datenjournalist\*in ausgeschrieben war.



Christian Schellenberger, BNN

## Programmiersprachen sind Hilfsmittel

Schellenberger nutzt heute Python für wiederkehrende Analysen, etwa zur Erfassung von Rasern in bestimmten Straßen. „Damit kann ich meine Arbeit wiederverwenden, was gerade bei jährlich wiederkehrenden Themen sinnvoll ist.“ Für die Visualisierung verwenden die BNN das Tool Flourish, mit dem man über ein Webinterface einfach verschiedene Diagramme, Karten etc. zusammenstellen kann.



Simon Koenigsdorff, StZ/StN

„Programmieren wird vor allem dann relevant, wenn man Live-Daten nutzen will, wenn man Dinge wiederholt durchspielen will, zum Beispiel bestimmte Daten einmal im Monat nach Stadtbezirken auswerten will“, sagt auch Plavec Kollege **Simon Koenigsdorff**, der während der Corona-Pandemie das Programmieren lernte. 2021 bewarb er sich mit der Idee für diese Klimazentrale um ein Volontariat in der Gemeinschaftsredaktion von StZ/ StN und spezialisierte sich dann auf Datenjournalismus – seit Mai 2023 als Redakteur. Ihr Projekt „Klimazentrale“ wurde mit dem Theodor-Wolff-Preis ausgezeichnet.

„Ohne Programmierkenntnisse sind große Datenmengen nicht zu bewältigen“, so Koenigsdorff. Manchmal gäbe es aber auch Ämter oder auch Wissenschaftler\*innen, die Daten gut aufbereitet zur Verfügung stellen könnten. Plavec bekräftigt: „Es geht nicht um l'art pour l'art, das ultimative Ziel ist es, die Daten zu nutzen, um eine Geschichte besser erzählen zu können. Programmierkenntnisse sind ein Werkzeug, das dabei hilft.“

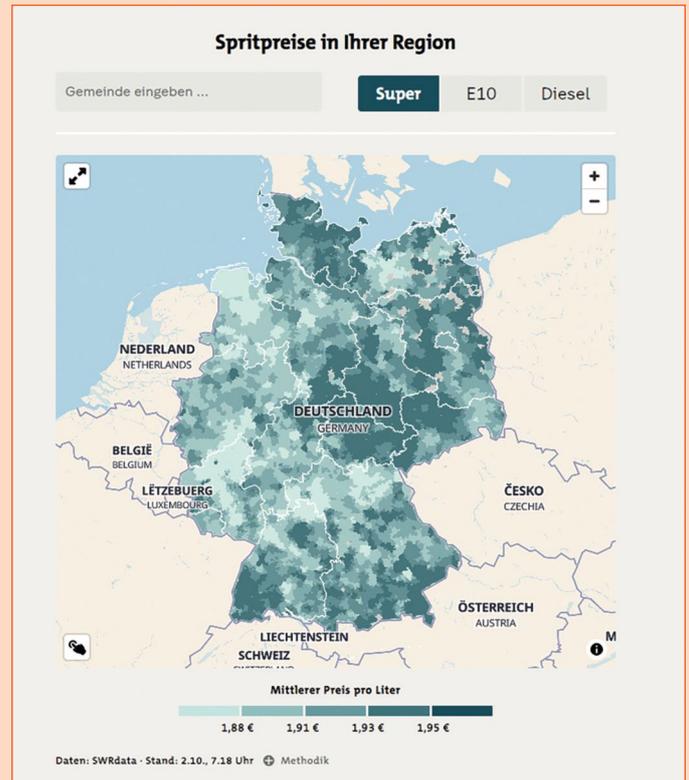
Auch **Elisa Harlan** verdeutlicht diesen Fokus. Die Grimme-Online-Award-Preisträgerin leitet das neue Data Lab des SWR. Sie betont: „Unser Kernauftrag ist die journalistische Recherche – datengetrieben und investigativ.“ Zuvor war sie Reporterin beim Bayerischen Rundfunk und Mitglied bei Correctiv. Sie ist Absolventin der Deutschen Journalistenschule und studierte Datenjournalismus in den USA.



Elisa Harlan, SWR

## SWR geht mit Data Lab an den Start

Im neuen Data Lab des SWR soll ein interdisziplinäres Reporterteam mit computergestützten Methoden datengetriebene, investigative und erklärende Recherchen durchführen. „Das SWR Data Lab entwickelt eigenständig Recherchen und Projekte, arbeitet jedoch in engem Austausch mit unterschiedlichen Redaktionen und Partner:innen im SWR und in der ARD zusammen. Enge Partner sind zum Beispiel unsere Newsrooms in Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg“, sagt Harlan.



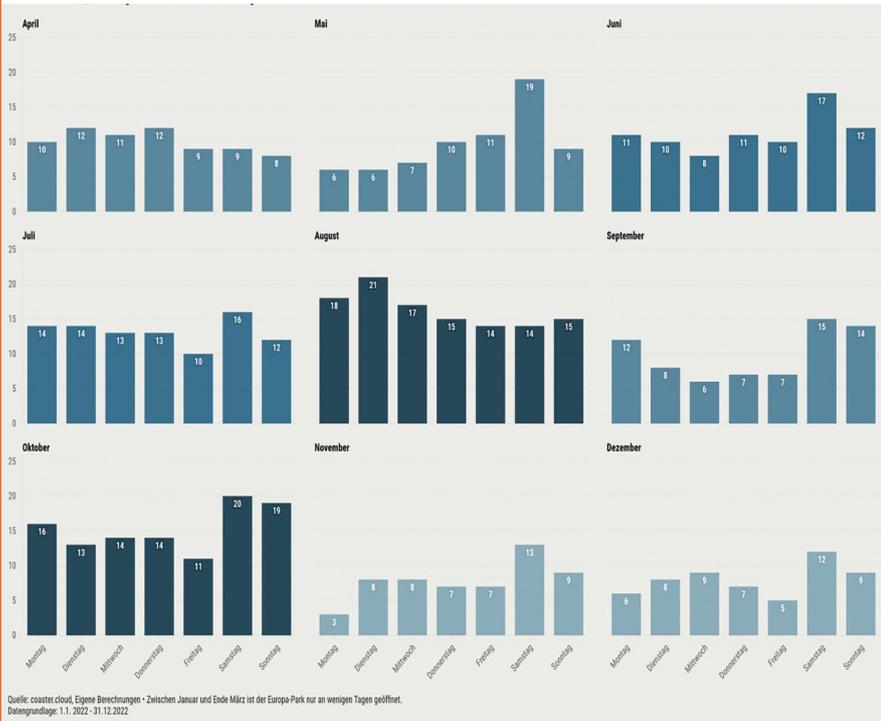
Zu welchem Preis man tagesaktuell tanken kann, zeigt diese Deutschland-Karte. Foto: Screenshot SWR.

## Wirtschaftlichkeit durch Automatisierung und Reproduzierbarkeit

Es ist nicht einfach zu beantworten, ob datengetriebene Geschichten in der Produktion teurer sind. Das Verhältnis Euro pro Textzeile ist auf den ersten Blick schlecht. Datenjournalismus kann aber an anderer Stelle sehr kosteneffizient sein, z.B. wenn durch Automatisierung individuelle Texte für verschiedene Untergruppen generiert werden. „Bei Bundes- oder Landtagswahlen schreiben wir mit gut zwei Wochen Vorbereitungszeit vollautomatisch 1101 Texte zur Wahlberichterstattung für jede einzelne Gemeinde im Land und erzielen damit über eine Million Aufrufen aus einer Arbeit. Da ist die Wirtschaftlichkeit sehr gut“, sagt Plavec. An anderer Stelle kann es aber passieren, dass man tagelang versucht, Daten zu verstehen, die dann doch nicht so interessant sind, wie man es sich erhofft hatte. „Dann steckt eine Woche Arbeit in einem normalen Präsentationstext.“

So versuchen die Datenteams eine Balance zwischen planbaren und unvorhersehbaren Projekten zu finden. Bei der Stuttgarter Klimazentrale etwa zahlt sich der Aufwand für Recherche und Analyse durch die Qualität und Schnelligkeit der Berichterstattung aus, erklärt Koenigsdorff: „Wenn es sehr heiß ist, haben wir innerhalb einer halben Stunde eine schnelle Einordnung auf der Website, nach zwei Stunden eine aktuelle Analyse.“

## Die ruhigsten Monate im Europapark



Je dunkler der Balken, desto länger ist die Wartezeit im Monat insgesamt.  
Foto: Screenshot. BNN

Auch das Data Lab des SWR entwickelt mit externer Unterstützung automatisierte, regionalisierte Inhalte für die Landesberichterstattung, auch in Form von automatisierten Tools für die Recherche in den Redaktionen. „Damit soll das datenbasierte Monitoring von Themen möglich werden, das langfristige Begleiten und Dranbleiben an relevanten gesellschaftlichen Themen. Das können zum Beispiel Klimadaten sein, aber auch Daten zum Arbeitsmarkt“, erläutert Elena Harlan.

## Oder zum richtigen Zeitpunkt

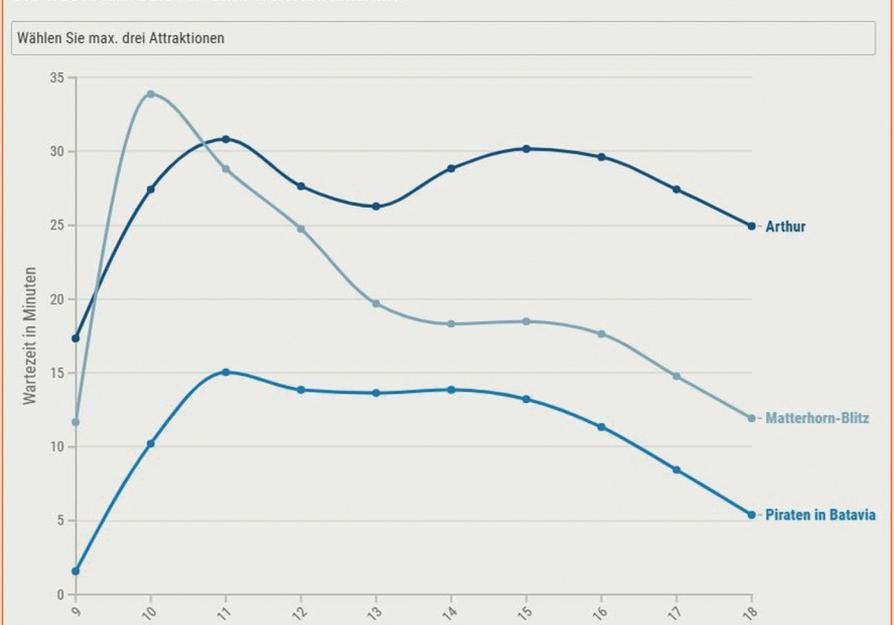
Wenn man eine Automatisierung einrichten kann, schreiben sich die Geschichten im Idealfall quasi von selbst. Es gibt aber auch immer wieder einzelne Geschichten, die ins Schwarze treffen. Die Stuttgarter sind zum Beispiel kurzfristig auf die Diskussion um die 150.000 Euro-Grenze beim Elterngeld aufgesprungen und haben durchgerechnet, welche Paare davon betroffen sein könnten. „Das hat sehr gut funktioniert, weil es genau zum richtigen Zeitpunkt kam. Ein erfolgreiches Projekt muss nicht nur eine große Reichweite anstreben, sondern kann auch eine bestimmte Zielgruppe ansprechen. Es ist wichtig, den Mehrwert der datengetriebenen Analyse für die Öffentlichkeit deutlich zu machen“, sagt Koenigsdorff.

## Methoden

Durch die fortschreitende Digitalisierung und die wachsende Datenmenge werden die Möglichkeiten für datengetriebenen Journalismus immer vielfältiger und weiter an Relevanz gewinnen. Insbesondere im Bereich der künstlichen Intelligenz und des maschinellen Lernens warten vielversprechende Möglichkeiten. Automatisierte Algorithmen können helfen, Muster in großen Datensätzen zu erkennen. Und sie werden sich weiter ausdifferenzieren: „Einige spezialisieren sich vielleicht auf investigative Arbeit, andere konzentrieren sich auf das Thema Automatisierung, während wieder andere stark auf Sensorjournalismus (Journalist\*innen nutzen Sensoren für eigene Datenerhebung) setzen werden“, schätzt Jan Georg Plavec.

„Die Herausforderung ist, sie für den Journalismus anwendbar zu machen. Deshalb sind wir ein Lab. Wir werden vieles ausprobieren, Technologien und Vorgehensweisen erproben“, sagt Elisa Harlan vom SWR und erklärt: „Wir werden noch gezielter Daten im Internet zu einem bestimmten Thema sammeln. Dieses Scraping greift auf offene Schnittstellen zu oder speichert strukturiert Daten aus dem Netz ab. Zudem wird es für Datenjournalist:innen immer wichtiger werden, Systeme zu verstehen und zur Rechenschaft ziehen zu können, die mit Künstlicher Intelligenz arbeiten. Dieser Bereich nennt sich Algorithmic Accountability Reporting.“

## Die beste Uhrzeit für eine Achterbahnfahrt



Arthur, Matterhorn-Blitz oder Piraten in Batavia – wer seinen Besuch der Fahrgeschäfte anhand der Datenauswertungen der BNN plant, kann lange Wartezeiten vermeiden.  
Foto: Screenshot BNN.

## Komplexe Themen verständlich machen

„Wir sind nicht mehr die „Nerds im Newsroom“ wie vor zehn Jahren ein Medienmagazin geschrieben hat. Inzwischen hat die Disziplin sich verbreitert, sowohl was die Stellen in der Redaktion anbelangt als auch im redaktionellen Angebot, wo wir anknüpfen und beitragen können. Aber es ist nicht immer einfach zu kommunizieren, in welchen Fällen es sinnvoll ist, auf uns zuzugehen und in welchen nicht“, so Plavec.

Elena Harlan ist überzeugt, dass das Arbeiten mit Daten für Journalist:innen immer wichtiger wird. Sie argumentiert: „Wir sind verpflichtet, unseren Nutzer:innen systemische Zusammenhänge zu zeigen, zu kontextualisieren, Debatten anzustoßen, zu begleiten und dabei an den Menschen im Land nah dranzubleiben und Themen vor Ort aufzuspüren.“

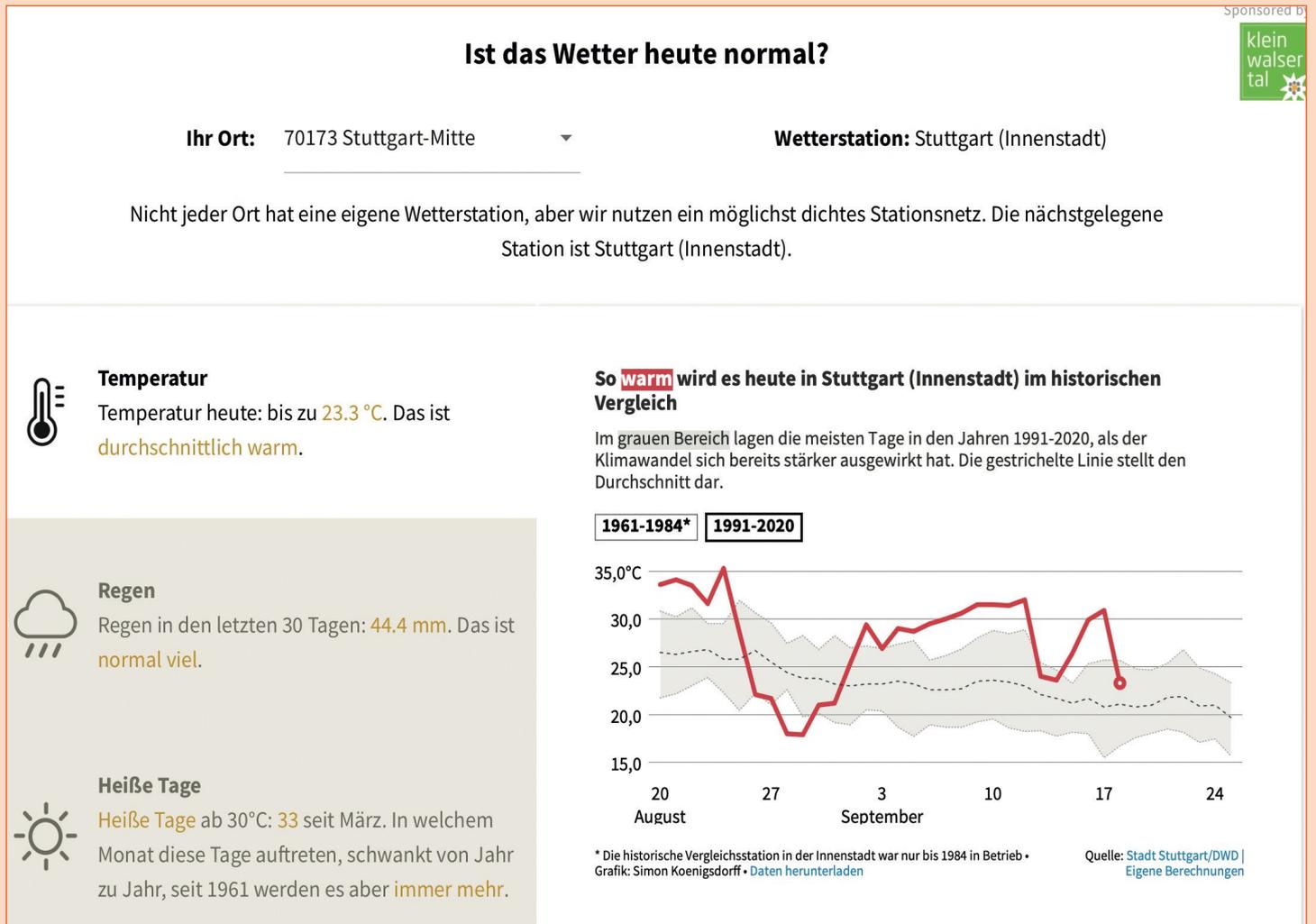
Als Datenjournalist:innen ist uns Transparenz und Nachvollziehbarkeit ein großes Anliegen. Das stärkt den Qualitätsjournalismus, von dem die Gesellschaft dringend mehr braucht“, sagt Harlan.

Auch Schellenberger ist der Ansicht, dass Live-Daten und automatische Aktualisierungen die Zukunft prägen. Wichtig seien die Hintergrundinformationen durch Datenjournalismus, um komplexe Themen verständlicher zu machen. „Sowohl im großen globalen Kontext als auch im kleinen lokalen Kontext kann man mit Datenjournalismus in die Tiefe gehen, um komplexe Themen für die breite Öffentlichkeit verständlich zu machen.“ Aus seiner Redaktion beschreibt Schellenberger: „Unser Ziel ist es, Datenjournalismus regelmäßig einzusetzen, um den Lesern Mehrwert zu bieten.“ Die Themen sind vielfältig und haben sich im Laufe der Zeit verändert.

## Großer Aufwand für kleine Redaktionen

StZ/StN sind in der vergleichsweise privilegierten Situation, ein Team für Datenjournalismus in der Regionalzeitung zu haben. Größere Datenteams haben Regionalzeitungen selten. Denn das ist aufwändig und erfordert Investitionen.

Bei den BNN ist Christian Schellenberger der einzige Datenjournalist, „und da ich auch noch andere Aufgaben im



Online-Bereich habe, brauche ich etwas Vorlauf“, beschreibt er seinen Alltag.

Dabei habe „regionaler Datenjournalismus ein extrem großes Potenzial“, sagt Jan Georg Plavec, denn oft gehe es darum, dass die Daten eine lokale Nähe zum Publikum haben und nur eine Redaktion diese Nähe nicht nur erkennen, sondern auch auf ihre Relevanz prüfen und daraus Schlüsse ziehen kann, die für ihr Publikum relevant sind.

„Lokaler Datenjournalismus ist aber auch ständig durch die wirtschaftlichen Probleme der Regionalzeitungen bedroht.“ Unterstützung fänden sie mitunter in Projekten wie Correctiv.Lokal, „die es mit vorrecherchierten Daten auch kleineren Redaktionen ermöglichen, einfacher umsetzbare datengetriebene Geschichten zu erzählen“, ergänzt Simon Koenigsdorff.

## Datenquellen

Die Wurzeln des Datenjournalismus liegen in der computergestützten Recherche (CAR) der 1960er Jahre, sein Durchbruch kam mit der digitalen Revolution. Seinen Namen bekam er 2009 von der Zeitung The Guardian. Sie

nannten es "Data Driven Journalism", als sie mit der Hilfe von Bürger\*innen die mehr als 450.000 Ausgabenbelege britischer Parlamentsmitglieder analysierten. Wobei dieser spezielle Fall noch dazu eine revolutionäre Crowdsourcing-Methode im Journalismus war: Die Redaktion lud Scans der Belege hoch und die Leser\*innen untersuchten sie auf Unregelmäßigkeiten hin. Heute stehen Journalist\*innen viel mehr relevante Daten zur Verfügung, da sie nicht nur bei Behörden umfangreiche Datensätze zu Themen wie Bildung, Gesundheit und Wirtschaft anfordern können, sondern auch statistische Landesämter oder das Statistische Bundesamt und Open Data Portale als ergiebige Quellen nutzen können. Zudem ermöglichen Anfragen nach dem Informationsfreiheitsgesetz (IFG) an Ministerien oder auch selbst erhobene Datensätze den Zugang zu spezifischen Informationen.

Natürlich muss man die Qualität und Verlässlichkeit der Datenanalysen durch klassische journalistische Methoden sicherstellen. Doch je länger man sich mit dem Thema beschäftigt, desto klarer wird: Es gibt kaum einen Datensatz, der nicht mindestens eine Geschichte in sich birgt. Man muss sie nur finden und erzählen wollen.

Von Susann Mathis

The advertisement features a teal background with two women. On the left, a woman with long brown hair, wearing a blue hat and sunglasses, is blowing a kiss. On the right, a woman with long brown hair and glasses is smiling. The text is centered and reads: "Heute so, morgen so? Mit Presse InvestFlex. Die flexible und sichere Vorsorge." Below the text is a QR code and a paragraph of text. The logo for Presse-Versorgung is at the top center.

**PRESE-VERSORGUNG**

# Heute so, morgen so?

## Mit Presse InvestFlex. Die flexible und sichere Vorsorge.

Auf Sicherheit setzen? Oder doch lieber flexibel bleiben? Warum sollten Sie sich entscheiden müssen, wenn es um Ihre langfristige Vorsorge geht? Mit dem fondsgebundenen Vorsorgekonzept Presse InvestFlex bekommen Sie beides – Sicherheit und Flexibilität.

Und zwar auf Ihre individuellen Bedürfnisse abgestimmt.

Vereinbaren Sie am besten direkt einen Beratungstermin! Ihre [www.presse-versorgung.de](http://www.presse-versorgung.de)

# Mit Karten und Tabellen gegen Propaganda

Wer Datenjournalismus in Russland betreibt, lebt gefährlich.

## Eine Begegnung.

„Wenn alle um dich herum sagen, dass es den Krieg nicht gibt, dann glaubst du es irgendwann auch,“ sagt Dmitry Vasiliev über die Berichterstattung in Russland über den Angriffskrieg gegen die Ukraine. Der 25-Jährige kann es manchmal selbst kaum fassen, und dann wieder wirkt er seltsam abgeklärt. Es war wohl eine Mischung aus Angst und Freiheitsdrang, die ihn gemeinsam mit seinem Freund zur Flucht motivierte, erst nach Georgien, dann nach Deutschland. Jetzt lebt er in Baden-Württemberg.

Er versucht zu verstehen, wie die Regierungspropaganda funktioniert. Dazu hat Dmitry Vasiliev bei der Nichtregierungsorganisation SOTA beispielsweise analysiert und visualisiert, wie viele Sendestunden in den russischen Fernsehprogrammen wofür verwendet werden. Ergebnis: 11 Stunden Nachrichten und Talkshows jeden Tag. Eines Tages möchte er nachweisen, warum Menschen die Regierungspropaganda glauben. Studiert hat Dmitry Politikwissenschaft in Wolgograd und Moskau. Selbst an Universitäten, an denen Wissenschaftsfreiheit und offener Diskurs früher noch etwas zählten und bis vor kurzem zumindest noch nicht gänzlich unmöglich waren, seien Gleichförmigkeit und Obrigkeitshörigkeit eingekehrt. Studierende mit unbequemen Meinungen würden angeschwärzt, angebrüllt, vorgeladen – oder schlimmeres.

Dmitry und seine Mitstreiter haben schon mittels Datenanalysen von Kandidatenlisten gezeigt, dass hunderte scheinbar unabhängige Kandidaten bei den Moskauer Lokalwahlen im vergangenen Jahr zuvor der Regierungspartei



Dmitry Vasiliev bei einem Besuch der Stuttgarter Staatsgalerie. Der junge Datenjournalist hat Zuflucht in Baden-Württemberg gefunden, nachdem er aus Russland geflohen war und auch in Georgien nicht bleiben konnte. Foto: Privat

„Einiges Russland“ angehört. Fairer, demokratischer Wettbewerb? Eine Illusion. Als Wahlbeobachter erlebte er Einschüchterungsversuche und Ungereimtheiten, erzählt Dmitry.

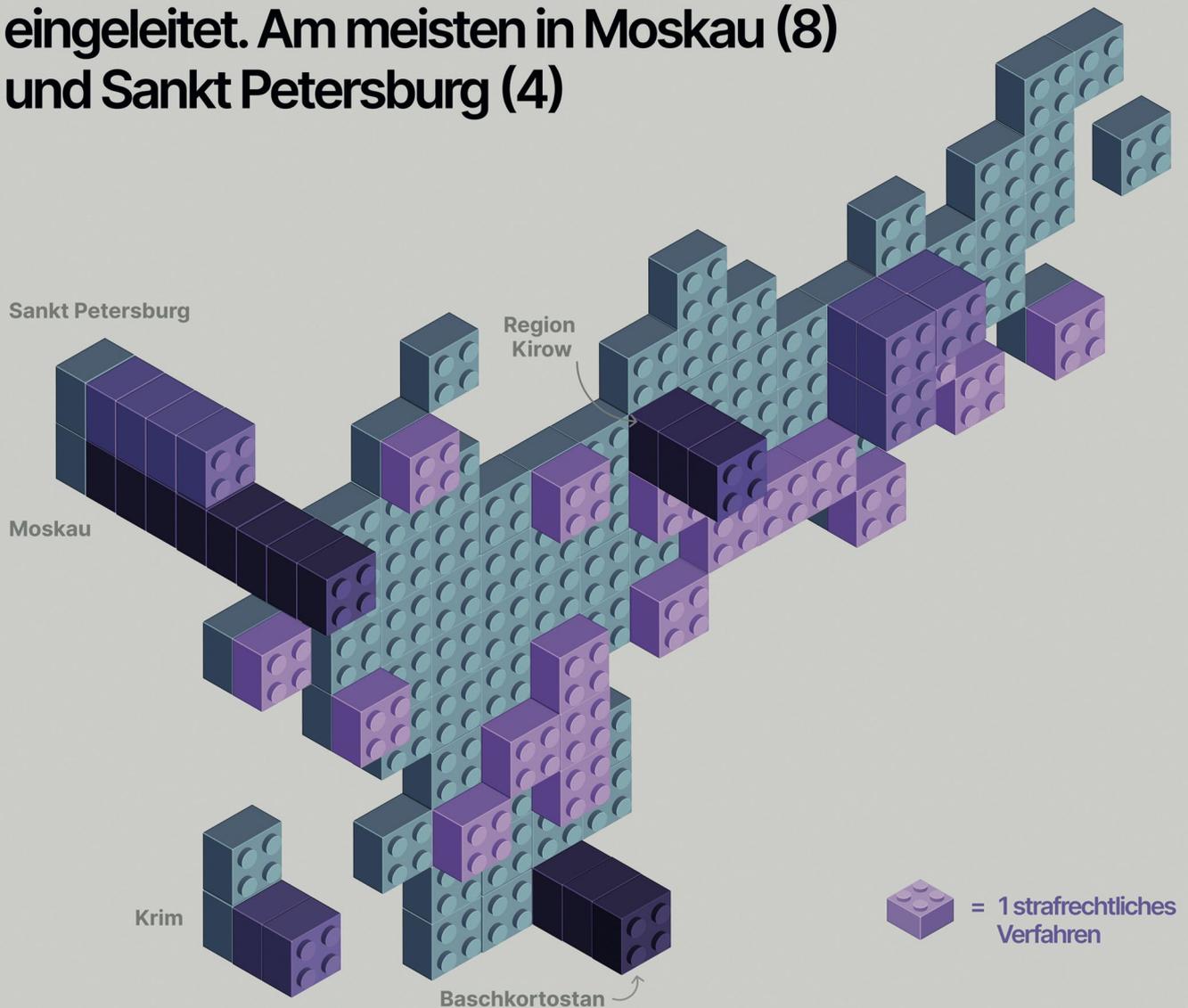
Er und seine Kollegen haben auch Bots und Tools entwickelt, die etwa Gerichtstermine oder andere Informationen über Verfahren aus offiziellen Quellen oder regionalen Medien zusammentragen. So können sie zeigen, wo wie viele Verfahren beispielsweise wegen „LGBTQ-Propaganda“ eröffnet werden und gegen wen. Mit einem entsprechenden Paragraphen gehen die russischen Behörden nun schon seit einigen Jahren gegen potenziell jegliche Information

oder Aufklärung beispielweise zu gleichgeschlechtlichen Lebensweisen vor. Und dann können die Aktivist\*innen den Betroffenen vor Ort helfen, etwa, indem sie ihnen Rechtsbeistand besorgen. Vor allem jetzt, von einem sicheren Ort aus.

Die russischen Behörden haben inzwischen ihr Vorgehen nicht nur gegen unbequeme Personen, sondern auch Organisationen verschärft. Dmitrys Nichtregierungsorganisation wurde inzwischen zu „ausländischen Akteuren“ bzw. zur „unerwünschten Organisation“ erklärt. So kann niemand mehr mit ihnen zusammenarbeiten, ohne Probleme zu bekommen oder sogar im Gefängnis zu landen. SOTA hat die Festnahmen von Personen gerade auch nach Beginn des Krieges gegen die Ukraine in einer Karte visualisiert.



# Strafverfahren wegen "Fake News" über die russische Armee wurden in 26 Regionen eingeleitet. Am meisten in Moskau (8) und Sankt Petersburg (4)



Datenquelle: OVD-Info, Pavel Tschikow | Auf der Karte sind Krim und Sewastopol angegeben, die von Russland im Jahr 2014 annektiert wurden | Vasiliev Dmitry, 07.05.2022



Bis Mai 2022 gab es zu 46 Personen strafrechtliche Ermittlungsverfahren. Gründe dafür waren Veröffentlichungen journalistischer Artikel, öffentliche Auftritte sowie Veröffentlichungen in sozialen Netzwerken, einschließlich Kommentaren und Weiterleitungen. Eine mögliche Strafe reicht bis zu 10 Jahren Haft.

Der Krieg ist ein Propaganda-Krieg ist ein Daten-Krieg: Auch die Regierung sammelt und bereitet Daten auf, um ihre Ziele damit zu erreichen – etwa bei der Mobilisierung für den Krieg: Früher seien die Daten veraltet gewesen, doch jetzt würden alle jungen Männer systematisch erfasst.

Der Einberufungsbescheid komme inzwischen aufs Handy. Sich entziehen? Auf legalem Weg unmöglich. „Wer das ignoriert, hat ein Problem,“ sagt Dmitry Vasiliev. „Die Regierung zerstört dein Leben.“

Schon seit einiger Zeit habe sich das Klima geändert, aber seit Kriegsbeginn scheint es unerträglich geworden zu sein

für frei denkende Menschen. An den Universitäten geht die ständige Angst um, denunziert zu werden. Schon kleinste Vorfälle oder Symbole könnten zur Verhaftung führen. Solche Fälle zu sammeln, kann belastend für die jungen Datenjournalist\*innen sein – die sich dann möglicherweise auch selbst noch zum Ziel der Behörden machen.

„Ich möchte mein Leben leben,“ sagt Dmitry Vasiliev, „nicht in einem Land leben, in dem ich gehasst werde!“ Und schließlich: „Als wir damit angefangen haben, war mir klar: Ich kann nicht mehr zurück.“

Von Markus Pfalzgraf

# HIER GEHT'S ONLINE WEITER:

## Rechtstipps:

Auf der Seite des DJV Baden-Württemberg finden Sie regelmäßig einen aktuellen Rechtstipp unseres Geschäftsführers und Syndikusrechtsanwalts Gregor Schwarz oder unserer Justiziarin und Syndikusrechtsanwältin Astrid Braun. Dieser kann natürlich keine individuelle Beratung ersetzen, die unsere Mitglieder über den DJV-Rechtsschutz kostenlos erhalten.

Die jüngsten Rechtstipps lesen Sie auf der Seite [djv-bw.de](https://t1p.de/djv-bw-rechtstipps) immer hier:

<https://t1p.de/djv-bw-rechtstipps>

## Informationen, Stellungnahmen und Veranstaltungen:

Alle aktuellen Mitteilungen des DJV Baden-Württemberg finden Sie auf der website [djv-bw.de](https://djv-bw.de).

## Aber schauen Sie auch mal, was wir an anderer Stelle veröffentlichen:

Kurznachrichten und Links auf dem Microblogging-Dienst Twitter: <https://twitter.com/DJVBW>

Texte und Fotos auf unserer Facebook-Seite: <https://www.facebook.com/DJVBW>

Instagram, dem Microblog mit audiovisueller Plattform: [https://www.instagram.com/djv\\_bw/](https://www.instagram.com/djv_bw/)

## Comeback im Web

Ausgewählte Texte haben wir auf einer separaten Seite online veröffentlicht:

[www.blickpunkt-bw.de/comeback](http://www.blickpunkt-bw.de/comeback)



Wenn sogar der kürzeste  
Weg zu weit ist.

Meine AOK – das Online-KundenCenter.

Für Momente, in denen man Versicherungsfragen ganz entspannt zu Hause klärt.

Mehr unter: [immer-was-du-brauchst.de](https://immer-was-du-brauchst.de)

**GESUNDNAH**

AOK Baden-Württemberg  
Die Gesundheitskasse.

RWK · 06/23 · Foto: Getty Images

## IMPRESSUM

HERAUSGEBER:

Deutscher Journalisten-Verband,  
Landesverband Baden-Württemberg e.V. (DJV),  
Gewerkschaft der Journalist\*innen  
(Landesvorstand)  
V.i.S.d.P.: Markus Pfalzgraf

REDAKTION: Dr. Susann Mathis, Markus Pfalzgraf,  
Rudi Doster · [info@blickpunkt-bw.de](mailto:info@blickpunkt-bw.de)

AUTOR\*INNEN:

Astrid Braun, Susann Mathis, Markus Pfalzgraf,  
Gregor Schwarz

GRAFIK / HERSTELLUNG: Rudi Doster  
DRUCK: C. Maurer Geislingen

NÄCHSTE AUSGABE: 4/2023  
Redaktionsschluss: 12. Dezember 2023

DJV-Landesgeschäftsstelle:  
Herdweg 63 · 70174 Stuttgart  
Tel.: 0711-222 49 54-0 Fax: 0711-222 49 54-44  
[www.djv-bw.de](http://www.djv-bw.de) · [info@djv-bw.de](mailto: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,- · Für Mitglieder kostenlos frei Haus  
Auflage: 4.000

ANZEIGENVERWALTUNG:

Rudi Doster Tel. 0178-8956922  
[rdesign56@gmx.de](mailto:rdesign56@gmx.de) oder [info@blickpunkt-bw.de](mailto:info@blickpunkt-bw.de)  
Erscheinungsweise: 4 mal jährlich  
Ausgabe 3/2023 Anzeigenschluß: 15.12.2023

