MENSCHEN MACHEN MEDIEN

Medienpolitisches ver.di-Magazin Dez. 2016 Nr. 4

mmm.verdi.de
E 2814
Jahrgang 65

- Selten ein Ja-Nein-Schema
  60 Jahre Deutscher Presserat
- Wir Kreative!
  Jenseits etablierter Standards

Fit fürs Digitale
Berufsbildung in der Medienbranche

IM FOKUS BERUFSBILDUNG

6 **FIT FÜRS DIGITALE**
Von Susanne Stracke-Neumann

10 **PLUS MULTIMEDIALE INHALTE**
Ein Interview mit Matthias von Fintel zum novellierten Volontärstarifvertrag

11 **EIN LANGER WEG**
1990: wirkungsvoller Journalistenstreik für einen Ausbildungstarifvertrag

13 **MIT TECHNIK-RUCKSACK**
Volontäre werden auch im WDR nur noch selten übernommen

14 **VERDICHTETER LEHRPLAN**
Anspruchsvolle Bewerbung an der Electronic Media School

15 **DUALES STUDIUM BOOMT**
Große Diskrepanzen zwischen den verschiedenen Anbietern

16 **NOCH ZEITGEMÄSS?**
Journalistenausbildung in Deutschland vor hohen Ansprüchen

18 **UM NICHT PERSPEKTIVLOS ZU SEIN**
Vielfältige Angebote zur Weiterbildung angepasst an digitale Erfordernisse

20 **VONEINANDER PROFITIEREN**
ver.di startet Kooperation mit dem Verein Junge Verlagsmenschen

PORTRÄT

4 **BERUF MEDIENGESTALTER BILD UND TON:**
Voll gefordert

MEINUNG

5 **GEGENSTEUERN UND ETHISCH KURS HALTEN!**

INTERNATIONALES

22 **AUFMACHER ERDOGAN**
Die Abschaffung der Pressefreiheit in der Türkei

BERUF

21 **SCHON ENTDECKT? CROWDSPONDENT**

24 **SELTEN EIN JA-NEIN-SCHEMA**
Am 20. November vor 60 Jahren wurde der Deutsche Presserat gegründet

26 **DA IST HANDLUNGSBEDARF**
Wandel der Arbeitswelt und Interessenvertretung jenseits etablierter Standards

28 **NICHT FÜR JEDEN PREIS**
Gesetzlicher Anspruch auf angemessene Honorare bleibt schwer durchsetzbar

29 **PRESSE-VERSORGUNG**
Überdurchschnittliche Gewinnbeteiligung

29 **NIE WIEDER MEHR ALS 17,60 EURO?**

VER.DI UNTERWEGS

30 **BREMEDIA**
Mehr Gehalt ab November

30 **MEDIENAKADEMIE**
ver.di-Bildungsangebote aus dem Norden

30 **PAPIERVERARBEITUNG**
Unzureichendes Angebot zurückgewiesen

30 **IMPRESSUM**

31 **ECKART SPOO: KRITISCHER GEIST UND 16 JAHRE DJU-VORSITZENDER**

Titelbild:
Steffen Leiprecht / ifp – die katholische Journalistenschule

M ONLINE
Immer aktuell informiert.
Alle 14 Tage per Newsletter die neuesten Beiträge im Überblick.
>> mmm.verdi.de

Karikatur: toonpool / Harm Bengen

Wie das Digitale die Profession beeinflusst

Foto: Christian v. Polentz

Digitaler Wandel, Arbeit 4.0 – auf Schritt und Tritt begegnen einem die Schlagworte, nerven mitunter, angesichts ständiger Betonung. Dabei wissen wir es genau, wir sind mittendrin in der rasanten Entwicklung, ohne Digitales läuft fast nichts mehr. Es gilt mitzuhalten und mitzugestalten – in der Ausbildung und später im Job durch unaufhörliches Dazulernen, durch Weiterbildung. Und die Lehreinrichtungen, ob Berufsschule, Akademie oder Universität, stehen vor dem großen Anspruch, möglichst immer auf dem neusten (digitalen) Stand zu sein. Kein leichtes Unterfangen, wie M im letzten Themenheft dieses Jahres an Hand der Medienbranche aufzeigt.

Crossmediales Arbeiten hat nahezu überall Einzug gehalten und technisches Wissen und Können – etwa für Redakteur_innen – erfährt eine neue Gewichtung. Dennoch gibt es viele Unterschiede in der Berufsvorbereitung, sowohl bei Inhalten und Strukturen aber auch bei den Vergütungen für die Lehr- oder Studienzeit. Die Gewerkschaften sind gefordert, sich einzubringen bei der Weiterentwicklung von Berufsbildern wie die „Mediengestalter_in Bild und Ton" (s. auch S. 5) und vor allem bei der Tarifierung der Ausbildung. Nach nunmehr 26 Jahren ist es erst dieser Tage gelungen, den Volontärstarifvertrag zu novellieren (S.10). Im beigefügten Musterausbildungsplan finden sich Themen wie Workflow, Social Media, Datenschutz, Content Management, Newsroom oder Newsdesk. Geeinigt haben sich die Parteien am Verhandlungstisch, ein Streik wie 1990 war diesmal nicht notwendig. Umso mehr möchte M an die kämpferische Avantgarde von damals erinnern (S.11/12).

Auch der Deutsche Presserrat hat sich auf die Veränderungen durch die Digitalisierung der Medien eingestellt und seinen Pressekodex um onlinespezifische Aspekte ergänzt. Im 60. Jahr ihres Bestehens hatte die Freiwillige Selbstkontrolle nicht zuletzt wegen digitaler Angebote eine steigende Zahl von Beschwerden zu bearbeiten. Weltweiter Terror, der viele Menschen zur Flucht auch nach Deutschland zwang, warf auch in der Berichterstattung Fragen auf. Selten gab es einfache Antworten, der Pressekodex jedoch bildet eine handhabbare Haltelinie. (S. 24/25)

Die M-Redaktion wünscht allen Leser_innen eine interessante Lektüre der aktuellen M „Fit fürs Digitale" sowie der täglich mit neuen Beiträgen bestückten M Online (https://mmm.verdi.de) – und natürlich Frohe Weihnachten! Mit anregenden analogen Begegnungen trotz Digital-TV.

Karin Wenk, verantwortliche Redakteurin

Beruf Mediengestalter Bild und Ton: Alexander Küpper

Foto: Nico Schnepf / wearedesign

Voll gefordert

„Der Sender bildet Mediengestalter_innen Bild und Ton aus, aber im Alltag des Senders kommt dieser Beruf genau genommen nicht vor. In den Tarifverträgen des SWR gibt es uns nicht", erzählt Alexander Küpper. „Im Hinblick auf die Vergütung laufen wir Mediengestalter als Techniker". Alexander und seinen Kolleg_innen ist es ein Anliegen, dies zu ändern. Ihren Ausbildungsberuf auch tariflich zu verankern. ver.di und der Personalrat sind an dieser Frage dran, aber wie so oft: Gut Ding will Weile haben.

Der SWR beschreibt die Ausbildung Mediengestalter_innen auf seiner Homepage: Als zukünftige Spezialisten für Bild und Ton lernen die Auszubildenden alle wesentlichen Punkte bei der Realisierung von Fernsehproduktionen und Radiosendungen kennen. Dementsprechend planen die Auszubildenden für Mediengestaltung den Arbeitsablauf, realisieren die Ton- und Bildaufnahmen und bearbeiten Beiträge, die sowohl im Fernsehen, als auch im Hörfunk und online präsentiert werden. „In der praktischen Arbeit im Sender setzt es sich langsam durch, dass Mediengestalter gezielt eingesetzt werden. Früher mussten sich ausgebildete Mediengestalter spezialisieren, als Kameramann, Tontechniker oder im Schnitt. Doch wir kombinieren verschiedene Aufgabenfelder. Wir sind gewissermaßen so etwas wie die Eier legende Wollmilchsau", sagt Alexander Küpper. Und er fügt nicht ohne Stolz hinzu: „Das klingt nach etwas Unmöglichem, aber es geht, wenn man die Aufgaben gut strukturiert angeht. Heute wird die Sendung organisiert, geplant. Morgen wird gedreht und übermorgen wird geschnitten und bearbeitet. Für den vierzigjährigen Mediengestalter ist die Vielfalt der Aufgaben und Tätigkeiten eine ständige Herausforderung. „Die tägliche Arbeit zeichnet sich durch einen hohen Anteil an eigener Kreativität aus." Das ist es, was ihn an diesem Beruf fasziniert. In einer ersten Ausbildung lernte Alexander Schreiner. Auch da war Handwerk und Kreativität gefragt. Als Mediengestalter Bild und Ton sieht er den Reiz darin, im Medium Rundfunk Geschichten zu erzählen. „Egal, ob es sich um Unterhaltung oder Info handelt."

Schon als Jugendlicher hat sich Alexander intensiv mit Musik beschäftigt, Schallplatten hören war das Größte. Später kam dann Fotografie hinzu. „Der Weg zum Mediengestalter war fast vorprogrammiert", stellt er im Rückblick fest. „Zu meiner Motivation, den Beruf zu ergreifen, gehört aber auf jeden Fall auch das Arbeiten im Team. Fernsehen zu machen ist ein Mannschaftssport." Alle zwei Wochen steht die Produktion der „Pierre M. Krause Show" an, eine Late-Night-Show dienstags um 23:30 Uhr im SWR-Fernsehen. Produziert werden jeweils zwei Sendungen mit schrillen Stories, lustigen Videos, Live Musik unplugged und interessanten Gästen. In solchen Produktionen sieht Alexander die Mediengestalter_innen voll gefordert. Oder auch bei Außendrehs im kleinen Team. Einsatzmöglichkeiten gibt es viele. Die Sportredaktion zum Beispiel, erklärt Alexander. Bei der Fußballweltmeisterschaft lagen teilweise das Internationale Medienzentrum, das Mannschaftshotel und die Spielorte Hunderte von Kilometern auseinander. Im Zweier-Team, ein Redakteur und ein Mediengestalter, bleibt die Berichterstattung flexibel und aktuell.

Eine große Herausforderung ist Social Media. Für das Internet muss teilweise anders produziert werden als fürs Fernsehen. Die Formate werden kleinteiliger. Sendungen werden in Fragmente zerlegt. Auch entsprechen die Produktionsbedingungen für Beiträge im Netz nicht immer denen einer großen Film- und Fernsehproduktion. Dafür ist Schnelligkeit ein wesentlicher Aspekt.

Doch die hohen eigenen Ansprüche aufzugeben ist nicht Alexanders Weg. „Manche Verantwortliche in den Sendern haben das Fernsehen im Kopf schon abgeschafft", stellt er fest. „Lineares Programm ist für diese Leute von vorgestern." Dabei gibt es im Netz erste gegenläufige Ansätze wieder hin zu regelmäßigen Publikationsterminen. Und was man nicht vergessen sollte: Es gibt grundlegende Qualitätsmerkmale in Bild und Ton, auf die freiwillig zu verzichten, die Kommunikationslandschaft ärmer machen würde. Insofern gibt es für die Mediengestalter_innen Bild und Ton genügend zu tun. **Werner Jany <<**

Gegensteuern und ethisch Kurs halten!

Das Jahr geht zu Ende – und auch meine Hoffnung, dass die Medien sich nicht weiter treiben lassen von rechter Hetze im Netz und konservativer Abschottungspolitik. Wie bei der Berichterstattung über die „Kölner Silvesternacht" im Januar, so funktioniert es auch jetzt im Dezember im Fall des Freiburger Studentinnenmords: Eine Straftat wird in den Asyldiskurs gepresst, den konservative Kräfte nutzen, um Stimmung gegen Geflüchtete zu machen und Abschiebungen durch Gesetzesverschärfungen zu erleichtern. Wie kann man da gegensteuern und ethisch Kurs halten?

Die ARD-Nachrichten haben es versucht: Am 3. Dezember berichteten sie nicht über die Pressekonferenz in Freiburg, bei der die Ermittler einen 17-jährigen afghanischen Flüchtling als mutmaßlichen Mörder einer deutschen Studentin präsentierten. Ihnen wurde unterstellt, das Ereignis aus politischen Gründen zu verschweigen. Dabei haben sie sich zu Recht an den Pressekodex gehalten, der eine identifizierende Berichterstattung bei minderjährigen Straftätern untersagt. Am 5. Dezember knickte ARD-Aktuell ein und berichtete auch, da „der Fall nun eine politische Dimension bekommen hat".

Nach Beschwerden wegen der „Köln"-Berichterstattung stand mit Richtlinie 12.1. das Antidiskriminierungsgebot zur Disposition, aber der Presserat hält glücklicherweise daran fest. Doch in den Medien geht die Angst um, Stammkundschaft zu verlieren. So hat die *Sächsische Zeitung* nach einer Umfrage in der Leserschaft verkündet, die Herkunft von Straftätern immer zu nennen. Die *Rhein-Zeitung* gab bekannt, eigene Richtlinien zu entwerfen, da die Ziffer 12.1 des Presserats „aus der Zeit gefallen" sei.

Eine solche ethische Kursverschiebung kann rassistische Ressentiments bedienen und damit auch neue Zielgruppen verprellen, die es doch zu gewinnen gilt – etwa die mittlerweile 21 Prozent der deutschen Bevölkerung mit Einwanderungsgeschichte, die mit ihren Ängsten vor Rassismus genauso ernst genommen werden wollen wie die „besorgten Bürger" im Lande. Sie sollten in der Presse nicht immer nur als Problem, sondern als zum deutschen Alltag gehörig präsentiert werden, verlangen die Neuen deutschen Medienmacher, ein Zusammenschluss von Journalist_innen mit und ohne Migrationshintergrund, der sich für mehr Vielfalt in den Medien einsetzt. Noch klingen die Forderungen, die sie jüngst auf ihrem Bundeskongress formulierten, wie Wünsche: „Mut" zu neuen Zielgruppen, es ist Zeit, über eine Quote „zu reden".

Hilft Reden noch in einer Zeit, in der jeder knallhart seine Privilegien verteidigt? Muss man da nicht klare Ansprüche politisch einfordern, auch wenn es um mediale Teilhabe geht? Denn wir leben in einer Mediengesellschaft, in der Berichterstattung demokratische Entwicklungen befördern oder behindern kann.

Mein Wunsch für 2017: Passen wir auf, dass nicht noch mehr Medienboote nach rechts abdriften und sich vom Sirenengeheul der „besorgten Bürger" gefährlich nah an die Klippen des Rassismus locken lassen! Verteidigen wir den Pressekodex und fordern wir mehr Vielfalt in den Medien! **Bärbel Röben <<**

Dr. Bärbel Röben
lebt als freie Journalistin und Medienwissenschaftlerin in Attendorn/Sauerland. 2013 veröffentlichte sie das Buch „Medienethik und die ‚Anderen'. Multiperspektivität als neue Schlüsselkompetenz", das Aspekte einer verantwortungsethischen Berichterstattung auslotet.

Foto: privat

Anzeige

Die Rente zum halben Preis!

Staatliche Förderung von rund 50 % der Beiträge durch Steuer- und Sozialabgabenfreiheit.

Jetzt betrieblich vorsorgen.

Mehr Rente für die Medienbranche

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

Presse-Versorgung

Unaufhaltsam digitalisiert sich die Arbeitswelt. Neue Tätigkeitsfelder wie das Crowdworking oder der 360 Grad-Dreh, neue Berufsformen wie der Social Media Redakteur oder die „Hashtaghüterin" entstehen in der Medienbranche. Gearbeitet wird zunehmend crossmedial. Hohe Anforderungen an die Aus- und Weiterbildung sind die Folge.

Fit fürs Digitale

Von Susanne Stracke-Neumann

Beim Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) werden Neueinführungen und Reformen der zurzeit 328 anerkannten dualen Ausbildungsberufe koordiniert. Die „Mediengestalter_in Bild und Ton" wurde 1996 eingeführt, zusammen mit der „Film- und Videoeditor_in". Damals waren sie die ersten Ausbildungsordnungen für die Produktion elektronischer Medien. 2006 gab es eine Anpassung des „Mediengestalters Bild/Ton" an die Veränderungen in der digitalen Arbeitswelt, jetzt steht die nächste Überprüfung der Ausbildung bevor.

Beteiligt an solchen Neuordnungen sind Arbeitgeber und Gewerkschaften. Das ist nicht immer einfach, wie das Beispiel der „Film- und Videoeditor_in" zeigt. 2006 hatte man sich nicht einigen können, ob und wie der Beruf aktualisiert werden soll. Und so verzeichnet das BIBB bis heute keine Reform der Ausbildung. Dafür wurde 2006 aus dem „Verlagskaufmann" der „Medienkaufmann Digital/Print" – bis heute unverändert. (Kaufmann steht im weiteren Textverlauf immer auch für Kauffrau. d.Red.). Karl-Heinz Kaschel-Arnold vom ver.di-Fachbereich Medien, Kunst und Industrie, der damals für die IG Medien über diese neue Ausbildungsordnung verhandelte, hatte die Ausbildungsordnung schon bei der Einführung als „B-Movie" kritisiert: „Wir hätten uns noch mehr Aufmerksamkeit für Digitales gewünscht." Auch der 2006 eingeführte „Kaufmann für Marketingkommunikation", der den Werbekaufmann ablöste, ist bisher nicht neugestaltet worden. Dafür soll jetzt zusätzlich der „Kaufmann für E-Commerce" eingeführt werden. Die „Mediengestalter_in Print und Digital" – zu den Vorgängern gehört die Setzer_in – entstand 1998. „Hier haben wir völliges Neuland betreten", berichtete Kaschel-Arnold. Schon 2002 gab es die erste Reform der Ausbildung, 2013 die zweite, 2016 die dritte Veränderung.

> „Der Journalismus steht, wie viele andere Kommunikationsberufe auch, vor einem ethischen Epochenwechsel, weil manche fundamentalen Grundsätze in der Digitalisierung neu ausgelotet und verhandelt werden müssen."

Die Fotograf_innen-Ausbildung erfuhr 2009 eine Anpassung ans digitale Zeitalter, der im Jahr 2000 reformierte Beruf „Drucker_in" mauserte sich 2011 zum „Medientechnologen Druck". Der Beruf der „Fachkraft für Veranstaltungstechnik", 1998 neu eingeführt, wurde schon 2002, nach nur vier Jahren, zum ersten Mal aktualisiert. In diesem Sommer trat die nächste Erneuerung in Kraft.

Foto: Monika Griebeler/ifp – die katholische Journalistenschule

In der PR/Öffentlichkeitsarbeit hat die Digitalisierung es erfordert, neue Schwerpunkte zu setzen: „Crossmediale Marketingkommunikation" oder „Social Media Manager_in" und „Digital Stratege" heißen bei der Deutschen Akademie für Public Relations angebotene Aus- und Weiterbildungen. Sowohl hier an der PR-Akademie als auch an Hochschulen und Weiterbildungsinstitutionen entstehen durch die Digitalisierung neue Lernformate: Online-Studiengänge, die „Virtuelle Akademie für gemeinnützigen Journalismus" des Redaktionskollektivs „Correctiv", Webinare der JournalistenAkademie der Friedrich-Ebert-Stiftung oder MOOCs, „Massive Open Online Courses", deren Fortentwicklung als cMOOC – c steht für connectivism – die Lernenden miteinander verbindet.

2 Fotos oben: ifp – die katholische Journalistenschule / Steffen Leiprecht und Wolfgang Maria Weber

2 Fotos unten: Fotolia/Gerhard Seybert (Buch), /fotos4people (Kamera)

Lernen an mobilen, multimedial ausgestatteten Arbeitsplätzen und crossmediale Trainings prägen heute die moderne Ausbildung an vielen Journalistenschulen.

An den Hochschulen prägt die Digitalisierung die medienbezogenen Studienordnungen. In Dortmund ist aus dem Zweitfach Datenanalyse/Statistik für künftige Wissenschaftsjournalisten 2014/15 ein Schwerpunkt Datenjournalismus geworden, den Student_innen aller journalistischen Studiengänge besuchen können. An der Fachhochschule Darmstadt-Dieburg gibt es im Master-Studiengang „Online-Journalismus" das Fach Datenjournalismus. Die Uni Eichstätt lässt ihre Studierenden an einer App zum Mobile Reporting tüfteln. An der Fachhochschule Magdeburg-Stendal ist gerade ein hochmodernes Fernsehstudio zur Ausbildung in den Journalismus-Studiengängen eingeweiht worden.

Medienethik – ein wichtiges Thema

„New Media Journalism" nennt sich das Studium an der Leipzig School of Media: Journalistische Content-Aufbereitung, Crossmediale Content-Produktion und Crossmediales Redaktionsmanagement stehen ebenso auf dem Programm wie Social Media oder digitale Geschäftsmodelle. Die Leipziger Volokurse haben Themen wie User Understanding oder Community Management integriert.

Stephan Weichert, Leiter des Studiengangs „Digital Journalism" an der Hamburg Media School, sieht als Konsequenz der Technik- und Algorithmenabhängigkeit des digitalen Journalismus in der Medienethik ein bleibendes Thema der Ausbildung: „Der Journalismus steht, wie viele andere Kommunikationsberufe auch, vor einem ethischen Epochenwechsel, weil manche fundamentalen Grundsätze in der Digitalisierung neu ausgelotet und verhandelt werden müssen."

Gut ein Dutzend der Journalistenschulen haben sich in diesem Jahr eine gemeinsame Qualitäts-Charta gegeben, zu finden unter dem Logo „QJ" auf der jeweiligen Internet-Seite. Aber so ziemlich alle Schulen werben mit ihrer cross- oder multimedialen Ausbildung. „Digitalen Journalismus leben" will man an der Electronic Media School in Potsdam-Babelsberg. An der Henri-Nannen-Schule können die Absolvent_innen mindestens drei der folgenden Ausbildungsbereiche als Spezialisierung auswählen: Print, Audio, Video, Online und Social Media. Die Deutsche Journalistenschule in München zählt in ihrem Lehrplan von der Online-Recherche und dem Datenjournalismus über Mobile Reporting, Podcast, CMS und Webvideos bis hin zur App alle Felder des digitalen Journalismus auf.

Neuer Volontärstarifvertrag

Die Axel-Springer-Akademie befindet ganz bescheiden, sie sei „Deutschlands fortschrittlichste Journalistenschule" mit ihrem Schwerpunkt Cross Media: „Die Journalistenschüler arbeiten an mobilen, multimedial ausgestatteten Arbeitsplätzen und genießen ein umfangreiches Training in Print-, Mobil- und Onlinejournalismus. Neben ihrem Laptop und der Digitalkamera gehört das Smartphone genauso zu ihrer Ausrüstung wie die Handycam und das Mikrofon."

Auch bei den Journalist_innen in den Redaktionen tut sich in Sachen Ausbildung was, immerhin 26 Jahre

nach dem ersten Ausbildungstarifvertrag für Volontär_innen an Tageszeitungen. Die Zeitschriften zogen damals im gleichen Jahr nach. Gut möglich, dass sie sich nach dem aktuellen Abschluss zwischen der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union dju in ver.di, dem Deutschen Journalistenverband (DJV) und dem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) ebenfalls zur Erneuerung entschließen.

Noch nicht alles crossmedial

Aus dem im ersten Volo-Tarifvertrag 1990 erwähnten „gegebenenfalls vorhandenen rechnergesteuerten Redaktionssystem" wurde Alltag für Journalist_innen, so gut wie jede Tageszeitung hat auch einen Internet-Auftritt, für den oft „online first" gilt, von Kommentarspalten und Social-Media-Präsenzen ganz zu schweigen. In den neuen Vertrag und den ihm beigefügten Musterausbildungsplan sind deshalb Begriffe wie Workflow, Social Media, Datenschutz, Content Management System, Newsroom und Newsdesk eingezogen. Natürlich haben fortschrittliche Medienhäuser zumindest Online, teils auch Crossmedialität, bisher schon in die Ausbildung einbezogen, wo es geschäftliche Verflechtungen mit dem lokalen Radio oder dem Lokalfernsehen gibt. Aber das scheint nicht flächendeckend der Fall zu sein. Von den im Auftrag der Initiative Qualität im ersten Halbjahr 2016 befragten 390 Volontär_innen (www.initiative-qualitaet.de) hatten bis dato nur rund 44 Prozent eine mehrmediale Ausbildung oder Online-Station absolviert. Auf der Liste der Verbesserungsvorschläge tauchte der Wunsch nach mehr Online-Erfahrung und mehr Crossmedialität häufig auf. Auch Social Media, Content Management Systems, Webseitenpflege, Layoutprogramme und Facebook sollen in der Ausbildung wichtiger werden.

Die Volos lernten zwar Online in den Kursen, hieß es von Ausbilder_innen beim IQ-Forum im September in Bonn, sie könnten ihre Kenntnisse aber in den Redaktionen oft nicht umsetzen. Volontär_innen könnten Erneuerer sein mit ihren digitalen Ideen, doch die „Digital Natives" stießen in den Redaktionen häufig auf „festgefahrene Strukturen und Gegenwind". Ausbilder_innen müssten multimedial ausgebildet werden, damit sie die Ideen der Volos aus den Kursen in der Redaktion umsetzen könnten. Oder, wie es die frühere Leiterin der Hamburger Akademie für Publizistik, Annette Hillebrand, in Bonn formulierte: „Wir haben leider die Erfahrung, dass die Betriebe sich für die Inhalte der Kurse überhaupt nicht interessieren." Kurs gehabt, abgehakt.

Wer sich nach einer voll digital ausgerichteten Journalistenschule oder einem multimedial aufgerüsteten Studiengang in einer kleinen oder nicht so aufbruchbereiten Redaktion wiederfindet, könnte einen Praxisschock erleiden – ähnlich wie es bei den zurückkehrenden Volos beobachtet wird. Kommentar eines Ausbilders in Bonn: „Das müssen die jetzt aushalten!" <<

Zu wenig zum leben

Krasse Unterschiede bei Ausbildungsvergütungen für Volos und Azubis

Foto: Fotolia/peshkova

Es gibt tarifliche Regelungen für Ausbildungsvergütungen, es gibt Empfehlungen und es gibt die Realität. Die prallen in der Medienbranche oft ziemlich krass aufeinander. Für Volontär_innen in Zeitungs- und Zeitschriftenredaktionen gibt es Tariflöhne – aber nicht alle Zeitungen und Zeitschriften folgen dem Tarif, sind entweder gar nicht in den Arbeitgeberverbänden Mitglied oder „OT", also ohne Tarifbindung. In anderen Medienausbildungen sieht es ähnlich aus. Die Axel-Springer-Akademie formuliert es für künftige Journalistenschüler_innen so: „Bei der Entscheidung sollten finanzielle Interessen nicht entscheidend sein."

Die Axel-Springer-Akademie zahlt seit Jahren eine Ausbildungsvergütung von 1.200 Euro. Damit liege sie, wie sie auf ihrer Website suggeriert, ohne je eine konkrete Zahl zu nennen, durchaus im Rahmen des Üblichen. Die Springer-Nachwuchsjournalist_innen sollten gegenüber denjenigen, die ein Volontariat absolvieren, „nicht benachteiligt werden". Kommt wohl auf das Volontariat an, denn dort liegt das Tarifgehalt in Zeitschriften und Zeitungen bei über 1.800 Euro (siehe Marginalie).

Bei den Journalistenschulen ist die Spannbreite sehr groß: Die renommierte Deutsche Journalistenschule in München oder die Evangelische Journalistenschule

Aktuelle Tarifgehälter für Volontärinnen und Volontäre

Tageszeitungen:
1.881 € im 1. Ausbildungsjahr
2.181 € im 2. Ausbildungsjahr

Zeitschriften:
(Vor dem 22. Lebensjahr)
1.488 € im 1. Ausbildungsjahr
1.735 € im 2. Ausbildungsjahr
(ab 22 Jahren)
1.895 € im 1. Ausbildungsjahr
2.143 € im 2. Ausbildungsjahr

Privatfunk:
1.407 € im 1. Ausbildungsjahr
1.662 € im 2. Ausbildungsjahr
für Volos mit berufsbegleitender Ausbildung an einer Berufsakademie, Journalistenakademie.

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk:
(im Durchschnitt)
1.614 € im 1. Ausbildungsjahr
1.915 € im 2. Ausbildungsjahr
im klassischem Volo beim Sender.

Beispiel
Bayerischer Rundfunk
1. – 6. Monat: 1.620 €
7. – 12. Monat: 1.793 €
13. – 24. Monat: 1.967 €

Eine Ausnahme ist der RBB mit seiner Electronic Media School, die eine Ausbildungsvergütung von 1.000 € im Monat zahlt.

Stand: November 2016

Foto: Steffen Leiprecht/fp – die katholische Journalistenschule

Foto: Fotolia / muzzoff

in Berlin kennen keine Ausbildungsvergütung, bieten aber an, bei der Suche nach Stipendien zu helfen. Die Freie Journalistenschule oder die Kölner Journalistenschule verlangen Ausbildungsgebühren. In der Henri-Nannen-Journalistenschule, die für Gruner und Jahr, *Die Zeit* und den *Spiegel* ausbildet, gibt es 764 Euro im Monat. Das hat sogar die Potsdam-Babelsberger „Electronic Media School", die unter anderem für den RBB Nachwuchs rekrutiert, mittlerweile überholt: Sie zahlt künftig 1.000 Euro Ausbildungsvergütung. Die Journalistenschule Ruhr (WAZ) hatte 2005 alle Volontär_innen zu Angestellten gemacht, es gab 1.200 Euro im ersten Jahr und 1.400 Euro im zweiten Jahr. Inzwischen ist das Modell wieder geändert worden: In der „Medienakademie Ruhr" sind die Schüler_innen jetzt wieder Volontär_innen ihrer Heimatredaktionen, was bedeuten kann, dass sie unterschiedliche Ausbildungsvergütungen erhalten, wie die Schulleiterin Sabine Roschke gegenüber „M" erklärte.

Häufig nicht nach Tarifvertrag bezahlt

Doch auch bei den Volontär_innen leuchtet nicht alles golden im Sinne des Tarifvertrags. Bei einer Umfrage der Initiative Qualität im Journalismus in Volontärskursen im ersten Halbjahr 2016 (www.initiative-qualitaet.de) gaben nur rund 46 Prozent an, nach Tarif bezahlt zu werden. Tiefpunkte waren die Angabe von 780 Euro Gehalt oder 1100 Euro nach 15jähriger freier Mitarbeit. Immerhin konnten 18 Volos sogar ankreuzen, dass ihr Einkommen über dem Tarifgehalt liege, hauptsächlich bei Zeitschriften. Der Durchschnitt lag bei 1.500 bis 1.700 Euro.

Foto: Fotolia/philipimage

Das sind Zahlen, von denen manche Akademiker_innen, die in die Öffentlichkeitsarbeit wollen, nur träumen können. Der Bundesverband der Deutschen Pressesprecher nennt für PR-Volontär_innen ein Durchschnittsgehalt von 1.345 Euro, die Zahlen variieren zwischen 1000 und 1.600 Euro. Allerdings ist zu beobachten, dass Pressesprecher_innen und ihre Volontär_innen besser vergütet werden als die Volos oder Angestellten in Werbeagenturen, vor allem in kleinen und mittleren Agenturen. Die Schätzungen schwanken zwischen 700 und 1.600 Euro. In krassen Fällen gibt es, wie es beispielsweise der Wissenschaftsladen Bonn/Arbeitsmarkt berichtet, 600 Euro brutto für ein einjähriges Volontariat ohne jede Bildungsmaßnahme und dazu noch die Ansage beim Einstellungsgespräch: „Von unserem Gehalt können Sie aber nicht leben, das ist Ihnen schon klar. Haben Sie denn noch jemanden, der Sie finanzieren kann?"

Die Auszubildenden in der Druckindustrie haben nach Tarif einen Anspruch auf 912 bis 1065 Euro, je nach Ausbildungsjahr. In der Realität klafft hier wie bei den Mediengestalter_innen Print und Online oder Bild und Ton oder den Veranstaltungstechniker_innen oftmals eine Lücke. Gut getroffen hat es, wer einen Ausbildungsplatz bei großen Sendern wie dem Norddeutschen Rundfunk (NDR), Bayerischen Rundfunk (BR) oder einem Konzern wie Springer ergattert hat: Ob Mediengestalter_in, Fachinformatiker_in, Fachangestellter für Medien- und Informationsdienste, Kauffrau für Audoivisuelle Medien oder Veranstaltungskauffrau und Veranstaltungstechniker_in, die Azubis gehen beim BR mit einer Vergütung von fast 800 bis beinahe 1.000 Euro durch die drei Ausbildungsjahre, beim NDR sogar mit 906 bis 1.020 Euro. Bei Springer erhalten alle Azubis – und das ist im Gegensatz zur Volovergütung sogar im Netz zu finden – zwischen 891 und 994 Euro, je nach Ausbildungsjahr.

Schaut man aber nach den tatsächlich gezahlten Durchschnittsgehältern, so liegen die bei Kauffrauen für audiovisuelle Medien laut „ausbildung.de" eher zwischen 500 und 700 Euro, bei Medienkaufleuten zwischen 620 und 980 Euro, bei Veranstaltungstechnikern zwischen 530 und 900 Euro, bei Mediengestaltern Digital/Print zwischen 490 und 916 Euro. Interessant, aber auch etwas deprimierend, ist für die oder den Ausbildungswilligen auch die Münchner Seite „Azubi und Azubine". Tiefpunkt ist hier in der Medienbranche der Azubi oder die Azubine der Fotografie: Zwischen 235 und 315 Euro gibt es in den drei Lehrjahren, laut „ausbildung.de" zwischen 240 und 490 Euro. Jan-Timo Schaube, Fotojournalist und Mitglied des Bundesvorstands der dju in ver.di, kennt diese niedrigen Azubi-Gehälter aus seinem beruflichen Umfeld: „Der Fotograf ist in der Medienbranche wie der Elektriker auf dem Bau – ganz unten."

Susanne Stracke-Neumann <<

Plus multimediale Inhalte

Ein Interview mit Matthias von Fintel zum novellierten Volontärstarifvertrag

Nach 26 Jahren liegt ein neuer Ausbildungstarifvertrag vor. Für den ersten Tarifvertrag für Volontärinnen und Volontäre an Tageszeitungen im Jahr 1990 waren viele Redaktionen auf die Straße gegangen. Dieses Mal, 2016, waren keine Streiks nötig, die Tarifparteien einigten sich am grünen Tisch. Über den neuen Tarifvertrag für Volos sprach M mit Matthias von Fintel, dem Tarifsekretär Medien und der dju in ver.di.

M | Warum hat es so lange gedauert bis der Ausbildungstarifvertrag novelliert wurde?

Matthias von Fintel | Die vergangenen 26 Jahre haben sehr viele Veränderungen für die Redaktionen gebracht, im inneren Aufbau der Redaktionen und natürlich nach außen in den vielfältigeren Verbreitungswegen und Ausdrucksformen. Die Internetauftritte der Tageszeitungen gab es 1990 noch nicht. Multimediale Aufbereitung in Grafiken, Videos oder Audiobeiträgen sind heute in Social Media und Apps nicht mehr wegzudenken. Damit hat sich auch die Art, in der ausgebildet wird, verändert. Alles zusammen genommen hat gezeigt, es gibt Renovierungsbedarf am bestehenden Tarifvertrag für Volontärinnen und Volontäre. Einig waren wir uns mit dem Verlegerverband BDZV, dafür den geltenden Vertrag nicht zu kündigen, sondern mögliche Ergebnisse der Verhandlungen an die Stelle des ansonsten unverändert geltenden Tarifvertrages zu setzen.

Welche Verhandlungsergebnisse, also Neuerungen bringt der neue Ausbildungstarifvertrag?

An den wesentlichen Elementen der Ausbildung ändert sich nichts, nach wie vor sind Recherchieren, Schreiben, Redigieren, Presserecht, Presseethik usw. die Basis der journalistischen Ausbildung. Neu aufgenommen wurden Ausbildungsinhalte in Online-Journalismus und multimedialem Arbeiten. Außerdem haben wir den Vertrag an die heutige Situation mit Newsdesks und in manchen Häusern der Auflösung der klassischen Ressorts in Themenfelder Rechnung getragen. Darüber ließ sich auch relativ schnell einig werden. Schwieriger war es schon die Redaktionsgesellschaften, die außerhalb der Verlage gegründet wurden, in den Volontariatstarifvertrag aufzunehmen. Es bleibt aber zu bedenken, nur tarifgebundene Redaktionsgesellschaften und Verlage müssen sich an den Tarifvertrag halten. Zum Zwecke der Tarifflucht ausgegründete Gesellschaften oder aus dem Tarif ausgetretene Verlage werden sich weiterhin gegen die Anwendung der Regeln sträuben. Der Volontariatstarifvertrag hat aber eine wichtige Orientierungsfunktion auch außerhalb der Tarifbindung.

Weitere Inhalte ergänzen den neuen Volontärstarifvertrag – drei Monate Verlängerung der Ausbildungszeit sind für Zusatzqualifikationen möglich.

Foto: Christian v. Polentz

Was war der Knackpunkt, dass die Verhandlungen dann doch länger gedauert haben als ursprünglich gedacht?

Die Laufzeit des Volontariats. Die Deutsche Journalistinnen und Journalisten-Union (dju) in ver.di ist der Meinung, dass auch mit den neuen Inhalten für eine gut organisierte Ausbildung die zwei Jahre ausreichend Zeit bieten. In vielen Verlagen wird das aktuell ja auch praktiziert. Doch der BDZV hat eine Verlängerung um neun Monate gefordert und sich nur sehr langsam von dieser Forderung wegbewegen lassen. Wir wollten auf keinen Fall eine Verlängerung des Volontariats, mit dem alleinigen Nutzen für den Verlag, jemanden, der schon fertig ausgebildet ist, zum Volontariatsgehalt statt des eigentlichen, richtigen Redakteursgehalts einsetzen zu können. Wir haben jetzt einer Verlängerung von einem bis drei Monaten zugestimmt, wenn sie Zusatzqualifikationen dient, und dazu in journalistisch geprägten externen Stationen durchgeführt wird, wie in- oder ausländischen Korrespondentenbüros, Nachrichtenagenturen oder PR-Abteilungen, in journalistischen Start-Ups oder bei einem Radio-/Fernsehsender. Diese Verlängerungsmöglichkeit gilt erst mal bis Ende 2019 und kann ohne weiteres gekündigt werden. Wir werden uns in der Zeit die tatsächliche Einhaltung dieser Regelung genau anschauen und die Volontärinnen und Volontäre dazu befragen, wofür die zusätzlichen Monate verwendet werden.

Du hast von einer gut strukturierten Ausbildung gesprochen: Gibt der novellierte Ausbildungsvertrag dazu Hilfen für die Redaktionen und Ausbilder_innen, die ihre Aufgabe meist zusätzlich zur normalen Redaktionsarbeit übernehmen?

Nicht nur im Tarifvertrag selbst ist einiges dazu ausgeführt, auch in einem neuen Anhang zum Vertrag gibt es einen detailliert ausgeführten Musterausbildungsplan mit den grundsätzlichen Anforderungen und vielen Themenvorschlägen, zum einen für eine systematische Einführung zu Beginn des Volontariats sowie für die spätere innerbetriebliche Schulung in den so genannten Volontärstagen. Dabei ist es sicher auch eine gute Möglichkeit, wenn sich kleine Redaktionen zu manchen Themen mit auswärtigen Referenten zusammentun, wie dies bei der IQ-Ausbildungskonferenz im September in Bonn diskutiert wurde.

Interview: Susanne Stracke-Neumann <<

Ein langer Weg

1990: wirkungsvoller Journalistenstreik für einen Ausbildungstarifvertrag

Diskutiert worden war über eine geregelte Ausbildung für den journalistischen Nachwuchs in Zeitungskreisen schon seit gut 100 Jahren, als sie dann endlich Wirklichkeit wurde. 1990 erstritten Journalist_innen in dem damals längsten Journalistenstreik, den die Bundesrepublik je erlebt hatte, ein Tarifwerk zur Ausbildung von Volontär_innen. Jetzt hat es immerhin „nur" 26 Jahre gedauert, bis eine Aktualisierung dieses Ausbildungsplans beschlossen wurde. Ohne Streik, aber unter dem Druck der technologischen Entwicklung der Branche.

Foto: IG Medien

Inez Kühn bei einer Aktion in Stade 1990

Richtlinien für ein Volontariat an Tageszeitungen gab es seit 1969. Im Jahr 1981 setzten sich die Verlage noch einmal „Bindende Grundsätze" für eine gute Ausbildung von Volontär_innen. Doch ganz so bindend waren diese Grundsätze in vielen Zeitungshäusern offenbar nicht, denn 1990 streikten die Journalist_innen in der Tarifrunde auch für eine wirklich verbindliche Regelung der Ausbildung in den Tageszeitungen, für einen Ausbildungstarifvertrag.

120 Redaktionen traten in den Warnstreik, 93 Redaktionen streikten teilweise bis zu sechs Wochen. Am 28. Mai 1990 wurde schließlich ein Ausbildungstarifvertrag zwischen der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union dju, dem Deutschen Journalistenverband (DJV) und dem Bundesverband der Deutschen Zeitungsverleger (BDZV) besiegelt, der eine zweijährige Ausbildung vorsah. Der Tarifvertrag galt ab dem 1. Juli 1990 in allen tarifgebundenen Verlagen. In 15 Paragraphen wurde erläutert, wie das Redaktionsvolontariat an Tageszeitungen auszusehen habe. Wenige Monate später, zum 1. Oktober 1990, wurde ein leicht modifizierter Ausbildungstarifvertrag für Zeitschriften nachvollzogen, ohne noch einen Streik. Dafür aber seit dem 13. April 1991 mit einer Allgemeinverbindlichkeitserklärung des Bundesarbeitsministeriums. Dieser Vertrag gilt also in allen Zeitschriftenhäusern, auch für die Verlage, die nicht oder nur „ohne Tarifbindung" im Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) Mitglied sind.

Der Vorlauf für diesen Erfolg zog sich über Jahre. Inez Kühn, damals junge Redakteurin schon mit Verantwortung für Volontär_innen, bis vor kurzem Bereichsleiterin Medien bei ver.di, erinnert sich an ihre eigene Ausbildung beim *Buxtehuder Tageblatt*, einer gewerkschaftlich gut organisierten Redaktion. Mit dem Volo-Vertrag hielt sie auch die Eintrittserklärung für die dju in der IG Druck und Papier in den Händen. Ihre Ausbildung hat sie in sehr guter Erinnerung. Sie machte schnell Karriere beim Mutterblatt *Stader Tageblatt* und in der dju, die damals für einen Manteltarifvertrag kämpfte. 1983 kam sie in den Bundesvorstand: Jung, Frau, Volontärsausbilderin. Bei der Zuteilung der Aufgaben unter dem Vorsitzenden Eckard Spoo wurde sie auf die Volontärsausbildung festgelegt. Eine Arbeitsgruppe mit Volontärinnen und Volontären, mit Studierenden der Deutschen Journalistenschule in München und der Uni Dortmund, existierte schon. Und auch hier haben sich viele engagiert, die selbst keine schlechte Ausbildung hatten, aber beobachten konnten, welche Niveauunterschiede es in der Branche gab.

Dazu erläutert Veronika Mirschel, heute Leiterin des Referats Selbstständige in ver.di und 1983 im ersten Semester des ersten Kombinationsstudiengangs an Deutscher Journalistenschule und Uni München: „Studierende wurden damals gar nicht in die IG Druck und Papier aufgenommen." Die DJSler haben es dennoch geschafft, die Journalismus-Studierenden der Uni Dortmund auch. Nach einem Studierendentreffen auf eigene Kasse haben sie dann in der „Volo-AG" mitgearbeitet, um Qualitätsstandards für Aus- und Weiterbildung, überbetrieblich und für alle, aufzustellen. „Dem produktiven Brainstorming folgten überfüllte Volo-Kongresse, Rollenspiele zur Durchsetzung einer besseren Ausbildung, die Entwicklung von Betriebsvereinbarungen, Quellenstudien in Dänemark und, und, und. Nach intensivster (und breiter) Diskussion erblickte der erste Entwurf eines Ausbildungstarifvertrages auf einem Küchentisch das Licht der Welt", erinnert sich Inez Kühn.

Etwas unvermittelt traf das Engagement zu diesem Thema auch Renate Angstmann-Koch: Kaum war sie 1988 Volontärin beim *Schwäbischen Tagblatt* geworden, schon fand sie sich in der Rolle der Volontärssprecherin der dju in Baden-Württemberg wieder. Bundeskonferenz und Tarifkommission der dju machten sich die Forderung der jungen Medienleute zu Eigen. Inez Kühn half bei der Ausformulierung der Forderungen, Verhandlungsführer war der spätere IG Medien-Vorsitzende Detlef Hensche. Und die älteren Kolleg_innen in den Redaktionen haben mitgezogen. „Es war eine breite Bewegung" sagt Inez Kühn, damals Stade, heute Berlin.

Peter Schröder-Metz erinnerte sich 2001 zum 50-Jahre-Jubiläum der dju: „1990: Meine inzwischen zur IG Medien gewandelte Gewerkschaft ruft zum Arbeitskampf auf. Die Verhandlungen um den Abschluss eines Ausbildungstarifvertrages für Redakteur_innen sind ins Stocken geraten. Aus eigener Erfahrung weiß ich, um was es geht. Und ich weiß, was ich zu tun habe. Nach drei Streikwochen ist es geschafft: Der Ausbildungstarifvertrag ist unter Dach und Fach. Dies sollte der Beginn einer wunderbaren Freundschaft werden mit Kollegen aus Druck- und Verlagsbetrieben, mit gewerkschaftlich engagierten Künstlern, Musikern und Schriftstellern." Streiks und Aktionen, auch schon mal mit einem Leierkasten, sollten für Aufmerksamkeit für das Thema sorgen. Margret Lünenborg, heute Professorin an der FU Berlin: „ Die Volontärsausbildung war es, die mich in die Arme der Gewerkschaft getrieben hat. Damals noch als Studentin in der Volo-AG zogen wir mit der Drehorgel vor das Medienforum und verstärkten die Streikposten vor der WAZ in Hagen-Bathey."

In der Öffentlichkeit kam wenig an vom Kampf der Gewerkschaften um eine geregelte Ausbildung. Die Gehaltsforderungen seien ausverhandelt, hieß es. „Ja, warum streiken die denn dann noch", fragte sich so manche Leser_in, die nichts vom Ausbildungsthema erfahren hatte. Gerhard Manthey, lange für die IG Medien und ver.di in Stuttgart tätig und damals bei diesem Thema sehr engagiert, resümierte: „Der Ausbildungstarifvertrag ist ein wichtiger Meilenstein in der Tarifgeschichte der Redakteurinnen und Redakteure." Der Vorsitzende der dju in dieser wichtigen Zeit, Hartmut Schergel, kommentierte: „Wir sind richtige Gewerkschafter geworden, haben Tarifgeschichte geschrieben und neues Zutrauen in unsere Stärke gewonnen. Durch den sechswöchigen Streik, mit dem sich Journalistinnen und Journalisten die 35-Stunden-Woche erkämpften und einen Ausbildungstarifvertrag, den die Verleger jahrzehntelang verweigert haben. Allein wäre das sicher so nicht zu schaffen gewesen, aber die Solidarität der Kolleginnen und Kollegen aus Technik und Verlag hat uns diesmal in neuer, alter Weise bestätigt, dass wir gemeinsam stark sind."

Foto: IG Medien

Streikaktion mit Detlef Hensche zur Unterstützung der Tarifverhandlungen

> **„Nach intensivster (und breiter) Diskussion erblickte der erste Entwurf eines Ausbildungstarifvertrages auf einem Küchentisch das Licht der Welt ..."**

Auch in späteren Tarifrunden gingen die „Alten" zum Streik raus für die „Jungen": Die sollten zum Beispiel nach einer Verlegerforderung Tarifgehaltseinbußen von rund 25 Prozent hinnehmen, um in den lange als Traumbranche geltenden Medien Fuß fassen zu dürfen. Dieses Mal gab es über Forderungen und Hintergründe mehr Berichte für die Öffentlichkeit als 1990.

Inzwischen dreht sich das Blatt: Verlage müssen sich für guten Nachwuchs attraktiv machen, wie die Bonner Konferenz der „Initiative Qualität im Journalismus" im September zeigte. Und dieser Herausforderung soll auch der neue Ausbildungsvertrag dienen.

Susanne Stracke-Neumann <<

Mit Technik-Rucksack

Volontäre werden auch im WDR nur noch selten übernommen

Ein Volontariat beim Westdeutschen Rundfunk (WDR) ist begehrt. Die größte der insgesamt neun Landesrundfunkanstalten der ARD hat immer noch Strahlkraft, jede Volontär_in fühlt sich geschmeichelt, wenn sie hier ausgebildet wird. Weniger schmeichelhaft dürfte die Tatsache sein, dass die Volontär_innen kaum noch Chancen haben, nach ihrer Ausbildung in ein fest angestelltes Redakteursverhältnis übernommen zu werden. Die Zeiten, in denen das üblich war, sind auch bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten vorbei. Der WDR muss sparen.

> **„Man kriegt das volle Programm geboten. Insgesamt ist das Volontariat sehr praxisorientiert geworden. Technik spielt eine große Rolle."**

Doch bevor es zur Ernüchterung kommt, wird dem Journalisten-Nachwuchs Einiges geboten. So durchlaufen die Volontär_innen Pflicht- und Wahlstationen in Hörfunk, Fernsehen und Online. Ein Wirtschaftspraktikum ist für künftige Programmvolontär_innen Pflicht. Typische Wahlstationen sind die Bereiche Aktuelles, Wirtschaft, Nachrichten, Spartenprogramme und -sendungen, die ARD-Studios Brüssel und Berlin, Sport, Politik und Zeitgeschehen, Kultur, Unterhaltung etc. „Man kriegt das volle Programm geboten. Insgesamt ist das Volontariat sehr praxisorientiert geworden. Technik spielt eine große Rolle", sagt David Jacobs, Mitarbeiter des WDR und geschäftsführender Vorstand des Verbandes ver.di im WDR. Crossmedialität zieht sich nach Angaben des WDR durch das gesamte Volontariat.

Foto: Fotolia/WavebreakMediaMicro

„Jeder Volontär lernt heute, das Rechercheergebnis eines Themas auf allen Verbreitungswegen zu spielen: Hörfunk, Fernsehen, Online", sagt Jacobs. Für die Volontär_innen sei das erst mal kein Problem. Denn auf diesem Wege eröffnen sie sich gute Perspektiven, auf dem Markt der freien Journalist_innen bestehen zu können. Jacobs beschreibt, was inzwischen überall zu beobachten ist: Feste Freie oder Volontär_innen sind heute gut bepackt, wenn sie zu Terminen gehen: der Technik-Rucksack ist immer dabei. „Die müssen alles machen. Filme, O-Töne aufzeichnen, den Beitrag schneiden, schreiben." Dass sie die sozialen Kanäle auch noch bespielen müssen, versteht sich da von selbst. „Die Volontäre lernen das und sind fit", sagt Jacobs. Aber nicht, um später als Redakteur_in übernommen zu werden. Nein, stattdessen wird ihnen eine feste freie Mitarbeit angeboten. „Auch, wenn der WDR eine Mitarbeiter_in selbst ausgebildet hat, gibt es keine Garantie auf einen Anschlussvertrag danach. Wenn doch, dann über Jahre immer nur befristete Verträge", beklagt sich ein ehemaliger Volontär. Er kritisiert, „was vielfach leider Normalität ist: Unnötiges Hinhalten sowie Missbilligung langjähriger, guter und zuverlässiger Mitarbeiter."

Aus Sicht des WDR klingt das so: „Der WDR hat ein hohes Interesse daran, den Nachwuchs dauerhaft im Unternehmen zu beschäftigen. So gibt es für die Programmvolontäre zunächst die Möglichkeit für einjährige Anschlussverträge. Daraus entwickeln sich meist andere Gelegenheiten. Die Jahresvolontäre steigen in der Regel sofort als freie Autoren beim WDR ein." Doch auch David Jacobs räumt ein, dass das Volontariat sehr gute Möglichkeiten biete und Volontär_innen die Zeit beim WDR als Etappe betrachten müssten. Eine Etappe, die die meisten nutzen, um sich unentbehrlich zu machen. Oder sich als Spezialist_in eines Themas zu beweisen, um später als freie Mitarbeiter_in beschäftigt zu werden.

Doch der Etat für freie Mitarbeiter_innen wurde gekürzt und bis zum Jahr 2020 werden 500 Planstellen nicht wiederbesetzt. „Natürlich heißt das nicht, dass dann weniger Arbeit anfällt. Das bedeutet, dass man weniger ins Programm hebt und weniger ins Detail investieren kann", berichtet David Jacobs. Aktuell werden Volontär_innen da eingesetzt, wo Stellen nicht neu besetzt werden oder wo ein Kollege krankheitsbedingt ausgefallen ist. „Da ist viel zu tun. Der WDR hat den höchsten Krankenstand aller Anstalten in der ARD", berichtet Jacobs.

Dauerbelastung, Zeitdruck, Multitasking ist das, was Volontär_innen aushalten müssen. Immerhin, die Vergütung stimmt: Programmvolontär_innen erhalten im ersten Jahr 1826 Euro und im zweiten Jahr 1926,20 Euro, Jahresvolontär_innen aus den Studiengängen Leipzig und Dortmund erhalten 950 Euro. Ab 2017 werden zehn Programmvolontär_innen erstmals 24 Monate ausgebildet, bisher waren es 18 Monate. Zudem bildet der WDR zehn Journalistik-Studierende der Hochschulen Dortmund und Leipzig in einem zwölfmonatigen Jahresvolontariat aus, das in das Studium integriert ist. Pro Bewerbungsverfahren für das Programmvolontariat gab es zuletzt rund 350 Bewerber_innen, für das Jahresvolontariat waren es 30 (die Vorauswahl treffen die Universitäten).

Silke Hoock <<

Verdichteter Lehrplan

Anspruchsvolle Bewerbung an der Electronic Media School

Als einziger unter den öffentlich-rechtlichen Sendern bildet der Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB) seine Volontär_innen nicht selbst aus, sondern kooperiert zu diesem Zweck eng mit der Electronic Media School (ems) in Potsdam Babelsberg, deren Gesellschafter er zusammen mit der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) ist. Seit ihrer Gründung 2001 wurden an der ems in 10 Jahrgängen 140 Nachwuchsjournalist_innen ausgebildet, darunter auch Jessy Wellmer, die ab 2017 die ARD Sportschau am Samstag moderieren wird, oder Benjamin Stöwe, aktuell Wettermoderator im ZDF-Morgenmagazin.

Auf ihrer Website beschreibt sich die ems als „eigenständige und unabhängige Journalistenschule", die eng mit privatwirtschaftlichen Medienunternehmen, dem ZDF und den ARD-Anstalten, insbesondere dem RBB, zusammenarbeite. Für ein Volontariat ist ein abgeschlossenes Hochschulstudium zwar hilfreich, aber keine notwendige Voraussetzung. Der Nachweis des Abiturs oder der Fachhochschulreife ist ausreichend. Das anspruchsvolle Bewerbungsverfahren gliedert sich in zwei Stufen, von denen die erste neben den üblichen Bewerbungsunterlagen auch eine Online-Reportage oder ein Online-Essay, eine Idee für ein neues Webvideo-Format sowie eine Begründung des Berufswunsches im Videoformat umfasst. Die besten 16 Bewerber_innen, die dann auch die zweite Stufe erfolgreich absolvieren, können sich auf ein multimediales Volontariat freuen, das ab dem kommenden Jahr 20 statt der bisher üblichen 18 Monate dauert. Die Ausbildung beinhaltet 43 Wochen praxisorientierte Trainings in der ems und den schuleigenen Studios sowie 40 Wochen Redaktionstrainings in Medienredaktionen in ganz Deutschland und – wenn möglich auch im Ausland.

Mit den zusätzlichen zwei Monaten trage man der Verdichtung des Lehrplans durch das Hinzukommen neuer Inhalte Rechnung, so ems-Geschäftsführer Sylvio Dahl. Neben den obligatorischen Grundlagen-Trainings in Online, Radio und Fernsehen, die inklusive der Redaktionstrainings 49 Wochen dauern, seien in den letzten Jahren Inhalte wie Datenjournalismus, Strategien der Öffentlichkeitsarbeit zur Vermarktung der eigenen Produkte, aber auch Fotografie getreten. Zudem habe man die Anzahl der Recherchetage erweitern wollen. Dabei stehen der multimediale und der crossmediale Aspekt bei allen Ausbildungsmodulen im Vordergrund. Das Erlernen von Social Media-Strategien gehört längst zu den Grundlagen-Trainings. In einem fünfwöchigen Multimedia-Modul erhalten die Volontär_innen gegen Ende der Ausbildung einen Intensivkurs in digitalem Storytelling.

Während des Volontariats absolvieren die Teilnehmer_innen insgesamt fünf Stationen in verschiedenen Partnerredaktionen beim Fernsehen, beim Radio sowie bei Online-Medien. Die ems arbeitet dafür hauptsächlich mit öffentlich-rechtlichen Partnern, aber auch mit *Spiegel Online* oder netzpolitik.org zusammen. Die meisten Redaktionsleiter würden dabei im Laufe der Ausbildung auch an die Schule kommen, um sich bei den Volontär_innen vorzustellen, damit die „Erwartungshaltungen nicht grob aneinander vorbeigehen", so Dahl. Während der ersten drei Stationen bei Online, Radio und Fernsehen werde versucht, den Volontär_innen unter den verschiedenen Kooperationspartnern ihre Wunschstationen zu ermöglichen. Für die letzten zwei Redaktionstrainings könnten die Volos ebenfalls unter diesen Partnern wählen, aber auch eigene Wünsche angeben, von Circus Halligalli bis zu einer Redaktion im Ausland. Die ems versuche auch besondere Wünsche zu erfüllen, so Dahl.

Vergütet wird das ems-Volo mit monatlich 1.000 Euro brutto. Gefragt nach den Beschäftigungsperspektiven der ems-Absolvent_innen, erwidert Dahl:„Bisher ist es eine Praxis beim RBB, dass er jeder Absolventin und jedem Absolventen einen Rahmenvertrag für freie Mitarbeit anbietet." Den würden die meisten annehmen. Dagmar Bednarek von der RBB-Freienvertretung rbbpro präzisiert, dass es sich dabei nicht um einen Arbeitsvertrag handele. Weder der Sender, noch Freie würden damit Verpflichtungen eingehen. Da schon seit Jahren keine festen Stellen mehr besetzt würden, stünden auch die Chancen auf eine spätere Festanstellung schlecht, sei es beim RBB oder bei einem anderen öffentlich-rechtlichen Sender. Für Volontärsabsolvent_innen bedeutet dies demnach, sich darauf einzustellen, auch langfristig in freier Mitarbeit beschäftigt zu werden. „Hier eine Stelle zu bekommen, ist wirklich wie ein Sechser im Lotto", sagt Bednarek. Dennoch sei der RBB gerade im Bereich Fernsehen eben doch ein „lukrativer und interessanter Arbeitgeber".

Auch ein Blick auf die Liste der 140 Absolvent_innen der ems zeigt: Etwa 56 Prozent der ehemaligen Volontär_innen sind aktuell beim RBB und etwa weitere 29 Prozent in einer Redaktion anderer öffentlich-rechtlicher Sender tätig. 15 Prozent der ehemaligen ems-Volos geben hingegen an, hauptsächlich für privatwirtschaftliche Medienunternehmen zu arbeiten.

Monique Hofmann <<

Jannik Dietze, Auszubildender an der Electronic Media School in Potsdam

Duales Studium boomt

Große Diskrepanzen zwischen den verschiedenen Anbietern

Duale Studiengänge boomen. Seit ihrer Entstehung in den 70er Jahren steigt die Anzahl der dualen Studiengänge sowie der Angebote von Unternehmen kontinuierlich. Die Vorteile liegen klar auf der Hand: Ein duales Studium minimiert die finanzielle Belastung eines klassischen Studiums. Die Theorie kann während der praktischen Phasen im Betrieb vertieft werden. Zugleich erhöht die enge Anbindung an den auszubildenden Betrieb die Chancen, nach abgeschlossenem Studium auch übernommen zu werden und sofort in den Beruf einsteigen zu können.

Laut des Berichts AusbildungPlus des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) aus dem Jahr 2014 ist die Anzahl dualer Studiengänge zwischen 2004 und 2014 von 512 auf 1505 und die Zahl der Angebote von Unternehmen von 18.168 auf 41.446 gestiegen. Unter den öffentlich-rechtlichen Sendern bieten aktuell der Bayerische Rundfunk (BR), der Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB), der Südwestrundfunk (SWR), der Mitteldeutsche Rundfunk (MDR) sowie das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) duale Studiengänge in den Fachrichtungen Wirtschaft, Informatik, Ingenieurwesen sowie Medien und Kommunikation an. Dabei handelt es sich zumeist um praxisintegrierte duale Studiengänge. Die Studierenden verbringen jeweils drei Monate an der (Fach-)Hochschule und drei Monate im Betrieb. Im Gegensatz zu ausbildungsintegrierten Studiengängen erwerben sie einen (Fach-)Hochschulabschluss, aber keinen zusätzlichen Berufsabschluss. Lediglich der RBB bietet mit dem Studiengang Elektrotechnik ein ausbildungsintegriertes duales Studium an, bei dem die Studierenden sowohl den Studienabschluss Bachelor of Engineering als auch den Berufsabschluss Elektroniker_in für Betriebstechnik erwerben.

Foto: ems

Jedoch: Da duale Studenten keine Auszubildenden nach dem Berufsbildungsgesetz sind, fallen sie in der Regel auch nicht unter den Ausbildungstarifvertrag. Lediglich die dual Studierenden in einem ausbildungsintegrierenden Studiengang gelten im Betrieb als Auszubildende und fallen deshalb darunter. Für die praxisintegrierenden Studiengänge gibt es im öffentlich-rechtlichen Rundfunk jedoch keinen speziellen Tarifvertrag. Die Studien- und Arbeitsbedingungen seien daher – abhängig vom Unternehmen – sehr unterschiedlich. Vergütung, Präsenzzeiten im Betrieb, Urlaubstage, Sonderzahlungen oder die Übernahme von Kosten für eine Zweitwohnung und Gebühren seien oft einzelvertraglich geregelt, sagt Renate Singvogel, Leiterin des Fachbereichs Bildung, Wissenschaft und Forschung bei ver.di. Dass dabei große Diskrepanzen sowohl bei der Vergütung als auch bei der Übernahme weiterer Kosten wie etwa der Semestergebühren oder der Aufwendungen für Lehrmaterial entstehen, zeigt auch eine Studie des Portals Wegweiser-Duales-Studium.de aus dem Jahr 2013. Hier gaben 41 Prozent der dualen Student_innen an, dass die Semestergebühren vollständig übernommen worden seien, bei 39 Prozent war dies gar nicht oder nur in geringem Umfang der Fall. Die Finanzierung von Fahrtkosten und Lehrmaterial sei hingegen geringer gewesen, als sie es zuvor erwartet hätten.

Die öffentlich-rechtlichen Sender schließen mit dualen Student_innen einen Ausbildungsvertrag ab, in dem Ausbildungszeit, Arbeitszeit und Finanzierung geregelt sind. Der vom MDR 2008 angebotene Ausbildungsvertrag für den Studiengang Fernsehproduktion/Kamera legte etwa fest, dass der Sender nicht verpflichtet sei, eine Vergütung zu zahlen und wenn, dass diese Vergütung im Ermessen des Ausbildungsunternehmens liege. Dem betreffenden Studenten wurde konkret eine monatliche Vergütung von 400 Euro gewährt. Zusätzlich erklärte sich der MDR bereit, monatlich 362 Euro an die Fernsehakademie Mitteldeutschland (FAM) zur Finanzierung der Ausbildung zu zahlen. Ein Blick auf die Leistungen des RBB – hier erhalten dual Studierende monatlich etwa 1.000 Euro Vergütung und der Sender übernimmt die Semesterbeiträge – offenbart die Schere zwischen den einzelnen Anstalten. Zudem, so gibt auch Singvogel zu bedenken, hätten dual Studierende aufgrund der angerechneten Ausbildungsvergütung zumeist keinen Anspruch auf BAföG.

Um Ungleichbehandlungen zu beseitigen und verlässliche betriebliche Ausbildungsbedingungen zu schaffen, empfiehlt Singvogel den Betriebs- und Personalräten in den Unternehmen daher, die Ausbildungs- und Studienbedingungen in Betriebsvereinbarungen, Dienstvereinbarungen oder tarifvertraglich mit ver.di zu regeln. Bisher würden Betriebs- und Personalräte beim dualen Studium von ihren Regelungsmöglichkeiten wenig Gebrauch machen. Wie solche tarifvertraglichen Regelungen aussehen könnten, zeigen beispielsweise die Tarifverträge für dual Studierende, die ver.di bei der Deutschen Post oder bei der Telekom abgeschlossen hat. Hier erhalten die Student_innen eine monatliche Vergütung von rund 1.000 Euro, die Übernahme der Fahrtkosten sowie eine Unterhaltsbeihilfe beziehungsweise Aufwandszulage sind ebenfalls geregelt.

Monique Hofmann <<

Noch zeitgemäß?

Journalistenausbildung in Deutschland vor hohen Ansprüchen

Die Digitalisierung bringt technische Innovationen mit sich, befördert aber auch gesellschaftliche Umbrüche. Wie gut stellt sich die Journalistenausbildung in Deutschland darauf ein? Seit 2013 diskutiert die Initiative Qualität im Journalismus darüber, Anfang dieses Jahres gab es dazu Kontroversen und Debatten im Internet. „M" hat mit Journalistikprofessor Klaus Meier von der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt gesprochen.

M | Was sind die konträren Standpunkte in dieser Debatte?

Klaus Meier | Die Debatte ist nicht extrem konträr. Die Frage ist vor allem, wie baut man Innovationsfähigkeit in die Journalistenausbildung ein. Generell ist unumstritten, dass die alten journalistischen Tugenden nicht über Bord geworfen werden. Es kommen nur neue Aspekte hinzu wie der Umgang mit einem aktiven Publikum, mit Social Media, Digital Storytelling oder generell die Frage, wie man Redaktionen innovativer machen kann. Das ist auch eine Frage der Unternehmerkompetenz: etwa wie in einem Medienhaus selbst alternative Geschäftsmodelle befördert werden oder wie man die Volontäre befähigt, später freiberuflich zu arbeiten oder mit einer neuen Idee ein Unternehmen zu gründen.

Wie innovationsfähig sind Hochschulen und Medienbetriebe? Eine Kritik lautet, das Studium sei zu praxisfern.

Diesen Vorwurf hat man schon vor Jahrzehnten formuliert. Es hat sich sehr viel getan in der Entwicklung der Journalistik-Studiengänge, die Theorie und Praxis miteinander verknüpfen; den Erfolg belegen die Absolventenstudien. Bei der Frage der Innovationsfähigkeit sind Studiengänge im Vorteil, die forschungsnah ausbilden, sich also mit Entwicklungen und Trends in den Medien systematisch beschäftigen. Man steckt nicht in der täglichen Routine des Volontariats drin, sondern hat mehr Zeit für Reflexion sowie für Entwicklung und Evaluation von neuen Ideen. So habe ich zum Beispiel vor kurzem eine Masterarbeit betreut, die zusammen mit „jetzt.de" von der *Süddeutschen Zeitung* einen Snapchat-Kanal entwickelt hat.

Wie stark sind Hochschulen denn mittlerweile auf Medienkooperationen und Stiftungsgelder angewiesen?

Das unterscheidet sich vermutlich von Standort zu Standort. Die Hochschulen, an denen ich tätig war und bin, finanzieren die Lehre komplett selbst. Medienkooperationen gehen wir aus inhaltlichen Gründen ein und nicht aus finanziellen. Die Uni Eichstätt z.B. hat gerade für mehr als 500.000 Euro das Radio- und das TV-Studio erneuert und komplett digitalisiert – aus öffentlichen Mitteln, die zum Teil aus dem Uni-Etat, zum Teil von der Deutschen Forschungsgemeinschaft kommen.

Und das Volontariat – ist das noch zeitgemäß oder wird eine Berufsrealität von vorgestern vermittelt? Paul-Josef Raue, bis 2015 Chefredakteur der Thüringer Allgemeinen, kritisiert: „In den meisten deutschen Verlagen sieht die Ausbildung aus wie vor dreißig Jahren."

In verschiedenen Befragungen von Volontären und Ausbildern zeigt sich, dass man im Volontariat die Praxis und das Handwerk sehr gut lernen kann – aber nur, wenn das Umfeld entsprechend ist. Es gibt sehr große qualitative Unterschiede in Deutschland. Da kommt es vor, dass Volontäre allein gelassen werden und sie keine Rückmeldungen bekommen, nicht üben und ausprobieren können, dass Vorschläge von ihnen einfach blockiert werden. Auf der anderen Seite gibt es auch Redaktionen, die ganz konkret sagen, unser Nachwuchs ist unsere Zukunft und ganz viel Energie reinstecken in die Ausbildung und den Volontären zur Seite stehen – zum Beispiel mit Mentoring, damit Volontäre auch eigene Ideen ausprobieren und eigene Projekte machen können. Wenn ein Medienhaus aber in alten Strukturen verharrt und Innovationen von der Redaktionsleitung nicht geschätzt werden, dann kann man von Volontären nicht verlangen, dass sie die einzigen Innovatoren in der Redaktion sind. An der Situation der Volontäre kann man wie durch eine Lupe die Kultur eines Medienhauses in Sachen Innovationsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit erkennen.

Wie viele Medienhäuser handeln denn so?

Aus den Befragungen geht hervor, dass die Hälfte es nicht ernst nimmt mit der crossmedialen Ausbildung und Volontäre dort keine Onlineredaktion mitbekommen. Ich schätze aber, dass dagegen in mindestens einem Viertel der Medienhäuser die Innovationskultur befördert wird und Volontäre unterstützt werden. An der Spitze – vielleicht bei einem Zehntel – gibt es Kulturen des Übens und Scheiterns, des Ausprobierens und Experimentierens.

Kommen wir zu den Zielen der Journalistenausbildung. Wird im Studium genauso wie im Volontariat vor allem für die Praxis ausgebildet – einerseits um die Jobchancen der jungen Menschen zu verbessern, aber auch um die Bedarfe

Prof. Dr. Klaus Meier, Lehrstuhl für Journalistik I Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Hinweise

IQ-Ausbildungskonferenz 2016
https://mmm.verdi.de/beruf/ausbildung-als-brennglas-fuer-zukunftsstrategie-der-verlage-34731

Befragung von Volontärsausbildern (von Beatrice Dernbach und Klaus Meier, S. 16-35)
IQ-Ausbildungskonferenz 2015
http://www.initiative-qualitaet.de/fileadmin/IQ/Archiv/Herbstforen/DOKUMENTATION_IQ_Ausbildungskonferenz_2015.pdf

Foto: Christian Klenk

der Medienunternehmen zu bedienen?

Ja, man kann das Studium da als Ergänzung zum Volontariat sehen und umgekehrt. Das Journalistik-Studium vermittelt zwar das journalistische Handwerk, aber bei weitem nicht so intensiv in täglicher Routine und dauerhafter Ausübung. Das beste Modell ist m. E., dass man sich Kompetenzen zusammenbaut, die man sich bei vielen Institutionen der Journalistenausbildung vielfältig aneignen kann. Die verschiedenen Ausbildungsformen müsste man besser verzahnen, d. h. hochwertige Volontariate könnten flexibler werden und auf Vorerfahrungen der Auszubildenden aufbauen: Was muss der eine Volontär noch lernen, was der andere schon kann? Und zudem Fach- und Führungskräfte gezielt entwickeln: Angenommen, man stellt fest, man bräuchte in den nächsten Jahren mehr Redakteure fürs Newsdesk, dann könnte man zwei, drei Volontäre dafür stärker trainieren.

Welche Unterschiede gibt es zwischen den Ausbildungsstätten: Wo liegen die Stärken und Schwächen von wissenschaftlichen Hochschulen und Journalistenschulen?

Journalistenschulen können auf die Herausforderungen der Digitalisierung vor allem mit dem Kennenlernen und Einüben neuer Tools reagieren, zum Beispiel aus dem Bereich des Datenjournalismus oder generell des Digital Storytelling. Das machen wir an Hochschulen natürlich auch, aber meist nicht mit dem großen Aufwand der Journalistenschulen. Die Stärken der Hochschulen liegen eher im Überblick über das große Ganze durch den Umgang mit Studien und eigenen Forschungsarbeiten und vor allem im Entwickeln und Prüfen neuer Formate und Formatideen. In Eichstätt haben wir zum Beispiel Entwicklungsprojekte zu Newsgames, konstruktivem Journalismus, innovativen Radionachrichten – oder zur Verbesserung der Redaktionsorganisation. Und das immer mit Redaktionen als Partnern.

Ist es nicht gerade in der hochschulgebundenen Journalistenausbildung wichtig, nicht nur auf technische Veränderungen durch Digitalisierung vorzubereiten, sondern auch auf gesellschaftliche?

Natürlich. Die gesellschaftliche Orientierung wird zunehmend wichtiger. Man muss angehenden Journalisten in der Ausbildung nicht nur die Aufgabe des Journalismus in der Gesellschaft vermitteln, sondern sie auch befähigen, das weiterzugeben – zumal Journalismus immer mehr unter Druck gerät. Wie reagiert man als Journalist in diesen Debatten mit überzogener Kritik, wie verteidigt man seine eigene Rolle und stellt dem Publikum dar, was der Wert journalistischer Arbeit ist?

Jörg Sadrozinski, Leiter der Journalistenschule in München, illustriert am Beispiel „Panama Papers", wie wichtig Recherchetechniken in der Ausbildung sind, um gesellschaftliche Missstände aufzudecken, also zu zeigen, dass Journalismus eine wichtige gesellschaftliche Aufgabe wahrnimmt. Wie werden Hochschulen diesem Anspruch gerecht?

Seminare und Kurse zur Recherche waren schon immer ein wichtiger Baustein der Journalistik. In Eichstätt arbeiten wir z.B. mit Lehrbeauftragten von Pro-Recherche zusammen, Thomas Schuler und Meinrad Heck, die besonders interessierte Studierende auch schon mal länger fördern und begleiten und in ihr Netzwerk aufnehmen. So waren einzelne Studierende schon an SPIEGEL-Titelgeschichten als Autoren beteiligt. Aber man darf nicht nur die große investigative Recherche im Auge haben. Recherche, Faktencheck ist generell wichtiger geworden. Auch Nachrichten müssen gegengescheckt, Aussagen von Politikern danach geprüft werden, ob die Fakten stimmen. Die kleinen Lügen des Alltags aufzudecken ist noch wichtiger als die großen Skandale – gerade im Zeitalter von sozialen Medien, wo sehr viele Halbwahrheiten, Mythen und Ideologien populistisch verbreitet werden. Hier ist natürlich gerade ein Hochschulstudium mit Anleitung zu wissenschaftlichem Arbeiten hilfreich, wozu schon immer Quellenkritik, Ideologiekritik und skeptisches Fragen – „Stimmt das wirklich?" – gehören.

Was kennzeichnet nun eine gute Journalistenausbildung? Zunächst ein Studium, um zu reflektieren und dann ein Volontariat, um die Praxis zu erlernen – möglichst mit individueller Betreuung?

Ja. Studium aber nicht nur um zu reflektieren, sondern auch um mehr zu wissen über die Welt und die Medien und um Praxis im Freiraum ohne Verwertungsdruck zu üben. Generell bin ich der Meinung, dass es nicht den einen Weg in den Journalismus gibt, sondern vielfältige Wege. Wir müssen noch viel mehr versuchen, den Beruf für alle möglichen Schichten der Gesellschaft offen zu halten. Die nahezu 100prozentige Akademisierung des Berufs kann man auch kritisieren, da der Journalismus sich so von Teilen der Bevölkerung abkoppelt und deren Lebensrealität gar nicht mehr so richtig wahrnimmt. Diversity – Vielfalt von Zugangswegen, von Ausbildungswegen, von Perspektiven in einer Redaktion – ist schon wichtig. Deshalb würde ich sagen, nicht jeder Journalist muss Journalistik studiert und danach ein Volontariat gemacht haben. Aber es ist schon hilfreich, wenn ein größerer Anteil der Journalisten auch Journalistik studiert hat, weil man viele der heute geforderten Kompetenzen im Studium erwerben kann.

Gespräch: Bärbel Röben <<

Befragung zur Journalistenausbildung (von Britta Gossel), http://www2.tu-ilmenau.de/ehrenberg/2015/10/quo-vadis-journalistenausbildung-teil-3-4/

pro Recherche http://www.prorecherche-lehrredaktion.org

Foto: Steffen Leiprecht/ifp – die katholische Journalistenschule

Um nicht perspektivlos zu sein

Vielfältige Angebote zur Weiterbildung angepasst an digitale Erfordernisse

Das Internet ist für viele Menschen das wichtigste Medium geworden. Die strikte Trennung zwischen verschiedenen Medienangeboten existiert nicht mehr. So bieten Fernsehsender auch Online-Apps mit Textelementen, während Zeitungen oder Zeitschriften ihre Inhalte auch online aufbereiten und dort zudem Bewegtbildformate präsentieren. Diesem Wandel müssen sich die Beschäftigten in den Medien anpassen. Ohne Weiterbildung haben sie keine Perspektive, auf dem Markt zu bestehen. Wir wollten wissen, welche Angebote es gibt und wer sie nutzt.

Beim Blick auf das Angebot fällt zunächst auf, dass es einen der großen Anbieter für Fort- und Weiterbildung gar nicht mehr gibt. Die Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverlage (ABZV) in Königswinter wurde im Sommer abgewickelt. Hintergrund: Die VG Wort zahlt nach einem Urteil des Bundesgerichtshofs keine Tantiemen mehr an die Verlage. Aus diesen wurde die Fortbildungsarbeit bislang finanziert. Die Auswirkungen dieser Schließung bekommt unter anderem die Akademie für Publizistik (AfP) in Hamburg zu spüren. Viele Teilnehmer_innen, die früher bei der ABZV Schulungen besuchten, bilden sich jetzt in Hamburg weiter. Nach Angaben von Nadja Stavenhagen, Direktorin der Hamburger Akademie, hat sich „das Angebot der Akademie verändert, so, wie sich der Medienmarkt und die Anforderungen an Medienleute wandeln". Stichwörter dazu sind: Digitalisierung von Prozessen und Inhalten, interdisziplinäres Arbeiten, Produzieren für alle Kanäle. „Wir sehen uns auch als Haus, in dem unsere Teilnehmer neue Techniken und Arbeitsweisen austesten und kennenlernen können: Von 360-Grad-Videos bis zu Design Thinking", hebt Nadja Stavenhagen hervor. Ohnehin bietet die Akademie Schulungen an, die viele Verlage selbst nicht vorhalten. Zum Beispiel ein sehr umfangreiches Angebot für Volontär_innen. Alle Kurse sind medienübergreifend ausgerichtet und schließen mit einem crossmedialen Projekt und dazugehöriger Social-Media-Strategie.

Die zentrale Entwicklung hin zur Medienkonvergenz, also dem Zusammenwachsen bisher getrennt betrachteter Kommunikations- und Medienbereiche, erfordert nach Angaben von Peter Freitag, stellvertretender Bundesvorsitzender der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) in ver.di, eine Weiterbildungsoffensive. Sie sei nötig, damit Redakteur_innen und freie Journalist_innen ihre persönliche Wettbewerbsfähigkeit in der Branche erhielten. „Das bedeutet auch, dass die Verlage kräftig investieren müssen, um Weiterbildung zu ermöglichen", sagt er. Denn die Realität sieht oft anders aus. „Der Redakteur kommt heute von einem Termin und noch bevor er sich an den Text für sein Printprodukt setzt, hat er einen Tweet abgesetzt und einen kleinen Beitrag auf Facebook gepostet. Wenn er seinen Text fertig gestellt und sein dazu passendes Bewegtbild abgesetzt hat, dann wartet noch andere Arbeit auf ihn", schildert Freitag den von vielen Verlegern gewünschten, optimierten Alltag eines Zeitungsredakteurs. Tatsache ist, dass die Arbeitsverdichtung für Festangestellte stetig zunimmt und die Crossmedialität dabei eine große Rolle spielt. „Da traut sich niemand noch Bildungsurlaub anzumelden und sich für betriebliche Weiterbildung aus dem Redaktionsalltag auszuklinken." Dabei ist der Druck auf Festangestellte und auf Freie, alles zu können, enorm groß. Das, so Peter Freitag, „ist die Erwartungshaltung von den meisten Arbeit- und Auftraggebern". Wichtig sei bei dieser Entwicklung, dass Medienunternehmer an ihrer Glaubwürdigkeit arbeiteten. Dazu brauche es Qualitätsstandards. Recherche sei unerlässlich. Schnelligkeit dürfe nicht zum ausschlaggebenden Kriterium werden.

Doch wer genau besucht die Schulungen zum Beispiel zum Thema „Videodreh mit dem Smartphone" oder „Texten für Social Media"? In der AfP sind es zirka 1.400 Teilnehmer_innen im Jahr aus ganz Deutschland. Dabei ist der 25-jährige Volontär, der für den Kompaktkurs kommt, aber auch die 41-jährige Redakteurin, die „Schreiben für alle Kanäle" lernt, oder der 53-jährige Ressortleiter, der seinen Job verloren hat und sich mit dem Zertifikatskurs „Digitale Konzeption" ein neues Standbein aufbauen möchte. Dass erfahrene Printkolleg_innen früher bisweilen als Totalverweiger in Sachen neue Medien und Digitalisierung galten, stimmt laut Nadja Stavenhagen heute nicht mehr. „Wir müssen gar nicht locken, die älteren Kollegen sind motiviert. Wir sehen eine große Lust, Neues zu lernen und sich mit anderen Teilnehmern auszutauschen. Veränderungsbereitschaft ist keine Frage des Alters, sondern der Einstellung", so die Direktorin der AfP.

Auch die Akademie der Bayerischen Presse (ABP) bemerkt, dass die ABZV ihre Pforten geschlossen hat. „Die Bereitwilligkeit zur Fortbildung ist groß und tarifgebundene Verlage müssen Volontärskurse vorhalten. Wir verzeichnen immer mehr Leute aus anderen Teilen der Republik, die wir früher nicht erreicht haben", sagt ABP-Direktor Dr. Robert Arsenscheck. Er weiß, dass die Digitalisierung und die Verschmelzung der Medien eine starke Fortbildung erfordert. Daher passt die Aka-

demie ihre Angebote ständig an die Erfordernisse an. Nicht nur für jüngere Journalist_innen, die Kurse wie „Professionell in die Selbstständigkeit" buchen. Auch für ältere und fest angestellte Kolleg_innen gibt es was: Abendkurse und Auffrischungskurse, in denen die Teilnehmer_innen zwischen 25 und 60 Jahre alt sind. Arsenscheck berichtet, dass viele Verlage die Notwendigkeit der Weiterbildung erkannt haben. „Sie buchen uns als Inhouse-Schulung. Daran nehmen alle Kollegen teil." Auch die, die sonst fortbildungsresistent sind.

Neben den beiden großen Anbietern in München und Hamburg, die feste Anlaufstellen für Medienschaffende sind, lohnt sich ein Blick ins größte Bundesland der Republik nach Nordrhein-Westfalen. Hier ist nicht nur der Sitz des Zeitungs- und Zeitschriftenverlages Funke Medien, ehemals WAZ-Mediengruppe. Hier befindet sich auch die Stiftung „Vor Ort NRW LfM-Stiftung für Lokaljournalismus", die bei ihrer Gründung 2015 für viel Kritik sorgte. Kritiker hatten befürchtet, das Land wolle über diese Stiftung Einfluss auf die Medien nehmen. Dann wurde die Stiftung der öffentlich-rechtlichen Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) zugeordnet und unterliegt seitdem dem Staatsvertrag mit öffentlich-rechtlichen Kontrollgremien. „Das Land übt hier keinerlei Einfluss aus", sagt Medienexperte Horst Röper.

Nach eigenen Angaben fördert die Landesanstalt für Medien in enger Zusammenarbeit mit ihrer Stiftung „Vor Ort NRW" die Qualifizierung von Journalist_innen in NRW, indem sie unter anderem Anbieter journalistischer Weiterbildung in NRW mit einer Gesamtsumme in Höhe von knapp 200.000 Euro unterstützt. Ziel: die Sicherung lokaler und regionaler Vielfalt und Qualität. „Alle geförderten Projekte konzentrieren sich auf digitalen Lokaljournalismus und sind praxisnah ausgerichtet. Sie umfassen neben der Stärkung crossmedialer journalistischer Fähigkeiten auch die Weiterentwicklung technischer, ökonomischer und organisatorischer Kompetenzen", teilt die Landesmedienanstalt mit. Geförderte Weiterbildungsanbieter sind: Journalistenzentrum Haus Busch, Hagen; Business Academy Ruhr, Dortmund, Studio 47, Duisburg; Journalistenbüro Michael Voregger, Gelsenkirchen; Journalistenbüro Medienhaus Kai Rüsberg, Bochum; TOP: Talente, Hennef; RTL Journalistenschule für TV und Multimedia, Köln. Im Jahr 2016 waren bisher ca. 250–300 Teilnehmer_innen an den Seminaren, Praxisworkshops und öffentlichen Netzwerktreffen beteiligt. Somit fördert die Landesmedienanstalt bzw. deren Stiftung alle relevanten Weiterbildungsanbieter für Medienberufe in NRW.

Gefördert wird auch die Medien-Akademie Ruhr (MAR) Essen, die aus der Journalistenschule Ruhr der ehemaligen WAZ-Mediengruppe hervorgegangen ist. Die gemeinnützige Medien-Förderstiftung Ruhr ist heute Alleinaktionärin der MAR. Einer der Hauptkunden ist die Funke Mediengruppe. Die Volontäre der Mediengruppe aus NRW, Thüringen, Niedersachsen, Hamburg und Berlin werden von der MAR im Schulungszentrum in Essen gemeinsam ausgebildet. Seit Beginn des Jahres ist hier eine deutliche Erweiterung der Bildungsangebote im Hinblick auf die elektronischen Medien, das crossmediale Medienangebot sowie die PR- und Öffentlichkeitsarbeit erfolgt. Die MAR bietet Seminare in den Bereichen Print-Online, Bild-Multimedia, Lokalfunk, TV sowie Kommunikation und PR an. Neben dem klassischen Handwerk stehen in den letzten Jahren vermehrt Angebote zum digitalen Journalismus auf dem Programm. Dazu gehören Kurse zu Social Media, Community Management, crossmedialem Arbeiten, Video-Journalismus und Audio-Slide-Shows ebenso wie zu interaktivem Journalismus. Alle Seminare sind immer offen für Medienschaffende aller Gattungen, von anderen Verlagen und für alle Freien.

Gibt es Sondertarife für Freie? Bei der AfP ja. Zusammen mit der Stiftung der Hamburger Presse hat sie die Aktion „Halbe Miete" ins Leben gerufen, bei der freie Journalist_innen aus Hamburg einen Seminarzuschuss bis zu 250 Euro bekommen.

Doch nicht nur Journalist_innen müssen sich weiterbilden. Auch in anderen Berufen der Medienbranche (Mediengestalter_innen oder Medienfachwirt_innen) ist der Bedarf groß. Das Angebot auch. So gibt es zahlreiche private Akademien, Schulen oder Fernstudiengänge, die Zertifikatskurse anbieten. Gleiches gilt für Industrie- und Handelskammern. Die Kunst bei diesem Überangebot dürfte sein, das Richtige zu finden. **Silke Hoock <<**

Anzeige

GEGEN DAS POSTFAKTISCHE.

Lorenz Matzat
Datenjournalismus
Methode einer digitalen Welt
2016, 102 Seiten, Broschur
ISBN 978-3-86764-651-2

www.uvk.de

Michael Haller
Methodisches Recherchieren
8., kompl. überarb. Aufl.
2016, 220 Seiten, Broschur
ISBN 978-3-8252-4655-6

UVK

Voneinander profitieren

ver.di startet Kooperation mit dem Verein Junge Verlagsmenschen

Druck+Papier | Sie sind jung, ihre Vorstandskolleginnen sind jung. Kommt man bei den Jungen Verlagsmenschen (JVM) nicht anders unter?

Sandra Wegner | Mitglied kann jeder zwischen 18 und 39 Jahren werden, der in der Buch- und Medienbranche tätig ist oder sein will. Es ist aber schon so, dass wir vor allem den Nachwuchs ansprechen. Der JVM begreift sich als unabhängige Plattform, auf der sich Young Professionals, Berufseinsteiger und Studenten begegnen, austauschen und organisieren können.

Foto: Ralf Dombrowski

Sandra Wegner arbeitet für den Münchner Piper Verlag und ist 2. Vorsitzende beim Junge Verlagsmenschen e.V. (JVM)

Wann haben Sie damit losgelegt?

Seit 2009 sind wir ein eingetragener Verein. Wir zählen rund 750 Mitglieder, die sich in 13 Städtegruppen regelmäßig treffen und Veranstaltungen auf die Beine stellen. Da geht es um viele Themen: Weiterbildung, faire Arbeitsbedingungen oder angemessene Bezahlung.

Das sind ja klassische Themen einer Gewerkschaft. Verstehen Sie sich auch als solche?

Nein, politische Motive spielten bei der Vereinsgründung keine Rolle. Der zentrale Ausgangspunkt war der fehlende Kommunikationsrahmen für den Nachwuchs und das Bedürfnis nach Austausch. Dass wir inzwischen verstärkt am Thema »Arbeitsbedingungen« dran sind, hat sich erst entwickelt.

Weil Sie gemerkt haben, dass da vieles im Argen liegt?

Die Arbeits- und Lohnbedingungen für Berufsanfänger sind meistens sehr schlecht. Das betrifft viele Punkte: Rechte und Pflichten bei Volontariaten und Praktika, Dauer und Vergütung. Vor allem Volontäre werden vielfach als billige Arbeitskräfte missbraucht. Sie erledigen den Job eines Festangestellten, werden aber viel schlechter bezahlt. Überhaupt sind die Arbeits- und Lohnbedingungen für Berufsanfänger meistens sehr schlecht. Das belegt eine Umfrage, die wir vor knapp zwei Jahren durchgeführt haben. Allerdings war das noch vor der Einführung des Mindestlohns.

Und jetzt? Hat sich die Lage mit dessen Einführung verbessert?

Selina Reimer | Wir starten demnächst eine neue Umfrage, um zu prüfen, wie die Lage sich derzeit darstellt. An den Stellenanzeigen lässt sich jetzt schon ablesen, dass weniger und kürzere Praktika und die meisten davon als studienbegleitend ausgeschrieben sind. Einige Volontariate werden aber immer noch so schlecht vergütet, dass man von dem Gehalt nicht leben kann. Vor der Einführung des Mindestlohns lag der Verdienst bei Volontariaten im Schnitt bei rund 1000 Euro Brutto – und damit ca. 500 Euro unter Mindestlohnniveau – bei einer 40 Stunden-Woche.

Die Jungen Verlagsmenschen wollen sich mit ver.di in einer Kooperation zusammentun. Was versprechen Sie sich davon?

Nach einer erfolgreichen gemeinsamen Veranstaltung in Köln vor zwei Jahren haben wir Kontakt zur ver.di-Bundesverwaltung aufgenommen. Das Interesse an einer Zusammenarbeit war groß. Wir haben viele Gemeinsamkeiten, arbeiten beim Thema »Nachwuchsrechte« an ähnlichen Baustellen und sind beide dezentral in vielen Städten organisiert. Wir können voneinander profitieren: Durch uns erhält ver.di Zugang zu einer Branche, in der Gewerkschaften ziemlich außen vor sind. Umgekehrt gelangen wir an arbeits- und betriebsrechtliches Know-how.

Wie weit soll die Zusammenarbeit gehen?

Zunächst geht es uns um den Informationsaustausch. Wir möchten gemeinsam das Thema »Nachwuchsrechte« immer wieder ansprechen und ein Bewusstsein für Missstände schaffen. Die Leute müssen erst einmal wissen, dass sie Rechte haben und welche. Und dass diese Volontariatsunkultur in vielen Verlagen nicht normal ist und man sich für bessere Bedingungen einsetzen sollte.

Foto: privat

Selina Reimer ist für den Verlag Kiepenheuer & Witsch in Köln tätig und koordiniert die ver.di-Kooperation für die Jungen Verlagsmenschen (JVM) in der Arbeitsgruppe Nachwuchsrechte

Sind Ihre Mitglieder dafür bereit?

Durchaus – egal, wo wir das Thema ansprechen, hat jeder sofort seine eigene Geschichte zu erzählen. Doch am Anfang steht die Sensibilisierung und vielleicht reift daraus die Bereitschaft, sich gemeinsam zu wehren. Aber bis dahin gibt es viel zu tun. Die JVM und ver.di können sich dabei gegenseitig helfen.

Interview: Ralf Wurzbacher <<

Das Interview wurde bereits in der Zeitschrift „Druck+Papier" veröffentlicht (http://verdi-drupa.de/)

Schon entdeckt?

Engagierte Medien abseits des Mainstreams gibt es zunehmend mehr. Sie sind hochinteressant, aber oft wenig bekannt. Deshalb stellt M in jeder gedruckten Ausgabe und auf M Online einige davon vor.

Crowdspondent

Sie lieben Abenteuer und Online-Journalismus. Kennengelernt haben sich Lisa Altmeier (28) und Steffi Fetz (29) auf der Deutschen Journalistenschule in München. Mit ihrem Projekt „Crowdspondent" probieren sie eine neue Form von Journalismus aus. Die Zuschauer entscheiden die Themen. Und die beiden Crowd-Korrespondentinnen packen Notizblöcke und Kamera in den meterhohen Rucksack – und sind dann mal weg. Im Leserauftrag reisten sie bereits in die brasilianischen Favelas und recherchierten im Sperrgebiet von Fukushima. Jetzt, ein Jahr vor der Bundestagswahl, fahren sie kreuz und quer durch Deutschland.

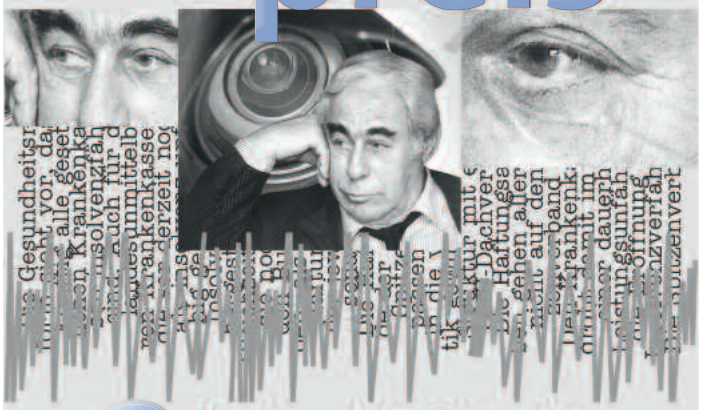
Die Idee entstand bei einem Glas Wein. Lisa Altmeier und Steffi Fetz diskutierten darüber, was man im Journalismus anders machen könnte. Die „Crowd", also die Zuschauer_innen, sagen über die sozialen Netzwerke Twitter, Facebook oder den Crowdspondent-Blog, was wo recherchiert wird und wen die beiden Journalistinnen treffen sollen. Ein Stipendium von VOCER stellte 2013 die Weichen für die erste Crowd-Brasilien-Exkursion. Oben drauf gab es den Medienpreis für die „Top 30 bis 30" vom Medium Magazin. „Das war natürlich ein Ansporn zum Weitermachen", erzählen sie. Herausgekommen sind seitdem etliche Mini-Videos, eine TV-Reportage und das Buch „Nix wie Heimat".

„Wir experimentieren gern." Es ist zwar nicht das Geld, dem die beiden Vorreiterinnen des Crowd-Journalismus nachjagen. Von Luft und der Begeisterung für den Traumjob allein können sie jedoch auch nicht leben. Kunden wie ARD, ZDF, *Süddeutsche Zeitung* oder *Zeit Online* kaufen ihre Beiträge. Die Recherchekosten lassen sie sich vorab über das Crowdfunding-Portal „Startnext" finanzieren. Auch ihr aktuelles Projekt unterstützen die Leser_innen. „Was ist los mit Dir, Deutschland?" Die politische Recherche soll ein Versuch sein, zerstrittene Lager miteinander ins Gespräch zu bringen. Menschen mit unterschiedlichen politischen Ansichten treffen kaum noch aufeinander, so die These. Die Diskussionskultur im Netz sei merklich schlechter geworden. „Das wollen wir im Rahmen unserer Möglichkeiten verbessern." Lisa Altmeier und Steffi Fetz besuchten beispielsweise mit einem linken Künstler eine Pegida-Demonstration in Dresden. Sie verbrachten eine Nacht im Berliner Kältebus und untersuchten, was für Obdachlose getan wird. Und sie begleiteten eine Bürgerinitiative, die mittels Bürgerentscheid gegen die Schließung einer Grundschule kämpft. Mit dabei ist immer eine Kamera. Ende Januar 2017 soll alles abgedreht sein. Geplant sind zehn Videos à zehn Minuten, die sie auf dem Crowdspondent-Blog veröffentlichen.

Rita Seyfert <<

Anzeige

Dr. Georg Schreiber
Medien-preis
2016



Wettbewerb für Printmedien, Hörfunk, Fernsehen und Internet!

Zugelassen sind Beiträge junger Journalistinnen und Journalisten bis einschließlich 35 Jahre zu den Themen Gesundheit und Soziales, die zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember 2016 in einer in Bayern erscheinenden Zeitung oder Zeitschrift veröffentlicht oder von einem Rundfunksender mit redaktionellem Sitz bzw. einem Landesstudio in Bayern ausgestrahlt worden sind. Zugelassen sind auf speziell für das Internet produzierte Beiträge mit thematischer Relevanz für den Freistaat.

Im Printbereich wird zudem ein bundesweiter Sonderpreis ohne Altersbeschränkung vergeben.

Der Medienpreis ist mit insgesamt 30.500 Euro dotiert.

Informationen und Anmeldung:
Internet: www.aok-medienpreis.de
e-mail: medienpreis@by.aok.de
Telefon: 089 62730-184
AOK Bayern, Zentrale,
z. Hd. Frau Andrea Winkler-Mayerhöfer
Carl-Wery-Str. 28, 81739 München

Ausgeschrieben von der AOK Bayern in Zusammenarbeit mit den Nachwuchsjournalisten in Bayern e.V. (NJB) - unterstützt von der Deutschen Journalistenschule München e.V. (DJS).

DJS. njb AOK Die Gesundheitskasse.

Aufmacher Erdogan

Die Abschaffung der Pressefreiheit in der Türkei

Eine normale Nachrichtensendung zur abendlichen Primetime sieht im türkischen Fernsehen heutzutage so aus: Sie beginnt mit einer Rede von Präsident Recep Tayyip Erdogan. Erdogan hält praktisch jeden Tag irgendwo im Land eine Rede, die für alle Sender obligatorisch der Aufmacher des Tages ist.

Da alle großen Sender für die Hauptnachrichten eine Stunde verwenden statt, wie in Deutschland, die News auf eine Viertelstunde zu komprimieren, hat Erdogan reichlich Sendezeit für seine Botschaften. Es hilft auch nicht, den Kanal zu wechseln, denn auf den anderen Sendern redet ebenfalls Erdogan. Wenn Erdogans Auftritt zu Ende ist, folgt in der Regel sein Ministerpräsident Binali Yilderim und danach einer seiner Minister. Von diesem Schema wird nur dann abgewichen, wenn es irgendwo im Land einen schweren Anschlag gegeben hat oder die Armee einen ihrer „Erfolge" in Syrien erzielt hat. Dann redet Erdogan am kommenden Tag darüber.

Was dagegen nicht vorkommt, ist eine möglichst neutrale Darstellung des innen- und außenpolitischen Geschehens. Alles wird grundsätzlich nur aus der Sicht der Regierung dargestellt. Beispielsweise in Sachen EU. Wenn Erdogan einmal den Ton vorgegeben hat, wird die EU in allen Berichten als heuchlerische Bande charakterisiert, die das türkische Volk verachtet und seit Jahrzehnten belügt.
Der Unterschied zwischen den Sendern besteht nur noch darin, dass die früheren kritischen und auch nach internationalen Maßstäben professionell arbeitenden Sender CNN-Türk und NTV gelegentlich noch einmal Oppositionsführer Kemal Kilicdaroglu von der sozialdemokratisch-kemalistischen CHP zu Wort kommen lassen, während bei den anderen Sendern Kilicdaroglu nur noch dann vorkommt, wenn er von Erdogan angegriffen und verleumdet wird.

Für den größten Teil der türkischen Bevölkerung ist das Fernsehen nach wie vor die wichtigste Informationsquelle. Während früher lediglich der Staatssender TRT als Regierungssprachrohr funktionierte, hat es Erdogan in den letzten Jahren geschafft, das Fernsehen völlig unter seine Kontrolle zu bringen. Bei den großen Kanälen ist das bereits seit seinem dritten Wahlsieg 2011 der Fall. Ermöglicht wurde ihm das dadurch, dass die großen Kanäle – wie übrigens auch die großen Zeitungen – alle nur Bestandteile übergeordneter größerer Wirtschaftsholdings sind, die ihr Geld mit Immobilien, Banken, Bau oder Tourismus machen und dabei dann besonders gut verdienen können, wenn sie an lukrative Staatsaufträge herankommen. Die gibt es aber nur bei guten Beziehungen zum großen Vorsitzenden. Großunternehmen, die nicht kooperieren wollten, bekamen es mit der Steuerfahndung und dem Staatsanwalt zu tun.
Das Paradebeispiel dafür ist der auch in Deutschland als der Herausgeber von *Hürriyet* bekannte Dogan Konzern. Der Konflikt begann, als Erdogan nach seinem Wahlerfolg 2007 systematisch anfing, die säkulare kemalistische Führungsschicht in der Armee, der Bürokratie und der Wirtschaft anzugreifen. Aydin Dogan, der Patriarch des Dogan Konzerns, ist Teil dieser alten Führungsschicht und *Hürriyet* war bis dahin der öffentliche Inbegriff der säkularen kemalistischen Republik. Als Erdogan die ersten hohen Offiziere verhaften ließ, weil sie angeblich einen Putsch gegen ihn planten, ging *Hürriyet* gegen Erdogan in die Offensive. Das Blatt griff dazu einen Prozess in Deutschland groß auf, in dem eine islamische Organisation, die Spenden für wohltätige Zwecke in der Türkei sammelte, angeklagt war, Gelder für die AKP-Parteiarbeit zweckentfremdet zu haben. Mehrere Leute wurden verurteilt.

Angebliche Steuerschuld

Erdogan war erbost und griff Aydin Dogan direkt an. Als dieser nicht nachgeben wollte, nahm sich die Steuerfahndung den Dogan Konzern vor. Das Ergebnis war, verteilt über mehrere Etappen, eine angebliche Steuerschuld von über einer Milliarde Dollar, was damals ungefähr dem gesamten Börsenwert des Dogan Konzerns entsprach. Um nicht komplett enteignet zu werden, legte der Dogan Konzern den Rückwärtsgang ein. Die Berichterstattung über mögliche Korruption innerhalb der AKP verschwand und mit ihr die ersten Journalist_innen, die als besonders AKP-kritisch galten. Auch der Chefredakteur, Ertugrul Özkök, ein Freund von *Bild*-Chef Kai Diekmann, musste gehen. Diekmann saß damals noch im Aufsichtsrat der Dogan Mediensparte, weil Springer davon 10 Prozent gekauft hatte. Vor einigen Monaten hat Springer angekündigt, diese Anteile verkaufen zu wollen.

Mit *Hürriyet* ging es seitdem kontinuierlich abwärts. Die Zeitung ist mittlerweile nur noch ein Schatten ihrer selbst. Obwohl mit einer Auflage von rund 350.000 Exemplaren immer noch die meistverkaufte Tageszeitung der Türkei, trauen sich die *Hürriyet*-Kolleg_innen heute nur noch minimale Abweichungen von der Linie der offiziellen Regierungszeitungen zu. Direkt in der Redaktion sitzt mittlerweile ein AKP-Aufpasser. Alle anderen großen Zeitungen heißen Pool-Zeitungen, weil ihre Besitzer allesamt zu einem Erdogan-Freundeskreis gehören und in einigen Fällen erst von Erdogan dazu aufgefordert worden waren, ihre Zeitung von einem eher Erdogan-kritischen Unternehmer aufzukaufen, den die Steuerfahndung zuvor weichgekocht hatte.
Diese nahezu hundertprozentige Medienkontrolle gab es Anfang dieses Jahres noch nicht. Bis zum März 2016 existierten noch die Zeitungen und TV-Sender der Gülen-Bewegung, einer islamischen Sekte, die sich 2012 mit Erdogan zerstritten hatte, und die seitdem einen kompletten Richtungswechsel vollzogen hat: von Erdogan-Unterstützern zu scharfen Erdogan-Kritikern. Wenn auch mit fraglicher Motivation deckten *Zaman* und die englischsprachige *Zaman Today* etliche Ungereimtheiten der Erdogan-Regierung auf, vor allem einen großen Korruptionsfall in seiner unmittelbaren Umgebung Ende 2013. Ende März ließ Erdogan dann die Zeitungen und TV-Sender, die zur Gülen-Bewegung gehörten, unter staatliche Zwangsverwaltung stellen, woraufhin sie wieder völlig auf Erdogan-Kurs gedreht wurden und mittlerweile ganz verschwunden sind.

Übrig blieben danach noch die linksliberale *Cumhuriyet* mit dem damaligen Chefredakteur Can Dündar, die kleineren linken Blätter *Birgün* und *Evrensel* und einige prokurdische Publikationen wie *Özgür Gündem* und *Firat*

Haber, die alle in scharfem Widerspruch zu Erdogan stehen, aber nur ein sehr begrenztes Publikum erreichen. Dazu kam IMC-TV als letzter kritischer Fernsehsender. Gegen diesen letzten Rest freier Medien richtet sich die Repression Erdogans seit dem Putschversuch am 15. Juli und dem anschließend verhängten Ausnahmezustand.

Willkürliche Vorwürfe

Seitdem ging es dann Schlag auf Schlag. Zunächst wurden etliche Journalisten verhaftet, die zuvor für Gülen-Medien geschrieben oder aber in der Redaktion einer der Zeitungen oder TV-Sender gearbeitet hatten. Von den Kolleg_innen, die unter diesem Vorwurf verhaftet wurden – es sind um die 50 Personen – sind nach wie vor alle in Haft. Der Vorwurf: Unterstützung der „terroristischen" Gülen-Bewegung „FETÖ".

Karikatur: Kostas Koufogiorgos

Im August kam dann bereits die zweite Welle. Dieses Mal ging es gegen Kolleg_innen, die für prokurdische Medien arbeiten. Zunächst wurde die prokurdische Tageszeitung *Özgür Gündem* geschlossen und der größte Teil der Redaktion verhaftet. Doch es blieb nicht auf die Redaktion beschränkt. *Özgür Gündem*, die seit langem unter massiven Repressionsmaßnahmen leidet, hatte in den Monaten zuvor eine Kampagne gestartet, bei der jeweils für einen Tag bekannte linke Journalist_innen pro Forma die Chefredaktion übernommen hatten. Viele der Kolleg_innen, die sich an dieser Solidaritätsaktion beteiligten, wurden nun auch verhaftet. Unter ihnen auch die in Deutschland bekannte Schriftstellerin und Kolumnistin Asli Erdogan. Alle diese Kolleg_innen sind nach wie vor in Haft. Der Vorwurf: Unterstützung der „terroristischen" PKK.

Ende Oktober traf es dann das wichtigste linksliberale Blatt *Cumhuriyet*. Sie ist die älteste Zeitung der Türkei. Übersetzt heißt ihr Name „Republik" und sie ist auch das Traditionsblatt der türkischen säkularen Republik. Die Zeitung steht der oppositionellen sozialdemokratisch-kemalistischen CHP nahe. Als die Polizei am 31. Oktober den Chefredakteur und 13 weitere Mitarbeiter_innen der Redaktion und des Verlages festnahm, weilte ihr früherer Chefredakteur Can Dündar bereits seit einigen Monaten in Deutschland. Can Dündar und der Leiter des Ankara-Büros der Zeitung, Erdem Gül, waren im Frühjahr zu fünf bzw. sechs Jahren Gefängnis verurteilt worden, weil sie einen illegalen Waffentransport des türkischen Geheimdienstes an syrische Islamisten aufgedeckt hatten. Erdogan persönlich drohte Can Dündar, er werde dafür bezahlen. Als kurz darauf ein Attentat auf Dündar verübt wurde, beschloss dieser, das Land für einige Zeit zu verlassen. Auch die Kolleg_innen von *Cumhuriyet* sitzen nach wie vor in Untersuchungshaft. Der Vorwurf: Unterstützung der „terroristischen" Gülen-Organisation und der „terroristischen" PKK.

Die Vorwürfe sind willkürlich und völlig abwegig und jeder weiß das. Es geht lediglich darum, eine kritische Stimme, die nicht wie andere durch ökonomischen Druck zum Schweigen gebracht werden konnte, per Polizeigewalt auszuschalten. Jeder Journalist und jede Journalistin in der Türkei, die jetzt noch kritisch über die Regierung berichten, wissen, dass sie mit einem Bein im Gefängnis stehen. Das letzte Beispiel dafür ist die kurdische Lokaljournalistin Hatice Kamer aus Diyarbakir. Hatice Kamer war von Diyarbakir aus in eine Kleinstadt nahe der irakischen Grenze gefahren, wo sich in einer Kupfermine ein Unglück ereignet hatte. Weil die Regierungsmedien den Vorfall herunterspielten, wollte sie vor Ort mit den Angehörigen der Verunglückten und den überlebenden Bergarbeitern reden. Noch bevor sie dazu kam, wurde sie festgenommen. Hatice Kamer hatte Glück im Unglück. Die britische BBC, der deutsche WDR und die amerikanische Voice of America, für die sie jeweils berichtete, machten so viel Druck, dass Hatice Kamer wieder auf freien Fuß gesetzt wurde. Trotzdem muss sie wohl mit einer Anklage rechnen. Der Vorwurf: Unterstützung der „terroristischen" PKK.

Kritik an EU

Insgesamt sitzen zurzeit rund 140 Journalistinnen und Journalisten in der Türkei im Gefängnis. Auf Kritik aus der EU reagiert Präsident Erdogan mit dem Vorwurf, die EU sei doch längst selbst zu einem sicheren Hafen für Terroristen geworden. Damit meint er unter anderem, dass einige Journalist_innen rechtzeitig vor ihrer Verhaftung nach Deutschland oder in ein anderes EU-Land flüchten konnten, wo ihnen nun Schutz gewährt wird. Eine Besserung der Situation in der Türkei in erst einmal nicht in Sicht.

Jürgen Gottschlich, Istanbul <<

Selten ein Ja-Nein-Schema

Am 20. November vor 60 Jahren wurde der Deutsche Presserat gegründet

Publikum und Redaktionen sollten wachsam bleiben! Das wünscht sich Manfred Protze zum 60-jährigen Jubiläum des Deutschen Presserats. Er ist seit März dieses Jahres – mittlerweile zum dritten Mal – Sprecher des Rats, dem er bereits seit 1987 als Vertreter der dju in ver.di angehört. Im Gespräch mit „M" äußert er sich über einen „wenig schmeichelhaften Tiervergleich", über „lernende und diskursive Verfahren" in den Beschwerdeausschüssen, wendet sich gegen eine „Bußgeldbürokratie" und erklärt, warum das Publikum der „wirkliche Wächter" der Medienmoral ist und was gegen öffentliche Beschwerdeverhandlungen spricht.

M | Immer wieder taucht die Kritik auf, der Presserat sei ein „zahnloser Tiger". Hat er doch Zähne und zeigt Biss beim Einsatz für Berufsmoral und Pressefreiheit?

Manfred Protze | Der „zahnlose Tiger" ist so ziemlich tot, er war auch immer nur ein Phantom und repräsentiert nichts anderes als eine Vorstellung von Selbstregulierung in den Medien, die weit entfernt ist von dem, was wir für sinnvoll halten. Dieser basiert auf der Annahme, im Journalismus gebe es so etwas wie Verkehrsverstöße, die man messen und dann zur Abschreckung bestrafen kann, oder Ladendiebstahl, bei dem eindeutig festgestellt werden kann, dass etwas entwendet worden ist. Journalismus ist anders und komplexer.

Die Fehler und Grenzüberschreitungen, die dort begangen werden, beruhen in den allermeisten Fällen nicht auf irgendeinem Vorsatz und sind auch nicht häufig in einem Ja-Nein-Schema zu erfassen. Wir haben deshalb als Verfahren die diskursive Methode gewählt. Wenn wir eine Beschwerde über eine Veröffentlichung erhalten, kommunizieren wir mit der Redaktion und versuchen erst einmal, ihre Beweggründe und die Situation zu erfassen, in der das Ganze zustande gekommen ist. Dann geben wir ein Urteil ab – in der Erwartung, dass dies in der Redaktion auch ein Echo hat. Aus unserer Sicht ist dieses lernende und diskursive Verfahren erfolgreicher als eine simple Bestrafung, die in aller Regel nur dazu führen wird, dass die Betroffenen sich nach allen Kräften verteidigen und sich ansonsten aber jeder Auseinandersetzung über das eigene Tun entziehen.

Aber der Presserat hat doch Bestrafungs- und Sanktionsmöglichkeiten wie die Rüge. Und da gibt es Presseorgane wie „Bild", die das ignorieren. Bei einer Journalistenbefragung 2007/08 von Carsten Reinemann war etwa die Hälfte der Redakteur_innen dafür, dass der Presserat finanzielle Sanktionsmöglichkeiten erhält, um seine Urteile besser durchzusetzen. Warum verhängt der Presserat in diesen Fällen – wenn der Rügenabdruck verweigert wird – keine Bußgelder?

Zunächst muss ich eine in Ihrer Frage enthaltene Unterstellung kommentieren. Die Annahme, dass die Urteile des Presserats bei der *Bild*-Zeitung nichts bewirken, ist durch nichts bewiesen. Wir stellen fest, dass unsere Entscheidungen auch gerade in diesem Verlagshaus ziemlich ernst genommen werden. Das schließen wir aus der Tatsache, dass sich die Redaktionen sehr intensiv und argumentativ mit den Beschwerden auseinandersetzen. Diesen Aufwand würde man nicht betreiben, wenn es bedeutungslos wäre. Zudem schließen wir das aus zum Teil heftigen öffentlichen Reaktionen, die wir zwar nicht immer schätzen, die aber als Indikator für eine wirksame Arbeit des Presserats gesehen werden dürfen.

60 JAHRE DEUTSCHER PRESSERAT

Zur Frage der finanziellen Sanktionen: Wir haben uns zu Beginn der Existenz des Presserats entschieden, als höchste Sanktionsmöglichkeit zu wählen, dass wir in schlimmen Fällen von Grenzüberschreitungen öffentlich unter Namensnennung des Mediums darüber reden. Das ist etwas, was Zeitungs- und Zeitschriftenhäuser sehr ernst nehmen, weil niemand im Zusammenhang mit ethischer Regelverletzung öffentlich genannt werden möchte. Die Verhängung von Geldbußen stößt auf zwei Probleme. Zum einen müsste man Geldbußen in einer Höhe festlegen, die der wirtschaftlichen Leistungskraft des jeweiligen Verlagshauses entspricht. Mit pauschalen Bußgeldern würden Sie ein kleines Medium im Zweifelsfall um seine Existenz bringen und bei einem großen Verlagshaus könnte das aus der Portokasse bezahlt werden. Wenn Sie ein angemessenes Bußgeld verhängen wollten, müssten Sie einen immensen Aufwand betreiben, bevor sie es festsetzen können. Wenn es rein symbolischen Wert hätte, dann würde es keine Wirkung entfalten. Zum zweiten muss derjenige, der mit einer Geldstrafe in das Vermögen eines Dritten eingreift, nach rechtsstaatlichen Grundsätzen mit einem umfangreichen Apparat dafür sorgen, dass er diese Bußgelder eintreiben kann. Aus dem Presserat würde dann eine Bußgeldbürokratie, die erstens niemand will und die zweitens auch niemand finanzieren könnte.

Zum 50. Jubiläum hatte Thomas Leif im Medienmagazin Zapp gesagt, die Zusammenarbeit im Presserat sei eine „Kungelei zwischen Tarifpartnern", um „Konflikte einzuhegen". Wie sehen Sie die Zusammenarbeit der Träger?

Diesen Vorwurf halte ich für nicht substanziert und Quatsch. Die Zusammenarbeit zwischen den Trägern des Presserats ist aus meiner Sicht gut. Wir haben uns dem gemeinsamen Regelwerk unterworfen – sowohl die journalistische Seite wie auch die verlegerische und das allein zählt. Wir sind in den Gremien, die den Kodex anwenden, den Beschwerdeausschüssen paritätisch vertreten mit Mitgliedern, die ein Mandat haben und das zeigt, dass die beiden Trägergruppen voll beteiligt sind. Wenn man sich die Entscheidungen anschaut, die wir regelmäßig mit Mehrheit oder einstimmig treffen, kann man auch leicht feststellen, dass es ein sogenanntes Bankverhalten – also die Konfrontation von verlegerischer Ethik und journalistischer Ethik – nicht gibt.

Dem Presserat wird vorgeworfen, seine Entscheidungen seien „intransparent", weil er hinter verschlossenen Türen tagt. Warum ist die Öffentlichkeit nicht zugelassen?

In der Geschichte des Presserats haben wir einmal einen Versuch gemacht, eine Teilöffentlichkeit herzustellen. Angehörige von

den Opfern des Absturzes der französischen Concorde im Jahr 2000 nahmen an der Sitzung teil, in der wir uns mit den Beschwerden über die Berichterstattung befassten. Wir haben das ausgewertet und festgestellt, dass es für die Entscheidungsfindung im Presserat keine Vorteile bringt, dass der Zeit- und Ressourcenaufwand immens groß ist. Es war eine pragmatische Entscheidung zu sagen, das bisher praktizierte Verfahren ist völlig ausreichend. Es ist transparent für die Beteiligten, also Beschwerdeführer und Redaktionen. Und es ist obendrein transparent für die Öffentlichkeit, indem wir Entscheidungen auf der Homepage angemessen präsentieren.

Aber die Öffentlichkeit scheint ja doch Interesse an aktuelleren Informationen zu haben, zumal wenn so brisante Themen wie der Umgang mit dem Diskriminierungsverbot nach der „Kölner Silvesternacht" verhandelt werden. Warum gibt es da keine Pressekonferenz?

Das war ein Presseecho, ein Interesse der Medien, das wir in diesem Umfang nicht erwartet hatten. Im Nachhinein, bei rückschauender Betrachtung, hätten wir das besser machen können. Noch einmal zur Transparenz und Öffentlichkeit solcher Beratungen: Der Vorwurf der Intransparenz wird gerne erhoben mit dem versteckten Vorwurf, der Rat habe irgendetwas zu verbergen. Das ist eine grundlose Befürchtung. Im Zweifelsfall würden die Beteiligten Alarm schlagen, wenn wir dort etwas vertuschen würden. Und im Übrigen legen wir der Öffentlichkeit ja auch auf der Homepage und im Einzelfall auch in Pressekonferenzen oder Pressemitteilungen darüber Rechenschaft ab, was wir tun. In jedem Fall wollen wir bei den Verhandlungen über Beschwerden vermeiden, dass Mitglieder, Beteiligte, die möglicherweise nicht für Mikrofon und Kamera trainiert sind, entweder mit ihrer Meinung zurückhalten oder andere Beiträge für das Publikum abliefern.

Kritiker berufen sich gern auf die Öffentlichkeit von Strafverfahren als Beispiel. Sie übersehen dabei, dass die Beratungen der Gerichte bzw. Jurys über Schuldig und Nichtschuldig sowie über die Strafe aus guten Gründen nichtöffentlich stattfinden. Lediglich die Beweisaufnahme und Plädoyers sind öffentlich. Das findet beim Presserat alles schriftlich statt. Die Form, die wir gewählt haben, führt nach meiner Erfahrung in drei Amtsperioden und nach knapp 30 Jahren Mitgliedschaft im Presserat zu sehr sachlichen und zielgerichteten Beratungen mit insgesamt sehr tragfähigen Ergebnissen.

Manfred Protze

Foto: Christian v. Polentz

Im Zusammenhang mit der „Kölner Silvesternacht" wurde im Presserat über die Ziffer 12.1 des Pressekodex diskutiert. Es gab den Beschluss, die Ziffer nicht zu ändern, aber den Redaktionen zusätzlich eine Handreichung als Unterstützung zu geben. Bisher ist noch kein entsprechender Leitfaden veröffentlicht. Ist die Debatte darüber noch nicht beendet?

Dieser Komplex hat sich als deutlich differenzierter herausgestellt, als wir vermutet hatten. Das Zeitziel war sehr ehrgeizig, aber der vom Plenum des Presserats erteilte Auftrag wird auf jeden Fall umgesetzt. Welche Form diese Handreichung am Ende haben wird, ist noch zu entscheiden. Wir denken darüber nach, dass wir vielleicht eine Kombination haben – aus Handreichung und dem Angebot, in Workshops mit Redaktionen die Umsetzung dieser Ziffer in der Praxis zu trainieren.

Der Presserat hat sich auf die Veränderungen durch die Digitalisierung eingestellt und den Pressekodex um online-spezifische Aspekte ergänzt. Sollte die Trägerstruktur nicht auch angepasst werden und das Publikum, d. h. die Rezipient_innen im Presserat vertreten sein?

Die Öffentlichkeit ist in unserem System der wirkliche Wächter über die Ethik der Medien, denn die Leserinnen und Leser, die anderen Mediennutzer_innen sind diejenigen, die sich beschweren und über deren Beschwerden der Presserat dann in einem Verfahren entscheidet. Völlig unabhängig vom Publikationsmedium ist Kernbestandteil der Presseratskonstruktion, dass das Publikum seine Rolle hat, aber es ist keineswegs notwendig – um es mal in einer Analogie auszudrücken – dass der Ankläger auch im Gericht sitzt.

Schon lange wird ein Medienrat für alle – Presse, Online, Rundfunk – diskutiert. Warum arbeiten die verschiedenen Organe der Medienselbstkontrolle nicht stärker zusammen?

Es gibt eine unabhängige Medienselbstkontrolle bisher nur als Presserat, soweit es die redaktionell-journalistischen Inhalte angeht. Die anderen Medien sind entweder durch Gesetz reguliert und haben eigene Gremien, die diese Aufgabe übernehmen – also bei den Öffentlich-Rechtlichen die Rundfunk- und Fernsehräte bzw. die Intendanten, bei den Privaten die Landesmedienanstalten. Bei den Social Media im Internet haben wir bisher überhaupt keine bis auf einige einzelne Anbieter, die sogenannte Hausregeln entwickelt haben. Die Zusammenarbeit all dieser Kontroll- und Selbstkontrolleinrichtungen in einem übergeordneten System ist vielleicht eine reizvolle Vorstellung, aber wenn jeder seine Arbeit machen würde und wenn vor allem die sozialen Medien im Internet ihre eigene Regulierung finden würden, dann wären wir schon einen Schritt weiter. Was aber in jedem Fall schon als einigendes Band funktioniert, das ist die Tatsache, dass der Kodex, also das Regelwerk des Deutschen Presserats für ordentlichen Journalismus, mittlerweile von allen Medien als Leitlinie, als Richtschnur akzeptiert und auch angewendet wird.

Was würden Sie sich als dju-Vertreter und Journalist für die zukünftige Presseratsarbeit wünschen?

Drei Dinge: Dass das Publikum wachsam bleibt. Dass die Redaktionen, die Journalisten und Verleger, ebenso wachsam bleiben und vor allen Dingen in den ethischen Bedingungen ihrer Arbeit Kurs halten. Weil wir alle der Überzeugung sind, dass das Hauptbetriebskapital eines marktfähigen Journalismus die Glaubwürdigkeit ist und zur Glaubwürdigkeit gehört nicht nur, dass die Fakten stimmen, sondern auch, dass die Medien ihrer Verantwortung gerecht werden, die sich aus der schlichten Tatsache ergibt, dass man Journalismus auch missbrauchen kann.

Gespräch: Bärbel Röben <<

Ein Bericht über den Festakt zum 60. Jubiläum des Presserats und eine Chronik auf M Online: https://mmm.verdi.de/beruf/wachsam-und-kritisch-36335

Da ist Handlungsbedarf

Wandel der Arbeitswelt und Interessenvertretung jenseits etablierter Standards

Wir Kreative! heißt die Publikation, in der sich Lisa Basten mit dem „Selbstverständnis einer Branche" auseinandersetzt. Diese gilt als Zukunftsmodell der Arbeit – flexibel, innovativ, teambasiert. Gleichzeitig sind viele Kreative mit prekären Bedingungen und intransparenten Strukturen konfrontiert. Speziell die Realität der Film- und Fernsehschaffenden beleuchtet die Autorin, „weil dort die meisten Daten aufzutreiben waren". Doch sieht sie ihre Überlegungen „exemplarisch für die Entwicklungen auch in anderen kreativen Branchen" der vermeintlichen „Labour of Lust".

Digitalisierung, Industrie 4.0 oder Arbeit 4.0 sind in aller Munde. Die „Kreativbranche" wird dabei als Vorreiter gesehen. Zu Recht?

Zunächst ist es so, dass unsere Arbeitswelt tatsächlich auf sehr unterschiedlichen Ebenen vor Herausforderungen steht: Neue Beziehungen zwischen Mensch und Technik, Migration und globale Veränderungen bewirken Verschiebungen in Arbeitsprozessen, soziale Dienstleistungen werden bedeutsamer und komplexer, dazu kommt die Debatte um sich verändernde Ansprüche an Arbeit. Der „Wandel" ist also real. All das stellt das Normalarbeitsverhältnis, die unbefristete Vollzeitanstellung, in Frage. Doch basieren die Strukturen unserer Arbeitswelt immer noch weitestgehend darauf: existenzsichernde staatliche Rente erst ab 45 Beitragsjahren, kein ALG-I für weite Teile unstetig Beschäftigter, keine funktionierende Gewerkschaftsstruktur für Selbstständigkeit etc. Nun die Kreativen: Ihre Arbeitsweise scheint diesem Wandel recht gut zu entsprechen. Wir finden hier viele hochtechnisierte Berufe, die Organisation in zeitlich befristeten Projekten, wechselnden Teams und angeblich flachen Hierarchien gilt als zukunftsgerichtet. Kreativität und Innovation schützen ihre Tätigkeiten davor, durch Maschinen ersetzt zu werden und befriedigen gleichzeitig Ansprüche an Arbeit jenseits von finanzieller Entlohnung. Insofern ist auch die Vorreiterrolle real.

Aber wird sie auch so wahrgenommen?

Das ist nur schwer zu beantworten. Eine Vorreiterrolle entsteht wahrscheinlich nie freiwillig oder intentional. Doch gibt es klare Indizien. Zunächst wirtschaftliche Zahlen: Im Monitoringbericht* der Bundesregierung wird der Umsatz der Kultur- und Kreativbranche mit 146 Milliarden Euro angegeben. Durch öffentliche Gelder geförderte Bereiche sind darin noch nicht einmal enthalten. In Bezug auf die Bruttowertschöpfung spielen die Kreativen in einer Liga mit dem Automobilbau oder der pharmazeutischen Industrie mit ihren geregelten Arbeitsverhältnissen. Dann bezogen auf den Status: Kreativität gilt als gesellschaftliches Leitbild. Ein kreatives Leben zu führen, etwas zu gestalten, gilt als sehr erstrebenswert, es wirtschaftlich verwertbar zu machen, geradezu als Königsweg. Schließlich sind Flexibilität und Zeitsouveränität Aspekte, die an Bedeutung bei der Bewertung von Arbeit gewinnen und die in kreativen Branchen vermutet werden. Auch hier sehen wir also Indizien für die zukunftsweisende Rolle der kreativen Projektarbeit in gesamtgesellschaftlichen Veränderungsprozessen. Flankiert wird all das von staatlicher Förderung: immer mehr Ausbildungen und Umschulungen, Startup-Förderung, Standortpolitik der „Creative Cities" usw.

Vieles wird von den Protagonisten selbst positiv empfunden. Die prekären Seiten weniger: Einkommen, Arbeitszeiten, Alterssicherung, Blacklisting. Denn im Kern bleiben das Arbeits-, also Abhängigkeitsverhältnisse ...

Ja. Erwerbsarbeit ist auch in einer sich wandelnden Arbeitswelt die mit Abstand wichtigste Einkommensquelle und entscheidender Faktor gesellschaftlicher Zugehörigkeit. Auch im Wandel bleibt der alte Konflikt zwischen Kapital und Arbeit weiter sichtbar – er verschärft sich wahrscheinlich sogar. Wenn das Bundeswirtschaftsministerium freudig publiziert, dass ein Erwerbstätiger der Kultur- und Kreativbranche im Durchschnitt knapp 140.000 Euro Umsatz im Jahr hat, dann ist offensichtlich: einige bekommen sehr viel, andere so gut wie nichts. Das wirft klar die Frage nach neuen Regelungsmechanismen auf, die sicherstellen, dass in dieser wirtschaftlich profitablen Branche existenzsichernde Arbeit für alle möglich ist.

Ihre Publikation belegt das mit vielen Fakten. Und, tut sich in dieser Richtung etwas?

Ich registriere, dass immer mehr Menschen, die in sogenannten atypischen Verhältnissen arbeiten, sich ihrer Bedeutung und ihrer Masse bewusst werden. Die Bereitschaft wächst, sich mit anderen auszutauschen. Ich beobachte Versuche der Selbstorganisation und ein steigendes Interesse an validen Datenerhebungen, etwa den Wunsch nach Umfragen in Teilbereichen wie der Festivalbranche, bei den Clickworkern oder Autor_innen. Da ist ein deutlich ansteigendes Grund-

Lisa Basten arbeitet seit 10 Jahren als freie Texterin. An der Filmuniversität „Konrad Wolf" (ehemals Hochschule für Film und Fernsehen Babelsberg) wandte sie sich dem Forschungsthema „Projektarbeit und Kreativität" zu. Derzeit promoviert sie am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) und unterrichtet an der Filmuniversität im Studiengang „Medienwissenschaften".

Lisa Basten
Wir Kreative!

Das Selbstverständnis einer Branche, Frank & Timme Verlag für wissenschaftliche Literatur, Berlin 2016, 162 Seiten, Broschur, 16,80 €
ISBN 978-3-7329-0263-7

rauschen. In welche Form von Aktion das mündet, ist noch offen. Da sind natürlich auch die Gewerkschaften gefragt. Als wichtigste Sozialpartner auf Seiten der Arbeitnehmer sind sie gefordert, diesen Wandel mitzugestalten. Und zwar pronto. Da ist Handlungsbedarf!

Foto: Christian v. Polentz

Was müsste konkret angegangen werden?
Umdenken ist Voraussetzung. Traditionelle Interessenvertretungen mit ihren ehrenamtlichen Strukturen funktionieren jenseits betrieblicher Strukturen nicht. Wenn etwa ver.di bei der Gestaltung projektbezogener Arbeitsverhältnisse eine wirkliche Rolle spielen will, braucht sie strukturell andere Angebote, um die „neuen" Projektarbeiter_innen anzusprechen und zu verstehen. Dafür muss ein Konzept her, das die Größe des Wandels akzeptiert. Meines Erachtens muss die Gewerkschaft einen ergebnisoffenen Rahmen stellen und finanzieren, in dem dieses Konzept gemeinsam entwickelt werden kann. Der Wandel umfasst ja nicht nur Startups oder Clickworker, es verändern sich auch „uralte" Branchen wie Verlage und Rundfunk oder Film und Fernsehen.

Es gibt vermehrt gewerkschaftliche Bemühungen, über Umfragen und Studien Verlässliches zu Arbeitsbedingungen und Situation der Kreativen zu erfahren. Was sollte aus Daten und Wissen dann praktisch folgen?
Diese Bemühungen sind sehr neu und sehr lobenswert aber noch völlig unzureichend. Wenn wir nicht in großen Unternehmen, sondern in eher kleinen Teams denken, die zum Teil nur auf Plattformen und zum Teil nur für ein einzelnes Projekt zusammenarbeiten, dann stellt das die Grundlagen gewerkschaftlicher Arbeit genau wie die Grundlagen deutscher Sozialsysteme in Frage. Die Datenlage ist immer noch sehr, sehr dünn. Meine aktuelle wissenschaftliche Arbeit am Wissenschaftszentrum für Sozialforschung Berlin befasst sich – übrigens gefördert von der gewerkschaftsnahen Hans-Böckler-Stiftung – genau damit: Wie sollte Interessensvertretung jenseits des Normalarbeitsverhältnisses stattfinden? Zuerst muss das Normalarbeitsverhältnis als unbedingtes Ziel der Erwerbstätigen in Frage gestellt werden. An diesem Punkt wird oft eine neue Art der Ansprache gefordert, um Kreative dort abzuholen, wo sie sind. Viel wichtiger fände ich allerdings, über neue Vertretungsstrukturen nachzudenken. Wie kann die Unterstützung, die Betriebsräte von Gewerkschaft und Politik bekommen – Kündigungsschutz, Betriebsratsarbeit während der Arbeitszeit etc. – auf selbstständige oder auf Projektbasis angestellte Erwerbstätige übertragen werden? Braucht es vielleicht finanzierte Projektstellen, mit denen sich Einzelne für Vernetzung und Vertretung in der Gewerkschaft engagieren können ohne Angst vor schwarzen Listen oder dem Anschlussverlust haben zu müssen? Solche Fragen finde ich wichtig.

Mit Manpower und Gestaltungswillen – was müsste im Kreativbereich dann geregelt werden?
Zunächst und am Besten sofort schlicht die Einhaltung bestehender Gesetze – Arbeitszeitgesetz, Urhebervertragsrecht etc. – und der bestehenden tariflichen Regelungen. Und falls diese nicht greifen, wofür einiges spricht, dann müssten sie systematisch auf den Prüfstand und zwar mit klaren Ergebnissen: Sanktionen oder Erneuerung und Anpassung.

Aktuelles Beispiel Filmfördergesetz: Von mehreren Seiten wurde versucht, gegenüber dem Regierungsentwurf mehr für die Kreativen durchzusetzen. Wie sehen Sie das Ergebnis?
Es steht jetzt wohl drin, dass die Filmförderanstalt darauf hinwirken soll, sozialverträgliche Bedingungen für die Beschäftigten durchzusetzen. Das ist mehr als vorher und liest sich hübsch. Doch was heißt das genau? Die Anwendung von Tarifverträgen spielt bei Projektanträgen eine Rolle. Aber wer kontrolliert das am Ende? Und selbst wenn Tarife gelten, ist fraglich, ob das für den Einzelnen je zu einer existenzsichernden Rente führen würde. Außerdem: Was ist mit den Selbstständigen, die einen riesigen Anteil der Erwerbstätigen dieser Branche ausmachen und für die die Tarifverträge nicht greifen? Kurz: Ich bin skeptisch, ob das FFG überhaupt das richtige Instrument ist, die sozialen Bedingungen zu regeln, unter denen kreative Projektarbeit stattfindet. Man müsste direkt ran an die Stellen, die Arbeit in diesem Land regeln und absichern.

Wer? Die Kreativen selbst?
Die brauchen mehr Selbstbewusstsein, auch als „Arbeiter". Die Produkte, die sie fertigen, sind hochgradig relevant für unsere Gesellschaft – egal, ob es Texte, Filme, Festivals, Webseiten oder Designlösungen sind. Kreative sind nicht mehr Bohème, sondern ein wichtiger Teil unserer Gesellschaft. Und es sind viele. Ihre Arbeit darf Spaß machen und selbstbestimmt ausgeübt werden und muss es doch ermöglichen, in diesem reichsten Land der Erde Kinder großzuziehen, für das Alter vorzusorgen und nicht zwingend mit 55 noch in einer WG zu wohnen. Da geht es auch um Professionalisierung. Viele Kreative sind inzwischen hochqualifiziert und berufserfahren. Daraus sollten langsam aber auch Verpflichtungen erwachsen: nämlich die zu solidarischem Handeln und der Verweigerung von Lohndumping.

Die Herausforderungen, die sich hier ergeben, betreffen natürlich die Kreativen selbst, aber auch die Sozialpartner und die Politik, die die Rahmenbedingungen schafft. Wenn kreative Arbeit für die Zukunft unserer Gesellschaft als Arbeitsform und als Bedürfnis so essentiell ist wie derzeit vermutet, dann sollten wir die starken Systeme und Partnerschaften nutzen, um sie abzusichern, zu fördern und mitzugestalten, statt achselzuckend zu akzeptieren, dass es halt keine Metaller sind. Diesen Zug sollten wir alle miteinander nicht verpassen ... **Interview: Helma Nehrlich <<**

Situation der Filmschaffenden 2015

Eine Untersuchung

Studie zur soziale Lage, Berufszufriedenheit und den Perspektiven der Beschäftigten der Film- und Fernsehbrache Deutschlands" (Langer media consulting), deren Ergebnisse Lisa Basten bereits weitgehend berücksichtigen konnte, ist jetzt veröffentlicht unter http://langermediaconsulting.de/resources/Studie-Filmschaff.2015.pdf

Danach waren 22,3 % der befragten Film- und Fernsehschaffenden über 40 Wochen im Jahr beschäftigt,
7,9 % unter fünf Wochen.
30,6 % erzielten ein durchschnittliches Bruttoeinkommen unter 17.500 Euro,
4 % über 100.000 Euro.

Das durchschnittliche jährliche Bruttoeinkommen wurde mit 38.448 Euro angegeben. Nur bei knapp 40 % reicht das Einkommen aus der Haupttätigkeit zum Lebensunterhalt; 11,3 % gaben an, auch Arbeitslosengeld zu beziehen,
5 % sind auf ALG II angewiesen.

Über die Hälfte der Befragten erklärte, bei freiberuflichem Engagement Probleme mit der Bezahlung zu haben.
45 % sind weder in einer Gewerkschaft noch einem Berufsverband organisiert.

* Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2014 (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie)

Nicht für jeden Preis

Gesetzlicher Anspruch auf angemessene Honorare bleibt schwer durchsetzbar

• *Gemeldete Redaktionen, die die Vergütungsregeln nicht umsetzen.*

Abb: faire-zeitungshonorare.de

40.000 Euro sprach das Landgericht Düsseldorf einem freien Journalisten von der *Westdeutschen Zeitung* zu; der Verlag des *Bonner General-Anzeigers* wurde vom Bundesgerichtshof verpflichtet, zwei Freien fast 23.000 Euro Honorar samt Zinsen nachzuzahlen; das Oberlandesgericht Karlsruhe verurteilte die *Pforzheimer Zeitung* zur Nachzahlung von 47.200 Euro an einen freien Journalisten; 79.000 Euro Nachvergütung durch die Funke-Mediengruppe verschaffte das Oberlandesgericht Hamm schließlich einem freien Fotografen. Diese Fälle gingen in den vergangenen zwölf Monaten durch die Presse.

Seit 2010 gelten gemeinsame Vergütungsregeln für Textbeiträge in Tageszeitungen, seit 2013 auch für Zeitungsfotos. Sie wurden auf Basis des Urhebervertragsrechts von den Gewerkschaften mit dem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger langwierig ausgehandelt und liefern Richtwerte für Mindesthonorare, die freien Journalist_innen gezahlt werden müssen. Seither klagen vereinzelt Freie und bekommen in der Regel Recht. An der Grundkonstellation hat das nichts geändert: Die meisten Zeitungsverlage missachten die Regeln und prellen Freie um beträchtliche Teile ihrer Vergütung. Obwohl „seit der Einführung des gesetzlich verankerten Anspruchs auf angemessene Vergütung" geraume Zeit vergangen sei, „haben sich jedenfalls teilweise die Erwartungen des Gesetzgebers nicht erfüllt", heißt es selbst im Beamtendeutsch der Bundesregierung.

Aber Skandal macht das nicht: Von einem „perfekten Machtsystem samt Schweigekartell" sprechen Branchenkenner. Alles bleibe „unterhalb des Radars der Öffentlichkeit, weil die sogenannte ‚vierte Gewalt' zwar Unrecht anderer anprangert, sich aber über eigenes Unrecht ausschweigt", sagt der Tübinger freie Journalist und Fotograf Martin Schreier. Der Gewerkschafter weiß, wovon er spricht, denn auch er hat im April 2016 mit ver.di-Rechtsschutz vom *Reutlinger General-Anzeiger* etliche Tausend Euro Nachzahlung erstritten. Für Honorare, die fast 20 Prozent unter den Vorgaben der Vergütungsregeln lagen. Bei Fotos fehlten durchschnittlich sogar 40 Prozent. Da sich Schreier bei dem gerichtlich protokollierten Vergleich nicht auf Verschwiegenheit verpflichten ließ, spricht er offen über seinen Fall. Er berichtet, dass Kolleg_innen in einer konzertierten Aktion zum Jahresende 2013 Rechnungen über zu gering bezahlte Honorare an den *Reutlinger General-Anzeiger* stellten, dass der Zusammenhalt aber bröckelte, nachdem die Freien in Gesprächen verängstigt wurden. Auch ein ver.di-Schreiben an den Verleger Valdo Lehari, der zugleich Vorsitzender des Verbandes Südwestdeutscher Zeitungsverleger und Vizepräsident des Europäischen Zeitungsverlegerverbandes ist, blieb wirkungslos.

Danach klagte Schreier als einziger. Für ihn ist klar, dass der Verlag „keine Chance sah", den Prozess zu gewinnen, die geforderte Honorarsumme sei nie infrage gestellt worden. „Unerträglich" finde er, dass Zeitungen „in einem Rechtsstaat wie dem unsrigen Recht und Gesetz umgehen können, ohne eine Strafe fürchten zu müssen" sagte er gegenüber carta.info (www.carta.info). Ihm dagegen geschah, was allen droht, die sich als David gegen Goliath erwehren: Seine journalistischen Aufträge sind weg. Wenigstens kann er als Fotograf Geld verdienen. Zugleich hat er einen Themen-Blog „Gemeinsame Vergütungsregeln" initiiert, um das Thema in der Öffentlichkeit zu halten. Er schrieb selbst einen ausführlichen Erfahrungsbericht, sprach mit allen Bundestagsabgeordneten in Tübingen und Reutlingen, um sie zu sensibilisieren und bei der Novelle des Urhebervertragsrechts im Sinne der Freien zu aktivieren. Er hat beim gewerkschaftlichen Rechtsschutz nachgebohrt und selbst recherchiert.

Ein Polterer ist er gewiss nicht, nur hartnäckig. Doch erweist sich das Vorhaben, bundesweit über vergleichbare Fälle zu informieren, Erfahrungen auszutauschen und so politisch mehr Druck aufzubauen, als schwierig, geradezu „frustrierend". Zumindest könnte ein Verbandsklagerecht, so es Eingang in die aktuelle Urheberrechtsnovelle finden würde, einen Lösungsansatz bieten. Martin Schreier plädiert mehr noch für ein staatliches Aufsichts- und Überwachungsmodell ähnlich wie beim gesetzlichen Mindestlohn mit der Finanzkontrolle Schwarzarbeit. Auch gegen die kurze Verjährung von Honoraransprüchen nach drei oder vier Jahren wendet er sich, „die macht Klagen für viele Freie aus wirtschaftlicher Sicht sinnlos". Dass gemeinsame Vergütungsregeln bisher nur für Text und Fotos in Tageszeitungen festgeschrieben wurden, sei unzureichend. „Im Interesse aller Freien müsste vielmehr eine Lösung gefunden werden, die für journalistische Arbeit generell und bundesweit gilt." Eine Pflichtmitgliedschaft in einem Verlegerverband könnte unternehmerische Tarifflucht für Festangestellte ebenso verhindern helfen wie Honorardumping für Freie. Und zugleich solidarisieren. „Es bedarf mutiger Schritte", meint Schreier und appelliert an Mitstreiter_innen. Erst recht, da die Situation in den Medien vielen als Modell für die Arbeitswelt von morgen gilt.

Helma Nehrlich <<

Links

Wer das Anliegen unterstützt oder bundesweit Fälle publik machen möchte, folge Martin Schreier auf:

https://verguetungsregeln.wordpress.com/
https://www.facebook.com/verguetungsregeln oder
https://twitter.com/vrwpcom

Die gemeinsame Kampagne-Seite von dju in ver.di und DJV zu den Vergütungsregeln: www.faire-zeitungshonorare.de

Weitere Infos zum Urheberrecht: https://dju.verdi.de/freie/urheberrecht

Presse-Versorgung

Überdurchschnittliche Gewinnbeteiligung

Die Vertreterversammlung der Versicherten des Versorgungswerks der Presse hat über die Gewinnbeteiligung für das kommende Jahr entschieden. Mit einer Gesamtverzinsung von 4,0 Prozent bietet die Presse-Versorgung in der Produktvariante Perspektive auch 2017 eine weit überdurchschnittliche Gewinnbeteiligung. Die 4,0 Prozent setzen sich zusammen aus einer laufenden Verzinsung von 3,1 Prozent sowie einer Schlusszahlung von 0,9 Prozent. Auch bei den klassischen Produkten liegt die Presse-Versorgung mit einer Gesamtverzinsung von 3,7 Prozent in 2017 an der Spitze aller Lebensversicherer.

Angesichts des ab Jahresbeginn 2017 auf 0,9 Prozent angepassten gesetzlichen Höchstrechnungszinses ersetzt das Produktkonzept Perspektive zunehmend die klassische Variante und wird zum Standard in der privaten und betrieblichen Altersversorgung. „Durch das neuartige Garantiekonzept mit Beitragserhalt können bei der Perspektive höhere Renditen als bei klassischen Produkten erwirtschaftet werden. Diesen Vorteil geben wir an unsere Kunden weiter", betont Manfred Hoffmann, Geschäftsführer des Versorgungswerks der Presse.

Die Presseversorgung wird von den beiden Journalistengewerkschaften dju und DJV sowie von den Verbänden der Zeitungs- und Zeitschriftenverleger getragen. **PM <<**

Nie wieder mehr als 17,50 Euro?

Die Ministerpräsidentinnen und Ministerpräsidenten haben entschieden: Der Rundfunkbeitrag wird nicht gesenkt, sondern soll für die kommenden vier Jahre wie bisher 17,50 Euro im Monat betragen. Um den Beitrag langfristig stabil zu halten, sollen die öffentlich-rechtlichen Sender Sparvorschläge machen.

Die Entscheidung der Länder weicht damit von der Empfehlung der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (KEF) ab. Diese hatte vorgeschlagen, den Beitrag für die Periode 2017–2020 um 30 Cent auf 17,20 Euro monatlich zu senken. Als Begründung wurden die Mehreinnahmen aufgeführt, die durch die Umstellung auf den Rundfunkbeitrag eingenommen wurden, den Anstalten aber bisher nicht zur Verfügung standen, weil sie auf Sperrkonten liegen. Die KEF wollte mit den Rücklagen eine Beitragssenkung finanzieren, obwohl die Sender Kostensteigerungen und höhere Ausgaben angemeldet hatten. Die Folge wäre ein deutlicher Beitragssprung nach oben ab dem Jahr 2021 gewesen – wenn die Rücklagen aufgebraucht, die Kosten bei den Anstalten aber nicht geringer sind.

Schon jetzt enormer Kostendruck

ver.di hatte deshalb gewarnt, dass eine Senkung dem einzelnen Haushalt kaum Entlastung bringe, wohl aber den finanziellen Druck in den Anstalten weiter verschärfe. „Derzeit sind die Sender nicht ausreichend finanziert. Und es wird allein schon durch die jährlichen Preissteigerungen ein weiterer Kostendruck entstehen. Es wäre sinnvoller, statt mit kurzfristigem Auf und Ab des Beitrags Rücklagen für eine stabile Finanzierung zu bilden", erklärte der stellvertretende ver.di-Vorsitzende Frank Werneke. Und auch die Personalratsvorsitzenden von ARD, ZDF und Deutschlandradio hatten in einem Offenen Brief an die Länderchefs vor den Folgen einer Beitragssenkung gewarnt.

Sparen für einen stabilen Beitrag

Die Länder haben dieses Risiko offenbar erkannt und sich deshalb für den Status quo entschieden. Gleichzeitig aber haben sie die Sender aufgefordert, konzeptionelle Vorschläge zu erarbeiten, wie sie mit den bestehenden Einnahmen auch künftig den Rundfunkauftrag erfüllen können. Zudem wollen sie in einer Arbeitsgruppe den öffentlich-rechtlichen Auftrag in digitalen Zeiten sowie die Struktur der Sender überprüfen, um den Weg für Reformen freizumachen.

Im Klartext: Die Sender sollen deutlich schlanker werden – und das in nicht unerheblichem Umfang. Denn mit ein paar Synergieeffekten, etwa durch Zusammenlegungen in den technischen Bereichen, wie es das ZDF schon vorgeschlagen hatte, wird das nicht zu machen sein. In Zukunft könnte es also ans Eingemachte gehen.

Stephan Kolbe <<

Anzeige

MEDIENPREIS HIVAIDS
EIN PREIS DER DEUTSCHEN AIDS-STIFTUNG 2015/16

Die Deutsche AIDS-Stiftung nimmt für ihren Medienpreis Beiträge zum Thema HIV/Aids aus allen Mediensparten an. Die Beiträge müssen im Jahr 2015 oder 2016 erstmals in deutscher Sprache veröffentlicht worden sein.

Preisgeld: insgesamt 15.000 Euro / Einsendeschluss: 31. Januar 2017

Formlose Bewerbung (3-fache Ausfertigung) an:
Deutsche AIDS-Stiftung
Münsterstraße 18 / 53111 Bonn

medienpreis@aids-stiftung.de / www.aids-stiftung.de

Deutsche AIDS-Stiftung

Förderer:

GILEAD vfa. Die forschenden Pharma-Unternehmen

Bremedia

Mehr Gehalt ab November

Die Beschäftigten der Bremedia, einem Tochterunternehmen von Radio Bremen und Bavaria Film, erhalten zwei Prozent mehr Gehalt, rückwirkend gezahlt zum 1. November. Auf diesen Abschluss einigten sich die Tarifkommission der Gewerkschaften und die Bremedia Geschäftsleitung nach nur zwei Verhandlungsrunden und einer aktiven Mittagspausen am 7. Dezember. Nun entscheiden die Gewerkschaftsmitglieder, ob sie mit diesem Verhandlungsergebnis einverstanden sind. Bis 20. Dezember müssen die Gremien der Tarifpartner zustimmen.

Die Laufzeit des Vertrages beträgt nur ein Jahr und umfasst ausschließlich das Gehalt. Die von ver.di geführte Verhandlungskommission hatte noch weitere Forderungen aufgestellt, wie höhere Kinderbetreuungszuschüsse, 30 Tage Urlaub und Verbesserungen im Manteltarif. Diese sollen nun bei den kommenden Tarifverhandlungen wieder auf den Tisch. Da der zuletzt 2015 geänderte Tarifvertrag von Radio Bremen auch im nächsten Jahr ausläuft, hofft Bremedia-Betriebsratsvorsitzende Monika Grüning, dass dann für beide Belegschaften parallel verhandelt werden kann, auch um eine bessere Durchsetzungskraft zu haben.

Laut Betriebsrat arbeiten auf den gut 200 Bremedia-Planstellen insgesamt 270 Voll- und Teilzeitbeschäftigte, davon 120 nach dem schlechteren Bremedia-Tarif und 150 ehemalige RB-Beschäftigte, die zusätzlich zum Bremedia-Gehalt einen Zuschlag bis zur Höhe des RB-üblichen Gehalts bekommen. <<

Medienakademie

ver.di-Bildungsangebote aus dem Norden

Fort- und Weiterbildungsangebote speziell für Journalist_innen und andere Medienmacher_innen bietet die neue ver.di-Medienakademie. Der Fachbereich Medien der Gewerkschaft bündelt unter diesem Dach die norddeutschen Angebote zahlreicher Bildungsträger – und ergänzt mit eigenen Seminaren. In ihr erstes Jahr 2017 startet die Medienakademie mit zwei Workshops zum Thema „Reden schreiben und halten" und „Foto- und Filmproduktion mit dem iPhone". Stammhaus ist das ver.di-Bildungszentrum Undeloh, gelegen im Dreieck zwischen Hamburg, Bremen und Hannover.

„Fort- und Weiterbildung sind gerade in der schnelllebigen Medienbranche der Grundstein für beruflichen Erfolg", weiß dju-Mediensekretär Peter Dinkloh. Deshalb sei es konsequent, als große Mediengewerkschaft hier professionelle Strukturen vorzuhalten. Im ersten Schritt vernetze die ver.di-Medienakademie die bereits existierenden Angebote in Hamburg, Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Bremen und Mecklenburg-Vorpommern. Im zweiten Schritt stünden ergänzende Workshops im Seminarkalender, die direkt vom ver.di-Fachbereich Medien in Niedersachsen und Bremen organisiert werden.

Die aktuellen Angebote sind im Internet zu finden: www.verdi-medienakademie.de
Informationen über das Bildungszentrum in Undeloh: www.verdi-undeloh.de.
Fragen zur ver.di-Medienakademie beantwortet das Büro des ver.di-Fachbereichs Medien telefonisch unter 0511/12400-291 oder per E-Mail fb08.nds-hb@verdi.de. <<

Papierverarbeitung

Unzureichendes Angebot zurückgewiesen

In der Papier, Pappe und Kunststoff verarbeitenden Industrie wird derzeit für die rund 100.000 Beschäftigten der Branche über höhere Löhne, Gehälter und Ausbildungsvergütungen verhandelt. Am 25. November legte die Arbeitgeberseite ein Angebot vor, wonach es 2016 keine Lohnerhöhung geben soll. 1,3 Prozent würden ab 2017 zugestanden bei einer Vertragslaufzeit bis Ende 2018. Die ver.di-Verhandlungskommission wies diesen Vorschlag als völlig unzureichend zurück. Am 21. Dezember werden die Verhandlungen fortgesetzt.

ver.di fordert eine Loh- und Gehaltserhöhung von 5 Prozent. Die Ausbildungsvergütungen sollen zusätzlich auf volle 10-Euro-Beträge aufgerundet werden. „Die Beschäftigten in der Papierverarbeitung leisten gute Arbeit. Sie zeigen vollen Einsatz unter einer Zunahme von Arbeitsverdichtung und Leistungsdruck. Mit ihrem Angebot zeigen die Arbeitgeber keinen Respekt und keine Wertschätzung vor der Leistung der Beschäftigten", so der ver.di-Verhandlungsführer und stellvertretende Bundesvorsitzende Frank Werneke. „Gute Arbeit muss gut bezahlt werden. Es gibt im Vergleich mit anderen Branchen keinen Grund dafür die Beschäftigten in der Papierverarbeitung beim Lohn abzuhängen. Eine Steigerung der Löhne, Gehälter und Ausbildungsvergütungen in Höhe von fünf Prozent ist nicht überzogen, sondern das Gebot der Stunde", so Werneke weiter.

Seit dem 18. November haben sich bundesweit zahlreiche Belegschaften an Warnstreiks beteiligt, um den Tarifforderungen Nachdruck zu verleihen. <<

IMPRESSUM: „M – Menschen Machen Medien"
Medienpolitisches ver.di-Magazin, erscheint 2016 mit vier gedruckten Ausgaben, die jeweils ein Schwerpunktthema behandeln. „M Online" berichtet aktuell aus der Medienbranche: **https://mmm.verdi.de**

Herausgeber:
Fachbereich 8 (Medien, Kunst, Industrie), Bundesvorstand: Frank Bsirske / Frank Werneke

Redaktion:
Karin Wenk (verantwortlich), Tel. 030 / 69 56 23 26
Anschrift: ver.di Bundesverwaltung / Karin Wenk, Redaktion M, Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin,
Fax: 030 / 69 56 36 76, E-Mail: karin.wenk@verdi.de
Für unverlangt eingesandte Artikel und Bilder übernimmt die Redaktion keine Verantwortung. Gezeichnete Beiträge stimmen nicht immer mit der Meinung der Redaktion überein.

Anzeigen:
Network Media GmbH, Bülowstr. 66, Hof D / Eingang D1, 10783 Berlin, Fax 030/740 731 6-75, E-Mail anzeigen@nwmd.de

Ansprechpartner: Nicole Stelzner, Leitung Strategische Unternehmensentwicklung / Verkauf. Tel. 030 / 740 731 6 – 00

Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 21 gültig ab 1.1.2016

Gestaltung und Druck:
Layout: Petra Dreßler, Berlin, Tel. 030 / 322 18 57
Druck und Vertrieb: alpha print medien AG (apm), Kleyerstraße 3, 64295 Darmstadt

Abonnementsverwaltung:
Verlagsgesellschaft W.E. Weinmann mbH, Postfach 1207, 70773 Filderstadt, Tel. 0711 / 700 15 30. Fax: 0711 / 700 15 10. E-Mail: service@verlag-weinmann.de

Für Mitglieder der Medien-Fachgruppen ist die Bezugsgebühr im Mitgliedsbeitrag erhalten.

Jedes Heft kostet 9 Euro (inklusive Mwst.). Die Ausgaben können einzeln abonniert oder wie bisher als Jahresabo erhalten werden. ver.di-Mitglieder aus anderen Fachgruppen können M zu einem ermäßigten Preis abonnieren.

Weitere Publikationen:
„Kunst & Kultur", verantwortlich: Burkhard Baltzer Tel. 030 / 69 56 – 10 60

„Druck + Papier", verantwortlich: Andreas Fröhlich Tel: 030 / 69 56 23 40

Redaktionsschluss:
M 04.2016: 21.11.2016
M 01.2017: 20.02.2017
ISSN-Nr.: 09 46 – 11 32

Eckart Spoo: Kritischer Geist und 16 Jahre dju-Vorsitzender

Der Publizist Eckart Spoo, Bundesvorsitzender der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) von 1970 bis 1986, vollendet am 19. Dezember 2016 sein 80. Lebensjahr. Der Spiritus Rector und Mitherausgeber der Zeitschrift *Ossietzky* (www.ossietzky.net) kann auf ein beeindruckendes publizistisch-politisches Lebenswerk zurückblicken.

Foto: Gabriele Senft

Die siebziger und achtziger Jahre des vorigen Jahrhunderts waren in Westdeutschland geprägt von einer gesellschaftspolitischen Aufbruchsstimmung, die sich auch aus der heute so genannten 68er-Bewegung heraus entwickelt hatte. Die „68-er" traten ihren „Marsch durch die Institutionen" an, der für viele gleichwohl in eine stinknormale bürgerliche Karriere mündete. Aber zu „68" gehörte auch, dass eine neue Generation von Journalistinnen und Journalisten neue Vorstellungen von der eigenen beruflichen Rolle und der Notwendigkeit gewerkschaftlicher Organisation entwickelte.

Der junge Journalist Eckart Spoo hatte auf die Studentenbewegung nicht warten müssen. Geboren und aufgewachsen in Mönchengladbach, hatte er als Kind den von Nazi-Deutschland entfesselten Zweiten Weltkrieg bewusst erleben müssen, was schon früh seine Haltung gegen Krieg und Faschismus und für Frieden, Aufklärung und Pressefreiheit geprägt hatte. Er wurde Ende der 50er / Anfang der 60er Jahre aktiv im „Kampf dem Atomtod", in der Ostermarschbewegung und in der Deutschen Friedensunion. Der Vater hatte bei Leningrad den „Heldentod" gefunden. Als Journalist wollte der Sohn „aufklären" und „dazu beitragen, dass die Menschen die Wahrheit erfahren."

Im Jahre 1962 hatte er bei der *Frankfurter Rundschau (FR)* als Lokalreporter beginnen können. 1964 trat er der IG Druck und Papier und ihrer Berufsgruppe dju bei, 1970 wählten ihn seine Berufskolleginnen und -kollegen zum – ehrenamtlichen – dju-Bundesvorsitzenden. Und auch wenn die *FR* damals als die führende linksstehende überregionale Zeitung galt, versuchte der Verlag im Folgejahr – allerdings vergeblich –, den kritischen Geist wegen seines gewerkschaftlichen und publizistischen Engagements zu entlassen. In den folgenden Jahren nahm die dju mit Eckart Spoo an der Spitze organisationspolitisch einen gewaltigen Aufschwung und konnte große, vor allem tarifpolitische Erfolge feiern, wenn auch viele Blütenträume nicht reiften – zum Beispiel das Ziel einer systematischen Etablierung publizistischer Mitbestimmungsrechte der Redakteur_innen in den privatwirtschaftlich organisierten Printmedien. Auch heftige innergewerkschaftliche Konflikte blieben nicht aus. 16 Jahre amtierte Eckart Spoo als dju-Bundesvorsitzender. Bis 1997 berichtete er als *FR*-Korrespondent aus München und Hannover. Daneben machte er sich einen Namen als Autor und Herausgeber einer Fülle von politischen Büchern.

Nach seinem Ausscheiden aus den Diensten der *Frankfurter Rundschau* 1997 gründete er mit anderen zusammen die „Zweiwochenschrift für Politik / Kultur / Wirtschaft" namens *Ossietzky*, an der er bis heute mitwirkt. Im gleichen Jahr initiierte er den „Grundrechte-Report" (www.grundrechte-report.de) von sieben Bürgerrechtsorganisationen, der seitdem alljährlich als alternativer Verfassungsschutz-Bericht erscheint.

Seit 1960 ist der Publizist verheiratet mit Lydia Spoo, die er ein Jahr zuvor bei den Weltjugendfestspielen in Wien kennengelernt hatte. Die kaufmännische Angestellte war ebenfalls aktive Gewerkschafterin und viele Jahre Betriebsratsvorsitzende in einem hannoverschen Chemiebetrieb. Sohn David Spoo arbeitet wie sein Vater als Journalist. Tochter Sibylle Spoo ist als Juristin Gewerkschaftssekretärin bei ver.di.

Henrik Müller <<

M

ONLINE

Immer aktuell informiert. Alle 14 Tage per Newsletter die neuesten Beiträge im Überblick.
mmm.verdi.de

Anzeige

SOZIALVERBAND VdK BAYERN

Zukunft braucht Menschlichkeit.

Ob Rente, Behinderung, Gesundheit oder Pflege, Fachkompetenz in allen sozialpolitischen Fragen.

Dr. Bettina Schubarth, Pressesprecherin
Schellingstraße 31 • 80799 München • Tel. 089 / 2117-289
Fax 089 / 2117-280 • b.schubarth@vdk.de • www.vdk-bayern.de

Anzeige

HASHTAG HIGHTECH HACKMAC

Journalismus mit Daten

Sie werden massenweise produziert, gesammelt, verkauft: Daten spielen eine zunehmend wichtige Rolle. Datenjournalismus ist der große Trend. Ein Haufen Daten allein reicht allerdings nicht aus für Erkenntnisse, die sich medial verarbeiten lassen. Daher nehmen wir bei unserem 30. Journalistentag Datenjournalismus unter die Lupe. Wir fragen nach den Methoden im Umgang mit Daten und werfen einen Blick auf die Ausbildungswege hin zu einem professionellen Datenjournalismus. Auch die Chancen und Risiken bei der Arbeit mit Daten wollen wir kennenlernen. Dabei gehen wir der Frage nach, welche Verantwortung wir im Umgang mit Daten haben und welche gesellschaftlichen Auswirkungen die steigende journalistische Nutzung von Daten und Algorithmen bei der Analyse von Ereignissen hat.

30. JOURNALISTENTAG

21. JANUAR 2017 IN BERLIN

10 – 17 Uhr
ver.di Bundesverwaltung

Vorabendparty
am 20. Januar 19.30 Uhr
im Bistro & Catering im
Deutschen Architektur Zentrum Berlin
Köpenicker Straße 48–49, 19179 Berlin
(nahe ver.di-Bundesverwaltung)

Weitere Informationen und Anmeldung unter:
www.dju.verdi.de/journalistentag

Programm Samstag, 21. Januar 2017, ver.di Bundesverwaltung:

10.00 Uhr Eröffnung Frank Werneke,
stellv. ver.di-Vorsitzender

10.15 Uhr Keynote
Daten als Rohstoff für Journalismus: eine Einführung
Sylke Gruhnwald,
Vorstandsvorsitzende Journalismfund.eu

10.45 Uhr **Große Daten – große Geschichten? Journalistische Arbeit mit Daten in der Praxis**
Ulrike Köppen, BR Data
Christina Elmer, Spiegel Online
Marco Maas, OpenDataCity
Moderation: Manfred Kloiber

11.45 Uhr **Vernetzung von lokalen, regionalen und bundesweiten Recherchen: Wie geht das und wer profitiert?**
Simon Wörpel, Correctiv
Entgegnung: Muss das so sein?
Prof. Dr. Hektor Haarkötter, Hochschule für Medien Kommunikation und Wirtschaft, Campus Köln

12.30 Uhr Mittagspause

13.30 Uhr **Film der Abschlussklasse der Deutschen Journalistenschule (DJS)**

14.00 Uhr Diskussion
Recherche ohne Grenzen: Dominanz, Relevanz und Nachhaltigkeit großer Rechercheverbünde
Vanessa Wormer, Süddeutsche Zeitung
Jan Strozyk, Investigation NDR
Annette Brückner, CIVES Redaktionsbüro
Constanze Kurz, Chaos Computer Club

15.00 Uhr Kaffeepause

15.30 Uhr **Und wie werde ich Datenjournalist*in? Berufsbild, Ausbildung und Chancen**
Christoph Marty, Goethe-Universität Frankfurt

16.15 Uhr Festvortrag
Roboterjournalismus und Datensicherheit: Auswirkungen auf die Gesellschaft und Herausforderungen für die Gewerkschaften
Prof. Dr. Hans Uszkoreit, Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz

16.45 Uhr Schlusswort
Uli Janßen, dju-Bundesvorsitzender

17.00 Uhr Ende

Tagesmoderation Tina Groll

ver.di

Foto: sdecoret