MENSCHEN MACHEN MEDIEN

Medienpolitisches ver.di-Magazin Dez. 2018 Nr. 4

mmm.verdi.de
E 2814
Jahrgang 67

- Flatrate für Journalismus?
  Zeitschriften per Streaming
- Zeitungsredaktionen
  Tarifdeal abgelehnt

Dynamisch und frei
Auf unsicherem Terrain

IM FOKUS SELBSTSTÄNDIG

6 **DYNAMISCH UND FREI AUF UNSICHEREM TERRAIN**
Von Helma Nehrlich

8 **INNEN GUT, NACH AUSSEN VERBESSERUNGSWÜRDIG**
Soziale Sicherung ist und bleibt die große Klammer für alle Selbstständigen in ver.di

10 **SPIEL MIT DEN WORTEN**
Iris Schäfer ist Übersetzerin und Lokalisierungsexpertin für Videospiele

11 **BROT- UND BUTTER-JOB**
Tatjana Kerschbaumer schreibt über Wirtschaft, Regionales und Reisethemen

13 **NAH AM GESCHEHEN**
Caspar Sachsse ist der verlängerte Arm des Tonmeisters beim Filmdreh

14 **ZUSCHUSS BEI DER ALTERSVERSORGUNG**

16 **DER WERT DER BILDER**
Zur Situation der freien professionellen Fotografen in Deutschland

18 **(STRESS-) FREI ARBEITEN!**
Gute Wochenplanung und produktive Pausen gegen die Prokrastination

PORTRÄT

4 **BERUF CUTTERIN: CLAUDIA LENGGU**
Eine Bildsprache gestalten

MEINUNG

5 **HÖHERER SCHUTZ VON WHISTLEBLOWERN**

VER.DI UNTERWEGS

20 **NEUE SPARRING-PARTNER**
Wahlen des dju-Vorstandes 2019 – zwei Kandidat_innen im Visier

31 **WIR TRAUERN UM WULF BELEITES**

31 **JOURNALISTENTAG 2019 AM 26. JANUAR**
Push the Button – Zurück in die Zukunft

31 **IMPRESSUM**

TARIFE + HONORARE

22 **TARIFDEAL ABSAGE ERTEILT**
dju in ver.di steht gegenüber Zeitungsverlegern nicht in der Friedenspflicht

23 **STILLSTAND BEI VERHANDLUNGEN**
Warnstreiks begleiten Tarifrunden in Druck- und Papierindustrie

MEDIENWIRTSCHAFT

24 **FLATRATE FÜR JOURNALISMUS?**
Tausende Zeitschriften streamen mit Readly – Tageszeitungen noch nicht dabei

26 **BOOM DER PROMI-MAGAZINE**
Zeitschriften bedienen „Sehnsucht nach Subjektivierung und Personalisierung"

27 **30 KÜNDIGUNGEN BEI APM**
Darmstadt: Insolvenzverwalterin sucht Käufer für Druckerei

INTERNATIONALES

28 **MEHR ONLINE-MEDIEN**
Investigatives Magazin bildet in Guatemala Nachwuchs aus

29 **AKTION FÜR**
Arlindo César Serveriano Chissale und Aunicio da Silva, Mosambik

30 **EUROPÄISCHE KONFERENZ IN ROTTERDAM**
Freie in die Gewerkschaft

30 **FREILASSUNG GEFORDERT**
Journalisten von Reuters in Myanmar zu sieben Jahren Haft verurteilt

Titelbild:
Unsplash/Sammie Vasquez

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

Karikatur: Kostas Koufogiorgos

Frei sein und in der Gewerkschaft

Foto: Christian v. Polentz

Selbstständig sein oder fest angestellt, das ist nicht immer eine freie Entscheidung. Gerade in den letzten Jahren, geprägt durch stetigen Stellenabbau in Redaktionen, Sendern und anderen Kommunikationsbetrieben, entscheiden sich Viele, als Freiberufler_in weiter zu arbeiten. Aber auch die digitale Entwicklung in der Medienbranche verändert Arbeitsabläufe und Berufsbilder, bewirkt, dass sich das Heer der in atypischen Arbeitsverhältnissen arbeitenden und der Selbstständigen vergrößert. Rund 2,31 Millionen Solo-Selbstständige gibt es derzeit in Deutschland. Ein großer Teil von ihnen arbeitet in der „Kultur- und Kreativwirtschaft". Ihre Verdienste sind sehr unterschiedlich. Von sehr gut und gut verdienenden Freien bis zu jenen, die gerade so über die Runden kommen. Was sie jedoch eint, ist im Vergleich zu Festangestellten ein Manko bei der sozialen Absicherung während des Berufslebens und im Alter.

M Menschen Machen Medien umreißt in der aktuellen Ausgabe diese Gemengelage (S. 6/7), stellt Freie und ihrer Arbeitsbedingungen vor (S. 10–15), berichtet über die Situation freier professioneller Fotograf_innen (S.16/17) und gibt Ratschläge, wie der alltägliche Stress freier selbstorganisierter Arbeit in den Griff zu bekommen ist (S.18/19). Im Interview mit der Vorsitzenden der Bundeskommission Selbstständige von ver.di wird deutlich, wie wichtig diese Gewerkschaft als Interessenvertretung für diese Klientel ist (S. 8/9).

Das Jahr 2019 wird auch für den Medienbereich in ver.di ein besonders spannendes Jahr. Nach den bisherigen Weichenstellungen auf den Konferenzen in den Ländern ist davon auszugehen, dass der Gewerkschaftskongress im Herbst weitreichende Strukturveränderungen beschließen wird. Zuvor finden Anfang des Jahres die Bundesdelegiertenkonferenzen der dju und der Fachgruppe Medien sowie des Bundesfachbereiches Medien, Kunst und Industrie statt. Auch die dju wird einen neuen Vorstand wählen. Eine Kandidatin und einen Kandidaten für den Vorsitz stellt *M* vor (S. 20/21). Ganz ureigene Aufgaben wird es jede Menge für die neuen Gremien geben, so die Tarifauseinandersetzung an den Tageszeitungen. Der letzte Tarifdeal wurde ohne die dju gemacht. Sie fordert mehr und will davon auch nicht abrücken! (S. 22)

„Push the button – Zurück in die Zukunft" heißt es aber zunächst am 26. Januar zum alljährlichen Journalistentag der Medienschaffenden in ver.di. Alles um das Thema Aus- und Weiterbildung, Vernetzung und Chancen steht auf dem Programm! (S. 31)

Die *M*-Redaktion wünscht allen Leserinnen und Lesern einen ruhigen Jahresausklang, Zeit und Muße, um Kraft für Neues zu schöpfen. Wer auf dem Laufenden bleiben möchte, kann das jederzeit mit *M* Online tun: mmm.verdi.de. Die nächste Ausgabe des gedruckten *M* Magazins erscheint im März.

Karin Wenk, verantwortliche Redakteurin

Beruf Cutterin: Claudia Lenggu

Foto: Tanja Luther

Eine Bildsprache gestalten

Seit zwanzig Jahren arbeitet Claudia Lenggu als Cutterin für aktuelle Nachrichten und Magazinsendungen beim Hessischen Rundfunk (HR). Nur in wenigen TV-Sendern werden Beschäftigte im Schnitt noch so bezeichnet, heute heißen sie meist Filmeditoren oder „Mediengestalter Bild und Ton“. Der Wandel macht sich auch im Arbeitsalltag bemerkbar. Die Zeitverdichtung der Arbeitsabläufe ist hoch.

Seit 2018 schneidet Lenggu Beiträge für Magazinsendungen wie „Defacto“ und „Service: Reisen“. Sie arbeitet eng mit den Journalist_innen zusammen, die ihr direkt am digitalen Schnittplatz das Konzept für den Beitrag präsentieren. Lenggus Aufgabe ist, für diese Idee eine passende Szenenfolge zu gestalten. Hinzu kommen weitere Arbeitsschritte, so legt Lenggu Ton und Musik parallel zu den Bildern an und setzt Effekte wie zum Beispiel Slow Motion.

Zuvor hatte Lenggu hauptsächlich aktuelle Nachrichtenformate geschnitten, meist Filmberichte von zwei bis fünf Minuten. „Hier ist der Stresspegel wesentlich höher. Das Zeitfenster bei den Nachrichten ist enger geworden, weil wir zusätzlich das Internet bedienen müssen.“ Aufgrund des Zeitdrucks spiele die Bildgestaltung eine geringere Rolle, es ginge eher darum, dass Cutter_innen das Bildmaterial technisch schnell umarbeiten. „Böse formuliert hat sich das Aktuelle zum bebilderten Hörfunk entwickelt“ meint Lenggu.

Für Lenggus Berufswahl war eigentlich gerade die kreative Seite des Filmschnitts ausschlaggebend. Ungewöhnlich, denn ihr vorheriger Berufsweg war rein technisch orientiert. Es begann 1979 mit einer Ausbildung zur Radio-und Fernsehtechnikerin – als erste Frau in Hessen. Nach einer zusätzlichen Ausbildung zur Elektronikerin qualifizierte sie der HR zur Bildtechnikerin. Sie kam vor allem in der Filmfarbkorrektur zum Einsatz. Lenggu gehört zur „Old School“, denn sie durfte noch mit Zelluloid arbeiten: 35mm-Kopien für den Spielfilm und 16mm für die Reportagen. Später kamen MAZ-Formate wie Betacam SP hinzu. Mit der technischen Entwicklung hin zum Digibeta und einem Programmausbau brauchte der Sender weitere Film- und Videoeditoren. Lenggu ergriff die Gelegenheit und schloss innerhalb des HR eine entsprechende Ausbildung ab. Seit zwanzig Jahren arbeitet sie nun in der Abteilung Cutterei. Von einem Männerberuf in einen typischen Frauenberuf? „Nein, seit der starken Technisierung im Schnitt arbeiten bei uns zur Hälfte Männer“, sagt Lenggu.

Die Entscheidung für diesen Beruf hat sie nicht bereut, denn nun kam neben ihrem kreativen Interesse ein weiteres zum Tragen: „Im aktuellen Schnitt ist es wichtig, dass wir politisch gut informiert sind“ sagt Lenggu und ergänzt: „Wir müssen im Aktuellen innerhalb kürzester Zeit als Dolmetscher fungieren, das heißt wir übersetzen das was der Autor sagen will in eine verständliche Bildsprache.“ Und dazu bedarf es einer guten Allgemeinbildung.

Im Jahre 2000 wurde Lenggu als ver.di-Mitglied in den Personalrat gewählt und ist dort bis heute aktiv. Sie widmet sich zurzeit vor allem den veränderten Workflows in der Produktion: Mehr parallele Arbeitsprozesse und ein höheres Arbeitsvolumen in weniger Zeit. Die schwierigen Arbeitsbedingungen der Beschäftigten möchte sie unbedingt verbessern. Zuletzt engagierte sie sich auch für die Entwicklung einer Roadmap im HR: Freie Cutter_innen auf Honorarbasis, die weisungsgebunden arbeiten, erhalten nach und nach eine Festanstellung. Mittlerweile wurde dies bei Vielen umgesetzt, heute sind zwei Drittel in der Cutterei fest angestellt. Einige der Bewerber_innen hat Lenggu auf dem Weg dorthin beraten. „Ich habe mich mit den Lebensläufen der Kollegen beschäftigt und war überrascht, wie viele Quereinsteiger, sogar mit einem abgeschlossenen geisteswissenschaftlichen Studium, Cutter geworden sind.“

In der Zukunft möchte sie sich dem Generationenwechsel in ihrem Beruf widmen und Ansprechpartnerin auch für die jungen Kollegen_innen sein. „Für die Story eines Beitrags ist die Bildgestaltung ungeheuer wichtig. Die Jüngeren nehmen sich hier immer mehr zurück“, so Lenggu. Durch den heutigen Stress am Schnittplatz würden sie es gar nicht anders kennen, und zögen es gar nicht in Betracht, sich über das Technische hinaus kreativ einzubringen. „Das betrifft auch die jungen Autoren. Sie freuen sich, wenn wir ihnen dabei helfen, eine wirkliche Geschichte zu erzählen.“

Andrea Wenzek <<

Höherer Schutz von Whistleblowern

Seit die EU-Kommission am 23. April dieses Jahres den Entwurf einer Richtlinie für einheitliche Standards zum Whistleblower-Schutz vorgestellt hat, wurde in den Ausschüssen des EU-Parlaments darüber beraten. Am 20. November fand nun im federführenden Rechtsausschuss (JURI) eine entscheidende Abstimmung über die Vielzahl der vorgeschlagenen Änderungen statt. Das Ergebnis hat viele Erwartungen übertroffen und Hoffnungen auf einen deutlich verbesserten Schutz geweckt – gerade auch in Deutschland, wo Whistleblower teils unzureichend, teils gar nicht geschützt sind.

Bis die Änderungen Gesetz werden, ist es aber noch ein weiter Weg. Sie müssen noch vom Rat gebilligt und danach in nationales Recht umgesetzt werden. Nach dem Willen der Parlamentarier sollen nun Vergeltungsmaßnahmen und Schikanen von WB verboten sein und sanktioniert werden können. Der Arbeitgeber trägt die Beweislast dafür, dass es sich dabei nicht um eine direkte Folge des Whistleblowing handelt. Die Motivation des WB soll weder direkt noch indirekt eine Rolle spielen. Dadurch wird der Wert der Information für eine demokratische Gesellschaft in den Vordergrund gerückt. Personen, die WB unterstützen, sollen den gleichen Schutz wie Whistleblower genießen. Damit werden auch die Schutzwürdigkeit von Journalisten und ihre Bedeutung für den Bestand der Meinungsäußerungsfreiheit hervorgehoben.

Die wohl wichtigste Änderung betrifft die überkommene Rechtsmeinung, dass ein Whistleblower sich im Regelfall zuerst an seinen Arbeitgeber wenden muss, wenn er oder sie einen Missstand, eine Straftat oder eine Gefahr in seinem/ihrem Arbeitsumfeld aufdecken will. Diese „interne“ Meldung muss v.a. in Deutschland der „externen“ Anzeige bei den Strafverfolgungs- oder Aufsichtsbehörden vorangehen, will der Arbeitnehmer nicht Sanktionen bis hin zur Kündigung riskieren. Ist der Vorgesetzte allerdings unmittelbar in die Straftat verstrickt, ist Gefahr im Verzuge oder besteht keine Aussicht auf interne „Abhilfe“, so die direkte externe Meldung zulässig. Im Falle einer Kündigung und einer darauffolgenden Kündigungsschutzklage muss der Arbeitnehmer plausible Anhaltspunkte für seine Einschätzung vortragen können. Das ist im Zweifelsfall schwierig und birgt ein hohes Maß an Rechtsunsicherheit. Damit soll nach Willen der EU-Parlamentarier nun endlich Schluss sein: Es soll allein dem Beurteilungsvermögen des Arbeitnehmers vor Ort überlassen bleiben, auf welchem Wege er sich mehr Erfolg von seiner Meldung verspricht oder weniger persönliche Nachteile erwartet. Auch die Information der Öffentlichkeit, die bisher nur in ganz wenigen Ausnahmefällen – eventuell – erlaubt war, soll erleichtert werden. Weitere Ausnahmen von der arbeitsvertraglichen Verschwiegenheitspflicht gelten als zulässig, solange sie Ergebnis einer vernünftigen und plausiblen Einschätzung sind.

Diese angestrebten gesetzlichen Regelungen werden weithin begrüßt. Sie bedeuten ein Mehr an Rechtssicherheit für Whistleblower. Denn Rechtsunsicherheit entmutigt und schüchtert ein. Zivilcourage, sich am Arbeitsplatz für das Gemeinwohl einzusetzen, kann da nicht gedeihen. Ziel der Richtlinie ist es daher, ein Klima des Vertrauens zu schaffen. Bleibt zu hoffen, dass der aktuelle Stand von den nationalen Regierungen nicht wieder verwässert wird.

Annegret Falter <<

Foto: privat

Annegret Falter,
Vorsitzende von Whistleblower-Netzwerk
whistleblower-net.de

Anzeige

70 Jahre

Erwachsene Kinder von Presse-Versicherten können im Rahmen der Jubiläumsaktion bei uns abgesichert werden!

Mehr Rente für Medienprofis
www.presse-versorgung.de

Presse-Versorgung
0711 2056 244
info@presse-versorgung.de

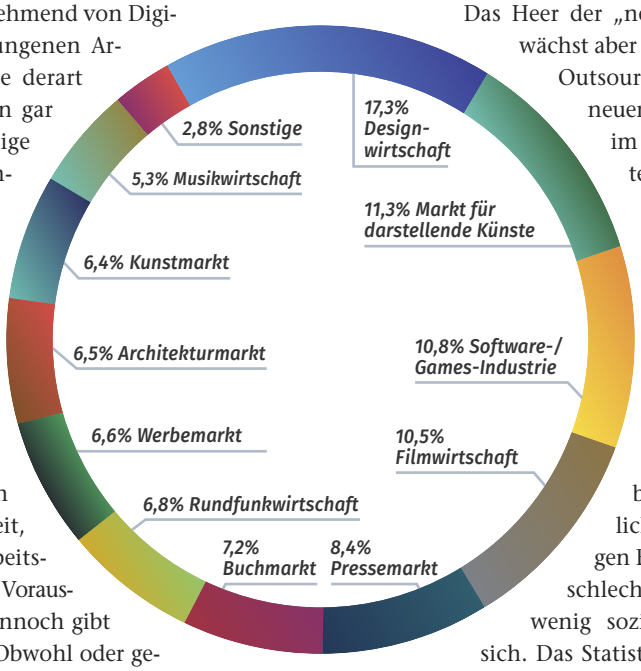
fotolia.com/ ivanko80

„Wir müssen neue Arbeitsformen gestalten, die Schutzlücken von Freelancern schließen, ihre Arbeitsbedingungen rechtlich verankern und die sozialen Sicherungssysteme anpassen. … Gute Arbeit und gute Lebensbedingungen werden in Zeiten des digitalen Umbruchs ein Schwerpunkt unseres Handelns als Gewerkschaft sein und sein müssen.“ Frank Bsirske auf dem ver.di-Kongress 2015.

Dynamisch und frei auf unsicherem Terrain

Von Helma Nehrlich

Als am 23. November 1918, vor 100 Jahren, in Deutschland der Achtstundentag Gesetz wurde, hatte besonders das wachsende Industrieproletariat bereits mehr als ein halbes Jahrhundert für Arbeitszeitverkürzung gekämpft. Der Achtstundentag war weltweites Symbol erstrittener Arbeiterrechte. In der modernen, zunehmend von Digitalisierung durchdrungenen Arbeitswelt gibt es keine derart klare Forderung, schon gar nicht für Selbstständige und Freie, die deren Interessen derart bündeln würde. Obwohl sie noch immer wirtschaftlich abhängig „produzieren“. Zu unterschiedlich stellen sich Auftragsstrukturen, Arbeitsbedingungen und -zeiten, der Anteil von Hand- oder Kopfarbeit, die notwendigen Arbeitsmittel oder technischen Voraussetzungen dar. Und dennoch gibt es Gemeinsamkeiten: Obwohl oder gerade weil sie von klassischem arbeitsrechtlichen Schutz nicht erfasst sind, brauchen Selbstständige gute Arbeitsbedingungen, existenzsichernde Einkommen sowie soziale Absicherung bei zeitweiligem Auftragsmangel, bei Krankheit und im Alter. Die Forderung: Wer Selbstständige beauftragt, wird im Rahmen einer gesetzlichen Beteiligung generell sozialabgabepflichtig, wäre zeitgemäß und würde Verbesserungen für einen Großteil der Selbstständigen schaffen.



Anteil der Solo-Selbstständigen der einzelnen Teilmärkte an der Kultur- und Kreativwirtschaft 2017 in Deutschland

(Werte basieren auf Schätzungen. Anteil des jeweiligen Teilmarkts an der Summe der Kultur und Kreativwirtschaft mit Doppelzählung. Rundungsdifferenzen möglich.)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2018b; eigene Berechnungen ZEW

Zunächst: Auch unter Freien und Selbstständigen gibt es Spitzenverdiener, die sich Aufträge aussuchen und Bedingungen weitgehend mitbestimmen können. Das Heer der „neuen“ Selbstständigen wächst aber vor allem im Zuge von Outsourcing, der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle wie im Bereich der Clickarbeiter oder im Spar- und Flexibilisierungssog im Umfeld großer Medienkonzerne. „Trotz guter Konjunktur“, meldete im vergangenen Herbst das *Handelsblatt*, gäbe es erneut mehr kleine Selbstständige. Doch bringe die „vermeintliche Allzweckwaffe gegen Erwerbslosigkeit“ meist schlechte Einkommen und wenig soziale Absicherung mit sich. Das Statistische Bundesamt und die Bundesagentur für Arbeit hatten gerade wenig Veränderung bei der Zahl der Selbstständigen mit eigenen Beschäftigten, aber einen neuerlichen leichten Anstieg bei den Solo-Selbstständigen vermeldet: 2,31 Millionen wurden für 2016 gezählt. Das monatliche Nettoeinkommen dieser Einzelkämpfer lag im Schnitt bei 1.567 Euro.

Viele von ihnen arbeiten in der sogenannten „Kultur- und Kreativwirtschaft“, einem Wachstumsbereich mit Vielfalt: Autor_innen, Filmemacher_innen, Musiker_innen, bildende und darstellende Künstlerinnen und Künstler, Architekt_innen, Designer_innen und die Entwickler von Computerspielen stünden hier, so die Bundesregierung in ihrem neuesten Monitoring-Bericht, „für die wirtschaftliche Dynamik einer auf Wissen und Innovation basierenden Ökonomie“. Bezeichnend aber auch: Die Zahl der „Mini-Selbstständigen“, die nicht mehr als 17.500 Euro Jahresumsatz erzielen, wächst überproportional. In den Kreativbranchen stieg sie zwischen 2009 und 2017 um 13,7 Prozent. In der Gesamtwirtschaft um 14,3 Prozent.

Anspruch auf Arbeitslosengeld

ver.di organisiert rund 30.000 Selbstständige, die Mehrheit davon noch immer im Medien- und Kunstbereich. Interessenvertretung sieht hier sehr vielfältig aus. Zunächst läuft sie über die Bundeskommission Selbstständige, die Entwicklungen analysiert, Forderungen bündelt und innerhalb von ver.di, aber auch nach außen vertritt. Angebote wie Honorarrechner, Steuer- und Versicherungstipps gibt es über das Beratungsnetzwerk Mediafon, Hilfe-zur-Selbsthilfe-Angebote auch auf regionalen Selbstständigen-Tagen.

Konkrete tarif- und berufspolitische Arbeit auch für atypische Arbeitsverhältnisse und für Selbstständige liegt in den ver.di-Fachgruppen. So konnte die ver.di-Filmunion Ende Mai dieses Jahres vermelden, dass mit der Begrenzung der Tageshöchstarbeitszeit auf 12 Stunden für auf Produktionsdauer angestellte Film- und Fernsehschaffende endlich ein seit Jahren verfolgtes Tarifziel durchgesetzt werden konnte. Außerdem wurden deutliche Einkommenssteigerungen und eine verbesserte Altersversorgung erreicht. Ganz aktuell: Im November hat die Regierungskoalition nun doch den verbesserten Anspruch auf Arbeitslosengeld für Kurzzeit-Beschäftigte verabredet, den ver.di immer wieder gefordert hatte. Die Betroffenen, darunter nicht nur Filmschaffende, sondern auch IT- und Theater-Beschäftigte, können ihren Anspruch auf Arbeitslosengeld demnach ab dem 1. Januar 2020 innerhalb von 30 statt bisher 24 Monaten sammeln. In dieser Zeit müssen sie Verträge vorweisen, die in der Summe mindestens sechs Monate betragen. Ein Kompromiss, der in die richtige Richtung gehe, erklärte dazu ver.di-Vize Frank Werneke.

Für die Freien in den Rundfunkanstalten, insbesondere für arbeitnehmerähnliche Freie, konnten über Jahre relativ weitgehende Sicherheiten erstritten werden. Vor den Rationalisierungsbemühungen aufgrund des Spardrucks in den Sendern bieten diese jedoch zumeist keinen Schutz. Beim BR, beim RBB und beim SWR haben die Gewerkschaften deshalb bereits tarifvertragliche Lösungen über weitreichende Beschäftigungsgarantien für Freie verhandelt. Weniger Erfolg brachten die gewerkschaftlichen Bemühungen, Freie an Tageszeitungen besser zu stellen. Zwar gelang es nach jahrelangem Ringen 2010 für Texter und 2013 auch für Fotografen Vergütungsregeln mit den Verlegern auszuhandeln, doch erweisen sie sich als stumpfes Schwert. Sie werden kaum irgendwo eingehalten und sind nur individuell einklagbar. Dass die Verlegerseite diese Regeln – die wahrlich nur absolute Mindeststandards fixieren – im vergangen Frühjahr sogar einseitig gekündigt haben, zeigt dass „Fair Pay“ für die Freien im Printbereich eine noch unerfüllte Forderung bleibt.

Foto: 123rf/photobac

Könnte also – inspiriert vom gesetzlichen Mindestlohn – eine gesetzliche „Mindestentgeltabsicherung“ helfen? Nicht nur, wenn man Durchschnittseinkommen etwa bei digitaler Plattformarbeit betrachtet, spricht einiges dafür: Bei einem Viertel aller Solo-Selbstständigen liegt der Verdienst ja sogar unter dem Niveau des gesetzlichen Mindestlohns. Jedoch ist es schwer vorstellbar, dass ein Gesetz Mindesthonorare für sehr verschiedene Personen und unterschiedliche Arbeitsbedingungen gleichermaßen festlegen kann.

Künftig geringere Beiträge

Selbstständige gerade in publizistischen und künstlerischen Bereichen profitieren bei ihrer sozialen Absicherung noch immer von bewährten Einrichtungen wie der Künstlersozialkasse oder den Verwertungsgesellschaften. Zahlreichen Soloselbstständigen, die die Vorzüge der KSK nicht nutzen können, hilft nun das neue GKV-Entlastungsgesetz, das ihnen deutlich geringere Beiträge zur Krankenversicherung sichert. Für diese Änderung hat sich ver.di lange und nun erfolgreich eingesetzt. Daneben ist die freiwillige Arbeitslosenversicherung ein zwar unvollkommenes, aber existentes staatliches Halteseil bei zeitweisem Auftragsmangel.

Auch Mitsprache- oder gar Mitgestaltungsrechte für freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wie sie Personalräte in einigen Rundfunkanstalten oder auch Betriebsräte in anderen Medienunternehmen wahrnehmen, sind nach wie vor unterentwickelt. ver.di fordert hier seit langem umfassende Rechte, wie sie auch für Festangestellte gelten. Ob Social-Media-Kanäle oder genossenschaftliche Organisationsformen künftig kollektive Meinungsbildung eines digitalen Prekariats fördern werden, ist nicht absehbar. Doch gilt die erprobte Gewissheit: Freiwillig werden Arbeit- wie Auftraggeber die sozialen Bedingungen der von ihnen wirtschaftlich Abhängigen nicht verbessern. Wer nichts fordert, bekommt auch nichts. Auch in 50 Jahren nicht. Siehe der Achtstundentag. <<

> **„Freiwillig werden Arbeit- wie Auftraggeber die sozialen Bedingungen der von ihnen wirtschaftlich Abhängigen nicht verbessern. Wer nichts fordert, bekommt auch nichts.“**

Auf dem ver.di-Bundeskongress 2015 wurde Gundula Lasch zum zweiten Mal zur Vorsitzenden der Bundeskommission Selbstständige gewählt, zuständig für die Gruppe der Solo-Selbstständigen – also auch der freien Mitarbeiter_innen, freiberuflichen und arbeitnehmerähnlichen ver.di-Mitglieder.

Die aktuellen Organisationswahlen laufen bereits und werden mit dem Gewerkschaftstag im September 2019 beendet. Zeit für eine Bestandsaufnahme.

Foto: MPaetz

Innen gut, nach außen verbesserungswürdig

Soziale Sicherung ist und bleibt die große Klammer für alle Selbstständigen in ver.di

M Die Zahl der Selbstständigen in ver.di liegt bei etwa 30.000. Daran hat sich in den letzten Jahren nicht viel verändert. Gilt das auch qualitativ?

Gundula Lasch | Die ver.di-Selbstständigen sind nach wie vor eine absolut heterogene Gruppe. Die reicht vom bestbezahlten IT-ler bis zum am Existenzminimum um Aufträge ringenden Künstler oder der sich die Finger wund schreibenden freien Lokalreporterin. Doch durch die beschleunigte Digitalisierung und die damit verbundene „Entgrenzung" der Beschäftigten von einem festen Arbeitsplatz und eine zunehmende Loslösung aus dem Angestelltenverhältnis kommen neue Berufsgruppen hinzu, die „flexibler", das heißt in der Konsequenz oft als Selbstständige, arbeiten. In großem Rahmen passiert das gerade bei Pflegekräften. Große Krankenhäuser rekrutieren mittlerweile schon bis zu 20 Prozent ihres Pflegepersonals aus „Selbstständigen". Die können auf dem leergefegten Markt sogar Bedingungen stellen und sich individuell ihre Arbeitsbedingungen besser gestalten als im Schichtdienst eingeklopfte angestellte Kolleg_innen.

Und im Medienbereich?

Da geht die Entwicklung weiter, die wir seit Jahren sehen: Druckereien werden geschlossen, Redaktionen zusammengelegt, Verlage knüpfen bundesweite „Netzwerke" auf Kosten der Vielfalt. In der Folge gibt es immer weniger festangestellte Redakteur_innen und Grafiker_innen, es gibt schwindsüchtige Rumpfredaktionen, die sich das Lokale meist von miserabel bezahlten Freien zuliefern lassen.

Das ver.di-Referat Selbstständige und Ihr als Bundeskommission habt es also zunehmend mit einem echten beruflichen Querschnitt der ver.di-Mitgliedschaft zu tun?

Es war schon immer so angelegt, dass wir keine berufsfachliche Arbeit machen, die liegt bei den Fachbereichen. Aber es stimmt: Vom ursprünglichen Medien- und Kulturschwerpunkt aus hat sich die Mitgliedschaft, für die wir zuständig sind, in andere Bereiche ausgeweitet: Bildungsbereich, Besondere Dienstleistungen, Telekommunikation, Gesundheitswesen. Die große Klammer „soziale Sicherung" bleibt für uns der Knackpunkt und wird noch wichtiger, weil eben noch mehr Berufsgruppen davon betroffen sind.

Es gab in diesem Herbst einen Erfolg zu vermelden, den sich ver.di wesentlich zurechnen kann. Mit dem neuen GKV-Entlastungsgesetz wird es vielen Soloselbstständigen überhaupt oder besser möglich, ihre Krankenversicherung zu bezahlen. Alle, für die die Künstlersozialkasse einspringt, betrifft das nicht, aber viele andere Freie und Selbstständige.

Das ist eine Sache, bei der sich ver.di als Selbstständigenorganisation echt bewährt und eine wichtige soziale Absicherung durchgesetzt hat. Wir können das mit Fug und Recht als Erfolg feiern. Wir Selbstständigen und die Abteilung Sozialpolitik haben das Thema schon seit ver.di-Gründung energisch verfolgt, es wurde dann von SPD, Linken und Grünen zunehmend aufgegriffen, auch vom DGB. Konkret senkt das Gesetz den Mindestbeitrag Selbstständiger für die Kranken- und Pflegeversicherung von derzeit rund 400 Euro pro Monat auf künftig knapp unter 200 Euro. Das ist für hunderttausende gering Verdienende existenziell und deshalb eine echte Errungenschaft.

Würdest Du sagen, dass die Selbstständigen bei ver.di jetzt insgesamt einen größeren Stellenwert einnehmen?

Leider überwiegt noch immer eine Fixierung der Gewerkschaft auf Masse. Und da können wir Selbstständigen nicht punkten. Das ist aber längst die falsche Sichtweise. Ich versuche das im Gewerkschaftsrat und anderen Gremien immer wieder zu vermitteln: ver.di hat sich auf die Fahnen geschrieben, den Wandel der Arbeitswelt mitzugestalten. Hallo? Wir Selbstständigen sind der verkörperte Wandel der Arbeitswelt. Gut, es gab in letzter Zeit Erhebungen und Untersuchungen unter Federführung des Bereichs Innovation und Gute Arbeit dazu, etwa zu Crowdworkern. Doch als Selbstständige haben wir zwei hauptamtliche Sekretär_innen auf Bundesebene und minimale Stellenanteile anderswo, damit kann sich ver.di als Selbstständigenorganisation einfach nicht ausreichend profilieren.

Gerade haben uns junge Frauen, die Non-Profit-Marketing (das gibt es!) studieren, die

Ergebnisse ihrer kleinen Studie zu den ver.di-Selbstständigen vorgestellt. Das Fazit lautete: Ihr habt bei ver.di eigentlich alles: ausreichende Expertise, zuverlässige Informationen, Beratungsstrukturen mit mediafon – nur: in den modernen Co-Working-Spaces weiß das leider kaum einer. Kurz: Wir müssten nach außen viel mehr wahrgenommen werden. Da liegt eindeutig unsere Schwäche. Ehrenamtliche Arbeit hat eben auch Grenzen.

Gilt das auch für die Wahrnehmung innerhalb von ver.di?

Intern sind wir sehr weit vorangekommen. Ich kann mich erinnern, dass auf dem vorletzten ver.di-Kongress noch Kollegen gefragt haben, was wir Selbstständigen dort eigentlich wollen, wir seien doch „Unternehmer". Mittlerweile sind wir schon als vollwertige Mitglieder im Bewusstsein angekommen. Das hat damit zu tun, dass wir uns qualifiziert einbringen, aber auch solidarisch mit anderen verhalten. Und dass wir Betriebs- und Personalräte dafür sensibilisieren, dass große Teile ihrer „Belegschaften" gar nicht mehr angestellt sind. Da ist wirklich viel passiert und wir engagieren uns weiter.

Und wo siehst Du die Klientel und damit auch potenzielle Mitgliedschaft für ver.di, die selbstständig, doch noch weitgehend alleingelassen ist?

Es gibt über zwei Millionen Solo-Selbstständige in Deutschland. Viele davon in den Branchen, die ver.di organisieren könnte. Ganz junge Leute denken über soziale Sicherung und alle Fragen rund um den Beruf noch wenig nach. Aber wenn sie sich einigermaßen strukturiert und etabliert haben, so ab Ende 20, kommen viele unweigerlich an den Punkt, über Zukunftsfragen – Steuern, Familiengründung und -absicherung – nachzudenken. Das ist genau der Punkt, wo wir sie abholen könnten. Da müsste ver.di als Organisation für Selbstständige sofort im öffentlichen und im Bewusstsein der jungen Leute aufleuchten.

Auch hinsichtlich der Renten- und Arbeitslosenversicherung macht sich ver.di erklärtermaßen für Selbstständige stark. Was tut sich da?

Bei der Rentenversicherung bewegt sich etwas. Fakt ist, dass Selbstständige in die gesetzliche Rentenversicherung einbezogen werden sollen. Dafür sind wir sehr. Wir wollen ja, dass alle – Selbstständige, aber auch Beamte oder Parlamentarier – in den Solidartopf Rente einzahlen. Für Soloselbstständige stellt sich freilich sofort die Frage, was für sie bei erträglichen Beitragshöhen später „hinten rauskommt". Nach dem bisherigen Modell wäre das eindeutig zu wenig. Wir schauen deshalb auch nach Österreich und in andere Staaten, wo Menschen, die ihr ganzes Leben lang gearbeitet und eingezahlt haben, im Alter so abgesichert werden, dass sie jedenfalls mehr bekommen als Menschen, die nicht gearbeitet haben. Das ist das Brett, das wir als nächstes bohren müssen. Da ist ver.di klassische Lobbyorganisation und politisch sehr aktiv.

Ähnlich ist es bei der freiwilligen Arbeitslosenversicherung. Hier gilt es, Einstiegshürden abzubauen und Bedingungen zu verbessern. Da geht es um die relativ hohen Beiträge für alle bei gleichzeitig absurden Leistungen nach Qualifikationsstufen und die geltende Bestimmung, dass man nach zweifacher Inanspruchnahme rausfliegt. Da ist Änderung leider zunächst nicht in Sicht. Aber wir bleiben dran.

> „... dass ver.di als Gesamtorganisation dahintersteht, Probleme wie Kranken-, Renten- und Arbeitslosenversicherung von Selbstständigen besser zu regeln ..."

Werdet Ihr mit Anträgen an den ver.di-Kongress 2019 auf solche und ähnliche Probleme der Selbstständigen hinweisen?

Ja, wir sind gerade dabei, solche Anträge zu diskutieren. Natürlich geht es uns darum, dass ver.di als Gesamtorganisation dahintersteht, Probleme wie Kranken-, Renten- und Arbeitslosenversicherung von Selbstständigen besser zu regeln. Im Kern geht es hier um solidarische Sicherungssysteme, die ungebrochene Versicherungsbiografien gewährleisten. Eine Realisierung liegt zwar noch in der Ferne, muss aber immer wieder in die Debatte gebracht werden muss.

Außerdem arbeiten wir an einem Antrag, wo es um ein moderneres Verständnis des Betriebs- und Arbeitnehmerbegriffs geht. Ein Ziel ist es, betriebliche Interessenvertretungen zu mobilisieren, sich auch für wirtschaftlich abhängig beschäftigte Soloselbstständige in ihrem unmittelbaren Umfeld stark zu machen, nicht nur für Festangestellte. Neue Mitbestimmungsmöglichkeiten – wie Freienräte auch bei Zeitungen – müssen erprobt und etabliert werden.

Auf jeden Fall bereiten wir einen Antrag vor, der sich aus der Mindestlohndebatte entwickelt hat. Da ist unsere Position klar: Mindesthonorare ja, aber branchenbezogen differenziert. Unsere Erfahrung und vorhandene Analysen sagen: Arbeitsbedingungen und Kostenrahmen sind in den einzelnen Branchen und Berufsfeldern so extrem differenziert, dass nicht mit der Gießkanne darüber gegangen werden kann. Vielmehr ist konkret zu fragen: Was brauchten Selbstständige an Ausstattung, um eine bestimmte Arbeit machen zu können? Aber auch: Was sagt aktuell der Markt? Was ist also realistisch und hilft den Einzelnen?

Da wären die ver.di-Fachbereiche gefragt?

Genau. Der Medienbereich etwa müsste sagen: Es gibt Erfahrungswerte und wir haben einen Honorarmelder auf der mediafon-Seite. Was also müsste ein Solo pro Stunde mindestens verdienen, um netto wenigstens mit einem Mindestlohnempfänger – besser natürlich: mit einem gleichqualifizierten Redakteur – gleichgestellt zu sein? Um mehr oder weniger geht es bei branchenspezifischen Mindesthonoraren nicht. Und übrigens: Wir werden auch einen Antrag stellen, was die Gestaltung fairer Honorare bei ver.di selbst angeht. Was wir gesellschaftlich fordern, muss auch für die Organisation gelten.

Und was wünschst Du Dir persönlich für die Selbstständigen bei ver.di?

Ich würde mir mehr Solidarität von all denen wünschen, die (noch) angestellt sind. Dass Redakteure zum Beispiel nicht so tun, als müssten sie die Freien aus dem eigenen Portemonnaie bezahlen. Dass Betriebsräte nicht sofort abwehren, weil sie für Outgesourcte nicht mehr zuständig sind. Alle im noch bestehenden „Normalarbeitsverhältnis" sollten kapieren: Wenn sie sich nicht mit uns Selbstständigen solidarisieren, geraten sie selbst zusätzlich in Gefahr. Wir Selbstständigen sind die Einzigen, die momentan noch schlechter als mit dem gesetzlichen Mindestlohn abgefunden werden können. Ungewollt könnten wir so als „Schmutzkonkurrenz" für ordentliche Arbeitsbedingungen und Entlohnung missbraucht werden. Das kann niemand wollen. Es gibt hier keine zwei Welten, die nichts miteinander zu tun haben. Der Interessenkonflikt liegt nicht zwischen angestellten und selbstständig Erwerbstätigen.

Das Gespräch führte Helma Nehrlich <<

Spiel mit den Worten

Iris Schäfer ist Übersetzerin und Lokalisierungsexpertin für Videospiele

Voller Aufregung ob des nahenden Abenteuers erreichte ich den Hafen. Der Kapitän war noch nicht eingetroffen, also genoss ich die kühle Luft an Deck.“ So beginnt die Reise eines Entdeckers im Computerspiel „The Curious Expedition“, in dem man als illustre Figur der Geschichte fremde Regionen entdeckt und allerlei Abenteuer erlebt. Das Spiel des Entwicklers Maschinen-Mensch erschien vor zwei Jahren zuerst in englischer Sprache. Dafür gesorgt, dass auch deutschsprachige Spielende in Entdeckerlaune kommen, hat Iris Schäfer.

Die 30-jährige Soloselbstständige ist Übersetzerin und Lokalisierungsexpertin für Videospiele. Als wir uns in ihrem Büro bei Schäfer zu Hause in Berlin-Friedrichshain treffen, hat sie sich gerade etwas Zeit freigeschaufelt. „Die Deadlines in der Gamingbranche sind oft sehr eng“, erklärt sie. „Aber ich bin das mittlerweile gewohnt und kann mich gut organisieren.“ In einer durchschnittlichen Woche übersetzt Schäfer zwischen 15.000 und 18.000 Wörter, manchmal sogar über 20.000 Wörter.

Soweit man bei ihr überhaupt von einer durchschnittlichen Woche sprechen kann: „Die Arbeit ist wirklich von Woche zu Woche unterschiedlich – denn jedes Projekt ist anders.“ Manchmal schreibt sie witzige Dialoge von Nebencharakteren, manchmal recherchiert sie Fakten rund um Weltraumforschung und Planetenumlaufbahnen, um etwa einem sehr wissenschaftlichen Spiel gerecht zu werden. Zu tun hat sie jedoch immer mehr als genug. So viel, dass Schäfer sich mittlerweile aussuchen kann, welche Projekte sie annimmt.

Kein Wunder: Denn die Spielebranche boomt. Über drei Milliarden Euro Umsatz machte die Branche laut dem Industrieverband „game“ in 2017 – und damit mehr als die Musik- und Kinoindustrie zusammen. Der Markt wächst immer weiter, und so gibt es schon länger keinen Mangel mehr an Aufträgen für die Übersetzerin. „Akquise muss ich eigentlich gar nicht mehr machen“, so Schäfer. Die meisten ihrer Aufträge kommen aus langfristigen Kooperationen, von denen Schäfer gut leben kann. Meistens bleibt sogar noch ein Teil für Altersvorsorge übrig.

In der Videospiellokalisierung gibt es verschiedene Arbeitsmodelle, erklärt sie, während wir bei einem Tee zusammensitzen. Den Großteil ihrer Aufträge erhalte sie von Agenturen, die wiederum den Spiele-Publishern – also den Unternehmen, die Videospiele vertreiben – gleich Übersetzungen in alle Sprachen anbieten können. In so einer Agentur begann Schäfer nach ihrem Masterstudium in digitaler Kultur auch ein Praktikum. Schnell machte ihr die Arbeit so viel Spaß, dass sie als selbstständige Übersetzerin und Lokalisierungsexpertin dabei blieb. Heute bekommt Schäfer auf freiberuflicher Basis konkrete Übersetzungsaufträge, während die Agentur die Koordination und in manchen Fällen sogar Vertonung übernimmt. In anderen Fällen geben Publisher auch Übersetzungen in langfristigen Kooperationen an Freiberuflerinnen wie Schäfer. Und zu guter Letzt kommen vor allem kleine, unabhängige Entwickler-Studios auch direkt auf sie zu.

Von großen bekannten Spielen, für die Werbung in Innenstädten plakatiert ist, bis hin zu kleinen Handyspielen oder künstlerisch ausgezeichneten Indie-Spielen hat die Berlinerin schon viel gemacht. Es ist nicht unwahrscheinlich, dass jemand, der in den letzten Jahren ein Videospiel auf Deutsch gespielt hat, Übersetzungen der 30-Jährigen zu Gesicht bekam. Spieleinhalte wie Benutzeroberfläche, Dialoge und Texte gehören ebenso zu ihrem Repertoire wie Marketingtexte, Beschreibungen in Spiele-Portalen oder Update-Ankündigungen.

Doch bei Übersetzungen hört die Arbeit lange nicht auf. Damit sich auch auf Deutsch alle Erzählungen, Charaktere und Spielelemente natürlich anfühlen, braucht Schäfer nicht nur das reine sprachliche Wissen, sondern ebenfalls ein Verständnis für die Kultur der zu übersetzenden und der Zielsprache – in ihrem Falle Englisch und Deutsch. „Sobald man anfängt, die Übersetzung kulturell zu beeinflussen, spricht man von Lokalisierung“, so die studierte Kulturwissenschaftlerin. Meist betrifft das Kleinigkeiten in Hintergrundgesprächen – wie zum Beispiel Essen oder Sport. „Das sind Dinge, die vor allem die Spielwelt lebendig erscheinen lassen“, erklärt Schäfer. „Da ist es wichtig, dass man diese Gespräche so auch im echten Leben hören könnte.“ Das bedeutet: Auch deutschsprachige Spieler sollten einen Bezug aufbauen können. So wird zum Beispiel aus einem im Hintergrund stattfindenden Gespräch über Baseball ein Gespräch über Fußball.

Die Lokalisierungsexpertin kann bei kleineren Sachen selbstständig entscheiden, was und wie sie etwas ändert. Abgesichert wird sie dabei von Korrekturlesern, die im Anschluss alles Übersetzte noch einmal gegenlesen. Und in größeren Projekten gibt es teilweise eine eigene Language Quality Assurance, also eine Qualitätssicherung für Sprache. Eigens dafür beauftragte

Iris Schäfer hat mehr als genug zu tun. Die Spielebranche boomt.

> „Sobald man anfängt, die Übersetzung kulturell zu beeinflussen, spricht man von Lokalisierung.“

Foto: Dennis Kogel

Tester spielen dann das gesamte lokalisierte Spiel durch und prüfen, ob das Spiel auch in dieser Fassung noch Sinn ergibt.

Wie komplex Videospiellokalisierung ist, versteht man umso besser, wenn man Schäfer nach ihren Lieblingsprojekten fragt. Das eingangs erwähnte "The Curious Expedition" stellte sie beispielsweise vor ganz eigene Herausforderungen, denn die Geschichte des Spiels wird je nach den Entscheidungen der Spieler aus Textbausteinen generiert. Was im Englischen recht einfach funktionierte, bedurfte im Deutschen plötzlich ganz neue Variablen für Pronomen und Fälle, die es im Englischen nicht gibt. "Da ich in dem Fall eng mit den Entwicklern zusammengearbeitet habe, konnte ich die Schwierigkeiten als Feedback direkt an sie weitergeben", erinnert sich Schäfer. Die Macher des Spiels erstellten extra neue Variablen um deutsche grammatische Eigenheiten abzubilden, das Spiel konnte übersetzt werden. Durch Schäfers Vorarbeit können mittlerweile auch Fans das Spiel selbst übersetzen – gerade für kleine Studios ohne großes Budget eine wichtige Option, um ihre Spiele global zur Verfügung zu stellen.

So nahtlos läuft es jedoch nicht immer. "Die Übersetzung ist oft ein nachträglicher Gedanke im Entwicklungsprozess", so die 30-Jährige. Umso wichtiger ist es für sie, die richtigen Fragen zu stellen und Kontexte verstehen zu lernen. Wenn Schäfer die zu übersetzenden Texte erhält, sind gerade größere Spiele noch gar nicht in einem spielfähigen Zustand. Alles, was sie dann an Anleitung hat, sind mehr oder weniger detaillierte Richtlinien der Auftraggeber. "Manchmal kommen aber auch Publisher ohne jegliche Erklärung auf einen zu und sagen: Hier ist mein Spiel, mach es deutsch."

> **Die Macher des Spiels erstellten extra neue Variablen, um deutsche grammatische Eigenheiten abzubilden.**

Trotz der engen Deadlines, Verzögerungen in der Bereitstellung der Texte oder kurzfristigen Verdopplungen der Wörterzahlen liebt die Übersetzerin ihren Beruf. Schäfers Name taucht üblicherweise nicht in den Danksagungen und Credit-Szenen der Spiele auf – aber das ist ihr auch ganz recht so. Am meisten schätze sie die Vielseitigkeit ihrer Arbeit, so Schäfer. Und in einer so boomenden und kreativen Szene wie die der Gamesbranche, wird sich daran wohl vorerst auch nichts ändern. **Yasmina Banaszczuk <<**

Brot- und Butter-Job

Tatjana Kerschbaumer schreibt über Wirtschaft, Regionales und Reisethemen

Die Almbauern-Versammlung fand in Enterrottach statt und über Enterrottach muss man in erster Linie wissen, dass es sehr weit draußen ist. Tatjana Kerschbaumer sollte für die Regionalzeitung darüber berichten. „Und als ich da ankam, damals mit bunten Haaren und Springerstiefeln kommt gleich der Oberalmbauer auf mich zu, schaut mich kritisch an und fragt dann gaaanz langsam, mit Betonung auf jeder Silbe: Grüß Gott, sind Sie unserer Sprache mächtig?" Tatjana Kerschbaumer lacht: „Das war das Beste ever!"

Zurück in der Redaktion stellte sich dann heraus: Mit den Springerstiefeln und den bunten Haaren hatte die Reaktion des Almbauern nichts zu tun. Sondern mit der Kollegin, die im Jahr davor über die Almbauern hatte berichten sollten. Die kam nämlich aus Bremen. „Und bei den bayerischen Almbesitzern, da hat die vielleicht noch Grüß Gott verstanden – aber dann war es auch vorbei." Ein anderer, des Bayerischen mächtiger Redakteur musste sich im Anschluss von dem Almbauern die gesamte Veranstaltung am Telefon nacherzählen lassen. „Es kann eben schon mal passieren, dass man einen Auftrag kriegt, der nicht so gut zu einem passt", sagt Tatjana Kerschbaumer.

Kerschbaumer ist freie Journalistin. Sie schreibt für verschiedene Magazine und Seiten über Wirtschaft, Regionales und Reisethemen. „Meistens werde ich in-

zwischen von Redaktionen angefragt, ob ich dieses oder jenes Thema übernehmen könne“, sagt sie. „Nur in seltenen Fällen schlage ich eigene Themen vor – dazu komme ich zeitlich gar nicht.“ Wie viele freie Journalist_innen es in Deutschland gibt, ist unklar. Ein Forscherteam der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU), das 2017 eine Studie zu freiem Journalismus gemacht hat, spricht von 9.600 Freiberuflern. Fast die dreifache Zahl ist bei der Künstlersozialkasse gemeldet. Zählte man all jene Menschen

Foto: Chris Wrenger

Tatjana Kerschbaumer, freie Journalistin, versteht auch Bayerisch.

mit, die ihren Unterhalt oder einen Teil davon über ihren eigenen Blog verdienen, wären es wohl noch mehr. Auch in der dju sind mehr als zwei Drittel der Organisierten freiberuflich tätig.

„Fast 50 Prozent der freischaffenden Journalist_innen, die unter 1.800 Euro im Monat verdienen, arbeiten der LMU-Studie zufolge für lokale Medien.“

Kerschbaumer ist über ihr Studium zum freien Journalismus gekommen: Im Rahmen ihres Kommunikationswissenschafts-Studiums hatte sie ein Pflichtpraktikum beim *Miesbacher Merkur* absolviert, einer Tageszeitung in ihrer Heimatregion am Tegernsee. „Und da bin ich dann erstmal geblieben, die nächsten fünf Jahre, als freie Autorin.“ Schön sei das gewesen, sagt Kerschbaumer heute, aber auch: richtig schlecht bezahlt. „Irgendwann habe ich da 35 Cent pro Zeile bekommen, da hieß es dann: Das ist jetzt aber schon der Höchstsatz.“

Auch, wenn man nicht genau sagen kann, wie viele freie Journalist_innen es in Deutschland gibt, ist klar: Die Zahl derer, die wenig verdienen, ist unter den freischaffenden Journalist_innen weit höher als unter ihren festangestellten Kolleg_innen. Rund 28 Prozent der Freien, das ergibt die Studie der LMU, verdienen weniger als 1800 Euro im Monat; 32,6 Prozent der Freien gehen zusätzlich nicht-journalistischen Tätigkeiten nach, um sich zu finanzieren.

Eigentlich wäre sie gerne beim *Miesbacher Merkur* geblieben, sagt Kerschbaumer. Aber freischaffend? „Da kriegst du für einen Aufmacher vielleicht 60 Euro.“ Kerschbaumer machte oft gleich mehrere Termine – und Artikel – an einem Tag, von einem guten Gehalt konnte man trotzdem bei Weitem nicht sprechen. „Ich habe den Chef immer wieder gefragt, ob sie eine feste Stelle für mich haben, aber die Antwort war immer: Nein, ich könne nur frei für sie arbeiten.“ Als nach ihrer Ausbildung an der Deutschen Journalistenschule in München schließlich ein Angebot vom Berliner *Tagesspiegel* kam, war die Sache deshalb schnell entschieden: Sie würde nach Berlin gehen, sagte Kerschbaumer ihren Kolleg_innen vom *Miesbacher Merkur*. „Und da war das Geschrei dann groß“, erzählt sie. „Wer macht denn jetzt den Gemeinderat von Fischbachau?“

Seither hat Kerschbaumer kaum noch Kontakt zur Redaktion. Sie hätten ihr das „ziemlich krumm genommen“, dass sie einfach nach Berlin gegangen sei. Aber: „Für 35 Cent die Zeile würde ich heute sowieso nur noch in absoluten Ausnahmesituationen arbeiten.“ Lokalzeitungen zahlen im Schnitt weniger Geld als regionale und nationale Zeitungen. Das schlägt sich auch im Verdienst der Journalist_innen nieder. Fast 50 Prozent der freischaffenden Journalist_innen, die unter 1.800 Euro im Monat verdienen, arbeiten der LMU-Studie zufolge für lokale Medien.

Kerschbaumer sagt, erst, als sie beim *Tagesspiegel* angefangen hat, war ihr Einkommen hoch genug, um sich mit dem ganzen Papierkram beschäftigen zu müssen, der jeden Freiberufler irgendwann ereilt: Künstlersozialkasse, Steuererklärung, „und helfen konnte mir beim *Tagesspiegel* da erstmal auch keiner – die waren ja alle festangestellt.“

Kerschbaumer war nicht fest angestellt, aber trotzdem jeden Tag in der Redaktion. Als Pauschalistin. „Pauschalisten-Jobs“ sind im Journalismus weit verbreitet. Dabei arbeiten freischaffende Journalisten für eine bestimmte Redaktion oft an einem festen Thema. In der Praxis heißt das meistens: die Pauschalisten machen die gleiche Arbeit wie ihre festangestellten Kolleginnen, gelten aber als freischaffend. In den letzten Jahren ist die Praxis der Redaktionen, Arbeit massenhaft an „Pauschalisten“ und „feste Freie“ auszulagern, stark unter Druck geraten. Immer wieder gab es Prozesse um die Frage, ob die „freischaffenden“ Mitarbeiter nicht eigentlich Scheinselbstständige sind. „Ich habe damals immer darauf geachtet, dass ich noch mindestens ein bis zwei zusätzliche Auftraggeber hatte“, sagt Kerschbaumer. Neben einem Vollzeitjob: „Das war ganz schön anstrengend.“

Inzwischen wohnt Kerschbaumer wieder in München und arbeitet als „klassische“ Selbstständige. Wobei: „Einen hauptsächlichen Auftraggeber zu haben – das ist schon wichtig“, sagt sie. Bei ihr ist das das Branchen- und Markenmagazin *turi2*. „Ich sag immer: Das

ist mein Brot und Butter-Job“, so die Journalistin. „Aber insgesamt habe ich schon sehr viele verschiedene Auftraggeber.“

Wie lange sie arbeitet? Kerschbaumer überlegt. Keine einfache Frage. „Wahrscheinlich im Schnitt so acht Stunden am Tag“, sagt sie schließlich. „Aber das verteilt sich eben auf eine Mischung aus 2–3 Stunden an einem Tag und 12–14 Stunden am nächsten.“ Damit kommt sie im Schnitt auf einen Bruttolohn von 3.500 Euro, zumindest in etwa, so genau kann man das nie sagen. Dafür schreibt sie neben *turi2* für Regional-, Wirtschafts- und Reisemagazine. Und was ist mit den Tageszeitungen? „Um sich zu etablieren – super. Um sich zu finanzieren – schwierig“, ist sie sicher. Regelmäßig freischaffend für Zeitungen schreiben? Davon kann man kaum leben. „Das mache ich vielleicht mal für ein Gimmick; eine neue Hose, die ich haben will oder ein paar Schuhe – aber sich davon finanzieren?“ Trotzdem: „Ich habe den Eindruck, gerade gibt es genug Arbeit für Freie“, sagt Kerschbaumer. Sicherlich auch, weil die Situation im Medienbetrieb immer ungemütlicher wird: immer mehr Betriebe versuchen, möglichst viel Arbeit an Freischaffende auszulagern. In der letzten Zeit sei ihr das immer öfter begegnet. Heftkonzeption, Redigatur, Schlusskorrektur – selbst klassische Redaktionsaufgaben würden bei einigen Magazinen inzwischen an Externe vergeben, sagt Kerschbaumer. „Das Auftragsvolumen ist auf jeden Fall groß.“ **Laura Meschede <<**

Nah am Geschehen

Caspar Sachsse ist der verlängerte Arm des Tonmeisters beim Filmdreh

Foto: Murat Türemis

Er mag seinen Job sehr. Das merkt man am Enthusiasmus, mit dem Caspar Sachsse über ihn spricht: „Es gibt immer Abwechslung, ich reise viel, halte mich dabei selten länger an einem Fleck auf und ich sehe unübliche Orte. Ich war schon mal in einer Ketchup-Fabrik, wer kann das schon von sich sagen?“ Das merkt man aber auch am Eifer, mit dem er über das Drumherum spricht: „Ich erwarte mehr Verständnis von Politik und Behörden, dass unser Status endlich als solcher akzeptiert wird und die Rahmenbedingungen sich ändern!“

Sachsse ist einer von rund 30.000 Filmschaffenden in Deutschland, die auf Produktionsdauer beschäftigt sind. Das heißt, er wird für die Dauer von einzelnen Drehprojekten wie einem Film oder einer Serie direkt bei der jeweiligen Produktionsfirma angestellt. Am Ende der Drehzeit muss er sich auf dem Arbeitsamt wieder arbeitslos melden. Jedes Mal. Wenn er mehr als 30 Tage beschäftigt war oder der Beschäftigungszeitraum nachträglich verändert wird, muss er dafür sogar persönlich auf dem Arbeitsamt erscheinen. Selbst, wenn es nur ein eintägiger Werbedreh war. „Ein Kollege wurde einmal ungläubig von der Sachbearbeiterin im Jobcenter gefragt, ob es denn richtig sei, dass er schon 53 Mal arbeitslos geworden ist“, lacht Sachsse. Lustig findet er das aber eigentlich nicht.

Der 31jährige Wahlberliner ist seit 2010 beim Film beschäftigt, hauptsächlich als Tonangler, manchmal auch als Tonmeister, denn diesen Beruf hat er studiert. Zum Film gekommen ist er über die Musik. „Ich war von Kindesbeinen an Musiker. Als ich dann in der >>

> **„Ein Kollege wurde … im Jobcenter gefragt, ob es denn richtig sei, dass er schon 53 Mal arbeitslos geworden ist.“**

Caspar Sachsse wird zwar für die Dauer der einzelnen Filmproduktionen angestellt, muss sich aber wie Selbstständige für jeden Auftrag neu bewerben.

>> Abiturzeit überlegte, was ich machen könnte, habe ich mich aufgrund meiner technischen Affinität für die Tonmeisterei entschieden.“ Die Affinität zum Kreativen hingegen ward ihm sozusagen in die Wiege gelegt: Sowohl der Großvater als auch der Vater waren Fotografen.

Als Tonangler ist Sachsse der verlängerte Arm des Tonmeisters bzw. der Tonmeisterin. Er verkabelt die Schauspieler_innen und steht dann während der Aufnahmen ganz vorne am Set, näher am Geschehen als die Kamera. In den Händen hält er ein Mikrofon, das an einer fünf Meter langen Karbonstange befestigt ist. „Ich muss so nah wie möglich rankommen, ohne dass ich störe oder gar im Bild zu sehen bin.“ Das ist ziemlich anstrengend. Dafür ist es aber auch eine der Abteilungen mit den besten Arbeitszeiten. „Wir sind die letzten, die kommen und die ersten, die gehen.“ Ansonsten sind die Arbeitswochen des gebürtigen Bonners allerdings eher atypisch, denn „typisch“ und „Dreh“, „das sind eigentlich zwei Wörter, die nicht zusammenpassen“. Eine normale Drehwoche in der Streaming-Produktion etwa könne durchaus am Montagmorgen um sechs Uhr beginnen und am Samstagmorgen um vier oder fünf Uhr enden. „Dann hat man kein volles Wochenende und am Montag geht es gleich wieder weiter.“ Er habe aber auch schon durchschnittliche Arbeitstage von achteinhalb Stunden gehabt. Das komme auf die Produktion und das Genre an. „Für Werbung werden maximal 30 Sekunden Inhalt am Tag gedreht, für einen Kinofilm um die zwei Minuten, bei einem Fernsehfilm müssen schon fünf bis sechs Minuten drin sein und bei Serienproduktionen sieben bis acht und mehr.“

Angefangen beim Film hat Sachsse als Praktikant, ein typischer Einstieg für die Branche. Heute bekommt er seine Aufträge als Tonangler von den Tonmeistern, die ihn anrufen. Auch das ist typisch für die Branche: Ohne ein Netzwerk und Kontakte läuft nichts. Stellen werden nur gelegentlich ausgeschrieben und das ausschließlich auf der Branchen-Plattform „Crew United“. „Dazu gibt es noch E-Mail-Chat-Gruppen unter den verschiedenen Gewerken, wo auch Jobs verteilt werden, das ist aber von Abteilung zu Abteilung unterschiedlich“. Im Vergleich zu anderen Filmberufen profitiert Sachsse jedoch von dem Umstand, dass es in ganz Deutschland gerade mal an die 150 aktive Tonangler_innen gibt. Das heißt, „ich muss mehr absagen, als ich zusagen kann“. „In einem richtig guten Jahr“, kommt er so auf etwa 120 Drehtage.

Das war jedoch nicht immer so: „Bis vor gut drei Jahren konnte man davon ausgehen, zwischen November und März ohne Arbeit zu sein. Jetzt ist es so, dass wir auch im Winter viel mehr drehen.“ Das liegt laut Sachsse vor allem am massiven Anstieg der Bundesfilmförderung. Tatsächlich wurde der Deutsche Filmförderfonds (DFFF) in den letzten Jahren kontinuierlich aufgestockt, von 50 Millionen Euro im Jahr 2015 auf nun 125 Millionen Euro für das laufende Jahr. Aber auch die Streaming-Plattformen tragen zu einem höheren Produktionsaufkommen bei. Für die erste deutsche Netflix-Eigenproduktion „Dark“ und für die ARD/Sky-Koproduktion „Babylon Berlin“ etwa hat auch Sachsse selbst gearbeitet. Mit einer gewissen Beunruhigung blickt er jedoch auf den Bericht der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (KEF) für die Beitragsperiode ab 2021. „Interessant wird es nach der nächsten KEF-Runde, denn der Großteil der Filmschaffenden in

Zuschuss bei der Altersversorgung

Freie Autorinnen und Autoren können beim Autorenversorgungswerk (AVW) der VG Wort einen einmaligen Zuschuss von bis zu 7.500 Euro zu ihrer privaten Altersvorsorge beantragen. Bezuschusst werden Kapitallebensversicherungen, zusätzliche private Rentenversicherungen, Sparverträge und auch Neuabschlüsse. Wer unsicher ist, ob sie (oder er) die Bedingungen für den Zuschuss erfüllt, den bittet das Autorenversorgungswerk, trotzdem auf jeden Fall Kontakt mit der VG Wort aufzunehmen. Denn viele Ansprüche werden derzeit nicht wahrgenommen.

Anspruch auf den Zuschuss zur privaten Altersvorsorge haben Wahrnehmungsberechtigte der VG Wort, die in den vergangenen fünf Jahren mindestens 50 Prozent ihrer Einkünfte – aber nicht weniger als 3.900 Euro im Jahr – aus freier publizistischer Tätigkeit erzielt, von Ausschüttungen der VG Wort profitiert haben und über die Künstlersozialkasse (KSK) rentenversichert sind. Jedoch: Wer von anderer Seite Zuschüsse zur privaten Altersversorgung erhält oder aber bereits den laufenden jährlichen Zuschuss zur Altersversorgung vom AVW bekommt (nach früheren Regelungen war dies noch möglich), der hat keinen Anspruch mehr auf den einmaligen Zuschuss.

Wer sich nicht sicher ist, ob er diese Bedingungen erfüllt, wer zum Beispiel nicht über die KSK rentenpflichtversichert ist, sollte sich allerdings trotzdem bei der VG Wort melden, denn „dann wird geprüft, ob hier ein begründeter Fall für eine ‚Befreiung von den Voraussetzungen‘ vorliegt“, erklärt Karin Leidenberger vom Autorenversorgungswerk. In solchen Fällen könne nämlich der Stiftungsrat den Zuschuss trotzdem gewähren.

Der Antrag auf den Zuschuss zur Altersvorsorge kann ab dem 50. Lebensjahr bis zum Eintritt ins gesetzliche Rentenalter gestellt werden. Als Zuschuss bekommen die Berechtigten die Hälfte der Ablaufleistung des jeweiligen Altersvorsorgevertrages, sofern die Beiträge überwiegend selbst gezahlt wurden. Bei Kapitallebensversicherungen zum Beispiel ist das die Hälfte der im Vertrag garantierten Kapitalabfindung. Diese muss allerdings mindestens 5.000 Euro betragen. Beträgt die Ablaufleistung also 10.000 Euro, gibt es einen Zuschuss von 5.000 Euro. Maximal werden 7.500 Euro als einmaliger Zuschuss an den Antragsteller ausgezahlt. **mh <<**

Bei Fragen erreicht man das Autorenversorgungswerk unter avw@vgwort.de oder 089/514 12 42. Antragsformular sowie weitere Informationen unter: vgwort.de/die-vg-wort/sozialeinrichtungen/autorenversorgungswerk.html

Deutschland arbeitet nach wie vor für öffentlich-rechtliche Produktionen, und wenn sich da etwas verändern würde in der Produktionslandschaft, dann muss man sehen was passiert.“ Heißt: Wenn KEF und Politik ARD und ZDF die Mittel kürzen, können die weniger produzieren (lassen) und es gibt demnach weniger Arbeit für Filmschaffende wie Sachsse.

Im Moment ist der studierte Tonmeister mit seiner beruflichen Situation als Beschäftigter auf Produktionsdauer allerdings mehr als zufrieden und würde ungern mit einer Festanstellung in einer Produktionsfirma tauschen – auch wenn es die in der Branche ohnehin so gut wie gar nicht gibt. „Ich frage mich: Wenn es die Festanstellung gäbe, würde ich das wirklich wollen? Dann müsste ich jede Produktion, die mir meine Produktionsfirma zuschustert, auch machen. Ich müsste mich festlegen auf einen Bereich, auf ein Genre, auf eine feste Art zu drehen und das immer mit dem gleichen Team.“

Was sich jedoch durchaus ändern müsse, sagt Sachsse, seien die Rahmenbedingungen. „Ich habe im Jahr zwischen acht und zwölf verschiedene Arbeitgeber und für jede neue Beschäftigung, auch wenn sie nur ein, zwei Tage dauert, muss ich mich trotzdem um all das kümmern, was normale Arbeitnehmer_ innen bei einem Jobwechsel tun müssen. Da wünsche ich mir zumindest ein bisschen mehr Verständnis von Arbeits- und Finanzämtern.“ Stattdessen fühlt sich Sachsse besonders vom Arbeitsamt schikaniert. Die meisten Sachbearbeiter_innen dort würden sich mit dieser Beschäftigungsform nicht auskennen, seien auf Arbeitnehmer wie ihn nicht eingestellt. „Die wollen einen dann zu Bewerbungstrainings oder ähnlichem schicken.“ Und auch die Finanzämter könnten oftmals nicht damit umgehen, wenn man in seiner Steuererklärung Abrechnungen von zehn verschiedenen Arbeitgebern angibt.

Mehr Akzeptanz seines Beschäftigtenstatus fordert Sachsse auch von der Politik, „schließlich sind es ja nicht nur Filmschaffende, die für die Dauer von einzelnen Projekten angestellt sind“. Großen Nachbesserungsbedarf sieht er vor allem bei der Rente und beim Arbeitslosengeld. „Wenn wir die Pensionskasse Rundfunk nicht hätten, sähe es schlecht aus mit unserer Altersversorgung.“ Arbeiten freie Filmschaffende für öffentlich-rechtliche Produktionen, egal ob vollfinanziert oder nur von ARD und ZDF gefördert, zahlt der Auftraggeber einen 100%igen Zuschuss zur Altersvorsorge an die Pensionskasse. Was das Arbeitslosengeld betrifft, sollten Filmschaffende in eine freiwillige Arbeitslosenversicherung einzahlen. „Da hatte ich zum Glück bei meinem Berufseinstieg gute Mentoren, die mir geraten haben, in die Rentenkasse einzuzahlen und auch die Arbeitslosenversicherung zu zahlen, um dann auch mal über eine Durststrecke zu kommen.“

Gut leben von seinem Job als Tonangler kann Caspar Sachsse dennoch. „Mittlerweile bin ich an diesem Punkt, doch das war nicht immer so. Und mir ist auch bewusst, dass das nicht immer so bleiben muss.“ Für den Ernstfall oder um auftragsschwache Perioden zu überbrücken, hat er aus seiner Musikerzeit deshalb ein zweites Standbein in der Rückhand: Das Mischen von Live-Bands. Das empfiehlt er auch seinen Kolleg_innen, die gerade erst in den Beruf einsteigen. „Viele von uns sind ohnehin Quereinsteiger_innen. Da kann man mit dem, was man vorher gemacht hat, noch ein weiteres Eisen im Feuer behalten.“ **Monique Hofmann** <<

Links. Informationen für Selbstständige im Internet:

dju.verdi.de/freie
selbststaendige.verdi.de
mediafon.net

Versicherungen und Verwertungen:

kuenstlersozialkasse.de
vgwort.de
bildkunst.de
bvpa.org/mfm

Anzeige

MEDIENPREIS HIVAIDS
EIN PREIS DER DEUTSCHEN AIDS-STIFTUNG
2017/18

Die Deutsche AIDS-Stiftung nimmt für ihren Medienpreis Beiträge zum Thema HIV/AIDS aus allen Mediensparten an. Die Beiträge müssen im Jahr 2017 oder 2018 erstmals in deutscher Sprache veröffentlicht worden sein.

Preisgeld: insgesamt 15.000 Euro / Einsendeschluss: 31. Januar 2019

Formlose Bewerbung (3-fache Ausfertigung) an:
Deutsche AIDS-Stiftung
Münsterstraße 18 / 53111 Bonn
medienpreis@aids-stiftung.de
www.medienpreis-hiv.de

Deutsche AIDS-Stiftung

Förderer:

GILEAD vfa. Die forschenden Pharma-Unternehmen

Der Wert der Bilder

Zur Situation der freien professionellen Fotografen in Deutschland

Der Erfolg eines Unternehmens hängt, nicht nur im Internet, sondern auch auf Facebook, Instagram, Pinterest und anderen Plattformen, vor allem von einem guten Bild ab. Reichweite, Page-Impressions, Visits, Klicks, Follower, Freunde bestimmen den „Wert" einer Website, eines Blogs, des Auftritts eines Mediums oder eines Unternehmens in den Sozialen Medien, generieren Werbeeinnahmen, sind eine Rechtfertigung für die Kosten bei „Paid Content". Professionelle Fotografen tragen mit ihrer Arbeit den Hauptteil zu journalistischem wie gewerblichem visuellen Content bei.

Print – früher die „Königsdisziplin"– scheint nur noch ein „Nice-To-Have" zu sein. Die Wirkung der Doppelseite im hochwertigen Magazin fällt hinter dessen Auftritt in Apps oder auf Instagram zurück, das Bild muss sich mit seiner Wirksamkeit auf Facebook oder in YouTube-Kampagnen messen. Das spiegelt sich jedoch nicht in den Honoraren für Fotografien wider, im Gegenteil. Das Honorar für Bildnutzungen im Internet stagniert seit fünf Jahren auf niedrigem Niveau, wobei die Mindestbildgröße wegen der inzwischen höheren Standard-Bildschirmauflösungen größer ist. Neben der stationären Website werden Social Media-Kanäle und andere medienweitergebende Plattformen bedient.

Großer Bildermarkt durch Online-Vertrieb

Trotz dieser steigenden Anzahl an Ausspielwegen von Fotos hat die Wertschätzung von Fotografie in der Öffentlichkeit, in Publikumsmedien, im werblichen und sogar im handwerklichen Bereich im letzten Jahrzehnt massiv abgenommen. Aus einem Anbietermarkt wie noch in den 1980er bis in die 2000er ist ein Abnehmermarkt geworden. Mit der Digitalisierung von Fotografie wurde das Wissen der analogen Fotografen verallgemeinert. Angesichts der heute in Kameras integrierten Technik fällt es schwer, ein nicht richtig belichtetes Bild zu machen, gestalterische Fragen treten in den Hintergrund, die Verfügbarkeit des Bildes ist ausschlaggebend. Die rasant gestiegenen Möglichkeiten, Bilder generell online zu präsentieren und auch als Privatperson auf Plattformen wie Flickr und Fotolia einzustellen und gegebenenfalls dafür Lizenzhonorare zu erzielen, hat den Markt neben den traditionellen Kanälen wie Vertrieb über Bildagenturen oder eigene Website enorm erweitert.

Professionelle Fotograf_innen konkurrieren mit Amateuren, die nicht unbedingt schlechter fotografieren, aber auf den Lebensunterhalt durch die Bilderproduktion nicht angewiesen sind. Und nach wie vor konkurrieren die Profis natürlich auch untereinander. Hinzu kommt, dass Medienverlage, Werbeagenturen oder Unternehmen Bildentscheidungen weniger nach dem „visuellem Fingerprint" der Fotograf_in in Zusammenarbeit mit dem Kreativen treffen. Vielmehr schauen sie auf ihre Kostenstellen. Die eigene visuelle Sprache, geprägt durch Fotografen, Bildredakteure, Kreation, Artbuying, tritt hinter die Anforderungen des zentralen Einkaufs zurück.

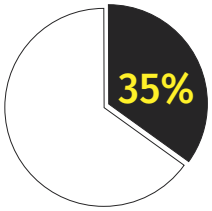
Keine genauen Statistiken

Es gibt keine schlüssige Statistik über die Anzahl von Berufsfotograf_innen. Rund 25.000 hat Stefan Gast von Berufsfotografen.com ermittelt. Grundlage war ein Abgleich zwischen Handwerkskammern (IHK), Künstlersozialkasse und den Daten des Statistischen Bundesamts. Meiner Meinung nach eine treffende Einschätzung. Ein Überschlag der in Berufsverbänden Organisierten wie ver.di/dju, DJV, Freelens, BFF, CV, DGPh, Pic-Verband, VG Bildkunst kommt zu ähnlichen Ergebnissen. Ein sehr großer Teil der Fotograf_innen arbeitet freiberuflich oder als Selbstständiger. Gerade in Verlagen gibt es die festangestellte Fotograf_in so gut wie nicht mehr. Waren es laut Erhebung der Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing (mfm) 2017 noch 4,6 Prozent der Befragten in Festanstellung, so sind es 2018 nur noch 1,1 Prozent.

Ob Mann oder Frau von Fotografie leben kann – dazu gibt es keine übergreifenden Statistiken. Auch Anhaltspunkte zu den erzielten Honoraren sind rar. Die Vergütungsregeln für Bildhonorare im journalistischen Bereich gemäß Vereinbarung nach §12a wurden vom Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) im März 2017 gekündigt (Honorarsätze auf der Website der dju in ver.di: https://tinyurl.com/ne3ajnq) und können „nach Auffassung des BDZV keine Anspruchsgrundlage mehr sein." Die mfm gibt nur die Honorare für Einzelbildlizensierungen wieder – Bundle-Honorare (Bilder im Bündel angeboten) oder Rabattverträge für Großabnehmer sind nicht berücksichtigt. Sie liegen in der Regel noch darunter. Berufsfotografen.com verweist in diesem Zusammenhang auf mehrere Quellen, das Durchschnittseinkommen liegt zwischen 17.500 Euro und 45.000 Euro pro Jahr. Fakt ist, die Einnahmen sinken seit Jahren, es scheint keine Strategie gegen die Abnehmer mit Interesse an möglichst niedrigen Kosten zu geben.

Was macht die Professionalität eines Fotografen aus? Heute sicher nicht mehr allein die Ausbildung! Inzwi-

Foto: 123rf/Jinga Pantilimon Ion



Rund 35% aller Profi-Fotografen sind Autodidakten ohne Ausbildung in Handwerk oder Hochschule. Auch sie brauchen technische, juristische und sachliche Kompetenz.

schen sind laut Berufsfotografen.com rund 35 Prozent aller Profi-Fotografen Autodidakten ohne Ausbildung in Handwerk oder Hochschule. Professionalität heißt heute, nicht nur die Kamera zu beherrschen, sondern dem Kunden „anwendungssichere" Bilder zu liefern, Bescheid zu wissen, welche Rechte den Urheber_innen, aber auch dem Nutzer zustehen. Dazu sollte jeder wissen, wie der Vertrag mit dem Kunden aussieht – Werkvertrag oder Nutzungsvereinbarung? Welche Rechte werden übertragen? Wie wird ein Angebot erstellt? Wie kann man sich gegen Buy-Out-Klauseln wehren? Zu welchen Bedingungen werden die Bilder vertrieben, wenn an verschiedene Kunden, dann zu welchen Lizenzmodellen? Welche Unterschiede, etwa zwischen RM/RF/Microstock oder CC-Lizenzen, gibt es? Werden nichtberechtigte Nutzungen kontrolliert und wie wird dagegen vorgegangen? Dazu sind stimmige Metadaten (IPTC-Einträge) nötig, die Profis angeben sollten.

Jede professionelle Fotografin, jeder Fotograf sollte auch über sie oder ihn betreffende gesetzliche Regelungen auf dem Laufenden sein. Dazu gehören neben dem Urheberrecht (z.B. angemessene Vergütung als Rechtsanspruch) zurzeit zum Beispiel die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und das Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Photographie (KUG oder KunstUrhG), dass das Recht am eigenen Bildnis regelt, oder auch die Drohnenverordnung. Model-Releases (Freigaben durch abgebildete Personen), Property-Releases (Freigaben durch an Sachrechten und weiteren Rechten betroffener Dritter wie Inhabern/Nutzungsberechtigten von Gebäuden, abgegrenzten Liegenschaften oder urheber-oder markengeschützten Gegenständen) sind für Profis auch außerhalb journalistische Berichterstattung ein Muss. Keinem Kunden gefällt eine Abmahnung, weil ein Shooting auf einem von der Stiftung preußischer Schlösser und Gärten verwaltetem Gelände oder anderen ähnlich – auch privat – verwalteten Grundstücken ungenehmigt stattgefunden hat. Kein Kunde will Auseinandersetzungen mit den Eltern (oder gar dem Jugendamt) wegen abgebildeter Kinder oder Jugendlicher.

Beliebigkeit als Manko

Es kann nicht beliebig sein, wie jemand seinen Lebensunterhalt verdient und damit umgeht, außer Fotografie ist nur Nebeneinkunft. Deshalb sollte ein Profi Basics im kaufmännischen Bereich kennen. Das sind unter anderem die Kosten der Kranken-, Renten und Pflegeversicherung. Können diese über die Honorare finanziert werden, werden diese in die Stundensätze eingerechnet? Wird das Equipment refinanziert? Fließen die Nebenkosten wie Steuerberatung, Miete fürs Studio, Leasingkosten, Abschreibungen in die Kalkulation mit ein, sind wichtige Fragen.

Der Ratgeber Selbstständige ist immer noch das sehr hilfreiche Standardwerk, wenn jemand sich selbstständig als Fotograf_in oder Illustrator_in bewegen will. Er gibt einen aktuellen Überblick über Unternehmensformen, Verträge, Sozial- und andere Versicherungen, Künstlersozialkasse, Verwertungsgesellschaften und viele Dinge mehr.

Metadaten-und Rechte-Management sind die eine Sache. Es gibt viele Websites, Blogs, Seminare, Facebook-Gruppen usw., die sich an Profis wenden und über rechtliche Fragen und über allgemeine Fragen von Interesse von professioneller Fotografie informieren und Austausch bieten. (Siehe auch die o.g. Verbände: ver.di/dju, djv, Freelens, BFF, CV, DGPh, Pic-Verband, mfm: Links auf S. 15)

Professionalität heißt mehr

Professionalität heute heißt auch, nicht zu jammern, sondern sich zu informieren, sich weiter zu entwickeln, Nischen zu finden, die von Gelegenheitsfotografen nicht so schnell besetzt werden können. Weiterbildung und ständiges Lernen auch hierbei. Geschehen kann das über die Konzentration auf ein Thema – Spezialisierung. Das erfordert technische wie sachliche Kompetenz. Technische Kompetenz heißt dabei, über die Möglichkeiten der vorgegebenen und für den Standard-Anwender gedachten Programme der Kamera hinaus arbeiten zu können, mit Licht zeichnen zu können (was der Begriff Fotograf ja beinhaltet). Technische und sachliche Kompetenz heißt aber auch, den Gegenstand/die Situation zu kennen, die man abbildet. Ein Architekturfotograf muss wissen, wie ein Gebäude funktioniert, was es darstellen soll und welche Details für welchen Auftraggeber wichtig sind. Ein Food-Fotograf sollte neben Style- und Beleuchtungsmöglichkeiten auch das Lebensmittel kennen. Ein guter Porträtfotograf macht keine Passbilder. Er muss sich mit Persönlichkeit, Habitus, Stellung des Abgebildeten auseinandersetzen.
Der journalistische Fotograf in Politik oder Sport muss wie der schreibende Kollege wissen, worum es bei diesem Termin geht, um das „besondere" Bild zu machen.

Zum Schluss eine steile These: Nur wer nicht beliebig arbeitet, lässt sich nicht durch Microstock oder Abo-Bilder ersetzen, kann den Wert seiner Bilder einfordern, auch Online und in den „Sozialen Medien". Kurz: Professionalität heißt, auf Beliebigkeit zu verzichten, im Umgang mit den Bildern wie mit sich selbst.

Sabine Pallaske <<

(Stress-)Frei arbeiten!

Gute Wochenplanung und produktive Pausen gegen die Prokrastination

Die meisten Freiberufler_innen lieben die Freiheit, mit der sie ihre Arbeit organisieren können. Doch sehr schnell kann diese Freiheit in ungesunden Stress ausarten. Die Gründe dafür sind oft mangelnde Strukturiertheit und Selbstdisziplin – heutzutage ein weit verbreitetes Problem, auch unter Angestellten! Die freie Journalistin Monique Hofmann hat mit dem Motivationspsychologen und Autor des Zeitmanagement-Bestsellers „Golden Rules", Dr. Martin Krengel, über gute To-Do-Listen, Prokrastination, effizientes Pausenmanagement und die Vereinbarkeit von Arbeit und Privatleben gesprochen.

Monique Hofmann | Herr Krengel, ich versuche zwar jeden Morgen, mir eine To-Do-Liste anzulegen, doch…

Martin Krengel | Stopp. Das ist schon der erste Fehler. To-Do-Listen sollten immer für eine Woche geschrieben werden, das gibt viel mehr Übersicht. Dabei ist es dann natürlich ganz normal, wenn sich mal etwas verschiebt oder man die Liste sogar komplett neu schreibt. Der Plan ist immer nur eine Prognose der Zukunft. Ich schreibe mir zum Beispiel auch immer zwei bis drei Joker-Aufgaben für Unerwartetes in die Liste. Bestimmte Blöcke sollten auch für Organisatorisches eingeplant werden, also zum Beispiel für Reisekostenabrechnungen oder eben das Schreiben der To-Do-Liste. Ich selbst arbeite mit einer Wochenplanvorlage (tinyurl.com/wochenplanvorlage), die ich auch meinen Leserinnen und Lesern zur Verfügung stelle. Es gibt aber auch gute To-Do-Listen-Tools wie Trello oder Asana, wo man mit sogenannten Boards arbeitet und seine Prioritäten mit einem Klick ständig repriorisieren kann. Die einzelnen Aufgaben können schnell zwischen verschiedenen Listen hin- und hergezogen werden.

Bei mir kommt dann meistens aber alles anders als geplant: unvorhergesehene Anrufe oder Mails, eine Recherche dauert viel länger als gedacht oder ein dringender Auftrag, den ich nicht ablehnen kann. Wie kann ich meinen Arbeitstag trotzdem effizient strukturieren, ohne dass am Ende nur Frustration und Demotivation entstehen, weil ich meine To-Do-Liste nicht abarbeiten konnte?

Um es gleich vorweg zu sagen: Es heißt ja Zeitmanagement und Management ist immer ein Hantieren mit knappen Ressourcen. Das heißt, es gibt immer mehr zu tun, als man tatsächlich erledigen kann. Dass wir nicht alles schaffen, ist daher die Regel und nicht die Ausnahme. Das ist vollkommen normal, allerdings müssen wir uns in diesem Wissen umso mehr strukturieren und priorisieren. Und natürlich sollte man die Erwartungen entsprechend anpassen, sodass man weniger unzufrieden ist.

Beim Schreiben einer To-Do-Liste ist es daher sinnvoll, die Zeiten dahinter zu schreiben, die man gedenkt, für diese Aufgabe aufzuwenden. Von meinem gesamten Arbeitstag sollten dabei nur fünf Stunden verplant werden, der Rest ist für Unvorhergesehenes. Ich habe also pro Woche circa 25 Stunden, die ich verplanen kann. Diejenigen, die noch nicht so lange freiberuflich arbeiten, sollten dabei so etwa das doppelte der Zeit veranschlagen, von der sie denken, dass eine Aufgabe dauern wird. Also vier statt der zwei Stunden, die man glaubt, für einen Text zu benötigen.

Um mir eine Struktur zu erarbeiten, frage ich mich deshalb zunächst, was ich machen werde und wie lange ich dafür brauchen werde – und dann, wann die beste Zeit dafür ist. In Randzeiten werden die Randtätigkeiten und zur kognitiven Prime Time – das ist für viele wahrscheinlich der Vormittag, für mich als Morgenmuffel aber eher der Nachmittag – werden die großen Brocken erledigt. Damit meine ich die denkintensiven, aber auch die unangenehmen Aufgaben oder die, für die wir eine extra Portion Mut benötigen. Solche Aufgaben sollten in der gehirnstarken Zeit erledigt werden. Sinnvoll ist es außerdem, den Tag in Fokus-, Organisations- und Kommunikationsblöcke zu teilen. Sprich, man erledigt erst die wichtigste Aufgabe des Tages (Fokus), dann schiebt man zur Auflockerung organisatorische oder kommunikative Tätigkeiten ein und dann kommt die nächste wichtige Aufgabe.

Den Geschirrspüler ausräumen und endlich mal wieder Fenster putzen oder eine Gesichtsmaske auftragen und die Fingernägel maniküren – am heimischen Arbeitsplatz lauern dann aber zahlreiche (auch digitale) Ablenkungen, die meiner super strukturierten To-Do-Liste den Garaus machen wollen. Wie wehrt man sich erfolgreich gegen die berühmt-berüchtigte Prokrastinationsfalle – Arbeiten immer wieder aufzuschieben?

Gegen die Prokrastinationsfalle hilft eine klare Arbeitsroutine. Die kann man mit sogenannten Ankern herstellen. Das sind Reize, die eine bestimmte Reaktion auslösen. Ein fester Arbeitsplatz ist zum Beispiel ein solcher Anker: Mein Gehirn weiß, dass Arbeit angesagt ist, sobald ich mich an meinen Schreibtisch setze. Verstärken kann ich das, indem ich zum Arbeitsbeginn eine Erdbeere esse oder einen Kaffee trinke. Das ist dann das Signal an das Gehirn für: Jetzt wird gearbeitet, also Licht an! Außerdem sollte der Arbeitsplatz auch entsprechend ablenkungsarm gestaltet sein. Der Schreibtisch sollte also nicht vor dem Fenster stehen, aus dem man auf die Straße blickt.

Gut für Kreative, die im Home Office arbeiten, sind auch sogenannte Fokus-Sessions. Das heißt, ich nehme mir eine Aufgabe mit in ein Café oder gehe ein, zwei Mal die Woche raus, in eine lokale Bibliothek oder einen Coworking-Space. Auch wenn es zu Hause bequemer ist, ist es manchmal eben effizienter, fern von heimischen Ablenkungsfallen zu arbeiten. Gegen die digitalen Ablenkungsfallen helfen dagegen auch Apps wie SelfControl oder Bildschirmzeit, mit denen man gewisse Seiten blockieren oder festlegen kann, dass man nur zehn Minuten pro Tag Facebook benutzen darf.

martinkrengel.com Bestseller: „Golden Rules: Erfolgreich lernen und arbeiten. Alles, was du brauchst."

Foto: privat

Schließlich braucht man auch eine klare Endzeit, denn nichts ist schlimmer als ein langer Arbeitstag, der kein Ende findet. Dann neigt man dazu, Dinge immer wieder zu schieben.

Freie arbeiten ja oft an mehreren Projekten gleichzeitig. Wie kann man es schaffen, da den Überblick zu behalten?

Um es flexibel und effizient zu halten, arbeite ich gerne in Runden. Ich mache zum Beispiel am Vormittag ein wichtiges Projekt und schließe das erst einmal in einem Teilschritt ab und mache am Nachmittag ein weiteres Projekt und am Dienstag und Mittwoch das selbe. Das heißt, ich schaffe es auf diese Weise, in zwei Tagen vier, fünf verschiedene Aufgaben anzufassen und jede davon ein Stück weit voranzubringen. Zwischendurch hat man so auch immer wieder Pausen, um dann nochmal mit neuem Blick auf das Projekt zu gucken und damit auch die Qualität zu erhöhen. Oder ich teile die Woche in zwei Hälften, eine für Projekt A, die andere für Projekt B. Ein Projekt den ganzen Tag zu bearbeiten, hat dann natürlich den Vorteil, dass man sich tief einarbeiten kann und ein ganzes Stück vorankommt. Doch je nach Kundenbetreuungsintensität kann man sich nicht immer den ganzen Tag für eine Aufgabe abschirmen. Deshalb ist es bei beiden Varianten auch wichtig, Blöcke für die Kommunikation zu den Projekten einzuplanen.

Wenn man Texte schreiben muss, sollte man einen ganzen Tag in zwei Mal anderthalb Stunden am Vormittag und zwei Mal anderthalb Stunden am Nachmittag strukturieren. So kann man sich in einer Session relativ gut in einen Text reinarbeiten und im Übrigen tut es so einem Text auch ganz gut, wenn er mal einen halben Tag liegt, weil das Gehirn irgendwann einfach auch Ermüdungserscheinungen hat.

Im schlimmsten Fall nimmt man zu viele Aufträge auf einmal an und ist am Ende hoffnungslos überfordert. Wie lässt sich so etwas vermeiden?

Wer mehr als fünf Projekte gleichzeitig jongliert, der hat schlecht geplant und kassiert eine ganze Menge Stress. Da muss man nein sagen üben, ehrlich zu sich selbst sein und ganz konsequent erstmal die wichtigsten Projekte abarbeiten. Es gilt das Gesetz des Ersetzens: Bevor ich etwas Neues anfange, muss etwas Altes abgeschlossen sein. Dafür muss ich mich natürlich trauen, kleinere Projekte abzusagen oder auch zu verschieben. Dabei hilft die Erkenntnis: Es gibt keine bessere Verhandlungsmacht als einen vollen Terminkalender. Da kann man tatsächlich noch einmal ein bisschen freier über den Preis reden. Wenn die Qualität und die Verlässlichkeit stimmen, dann haben die Kunden auch generell eine höhere Zahlungsbereitschaft. Dafür muss ich dann Prioritäten setzen.

Und wie kommt man aus dem Ganzen wieder raus, wenn das Kind erst einmal in den Brunnen gefallen ist und man den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr sieht?

Da hilft nur eins: ein kompletter Stopp und eine produktive Pause. Das Gehirn kann in so einer Situation nicht mehr priorisieren und es kommen negative Gefühle hinzu, die zusätzlich die Denkleistung verringern oder gar blockieren (der sogenannte Blackout). Jetzt muss man eine Pause machen und sich am besten den ganzen Tag selbst krankschreiben. In den Pausen steigt unsere kognitive Fähigkeit. Das kennt jeder, der unter der Dusche oder beim Spazieren im Park einen genialen Einfall hat und das hatten wir alle schon. Und dann rappelt man sich auf und hat plötzlich die Kraft, eine aufgeschobene Aufgabe anzupacken, weil man merkt, dass die eine Aufgabe, an der man so rumgezerrt hat, gar nicht so wichtig war. Ein gutes Pausenmanagement ist also unheimlich wichtig für die Produktivität und eine Pause oft das produktivste, was wir tun können.

Und wie gelingt es mir, die Arbeit so zu organisieren, dass mein Privatleben nicht darunter leidet? Irgendwie ist es doch so, dass jedes Mal, wenn die Freundin nach einem Date fragt, eigentlich ja noch Arbeit zu tun ist und man deswegen absagt oder das Treffen auf die nächste Woche verschiebt, in der man dann natürlich wieder viel zu viel zu tun hat …

Zur ewigen Frage nach der Work-Life-Balance: Wenn ich meine Woche am Sonntag oder Montag plane, plane ich meine privaten Termine mit ein. Ich muss mir also vorher überlegen: Was sind meine beruflichen Prioritäten? Was sind meine privaten Prioritäten? Das Training steht genauso geblockt im Wochenplan wie das Telefonat mit meiner Freundin.

Und somit ist ein guter Wochenplan auch ein Wochenendplaner. <<

Neue Sparring-Partner

Wahlen des dju-Vorstandes 2019 – zwei Kandidat_innen im Visier

Es war eine herausragende Erfahrung, dass man mit einer starken Gewerkschaft im Rücken tatsächlich Verbesserungen für die Beschäftigten erzielen kann, was anders kaum möglich schien“, sagt Tina Groll, Betriebsratsvorsitzende bei *Zeit Online*. „Erst die Tatsache, dass wir uns zusammengeschlossen hatten und dabei die Gewerkschaften an unserer Seite wussten, bewirkte, dass der Arbeitgeber sich bewegte“, erinnert sich Peter Freitag, Betriebsratsmitglied bei der *Rheinischen Redaktionsgemeinschaft* (RRG) an die Tarifauseinandersetzung in seinem Verlag. Zwei Verdianer_innen: kampferprobt und durchsetzungsstark. Im Februar 2019 werden sie für den Vorsitz des dju-Bundesvorstandes kandidieren.

Tina Groll, Wirtschaftsjournalistin bei Zeit Online

Die Wirtschaftsjournalistin Tina Groll ist 38 Jahre alt, verheiratet, eine Tochter. „Schon immer“, wollte die norddeutsche Pflanze aus Itzehoe Journalistin werden. Folgerichtig hieß das zunächst Schülerzeitung. Während des Abis schrieb sie bereits für die Jugendseite der *Norddeutschen Rundschau* im Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlag und später dann für die Lokalredaktion in Itzehoe. Das freiwillige soziale Jahr führte ins Obdachlosenheim, ein Frauenhaus, eine Krabbelgruppe betuchter Eltern aus dem vornehmen Teil Bremens. „Das half mir, was fürs Leben zu lernen, es war wichtig, an der Basis gewesen zu sein“, ist sich Tina sicher, die aus einem „Arbeitgeber-Haushalt“ kommt – über fünf Generationen hatte ihre Familie einen mittelständischen Industriebetrieb in der Metallbranche. Während des Studiums an der Hochschule Bremen, Internationaler Studiengang Fachjournalistik Schwerpunkt Wirtschaft, absolvierte Tina ein Auslandsemester in Indien: „Total hilfreich, meinen Kulturbereich zu verlassen und in eine Region außerhalb des christlichen Abendlandes zu gehen, an einer renommierten Journalistenschule die Mediensysteme beider Länder vergleichen zu können!“ Nach dem Studium volontierte sie von 2007 bis 2009 beim *Weser-Kurier*, damals noch tarifgebunden.

Parallel hat sich Tina während der Ausbildungsjahre in Berufsorganisationen engagiert. 2003 der ver.di-Eintritt. Die junge Berufseinsteigerin fand jedoch keinen Ansprechpartner in ver.di. Enttäuscht trat sie wieder aus. Der DJV dagegen umwarb die Otto-Brenner-Preis-Trägerin, Mitglied im Journalistinnenbund und im Vorstand von Netzwerk Recherche. Das verfing, sie wurde DJV-Mitglied. Dann sehr schnell das schmerzliche Erleben im Berufsverband: „Frauen wurden wenig wertgeschätzt und zum Beispiel auf Verbandstagen despektierlich behandelt.“ Zurück zu ver.di, wo sie „ohnehin eher ihre politische Heimat sah“. Zudem „schien sich bei ver.di mehr zu bewegen, hin zu Jüngeren!“. Zu jener Zeit begab es sich, dass *Zeit Online* gegründet und in Berlin Stellen ausgeschrieben wurden. Eine davon mit dem „furchtbaren Namen Karriere“. Gesucht wurde eine Frau, die sich aus Genderperspektive mit Arbeitsmarktpolitik beschäftigte. Das passte genau zum Profil der jungen Journalistin mit der Studien-Abschlussarbeit „Karrierechancen und Karrierestrategien für Frauen im Journalismus“. „*Zeit Online* war tariflos, ich war jung und damit auch sehr billig“, weiß Tina, die mit der Gründung des Betriebsrates 2012 zur Vorsitzenden gewählt wurde.

Vorreiter für Tarife bei Online-Medien

Lange verlangten die hauptstädtischen Beschäftigten von *Zeit Online* die gleichen Entlohnungs- und Arbeitsbedingungen, wie sie ihren Kolleg_innen im Stammhaus des Zeit-Verlages zugestanden wurden. 2015 setzte sich die Erkenntnis durch, dass das allein mit dem Betriebsrat nicht durchzusetzen war. Tina warb für die Organisation in der Gewerkschaft, mit Erfolg. Etwa zwei Drittel der Beschäftigten waren im Sommer 2015 Mitglied bei ver.di. Die gewerkschaftliche Tarifkommission, in der Tina mitarbeitete, formulierte Manteltarif- und Gehaltsforderungen. Fünf Monate währte die Tarifauseinandersetzung. Die Beschäftigten setzten mit einer kreativen Mittagspause „Z-Offline“ Zeichen und drohten mit Warnstreiks. Dazu kam es jedoch nicht. Letztlich gab es 2016 einen Abschluss, der „zu etwa 90 Prozent die Flächentarifverträge für Zeitschriften-Verlage abbilde“ und zusätzliche betriebsspezifische Regelungen enthalte – „ein Vorreiter für weitere Tarifregelungen im Online-Medienbereich“, schätzte ver.di den Erfolg ein. (M Online: https://tinyurl.com/yav6fgjq)

Er ist der Ältere im Duo und hat schon „Amtserfahrung“. Der Vize-dju-Vorsitzende und Lokaljournalist Peter Freitag ist 53, geschieden, eine Tochter. Es kommt aus Kassel und ist von klein auf „gewerkschaftspolitisch sozialisiert“ – also fast selbstverständlich, in die IG Medien einzutreten und später vor allem seit 2006 in der Kölner dju in ver.di aktiv zu sein. Hierher verschlug es ihn zum Magister-Studium

Politik, Germanistik und Geschichte. Klar war, er wollte „was mit Sprache und Politik machen“. Was lag näher als beim *Kölner Stadt-Anzeiger* zu jobben für den Studien-Nebenverdienst. Während das Studium nicht seinen Erwartungen entsprach, hatte er Spaß „als Reporter die Stadt kennenzulernen, an Orte zu kommen, wo du als Student nie hingekommen wärst.“ Nach der Zwischenprüfung wurde das Studium unterbrochen, er war freiwillig frei als Polizei- und Lokalreporter unterwegs – ein Fulltimejob. Und doch auch noch Assistent beim WDR 1. EinsLive wurde aus der Taufe gehoben, dessen Programm ihm als jemand mit Vorliebe fürs Nachrichtliche nur partiell gefiel, etwa bei „Lattenknaller“ live aus den Stadien zu berichten, vor allem beim Sieg des 1.FC Köln gegen Bayern München. „Das war natürlich ganz großartig“. Erneuter Wechsel: „Newscutter“ für die „Lokalzeit“ in Köln beim WDR Fernsehen. „640 D-Mark Tagessatz war nicht schlecht damals, viel mehr als bei der Zeitung.“ Dennoch ergriff Peter – inzwischen Vater geworden – im sogenannten Kölner Zeitungskrieg die Chance auf eine feste Stelle bei der Gratiszeitung *Kölner Morgen* von DuMont als redaktioneller Mitarbeiter. Das Studium wurde nebenbei abgeschlossen. Nachdem der „Zeitungskrieg“ gewonnen war, wurde die ausgegliederte Redaktion zugemacht. Statt einer Übernahme wurde Peter „großzügig“ angeboten, beim Kölner Express zu arbeiten: „Boulevard war eine neue Erfahrung, aber nicht mein Ding“, sieht er zurück. Also lieber als Pauschalist zurück zum *Stadt-Anzeiger*, Seiten bauen, viel schreiben – bis 2014 die *Rheinische Redaktionsgemeinschaft* (RRG) gegründet wurde.

Zurück in den Tarif gekämpft

Bei der gemeinsamen Tochter von DuMont und Heinen wurden damit die Lokalredaktionen von *Kölner Stadt-Anzeiger* und *Kölnischer Rundschau* zusammengelegt. Im Zuge dessen war für die 115 Mitarbeiter_innen der neuen Gesellschaft die frühere Tarifbindung weggefallen. Die Beschäftigten forderten einen Firmentarifvertrag. Damit wollten sie die Anerkennung der gültigen Flächentarifverträge für Redakteur_innen sowie für Angestellte an Tageszeitungsverlagen erreichen. Im Februar 2017 begannen die Gespräche. Aber erst nach einem Warnstreik war der Arbeitgeber bereit von seinen Vorhaben einer „innerbetrieblichen Regelung“ abzurücken und über einen Tarifvertrag zu verhandeln. Nachdem die Vorschläge aus der Chefetage weit hinter den Erwartungen der Beschäftigten zurückblieben, gingen die Streiks mit hoher Beteiligung weiter. Dennoch stockten die Verhandlungen. Nach zehn Runden wurde die Landesschlichterin angerufen. Letztlich konnte im Herbst 2018 ein Haustarifvertrag auf der Basis des Schlichterspruches abgeschlossen werden, „sehr nah an den Regelungen des Flächentarifvertrages“, freute sich Peter Freitag. Als „angeblich“ Freier wurde Peter in den Betriebsrat der RRG gewählt und setzt sich seither besonders für eine Festanstellung der „Pauschalisten“ ein. (M Online: https://tinyurl.com/y77fwx7n)

Mehr Jüngere, mehr Frauen und mehr Onliner sollten das Gesicht von ver.di prägen, benennt Tina Gründe, für den Vorsitz der dju zu kandidieren. „Wir brauchen eine starke berufsständische Vertretung. Viele Vereine gehen über Selbsthilfegruppen kaum hinaus oder sind Karriere-Netzwerke. Nur Gewerkschaften können wirklich was bewirken“, ist sie überzeugt. Es gibt eine großes Potenzial an verschiedenen Berufen in der Medienbranche, das eigentlich nur ver.di bedienen könne. „In den Redaktionen arbeiten inzwischen auch andere Berufsgruppen journalistisch wie die Social Media Redakteurin, der SEO-Redakteur, die Programmiererin, der Mathematiker beispielsweise in den Teams Datenjournalismus. Sie alle könnten von ver.di vertreten werden, damit es gelingt, für sie gute Arbeitsbedingungen zu erwirken.“ Sie selbst kenne noch Printzeiten, sei aber permanent „im Maschinenraum einer Online-Redaktion unterwegs“ und erfahre Arbeitsverdichtung, Outsourcing … hautnah.

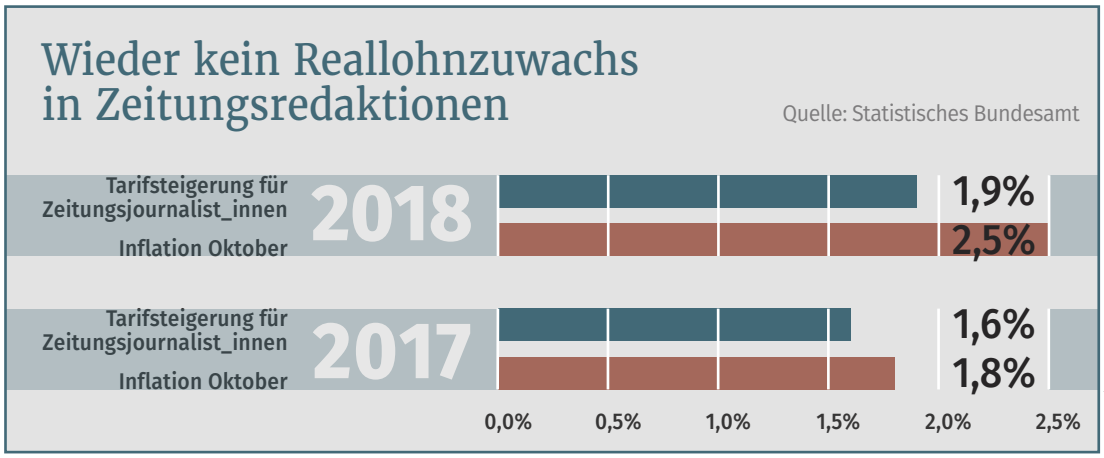
Fotos: Murat Türemis

Peter Freitag, Lokalredakteur bei der Rheinischen Redaktionsgemeinschaft

Zustimmung von Peter. Außerdem: „Die letzten vier Jahre haben mir Spaß gemacht“, sagt der stellvertretende dju-Vorsitzende. Gerade in der Tarifrunde habe er erfahren, dass man etwas bewegen kann, wenn man die eigene Lethargie überwindet und den Mut aufbringt, sich auch für die eigenen Belange zu engagieren, nicht immer nur anderen erklärt, wie es geht. „Eine Kombi beim dju-Vorsitz mit Tina ist Ansporn für mich, ich habe sie in den letzten Jahren schätzen gelernt“, sagt er. „Mein Vorteil: Ich habe alle Aggregatzustände des Berufs durchlaufen freiwillig frei, unfreiwillig, festangestellt mit und ohne Tarifbindung. Und ich kenne die Tageszeitung, den Boulevard, Radio und TV.“

Beide sind sich einig: Gewerkschaftsarbeit ist Teamarbeit, man ist aufeinander angewiesen, muss sich gegenseitig unterstützen! „Es ist nicht mehr zeitgemäß, wenn einer hierarchisch mit der Führung betraut ist. Man braucht Sparring-Partner, muss ping pong spielen, gemeinsam Ideen abklopfen“, so Tina. Brennende Themen dafür gibt es genug. Tina benennt als Beispiele die aktuelle „wegweisende Entscheidung“, den Tarifabschluss für Journalist_innen an Tageszeitungen nicht anzunehmen und zu sagen, wir wollen mehr. Zudem gehörten Onliner endlich in den Tarif. Nur weil der Ausspielweg ein anderer sei, gebe es nicht den gleichen Lohn wie fürs gedruckte Wort – „völlig absurd“. Peter hat zudem die Freien-Honorare im Fokus. Vergütungsregeln würden auch nach mehr als zehn Jahren nicht angewendet, obwohl von Verlegern unterschrieben. Der Einsatz für die berechtigten Interessen aller Urheber_innen sei ein weiteres Betätigungsfeld. **Karin Wenk <<**

dju.
Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union



Tarifdeal Absage erteilt

dju in ver.di steht gegenüber Zeitungsverlegern nicht in der Friedenspflicht

Die Tarifkommission der Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) in ver.di hat im November das Ergebnis der Tarifverhandlungen für Redakteur_innen an Tageszeitungen endgültig abgelehnt. Sie wird den zwischen dem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) und dem DJV abgeschlossen Tarifvertrag nicht nachzeichnen. Damit bleibt die dju ihrer Forderung nach einer tatsächlichen Reallohnsteigerung treu, für die viele Redakteur_innen an Tageszeitungen gestreikt hatten. Und sie folgt damit dem in einer Abstimmung abgegebenen Votum ihrer Mitglieder, diesem Deal eine klare Absage zu erteilen.

Der nunmehr allein mit dem DJV abgeschlossene Tarifvertrag sieht bei einer Laufzeit von 31 Monaten zwei Erhöhungen von 1,9 Prozent im Mai 2018 und 2,4 Prozent im Mai 2019 und Einmalzahlungen von 500 Euro in 2018 und 600 Euro im Jahr 2020 vor. Angesichts von bereits 2,0 Prozent Inflation in diesem Sommer war klar, das Angebot sei nicht mal ein Ausgleich für die Teuerungsrate der Tarifgehälter, heißt es in einer Tarifinformation. Aktuell melde das Statistische Bundesamt sogar 2,5 Prozent Preissteigerung für den Monat Oktober. Selbst die stärkeren Erhöhungen für Berufseinsteiger mit einer Mindesterhöhung von 135 Euro statt der linearen Erhöhung ab Mai 2018 stellen über die gesamte Laufzeit bis Ende Juli 2020 nur eine Erhöhung von 2,56 Prozent pro Jahr dar. Auch diese würden angesichts der steigenden Inflation wohl zu kaum spürbaren Einkommenssteigerungen führen.

Mehr als 1000 Beschäftigte zeigten in mehreren Streikwellen quer durch die Republik ihre Bereitschaft, für einen solchen Abschluss zu kämpfen. Das nach sechs Verhandlungen herbeigeführte Urabstimmungsergebnis von 90 Prozent für die Forderung von zweimal 2,8 Prozent für eine Laufzeit von maximal zwei Jahren und 150 Euro Mindesterhöhung für Berufseinsteiger_innen hat die Verhandlungskommission darin bestärkt, Kurs auf Reallohnsteigerung zu halten. Gemessen daran hatten die Verhandler_innen bereits in der Nacht vom 2./3. Juli eine Einigung mit den Verlegern abgelehnt und erneut um eine Abstimmung unter den an der Urabstimmung Beteiligten über das aus ihrer Sicht unzureichende Verhandlungsergebnis gebeten. Mit über 60 Prozent lehnte die Mehrheit der Befragten daraufhin den Tarifabschluss als unzureichend ab.

„Für uns ist klar: Wir können den Kolleginnen und Kollegen, die für die längst überfällige Reallohnsteigerung gekämpft haben, kein Ergebnis zumuten, das das Ziel ihres Kampfes weit verfehlt. Die Mitglieder der dju in ver.di haben in zwei Abstimmungen klargemacht, dass wir nur einen aus unserer Sicht besseren Abschluss mit echten Reallohnsteigerungen akzeptieren werden. Dass der flächendeckende Arbeitskampf nicht von beiden Gewerkschaften weitergeführt worden ist, bedauern wir. Wir werden uns nun, wo sich die Gelegenheit bietet, für unsere Forderungen einsetzen. Denn wir wollen mehr für die Kolleginnen und Kollegen, die in den Redaktionen immer mehr arbeiten und damit ihren Beitrag zur Zukunft der Zeitungen leisten!“, erklärte der dju-Tarifkommissions-Vorsitzende Klaus Schrage.

Damit bleibt die dju in ver.di in einer offenen Tarifauseinandersetzung. Eine Friedenspflicht besteht für die Zeitungsredaktionen nicht. Die dju fordert weiterhin die in der Urabstimmung gesetzten Tarifziele gegenüber dem BDZV und wird, notfalls bis zu einer zufriedenstellenden Einigung, auch streiken können.

wen <<

Kommentar

von Klaus Schrage in M Online: „Kein fauler Kompromiss“ https://tinyurl.com/y9gpcbxz

Stillstand bei Verhandlungen

Warnstreiks begleiten Tarifrunden in Druck- und Papierindustrie

Die fünfte Verhandlungsrunde für die rund 134.000 Beschäftigten der Druckindustrie ist am 22. November 2018 in Berlin ohne Ergebnis zu Ende gegangen. Ein neuer Termin wurde nicht vereinbart. Auch in der Papier, Pappe und Kunststoff, verarbeitenden Industrie laufen die Tarifverhandlungen. Beide Tarifauseinandersetzungen werden bundesweit von Streiks begleitet.

ver.di fordert fünf Prozent mehr Lohn und Gehalt für die Beschäftigten der Druckindustrie bei einer Laufzeit von zwölf Monaten. Zudem wurde der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) aufgefordert, den Manteltarifvertrag für alle Beschäftigten in der Druckindustrie unverändert wieder in Kraft zu setzen.

Der Arbeitgeberverband stellt jedoch Bedingungen für einen Lohn- und Gehaltsabschluss. Zunächst sollen Regelungen vereinbart werden, die es ermöglichen, tarifliche Zuschläge abzusenken, die Arbeitszeit ohne Lohnausgleich zu verlängern und tarifliche Sonderzahlungen zu kürzen. Den gekündigten Manteltarifvertrag wolle man nur wieder in Kraft setzen, wenn es betriebliche Öffnungsklauseln gebe, die massive Verschlechterungen unter anderem für Neueingestellte zulassen. Generelle Voraussetzung für ein Lohnabkommen sei zudem, dass ver.di sich zur Friedenspflicht bezüglich des Manteltarifvertrages verpflichte, also auf Kampfmaßnahmen verzichte. „Die Beschäftigten der Druckindustrie schutz- und wehrlos zu machen, kommt für uns nicht in Frage. Die Unterschrift unter ein Friedenspflichtabkommen zu fordern, ohne einen gleichzeitigen umfassenden Tarifschutz zu gewähren, ist nicht akzeptabel“, setzte der stellvertretende ver.di-Vorsitzende Frank Werneke dagegen.

Seit Mitte Oktober sind die Belegschaften der Druckindustrie bereits im Arbeitskampf. Die Schwerpunkte liegen in NRW und in Bayern. So legten die Beschäftigten von Huhtamaki in Ronsberg, vom Main-Echo in Aschaffenburg, vom Süddeutschen Verlag Zeitungsdruck in München, DuMont in Köln, Schur Pack in Gallin, Küster Pressedruck und Westfalendruck die Arbeit nieder. In Berlin gab es zur vierten Verhandlungsrunde am 30. Oktober eine gemeinsame Streikkundgebung von 300 Beschäftigten der Bundesdruckerei, D-Trust und dem Druckhaus Axel Springer in Spandau. Viele streikten wiederholt und über drei Schichten. Im Verlag der Nürnberger Presse mussten nach einem 24stündigen Streik einige Lokalteile die Produktion mit benachbarten Ausgaben zusammenlegen. Zu einer großen Streikversammlung kamen in Stuttgart Beschäftigte aus verschiedenen Betrieben zusammen.

In der Tarifrunde für die rund 100.000 Beschäftigten in der Papier, Pappe und Kunststoff, verarbeitenden Industrie begannen die Verhandlungen am 10. Oktober. Seit 6. November wurde den Forderungen bundesweit mit Warnstreiks Nachdruck verliehen. Vor allem in NRW gingen bisher Beschäftigte aus 19 Betrieben auf die Straße. Auch in Rheinland-Pfalz/Saar waren viele Betriebe mit dabei.

ver.di fordert in den bundesweit geführten Tarifverhandlungen Einkommenserhöhungen um 6,0 Prozent bei einer Tariflaufzeit von zwölf Monaten. Die Ausbildungsvergütungen sollen einheitlich um 90 Euro angehoben werden. Mit der überdurchschnittlichen Anhebung für die Auszubildenden soll auch dem Mangel an Nachwuchs in der Branche abgeholfen werden. Das Angebot der Arbeitgeber in der zweiten Verhandlungsrunde wurde von ver.di als „völlig inakzeptabel“ abgelehnt. Die nächste Verhandlung findet am 13. Dezember statt.
Mehr in der Sonderausgabe von Druck+ Papier: drupa.verdi.de **wen <<**

Anzeige

HERBERT VON HALEM VERLAG

http://www.halem-verlag.de

Hektor Haarkötter
Journalismus.online
Das Handbuch zum Online-Journalismus
Praktischer Journalismus, 104
2019, ca. 400 S., ca. 200 Abb., 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-1108-7
ISBN (PDF) 978-3-7445-1110-0

Brigitte Alfter
Grenzüberschreitender Journalismus
Handbuch zum Cross-Border-Journalismus
Praktischer Journalismus, 105
2017, 204 S., Broschur, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-232-3
ISBN (PDF) 978-3-86962-233-0

Jesper Petzke
Drehplanung

Praxis Film, 88
2019, 2., überarbeitete Auflage, 185 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-1946-5
ISBN (PDF) 978-3-7445-1947-2

Flatrate für Journalismus?

Tausende Zeitschriften streamen mit Readly – Tageszeitungen noch nicht dabei

„Wir brauchen ein Netflix für den Journalismus“, forderte Netzexperte Richard Gutjahr Ende vergangenen Jahres. In den USA scheint man diesem Geschäftsmodell nun einen Schritt näher. Tech-Gigant Apple will seinen Anfang des Jahres erworbenen Abo-Dienst für Zeitschriften „Texture“ um die Inhalte von Tageszeitungen erweitern. Deutsche Nutzer_innen können mit Readly seit 2014 zumindest Zeitschriften streamen – die Integration von Tageszeitungen ist dort aber vorerst nicht geplant. Ob das Erfolgsmodell Streaming hierzulande den Journalismus erobert, bleibt daher mehr als fraglich.

Wie das US-Techportal recode.net im September berichtete, plane Apple, seinen im März dieses Jahres erworbenen Abo-Dienst für Zeitschriften „Texture“ um die Inhalte von mehreren großen Tageszeitungen zu erweitern. Seit dem Sommer befänden sich dafür Apple-Manager um Onlinedienste-Chef Eddy Cue in Gesprächen mit der *Washington Post*, der *New York Times* sowie dem *Wall Street Journal*. Integriert werden soll das komplette Flatrate-Angebot für Zeitschriften und Tageszeitungen dann in die „Apple News“-App, mit der der Silicon-Valley-Konzern 2015 an den Start gegangen war und die mittlerweile auf iPhones und iPads in den USA, Australien oder Großbritannien vorinstalliert ist. Nach Angaben von Apple habe man damit im Januar 1,3 Milliarden aktive Mobilgeräte erreichen können – ein starkes Argument gegenüber den Verlagen, die *New York Times* etwa zähle laut recode.net derzeit 2,9 Millionen Digital-Abos. Gelingt Apples Plan, hätte der Tech-Riese damit eine Art Netflix des Journalismus geschaffen – freilich nur für den US-Markt, denn in Deutschland ist Apples Nachrichten-App bisher nicht verfügbar.

Journalismus streamen können Leserinnen und Leser hierzulande allerdings seit 2014 mit Readly. Das schwedische Unternehmen bietet seinen Nutzer_innen für 9,99 Euro im Monat eine Flatrate auf nach eigenen Angaben 3.662 Zeitschriften – darunter nicht nur deutsche, sondern auch internationale Titel. Abonnent_innen-Zahlen kommuniziert Readly nicht, allerdings seien in Deutschland die bezahlt gelesenen Inhalte im dritten Quartal 2018 um 12 Prozent auf über 7,2 Millionen Magazinausgaben gestiegen, so Unternehmenssprecherin Susanne Ardisson. „Von den 9,99 Euro schütten wir 70 Prozent an unsere Verlagspartner aus. Der genaue Betrag, der dabei beim einzelnen Verlag hängen bleibt, ist abhängig vom Leseverhalten des Nutzers.“ Heißt, je öfter ein Titel geklickt wird, umso mehr verdient der Verlag. Sollte es wie von Bundesfinanzminister Olaf Scholz im Oktober angekündigt nun zügig zur Anwendung des ermäßigten Steuersatzes auch für digitale Zeitungen und Zeitschriften kommen, wolle man den durch die Senkung der Mehrwertsteuer entstehenden Mehrumsatz zudem netto an die Verlagspartner weitergeben.

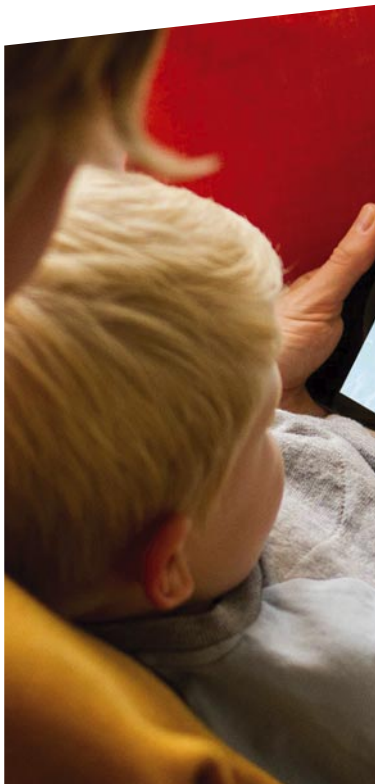
Readly verstehe sich laut Ardisson als aktiver Partner, der die Verlage bei der Monetarisierung ihrer Inhalte über einen neuen digitalen Kanal unterstützt: „Readly hilft den Verlagen gleich in mehrfacher Hinsicht. Zum einen bieten wir Reichweite und Extra-Umsatz ganz umsonst und ohne Gegenleistung. Zum anderen erhalten Verlage mit der Analytics-Funktion einen echten Mehrwert, indem wir spannende Infos über Nutzergruppen und deren Leseverhalten liefern.“ Bei Readly könnten Verlage demnach völlig risikolos und ohne Kosten einen Sales- und Marketing-Vertriebskanal erschließen.

Aufwand und Kosten gespart

Offenbar ist ein solches Angebot aber vor allem für kleinere Verlage interessant, die sich damit den Aufwand und die Kosten für ein eigenes Online-Geschäftsmodell sparen können. Denn Magazin-Titel von *Spiegel* und *Zeit*, aber auch Zeitschriften von Gruner+Jahr sucht man bei Readly vergeblich. Andere Verlage vertreiben dagegen nur einen Teil ihres Portfolios über Readly. Hubert Burda Media ist etwa mit *Burda Style, Chip* und *Prinzessin Lillifee* in der Magazin-Flatrate vertreten, andere Zeitschriften, darunter auch Zugpferde wie *Bunte, Fit for Fun* oder *Freundin*, fehlen jedoch. Warum das so ist und nach welchen Kriterien man sich für oder gegen die zusätzliche Vermarktung bestimmter Titel auf Readly entscheidet, dazu wollte sich das Unternehmen auf Anfrage allerdings nicht äußern.

Was Gruner+Jahr betrifft, so heißt es aus dem Unternehmen, man setze zwar auf einen „breiten Multiplattformvertrieb“, vermarkte die eigenen Titel digital über sehr verschiedene Kiosk-Modelle wie z.B. Blendle oder pressreader, lege den Fokus jedoch „auf unsere starken Marken, Angebote rund um unsere Marken und entsprechende Vertriebserlöse“. Flatrate-Anbieter wie Readly beobachte man aber dennoch. Eine „Entwertung“, sprich Kannibalisierung der eigenen Verlagsangebote durch Inhalte-Streaming, befürchtet

> „Eine Entwertung, sprich Kannibalisierung der eigenen Verlagsangebote durch Inhalte-Streaming, befürchtet man beim Zeit-Verlag.“



Fotos: Readly

man dagegen beim Zeit-Verlag. „Derzeit sehen wir durch das große Potential unserer Abo-Modelle keine Veranlassung, Readly als zusätzlichen Vertriebskanal zu nutzen. Für uns ist es gewinnbringender, an unseren eigenen Produkten und Vertriebskanälen zu arbeiten“, so eine Verlagssprecherin. Ähnlich sieht das auch Christoph Hauschild, Vertriebsleiter des Spiegel-Verlags. Qualitätsjournalismus wie ihn der *Spiegel* betreibe sei mit den Erlösen aus einem Vertriebsmodell wie Readly nicht finanzierbar: „In unserem Haus legen wir Wert auf besonders hochwertigen Journalismus. Dieser basiert z.B. auf einer breit aufgestellten Redaktion und hoch qualifizierten Mitarbeitern in der Dokumentation. Mit dem Geschäftsmodell von Readly können wir die wirtschaftliche Basis für diese Art von Journalismus nicht sicherstellen.“

Readly bietet eine Flatrate für 3.662 Zeitschriften – darunter nicht nur deutsche, sondern auch internationale Titel.

So scheint es auch nicht verwunderlich, dass Readly vorerst keine Erweiterung seines Angebots um Tageszeitungen plant. Laut Unternehmenssprecherin Ardisson hätten die Skandinavier in der Anfangszeit in Schweden mit Flatrates für Tageszeitungen experimentiert. Funktioniert habe das allerdings nicht wirklich. „Die Monatsabos der Tagespresse liegen häufig bei 50 Euro. Das würde unser Geschäftsmodell, das sowohl für Verlage als auch für Nutzer sehr attraktiv ist, durcheinanderwerfen.“

Ohnehin stehen die Verlage dieser Idee eher skeptisch bis ablehnend gegenüber. Johannes Vogel, Geschäftsführer der Süddeutsche Zeitung Digitale Medien GmbH, ist wie Ardisson der Meinung, dass es bis heute kein Flatrate-Modell gebe, welches „ein für alle Seiten einträgliches Modell“ darstellen würde. Im Zeitschriftenbereich könnten auf Streaming basierende Geschäftsmodelle zwar durchaus Sinn machen, „da es dort keine bzw. nur sehr wenige wirtschaftlich tragfähige Digitale-Geschäftsmodelle mit Paid Content gibt. Im Zeitungsumfeld sieht dies deutlich anders aus“. Die *Süddeutsche Zeitung* sei mit ihrem Paid Content-Modell SZ Plus seit einigen Jahren sehr erfolgreich. Süddeutsche.de-Chefredakteurin Julia Bönisch hatte gegenüber Horizont kürzlich sogar verraten, dass man mittlerweile mehr Geld mit Paid Content als mit Anzeigen verdiene.

Als „wirtschaftlich nicht attraktiv“ bewertet auch die *FAZ* die Idee einer Journalismus-Flatrate. Da man sich an „eine kleine, aber zahlungskräftige Zielgruppe“ richte, komme eine „Beteiligung an einem breiten Angebot vieler Medien und Gesamterlöse, die sich zwischen einem Plattformbetreiber und vielen oft populäreren Medien verteilen“, für die Frankfurter nicht infrage. Beim Zeit-Verlag bekundet man neben dem Erfolg der eigenen Abo-Modelle außerdem die Sorge vor einer „Verwässerung“ der journalistischen Marke als Folge einer solchen Content-Allianz zwischen unterschiedlichen Verlagen.

Wertschätzungskette muss stimmen

Ein „Netflix für den Journalismus“, wie es Richard Gutjahr vor genau einem Jahr im Interview mit dem Branchenmagazin Meedia gefordert hatte, rückt damit in eine ziemlich unüberschaubare Ferne. Einzig beim *Spiegel* zeigt man sich grundsätzlich gesprächsbereit. Vertriebsleiter Hauschild hält eine „starke Allianz“ für möglich, sofern gewisse Bedingungen erfüllt werden: „In so einem Modell muss allerdings die Wertschöpfungskette stimmen, damit es einen substantiellen Beitrag für eine solide Finanzierung eines unabhängigen Qualitätsjournalismus liefern kann.“ Entscheidend sei dabei neben einer vertrauensvollen Zusammenarbeit der beteiligten Verlage die Entwicklung eines eigenen Geschäftsmodells sowie die Hoheit über die Kundenbeziehungen, „damit der wirtschaftliche Kern eines solches Modells nicht Dritten überlassen wird“.

Die Sorge vor dem Verlust der direkten Beziehung zu den Abonnentinnen und Abonnenten treibt indes auch die US-Zeitungen um, mit denen sich Apple in Gesprächen über seine geplante News-Flatrate befindet. Gepaart mit der Angst vor der Kannibalisierung der eigenen (und zumeist recht erfolgreichen) Abo-Modelle könnte dies dazu führen, dass der Deal letztendlich doch platzt. Ein deutsches Journalismus-Netflix erscheint damit umso unwahrscheinlicher. Denn im Gegensatz zu den Amerikanern, die potenziell den gesamten englischsprachigen Markt erreichen können, ist die Zielgruppe für deutschsprachige Inhalte ungleich kleiner. Eine für die Verlage dennoch attraktive Erlössituation müsste demnach durch einen entsprechend hohen Flatrate-Abo-Preis sichergestellt werden. Und dann wird man wieder die Gretchen-Frage stellen müssen: Wieviel sind die Nutzer_innen bereit für guten Journalismus zu zahlen?

Monique Hofmann <<

Boom der Promi-Magazine

Zeitschriften bedienen „Sehnsucht nach Subjektivierung und Personalisierung“

Dass Prominente als so genannte Testimonials in den Medien für ein Produkt werben, ist nichts Besonderes. Vergleichsweise neu aber ist der Trend, um einen Promi herum ein komplettes Zeitschriftenprodukt zu entwerfen. Trendsetter bei diesem neuen Genre ist Gruner+Jahr. Innerhalb von drei Jahren warf der Hamburger Verlag ein halbes Dutzend solcher Blätter auf den Markt. Und ein Ende ist offenbar nicht abzusehen.

Im Herbst 2015 launchte Gruner+Jahr eine Zeitschrift, auf deren Cover seitdem Monat für Monat ein- und dieselbe Prominente glänzt: Allzweck-Moderatorin Barbara Schöneberger. Nein, ein Fanheft sei *Barbara* nicht, bekannte die TV-Moderatorin („NDR-Talkshow 3 nach 9“) seinerzeit zum Start, „nichts zum Raustrennen mit Starschnitt und Aufklebern, sondern es geht um meine Sicht auf Themen“. Die aktuelle November-Nummer dreht sich um den Schwerpunkt „Träume“, um skurrile Hochzeitsgeschichten, erträumte Mars-Exkursionen. In der Rubrik „Mädelsabend“ trifft Barbara auf Auch-Blondine Michelle Hunziker. Dazu das Genre-Übliche: Fashion, Food und Beauty. Viel Werbung, viel Produktplatzierung. Mit Barbara auf den „Mädels-Roadtrip“ gehen? Nichts einfacher als das: Die Barbara-Box für schlappe 29,95 Euro macht’s möglich. Eine stabile Verkaufsauflage von 100.000 Heften pro Ausgabe beweist: Das Konzept funktioniert.

Für Gruner+Jahr Chefin Julia Jäkel bedient das neue Genre „die in unserer Welt spürbare Sehnsucht nach Subjektivierung und Personalisierung“. Menschen orientierten sich nun mal an anderen Menschen, „im Digitalen sowieso“. Zudem gebe es eine „Lust auf substanzvolle Inhalte“. Neuerdings macht Schöneberger auch Radio – genauer „barba radio“. Kooperationspartner ist in diesem Fall die Regiocast-Digital-Unit in Berlin.

Was „Barbara“ für die reifere Frau auf der Suche nach der besten Freundin, ist *JWD* für den Nerd. „Joko Winterscheidts Druckerzeugnis“, so der wohl ironisch gemeinte Untertitel, kommt etwas schräger daher als andere Männermagazine. Mit Reportagen aus einem Nacktrestaurant in Paris und über kiffende Nonnen. Über einen Sauf-Marathon im französischen Médoc oder auch über Rentner, die schon mal den eigenen Sarg bauen. Worin besteht der Reiz, sich selbst allmonatlich auf dem Cover der eigenen Zeitschrift zu sehen? Das sei ja der Pfiff bei dieser Art von Publikation, findet Comedian Joko. Der Titel gebe eben einen Hinweis auf den Kontext, in dem er auftauche. „Wenn ich vor einer Sennhütte stehe, in den Alpen, dann kann

sich jeder zusammenreimen, oh, das ist ein Ort, da hab ich den Typen noch nicht gesehen, das könnte ganz interessant sein.“ Noch einigermaßen frisch auf dem Markt ist *Guido*, das Personality-Magazin um den „Shopping Queen“-Vox-Moderator und Modedesigner Guido Maria Kretschmer. Ende Oktober erschien die erste Nummer mit einer stolzen Druckauflage von 250.000 Heften. Mitte November schließlich folgte *Boa*, ein Heft für Sport- und Lifestyle-Fans um Nationalkicker Jérome Boateng. Ausgerechnet zu einem Zeitpunkt, an dem der Stern des Bayern-Stars zu sinken beginnt. Offenbar hofft der Verlag, von den überragenden Social-Media-Kontakten Boatengs zu profitieren.

Für Stephan Scherzer, den Hauptgeschäftsführer des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ), ist der neue Trend ein Beleg für die unerschöpfliche Innovationskraft der Branche. Es sei „eine schöne Idee, eine starke Marke mit einer starken Anker-Persönlichkeit zu kombinieren und dann wieder eine Community zu bauen“, lobt er. „Das ist modernes Verlegen.“

Längst sind auch die Konkurrenten von Gruner+Jahr auf den Trichter gekommen. Vor einem Jahr startete der Bauer Verlag das Magazin *Daniela Katzenberger*, laut Eigenwerbung „die erste gedruckte Dokusoap“. Angeblich wirkt die Berufsblondine an jeder Seite mit. Eher nach Etikettenschwindel riecht das Vorgehen von Burda. Der Münchner Verlag setzt seit kurzem auf den Namen von RTL-Moderatorin Birgit Schrowange, um mit einem schon bestehenden Magazin vom neuen Hype um Promi-Hefte zu profitieren. So mutierte *Lust auf mehr* plötzlich zu *Birgit – Lust auf mehr*. Gruner+Jahr-Chefin Jäkel hat mit einer solchen Strategie wenig am Hut. „Es geht ja nicht darum, ein Magazin zu nehmen und einen Promi drauf zu batschen – das ist ja absurd“. Die G+J-Blätter seien „Hefte, die alle für sich eine Idee haben“. Andererseits mutierte auch das frühere Zweimonatsmagazin *Stern – Gesund leben* von G+J unlängst in *Dr. von Hirschhausens Stern gesund leben*. Und dockt damit an die Popularität von TV-Doktor Eckart von Hirschhausen an.

Kritiker wenden ein, das neue Format habe wohl auch mit der sinkenden Attraktivität der einst so erfolgreichen Marken großer Verlagshäuser zu tun. Wo selbst das Gruner+Jahr-Flaggschiff *Stern* seit Jahren schwächelt (die einstige Millionenauflage hat sich längst halbiert), braucht es eben Prominente, die eine gewisse Authentizität ausstrahlen. Vom Imagetransfer einer Barbara, eines Guido oder eines Joko profitieren am Ende alle Beteiligten: Verlag und Promi.

Günter Herkel <<

30 Kündigungen bei apm

Darmstadt: Insolvenzverwalterin sucht Käufer für Druckerei

Es klingt paradox: Die Maschinen der apm-Druckerei in Darmstadt laufen rund um die Uhr. Weil das 150-köpfige Personal nicht ausreicht, sind Leiharbeiter im Betrieb. Bis Jahresende gibt es reichlich zu tun. Auch für 2019 hat das Unternehmen Produktionsverträge. Trotzdem stellte die Geschäftsführung beim Amtsgericht Darmstadt einen Insolvenzantrag.

Seit dem 1. Oktober läuft das Insolvenzverfahren für die apm Produktions-GmbH. Die Frankfurter Insolvenzverwalterin Julia Kappel-Gnirs kündigte am 26. Oktober 30 Beschäftigten. Zehn Frauen und 20 Männer müssen spätestens am 31. Januar das Unternehmen verlassen. Sie können wegen gesetzlicher Vorgaben auf maximal 2,5 Monatsgehälter Abfindung hoffen, sagt ver.di-Fachbereichsleiter Manfred Moos. Der Betriebsrat wurde bei den Sozialplanverhandlungen von ver.di-Beratern unterstützt.

Foto: fotolia/industrieblick

Die Gewerkschaft bemüht sich auch aus eigenem Interesse, den im Oktober mit dem „Druck & Medien Awards 2018 für nachhaltige Printproduktion“ in Gold ausgezeichneten Betrieb, zu retten. Denn ver.di lässt achtmal im Jahr die knapp zwei Millionen starke Auflage ihrer Mitgliederzeitung *Publik* bei apm drucken, ebenso wie *Menschen Machen Medien, Druck + Papier* und weitere ver.di-Fachbereichspublikationen. Die IG Metall ist ebenfalls Großkundin der Druckerei. „Wir hoffen, dass wir weiter mit der apm-Belegschaft zusammenarbeiten können. Die Drucktermine für das nächste Jahr stehen bereits fest“, sagt Thomas Köhler, Vertriebsleiter für die *Metallzeitung*. Außerdem könne man 2,3 Millionen Exemplare nicht mal eben woanders drucken lassen. Das gilt auch für den Druck der ver.di-Publikationen 2019.

Der Druck-Dienstleister in Darmstadt ging aus einem Gewerkschaftsbetrieb hervor – der traditionsreichen Union-Druckerei in Frankfurt. Sie wurde 2003 geschlossen. Deren Geschäftsfelder, Kunden und ein Teil der Belegschaft wurden von der Alpha Print Medien (apm) übernommen. Drei Jahre später übernahm eine Investorengruppe unter Führung von Torsten Voß und Andrew Seidl aus Dresden die Alpha Print Medien AG. „Die finanziell gut ausgestattete AG war damals offenbar höchst attraktiv für Voß und Seidl“, sagt Manfred Moos. Allerdings seien die beiden ihrem Ruf als Investoren nicht gerecht geworden. „Das Kapital ist offensichtlich aufgebraucht. Eigenes Geld haben Voß und Seidl nach unserer Kenntnis nie in den Betrieb gesteckt, obwohl der Maschinenpark erneuert werden müsste.“

> **„Nicht zu viel Personal, sondern zu wenig unternehmerisches Können ist das Problem der apm.“**

„Gut eine Million Euro betrug seit zwölf Jahren das jährliche Defizit“, sagt dagegen der apm-Gesellschafter Torsten Voß. „Wir kommen mit dem Unternehmen nicht auf einen grünen Zweig. Wir haben zu viel Personal an Bord“. Dem widerspricht Andreas Fröhlich, Gewerkschaftssekretär beim ver.di-Bundesvorstand: Nicht zu viel Personal, sondern zu wenig unternehmerisches Können ist das Problem der apm. Das Vertrauen in die Gesellschafter Voß und Seidl sei erschöpft. Die hatten Anfang 2017 den Betrieb aufgeteilt. Die Belegschaft landete bei der apm Produktions-GmbH, die nun im Insolvenzverfahren steckt. Die apm-AG von Voß und Seidl hingegen verfügt frei über die Maschinen und Kundenaufträge – dort hat die Insolvenzverwalterin nichts zu sagen.

Die gewerkschaftlichen Druck-Kunden wollen einerseits die verbliebenen Jobs der apm am Standort Darmstadt retten. Andererseits wären sie froh, nicht weiter mit Torsten Voß zusammenarbeiten zu müssen. Auch deshalb, weil der Unternehmer mit Maximilian Krah befreundet ist, – dem stellvertretenden AfD-Landesvorsitzenden in Sachsen. Zusammen hielten sie jüngst zwei wirtschaftpolitische Vorträge, die von der AfD verbreitet werden. Das sei keine Aktivität für die AfD gewesen, sagt Voß. Ob er AfD-Mitglied ist, lässt er auf Nachfrage offen.

Nun wird der Verkauf beider apm-Teile angestrebt – also der Aktiengesellschaft mit Druckerei und Maschinen und der GmbH mit dem Personal. Es gibt laut Voß „drei Kandidaten, die bei uns in der Planung stehen“. Ein interessierter Manager aus der Branche sagt: „Wir wollen den Standort erhalten und fortführen.“ Allerdings gestalte sich der Verkaufsprozess sehr langsam. Manfred Moos von ver.di hofft, dass apm bald verkauft ist, damit die restliche Belegschaft vor Ort in sicheren Verhältnissen die lukrativen Druckaufträge weiter erledigen kann. Der Käufer dürfe nicht einfach apm schließen und die apm-Aufträge von eigenen Leuten oder Leiharbeitern erledigen lassen. In diesem Fall würden die Gewerkschaften ihre Aufträge kündigen. Moos: „Wenn Voß und Seidl nicht verkaufen, dann werden alle verlieren.“ **Klaus Nissen <<**

Mehr Online-Medien

Investigatives Magazin bildet in Guatemala Nachwuchs aus

Plaza Pública heißt das erste investigative Online-Medium Guatemalas. In der 15-köpfigen Redaktion herrscht viel Fluktuation, denn das von der Universität Rafael Landívar 2011 gegründete Magazin ist auch eine Ausbildungsstätte. Hier haben viele Journalist_innen, die ähnliche Projekte aufgebaut haben, ihre ersten Erfahrungen gemacht. In dem mittelamerikanischen Land hat das für deutlich mehr Vielfalt im Mediensektor und auch für mehr Qualität in der Berichterstattung gesorgt. Doch die Angriffe auf die kritischen Berichterstatter_innen häufen sich.

Im Flur gegenüber vom Schreibtisch der Sekretärin, die gerade die Abrechnung einer Recherchereise kontrolliert, hängt das Bild einer Nationalfahnen schwenkenden Menschenmenge auf dem Platz der Verfassung. „Das war ein Fest der Demokratie. So eine Demonstration gegen einen Präsidenten hatte es in Guatemala noch nicht gegeben“, meint César León, einer der Koordinatoren bei *Plaza Pública*. Die Proteste führten im September 2015 zum Rücktritt von Otto Pérez Molina, dem damaligen Präsidenten. Pérez Molina sitzt heute wegen massiver Korruption im Gefängnis. „Dabei spielten die Medien eine wichtige Rolle, denn sie sorgten für Hintergrundinformationen, schilderten die Tragweite der von den Ermittlern der UN-Kommission gegen Straflosigkeit in Guatemala (CICIG) vorgelegten Beweise, die in der Bevölkerung auf Empörung stießen“, so León.

Ergänzen statt konkurrieren

Mehr als ein halbes Dutzend Online-Medien, die sich auf solide Recherche, kritische Berichterstattung und ihre Unabhängigkeit berufen, gibt es inzwischen in Guatemala. Die beiden wichtigsten mit je rund 150.000 Lesern pro Monat heißen *Plaza Pública* und *Nómada*. Deren Geschichte ist eng miteinander verbunden, denn der Gründer und Vorsitzende von Nómada, Martín Rodríguez Pellecer, hat von 2011–2014 die Redaktion von *Plaza Pública* geleitet, bevor er begann, *Nómada* aufzubauen. „*Nómada* hat ein etwas jüngeres Publikum im Blick, die 20 bis 30-jährigen. Unsere Leser finden sich hingegen in der Altersgruppe der 25- bis 44-jährigen. Natürlich gibt es auch Überschneidungen“, so León.

Er sieht die beiden Online-Medien weniger als Konkurrenten, sondern als zwei Medien, die sich ergänzen und die dazu beitragen, dass der Journalismus in Guatemala besser und informativer wird. „Fernsehen und auch Radio sind an Sensationen orientiert, die Presse des Landes hat in den letzten Jahren an Auflage verloren. Die Redaktionen wurden verkleinert und haben mit sinkenden Anzeigenaufkommen zu tun – teilweise aus politischen Gründen“, meint León. So wird die größte Tageszeitung des Landes *Prensa Libre* von einigen konservativen Unternehmerfamilien boykottiert, weil sie über Korruption in der Regierung und deren Verbindungen in die wichtigsten Unternehmerfamilien berichtet.

César León, Koordinator bei Plaza Pública

Deutlich unabhängiger sind da die Online-Portale, weil sie sich nur zu einem kleinen Teil ihrer Einnahmen durch Anzeigen und Werbung generieren. „Bei *Plaza Pública* trägt die Universität 70 Prozent des Etats, der Rest kommt über Projekte mit Gebern wie der Ford Stiftung, der Heinrich-Böll-Stiftung oder der Open Society Stiftung sowie durch Spenden zusammen“, erklärt León. Bei *Nómada* war es hingegen ein großer Kredit sowie zahlreiche private Spender, die für die Anschubfinanzierung des Portals gesorgt haben. Der laufende Betrieb wird hingegen von Spenden und über spezifische Projekte, aber auch über die Durchführung von Veranstaltungen gedeckt. CEO und Redaktionsleiter Martín Rodríguez Pellecer hat das Modell für andere Online-Medien publik gemacht. Daran orientieren sich auch neue Portale wie No Ficción oder die noch nicht online gegangene Agencia Ocote von Alejandra Gutiérrez Valdizán. Die Journalistin hat mehrere Jahre die 15-köpfige Redaktion von *Plaza Pública* gemeinsam mit Enrique Naveda geleitet, bis sie vor einem Jahr den Entschluss fasste ein eigenes Portal auf die Beine zu stellen. Auch bei No Ficción sind mehrere Journalist_innen mit von der Partie, die bei *Plaza Pública* in die Schule gingen.

Attacken auf kritische Berichterstatter

Das ist, so César León, Teil des Konzepts: „Journalistische Ausbildung ist bei uns einer von drei Eckpfeilern: wir wollen informieren, für Diskussion in der Gesellschaft sorgen und ausbilden“. Dafür werden Veranstaltungen organisiert, Debatten angeschoben. Dabei arbeitet *Plaza Pública* eng mit anderen Organisationen und Institutionen, internationalen wie nationalen, zusammen. Doch die Freiräume sind in den letzten

drei Jahren unter der Regierung von Präsident Jimmy Morales kleiner geworden. „Heute ist die Polarisierung quasi greifbar geworden. Investigativer Journalismus ist zudem in der Regierung nicht gerade erwünscht. Angriffe auf unabhängige Medien wie *Plaza Pública*, Kampagnen, um Medien zu diskreditieren oder einzelne Journalisten zu diffamieren, gibt es vor allem in den sozialen Netzwerken zuhauf".

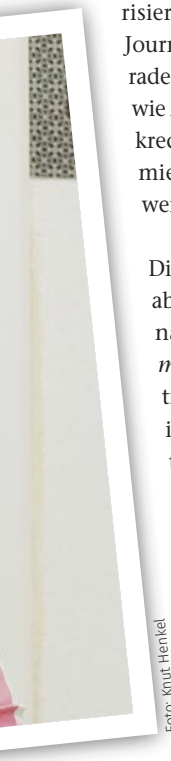


Foto: Knut Henkel

Die sind zwar oft haltlos, machen die Recherche aber nicht einfacher, so die unabhängige Journalistin Maríajosé España. Sie arbeitet für *Nómada*, verdient rund einhundert Euro pro Artikel und beschäftigt sich mit der Korruption innerhalb des politischen Systems. Ein brisantes Thema. Dabei sind die Journalist_innen auf verlässliche Quellen angewiesen und die liefern bis dato meist die Ermittler der UN-Kommission gegen Straflosigkeit in Guatemala (CICIG). Die Kommission und deren Vorsitzender Iván Velásquez, ein Kolumbianer, werden von der Regierung derzeit offen angefeindet. Das Mandat wurde gekündigt, so dass die CICIG im September 2019 ihre Arbeit einstellen muss. Zudem wird derzeit die Arbeit der UN-Ermittler mit allerlei Schikanen erschwert. Das werde sich künftig auch auf die investigative Arbeit der Redaktionen auswirken, befürchtet César León. „Wir sehen uns einem politischen Roll-Back gegenüber, der mit der Einschränkung gesellschaftlicher Freiräume einhergeht mit Folgen für den unabhängigen Journalismus".

Bisher haben sich die Redaktionen in dem schwierigen Umfeld behauptet. Ein wichtiger Faktor dabei ist die Ausbildung des Nachwuchses. Bei *Plaza Pública* sind gerade ein knappes Dutzend junger Journalist_innen aus den Regionen des Landes angekommen. Sie sollen in den nächsten elf Monaten lernen, wie dort gearbeitet wird und sich inspirieren lassen, wie kritische Berichterstattung auch abseits der Hauptstadt möglich sein könnte. Ein Projekt, das in die Zukunft weist. Genau dafür ist Plaza Pública vor rund sieben Jahren gegründet worden: als Wiege eines neuen unabhängigen kritischen Journalismus in Guatemala.

Knut Henkel <<

Aktion

Aktion für Arlindo César Severiano Chissale und Aunício da Silva, Mosambik

Drohungen wegen Berichterstattung

Berichte über Wahlen und Wahlergebnisse gehören zur journalistischen Pflicht. Doch in Mosambik entpuppte sich die Berichterstattung über die im Norden des Landes abgehaltene Kommunalwahl Mitte Oktober plötzlich als gefährlich. Weil die Ergebnisse nicht den Vorstellungen der Behörden entsprachen, wurden die Überbringer der Nachricht verantwortlich gemacht – und erhalten seitdem Morddrohungen.

AMNESTY INTERNATIONAL

Unter den Betroffenen sind der freie Journalist Arlindo César Severiano Chissale, ein Mitarbeiter des Internet-Portals „Pinnacle News" und sein Kollege Aunício da Silva, ein Redakteur der Wochenzeitung „Ikweli". Beide hatten Zwischenergebnisse der Kommunalwahl veröffentlicht, bei der die Regierungspartei „Mosambikanische Befreiungsfront" (FRELIMO) eine Wahlniederlage einstecken musste. Ins Visier geriet auch der kirchliche Sender „Radio Encontro", der live von der Wahl berichtet und Wahlbeobachter entsandt hatte. Direktor Benvindo Tapua und sein Stellvertreter Cantífulas de Castro werden deshalb ebenfalls von anonymen Anrufern mit Mord bedroht. Unter anderem hieß es, sie sollten vorsichtig sein, da „ihre Tage gezählt" seien.

In Mosambik sind in den vergangenen vier Jahren Menschenrechtler und kritische Journalisten zunehmend Verfolgung ausgesetzt. Dazu gehören Einschüchterungen, Schikanen, Folter oder auch das spurlose Verschwinden nach einer Festnahme. Die Drohungen und Angriffe werden nur in Ausnahmefällen strafrechtlich verfolgt, so dass die Verantwortlichen meist straffrei ausgehen.

Harald Gesterkamp <<

Was können Sie tun?
Schreiben Sie an den mosambikanischen Justizminister und fordern Sie ihn auf, unverzüglich Maßnahmen zum Schutz der Journalisten Arlindo César Severiano Chissale und Aunício da Silva in die Wege zu leiten. Verlangen Sie außerdem, dass die Regierung ein Umfeld schafft, in dem Journalistinnen und Journalisten ohne Furcht vor Repressalien arbeiten können.

Schreiben Sie auf Portugiesisch, Englisch oder Deutsch an:

Joaquim Veríssimo
Ministry of Justice
Av. Julius Nyerere, 33
Maputo
MOSAMBIK
Fax: 00258 – 214 942 64

Senden Sie eine Kopie an:
BOTSCHAFT DER REPUBLIK MOSAMBIK
S.E. Herr Amadeu Paulo Samuel
da Conceicao
Stromstraße 47
10551 Berlin
Fax: (030) 3987 6503
E-Mail:
info@embassy-of-mozambique.de

Europäische Konferenz in Rotterdam

Freie in die Gewerkschaft

UNI MEI lud am 30. und 31. Oktober rund 60 haupt- und ehrenamtliche Gewerkschafter_innen aus 17 europäischen Ländern nach Rotterdam ein, um sich über Chancen, Hindernisse und gute Beispiele bei der Organisierung von freien Medienschaffenden auszutauschen. Seit Jahren beschäftigt sich die internationale Organisation intensiv mit den Verschiebungen auf dem Arbeitsmarkt in Richtung Freiberuflichkeit, Kurzzeitbeschäftigung und anderen Formen „atypischer" Arbeitsverhältnisse in der Medien- und Unterhaltungsindustrie. Diese Entwicklungen sind eine immense Herausforderung für die gewerkschaftliche Arbeit, die sich traditionell auf Betriebe fokussiert.

Global aktiv, umfasst UNI MEI mehr als 100 Gewerkschaften sowie Fachverbände in über 70 Ländern und vertritt Freelancer und Vertragsarbeitnehmer_innen in den Bereichen Medien, Unterhaltung, Kunst und Sport. Gemeinsam mit ihren Schwesterorganisationen FIA, FIM and EFJ widmet sich UNIMEI nun verstärkt der Frage, wie „das volle Potenzial des Sozialen Dialogs für alle Arbeitnehmer_innen" erreicht werden kann. Auch ver.di war in Rotterdam an Bord: Der frei für Filmproduktionen arbeitende Tonangler Caspar Sachsse (s. auch S. 13) und Tina Fritsche, hauptamtlich zuständig für die dju und die FilmUnion im Bezirk Nord berichteten über Ansprache-Konzepte und Veranstaltungsformate, um freie Journalist_innen und Filmschaffende gewerkschaftlich einzubinden.

Von der Schauspiel-Gewerkschaft in der Türkei bis zu Kurierfahrenden in Frankreich – ein Beispiel, wie Gewerkschaften Kontakt zu schwer Erreichbaren bekommen, von Online-Campaigning bis zur Frage, wie sich in London soziale Bewegungen mit Arbeitskämpfen verbinden lassen – jede Einlassung öffnete neue Fenster in den Köpfen der Teilnehmer_innen.

Jetzt erreichte uns die Nachricht, dass ver.di – konkret dju und FilmUnion – einen von vier Plätzen im EU-geförderten Programm „Reaching the Full Potential of Social Dialogue for All Workers" erhält: 2019 wird es Workshops für gewerkschaftlich engagierte freie Journalist_innen und Filmschaffende geben, die neue Wege bei der Mitgliederwerbung erkunden wollen. Wir freuen uns darauf. **Tf <<**

Freilassung gefordert

Journalisten von Reuters in Myanmar zu sieben Jahren Haft verurteilt

Nach über acht Monaten in Untersuchungshaft verurteilte am 3. September 2018 ein Gericht in Yangon die Journalisten Wa Lone und Kyaw Soe Oo aus Myanmar zu sieben Jahren Haft. Der Vorwurf: Wa Lone und Kyaw Soe Oo sollen angeblich gegen ein Gesetz zu Staatsgeheimnissen aus dem Jahr 1923 verstoßen haben. Doch der wahre Grund für die absurden Vorwürfe sind ihre Recherchen. Die beiden Journalisten arbeiten für die Nachrichtenagentur Reuters und hatten zum Zeitpunkt ihrer Festnahme über ein Massaker der Armee an Rohingya-Zivilisten im Dorf Inn Din nahe der Grenze zu Bangladesch recherchiert.

Im Dezember 2017 sind Wa Lone und Kyaw Soe Oo in eine Falle gelockt worden. Sie waren einer Einladung von zwei Polizisten in ein Restaurant in der Stadt Yangon gefolgt. Dort gaben ihnen die Polizisten angeblich geheime Dokumente. Anschließend wurden sie festgenommen, weil sie „wichtige und geheime Regierungsdokumente" besitzen.

Myanmar hatte mit dem 2011 begonnenen Reformprozess zunächst erhebliche Fortschritte bei der Pressefreiheit gemacht. Die während der Militärdiktatur streng zensierten Medien hatten mehr Freiheiten erhalten. Die damalige Regierung entließ Anfang 2012 neben mehreren hundert politischen Häftlingen auch 17 Journalisten aus dem Gefängnis und schaffte die Vorzensur für Zeitungen ab. Doch die neue Regierung von Friedensnobelpreisträgerin Aung San Suu Kyi hat vor allem seit Beginn der Rohingya-Krise einen Großteil ihrer internationalen Glaubwürdigkeit in Fragen der Pressefreiheit verspielt. Journalisten, die sich der vorherrschenden Stimmungsmache gegen die muslimische Minderheit verweigern, werden von Extremisten massiv eingeschüchtert.

„Die Justiz-Farce gegen Wa Lone und Kyaw Soe Oo ist unerträglich. Wir fordern die Behörden auf, die beiden mutigen Reporter sofort und bedingungslos freizulassen. Ihr einziges angebliches Verbrechen ist unabhängiger Journalismus", sagte ROG-Geschäftsführer Christian Mihr. „Friedensnobelpreisträgerin Aung San Suu Kyi muss sich dafür einsetzen, dass auch über Gewalt gegen die muslimische Minderheit der Rohingya frei berichtet werden darf. Ihre Regierung muss alle Gesetze ändern, die für die Einschränkung der Pressefreiheit missbraucht werden können." **Red. <<**

ROG fordert mit einer Petition die sofortige Freilassung der Journalisten: www.reporter-ohne-grenzen.de/mitmachen/freiheit-fuer-wa-lone-und-kyaw-soe-oo/

Foto: Reuters/Myat Thu Kyaw

In Handschellen wurden die beiden Reuters-Journalisten Wa Lone und Kyaw Soe Oo am 3. September in Myanmar vor Gericht gestellt.

Foto: UMF

Wir trauern um Wulf Beleites.

Er fehlt uns so, als Freund, als Mensch, als Kollege.

Über dreißig Jahre hat er die Arbeit für die Interessen der freien Journalistinnen und Journalisten in der dju geprägt, engagiert und solidarisch auch in den Zeiten, in denen er selbst in Redaktionen angestellt war. Er arbeitete für den *Stern*, die *Hamburger Morgenpost*, die *Hamburger Rundschau*, den NDR und auch für *M*, als Nachrichtenredakteur, als Lokal- und Gerichtsreporter, als Autor. Er kannte die Arbeitsfelder und -bedingungen der Freien, ihre Interessen und Sorgen aus eigener Erfahrung – als Schreibender, als Fernsehautor, als Redakteur, als Satiriker, ja selbst als Kleindarsteller. Er kannte die Kämpfe um Honorare und Anerkennung, um ein erträgliches Einkommen und ein Auskommen auch im Alter – auch aus eigenem Erleben. Er hatte gute und schlechte Zeiten im Beruf, aber er blieb er selbst und so, wie wir ihn schätzten: kämpferisch, engagiert, kreativ und nie um eine gute Pointe verlegen.

Er war ein origineller und unabhängiger freier Kopf, aber er schätzte auch die Stärke organisierter gemeinsamer Arbeit mit Kollegen, so engagierte er sich in der Tarifkommission der dju seit Mitte der 80er Jahre, bildete darin mit anderen die erste AG Freie, der er bis fast zum Ende angehörte, war aktiv auf der Orts- und Landesebene in Hamburg bis zuletzt, ab 2003 bis 2015 übernahm er Verantwortung im dju-Bundesvorstand, von 2011 an auch als stellvertretender Bundesvorsitzender. Er konnte andere für unseren Beruf und seine Belange begeistern, konnte überzeugen ohne zu langweilen – viele erinnern sich gern an ihn als gefragten Ansprechpartner zum Beispiel bei den Youth Media Conventions gemeinsam mit der Jugendpresse. Ein Profi mit Engagement, sei es für die Pressearbeit bei den „Freiheit statt Angst"-Demos oder zuletzt für die Linke in Hamburg.

1992 bis 1998 tingelte er als Initiator und Chefredakteur des fiktiven Hundehasser-Magazins „*Kot Köter*" durch die Talkshows aller privaten Sender – ein Fake. 2013 machte er jedoch ernst und startete damit ein Crowdfunding-Projekt, das einen unerwarteten äußerst erfolgreichen Verlauf nahm. Ein fantasievolles satirisches Produkt mit vielen begeisterten Mitstreitern erschien mit sieben Ausgaben, mit Abonnenten, mit Interview-Anfragen usw. und sogar zwei daraus folgenden Büchern.

Als er uns vor etwas mehr als einem Jahr über seine beunruhigende Diagnose und die Perspektiven informierte, tat er das ganz sachlich und ruhig, für Freunde und nahe Kollegen gab es manchmal ein Bulletin. „Kann also alles recht gut ausgehen und darauf hoffen wir." Durch die zahlreichen Genesungswünsche fühlte er sich „gestärkt, diesen Scheißkampf zu gewinnen." Am 12. November hat er den ungerechten Kampf verloren. Er fehlt uns. **UMF <<**

Journalistentag 26. Januar 2019

Zurück in die Zukunft

Der 32. Journalistentag 2019 dreht sich rund um das Thema Aus- und Weiterbildung, Vernetzung und Chancen. Denn Journalismus ist der schönste Beruf der Welt, das ist die Überzeugung der dju in ver.di, prägt ihre berufspolitische Arbeit.

Die dju möchte über bessere Startbedingungen für den journalistischen Nachwuchs diskutieren, damit auch in Zukunft die klügsten Köpfe in den Redaktionen arbeiten. Welche Wege in die Redaktionen führen, was die klassische Ausbildung auch unter den Bedingungen der Digitalisierung vorsieht und welche Chancen Quereinsteigerinnen und Quereinsteiger haben, aber auch, was gemeinsam angepackt und gestaltet werden kann, damit Journalismus auch weiterhin der schönste Beruf der Welt bleibt, sind Themen am 26. Januar 2019 im Haus der ver.di-Bundesverwaltung, Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin. #jt19 http://dju.verdi.de/journalistentag

IMPRESSUM: „M – Menschen Machen Medien"
Medienpolitisches ver.di-Magazin, erscheint im Jahr 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:
ASK Agentur für Sales und Kommunikation GmbH, Bülowstr. 66, Hof D / Eingang D1, 10783 Berlin,
Fax 030 / 740 73 16 75
E-Mail: anzeigen@ask-berlin.de

Ansprechpartnerin: Simone Roch, Strategische Kommunikation
Tel. 030 / 740 73 16 32
Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 24 gültig ab 1.1.2019

Gestaltung:
Layout: Petra Dreßler, vision-und-gestalt.de
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.com

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

Jedes Heft kostet 9 Euro (inklusive Mwst.). ver.di-Mitglieder aus anderen Fachgruppen können M zu einem ermäßigten Preis abonnieren.

Redaktionsschluss M:
M 04.2018: 19.11.2018
M 01.2019: 25.02.2019
ISSN-Nr.: 09 46 – 11 32

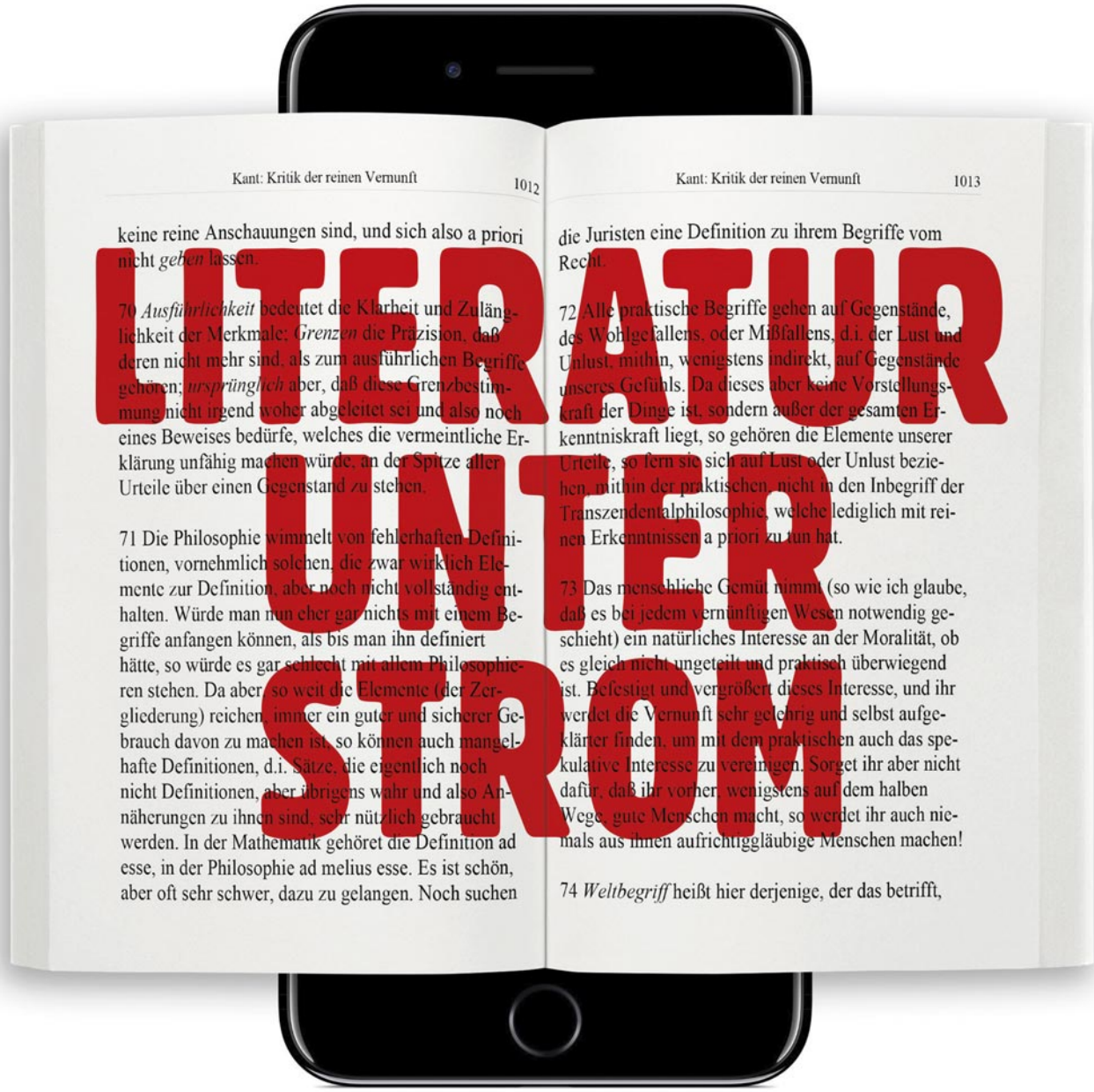
Weitere Publikationen:
M Online
https://mmm.verdi.de/
verantwortlich:
Karin Wenk
Tel: 030 / 69 56 23 26

Kunst und Kultur Online
https://kuk.verdi.de/
verantwortlich:
Valentin Döring
Tel: 030 / 69 56 23 30

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

Anzeige

50 JAHRE
VERBAND DEUTSCHER SCHRIFTSTELLER



VS KONGRESS
14. – 17. FEBRUAR 2019
IN ASCHAFFENBURG

WWW.LITERATUR-UNTER-STROM.DE