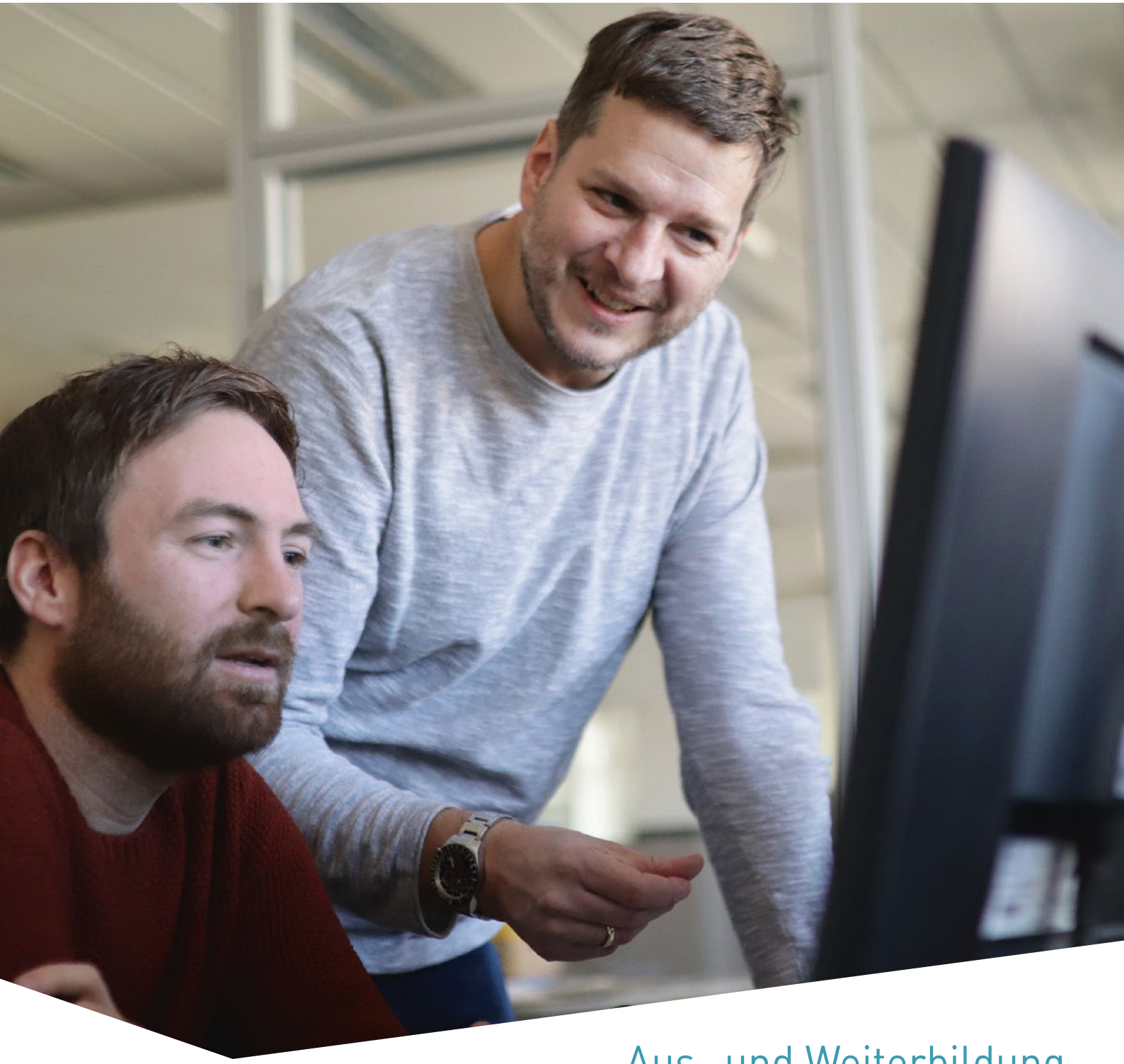
MENSCHEN MACHEN MEDIEN

Medienpolitisches ver.di-Magazin März 2019 Nr. 1

mmm.verdi.de
E 2814
Jahrgang 68

- Funke Mediengruppe
  Hunderte Entlassungen
- Keine Wertschätzung
  Frauen verdienen weniger



Aus- und Weiterbildung
Fordern und fördern

IM FOKUS
AUS- UND WEITERBILDUNG

6 **FORDERN UND FÖRDERN**
Von Silke Hoock

8 **ALLES GRÜN MACHT DER AUFNAHMELEITER**
Volontariat beim SWR und Weiterbildung zum Green Consultant

10 **FÜR EINE WACHSENDE LEIDENSCHAFT**
Vermittlung von Handwerk und Verantwortungsbewusstsein gegenüber der Öffentlichkeit

12 **DAS IPHONE ALLEIN TUT ES NICHT**
Schulungsfahrplan für mobile Reporter bei der Märkischen Allgemeinen

13 **ZUNEHMENDER TREND ZU INHOUSE-SEMINAREN**

14 **ONLINE-SCHULE FÜR JOURNALISTEN GESTARTET**
Low-Cost-Weiterbildung in der „Reporterfabrik" von Correct!v

PORTRÄT

4 **BERUF VISUAL RESEARCHER: STEPHEN MAIER**

MEINUNG

5 **OHNE HALTUNG GEHT ES NICHT**
Kommentar von Georg Restle / Monitor

MEDIENWIRTSCHAFT

16 **FILMSTAB UNTER DRUCK**
Arbeitsbelastung treibt Beschäftigte in andere Jobs

18 **MASSIVE STREICHUNGEN IM FUNKE-KONZERN**
Hunderte Entlassungen mitten in der Pilotphase von „User First"

19 **BITTERES AUS FÜR M-DRUCKEREI APM**

20 **DUMONT MEDIENGRUPPE**
Offenbarungseid aus Köln

TARIFE UND HONORARE

21 **KINO**
Existenzsichernde Löhne gefordert

21 **PAPIER, PAPPE, KUNSTSTOFFE**
Gutes Tarifergebnis erzielt

21 **THOMSON REUTERS**
Erste Runde erfolgreich

BERUF

22 **THEMIS ANGENOMMEN**
Vertrauensstelle gegen sexuelle Belästigung: Schritt in Richtung Kulturwandel

23 **SCHON ENTDECKT? NORDSTADTBLOGGER**

24 **JE PREKÄRER DER JOB DESTO MEHR FRAUEN**
Journalistinnen verdienen weniger und bekleiden seltener Führungspositionen

MEDIENPOLITIK

25 **BUCHTIPP: PLATTFORM EUROPA**

26 **EUROPÄISCHE WEICHENSTELLUNGEN**
Medienpolitik betrachtet vor dem Hintergrund der Europawahl im Mai

VER.DI UNTERWEGS

28 **DIE CHANCEN IM BLICK**
dju und Fachgruppe Medien mit neuen Vorständen und jeder Menge Vorhaben

30 **GUT AUFGESTELLT FÜR NEUE AUFGABEN**
Konferenzen im Fachbereich Medien, Kunst und Industrie

31 **IMPRESSUM**

Titelbild
Volontär Patrick Schwemling (.l.) mit seinem Ausbildungsredakteur Jan Henning Rogge beim Mindener Tageblatt (S.6)
Foto: Alex Lehn

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

Karikatur: Toonpool / mandzel

Foto: Christian v. Polentz

Verantwortung übernehmen

„Jeder ist seines Glückes Schmied“ – ein Ausspruch der alten Römer. Das gilt bis heute, meint auch Ausbildungsredakteur Jan Henning Rogge vom *Mindener Tageblatt*. Er fordert seinen Volontären alles ab, aber er fördert sie auch, sorgt für gute Bedingungen beim Schmieden von Ideen und deren Umsetzung in crossmedialen journalistischen Content für die Lokalzeitung (S. 6/7).

Auch wenn das Lern-Engagement des Einzelnen ein entscheidender Faktor ist, es enthebt den Arbeitgeber nicht seiner Verantwortung für eine qualitativ hohe Aus- und Weiterbildung. Eigentlich eine Binse, denn schließlich profitieren letztlich die Unternehmen von guten Fachkräften. Erstaunlich ist jedoch, dass uns die Realität immer wieder eines besseres belehrt. Oft muss um Freiräume fürs Lernen gerungen werden. Selbstständige werden häufig ausgeschlossen oder müssen Seminar und Workshop aus eigener Tasche bezahlen. Und das, obwohl sie in Print- und Rundfunkredaktionen einen Großteil der Arbeit leisten. M Menschen Machen Medien fragt im aktuellen Magazin 1/2019, wie die Praxis aussieht. Positive Beispiele – sei es in Verlagen wie in Minden, aber auch im Rundfunk wie im SWR beim Volontariat für Aufnahmeleitung (S. 8/9) – bis hin zu Schwachstellen (S. 12/13) und umstrittene Trends in der Weiterbildung ergeben einen ersten Problemaufriss.

Wer hätte jemals gedacht, dass die Zahl der Bewerbungen für Medienausbildungen so eklatant zurückgehen, wie es derzeit der Fall ist. Aber offenbar hat das auch damit zu tun, dass es um die Zukunftschancen von Absolvent*innen, Volontär*innen und Praktikant*innen im Journalismus, aber auch von Druckfachkräften, nicht zum Besten bestellt ist, angesichts der aktuellen massiven Stellenstreichungen bei den Mediengruppen Funke und DuMont. M ist zudem von der Schließung der Druckerei apm betroffen und wird mit dieser Ausgabe erstmals in Gütersloh gedruckt. 130 apm-Kolleg*innen verloren ihren Job. (S. 18–20)

Diese Umbrüche in der Branche einhergehend mit Entlassungen, Tarifflucht und Arbeitsverdichtung waren dieser Tage Thema in den Delegiertenkonferenzen der Fachgruppen des Bereiches Medien, Kunst und Industrie (S. 28–31). Der Rechtsruck in Politik und Gesellschaft in ganz Europa stand ebenfalls auf der Agenda. Vor dem Hintergrund der Wahlen des europäischen Parlaments im Mai hat M die aktuellen medienpolitischen Weichenstellungen aus Brüssel kurz zusammengefasst (S. 26/27).

Ausführliche Berichte über die Konferenzen der Fachgruppen sowie über den im Januar gestarteten „M Medienpodcast“ sind zu finden in M Online (mmm.verdi.de) und in Kunst und Kultur Online (kuk.verdi.de).

M – Der Medienpodcast

Karin Wenk, verantwortliche Redakteurin

Beruf Visual Researcher: Stephen Maier

Foto: Marie-Kristin-Wolff

Fähig, um die Ecke zu denken

Als Visual Researcher gehört Stephen Maier zu einer Handvoll Spezialist*innen bundesweit, die für Film- und Fernsehproduktionen alle Arten von Fremdmaterialien besorgen. „Viele Produktionen machen immer noch den Fehler, Clips einfach aus YouTube zu ziehen und erst im Nachhinein darüber nachzudenken, wer denn eigentlich die Rechte daran hält“, beschreibt Maier die Problemlage. Sein Job als Visual Researcher ist es, sich – möglichst früh – darum zu kümmern, welche Materialien zu welchem Preis zu haben sind, deren Rechte zu klären und sie für die Produktion zu besorgen. Kommt die Rechtefrage erst am Ende des Produktionsprozesses auf den Tisch, gibt es unter Umständen Probleme und ungeplante Mehrkosten.

Maier hat an der FU Berlin Geschichte und Publizistik studiert und ist dann bei der Kölner ZDF-Tochter „Gruppe 5 Filmproduktion“ eingestiegen. Die zeichnet für bekannte Geschichtsdokumentationen für das ZDF, etwa die Guido Knopp-Reihe „Die Deutschen“ verantwortlich. Gut für den Researcher – das Handwerk konnte er in der firmeneigenen Abteilung für Archivrecherche und Rechteklärung von der Pike auf lernen. Dem Thema zeitgeschichtliche Dokumentationen ist er treu geblieben, heute in der „Februar Film GmbH“ in Berlin. „Obwohl ich 50 Prozent meiner Zeit als Producer unterwegs bin, bleiben die Recherche im Archiv und die Klärung der Rechte meine Steckenpferde,“ schwärmt Maier von seinem Job.

Ein persönlicher Meilenstein war für ihn die Mitarbeit an der preisgekrönten ARD/ARTE-Dokumentation „Der Vietnamkrieg – Gesicht einer Tragödie“. „Wir mussten ein Potpourri von Blickwinkeln recherchieren“, erinnert sich Maier. Sowohl die Perspektiven der traumatisierten GIs, als auch die der nordvietnamesischen Kämpfer, der Südvietnamesen, der westdeutschen Regierung und die der DDR-Regierung sollten im Film thematisiert werden. Maier lieferte Pro-Nordvietnam-Beiträge des DDR Fernsehens und Clips aus Bändern von Gert Ruge und Peter Scholl-Latour aus dem WDR-Archiv.

Grundsätzlich kümmern sich Visual Researcher um alle Arten von Fremdmaterial: Fotos, Filmclips, Zeitungsausschnitte, Akten. Zurzeit sichtet Maier Akten in der Stasiunterlagen-Behörde. Die werden dann gescannt und ein Grafiker fährt sie mit der virtuellen Kamera ab und highlightet die Ausschnitte, die später übers Filmbild laufen sollen. Aus von Maier gelieferten Fotos entsteht ein virtuelles Fotoalbum, das im fertigen Film durchgeblättert wird.

Manchmal führen ihn Rechercheaufträge auch ins Ausland. Für die oben genannte Vietnam-Dokumentation war er persönlich im Archiv des französischen Militärs. Material aus dem Washingtoner National Archive (NARA) dagegen gibt er bei Rechercheuren vor Ort in Auftrag. Die Rechteklärung ist ein wichtiger Teil seines Jobs. Die betrifft örtliche, zeitliche und sachliche Rechte. „Je umfangreicher das Rechtepaket sein soll, desto teurer wird es“, erklärt Maier. Mit den Rechtegebern vereinbart er einen Preis pro Minute oder Sekunde bzw. pro Bild oder Dokument. Der Aufwand wird deutlich, wenn man weiß, dass in einer historischen Dokumentation Materialien aus bis zu 30 verschiedenen Quellen verarbeitet werden. Liegt der Film dann grob vor, muss der Researcher in den Schnitt und möglichst schnell anhand der Timeline ausrechnen, was das Archiv letztlich kosten wird. Dann muss vielleicht gekürzt oder aufgesattelt werden, um das Material ins Budget zu bekommen. „Das erfordert viel Erfahrung und ein persönliches System, um die Kosten möglichst schnell zu eruieren“, so Maier.

Als wichtige Voraussetzungen für seinen Beruf nennt er „Neugierde, Mut und die Bereitschaft und Fähigkeit, um die Ecke zu denken.“ Wenn er bei einem Auftrag nicht auf sein Netzwerk zurückgreifen kann, muss er improvisieren. Sein Geschichtsstudium hilft ihm dabei, historische Quellen einzuordnen und zu bewerten. In den USA, Kanada und Frankreich sind Visual Researcher inzwischen fester Teil einer Doku-Produktion. In Deutschland fehlt noch eine formale Ausbildung und das Berufsbild ist bisher wenig professionalisiert. Auch deshalb möchte Maier, zusammen mit anderen Kolleginnen und Kollegen, eine Berufsorganisation für Visual Research aufbauen. „In Deutschland gibt es bisher lediglich den PICTAday, bei dem sich aber vorwiegend Journalist*innen mit Fotoarchiven treffen. Die Filmemacher*innen und Filmarchive fehlen dort noch”, bedauert Stephen Maier.

Gunter Becker <<

Ohne Haltung geht es nicht

Es ist ein vergifteter Begriff, über den im medialen Kuppelzelt gerade so ausgiebig und aufgeregt diskutiert wird: Haltung! Vergiftet, weil von durchaus interessierter Seite boshaft missverstanden wird, dass Haltung eben kein Surrogat für Wahrhaftigkeit ist und auch kein militärischer Oberbefehl, dem sich alle journalistischen Tugenden unterzuordnen haben. Die Diffamierung des Begriffs folgt dabei einem leicht durchschaubaren Kalkül: Journalistinnen und Journalisten mögen das Feld doch besser denen überlassen, die sich auf den digitalen Kanälen zu neuen Meinungsführern in eigener Sache erklärt haben und ihre schlecht kaschierte Propaganda möglichst störungsfrei unters Volk bringen wollen. Schon deshalb ist Trennschärfe ein Gebot der Stunde, um Journalismus von Propaganda, Berichterstattung von Kampagne zu unterscheiden.

Haltung setzt Wahrhaftigkeit voraus. Wer meint, Haltung erlaube es, fünfe gerade sein zu lassen, erhebt die Lüge zum journalistischen Prinzip. Nein, Haltung erlaubt nicht, Unerwünschtes wegzulassen oder Erwünschtes zu verklären. Es gibt kein Recht eines Journalisten zu lügen für einen höheren Wert. Wer dies nicht begreift, sollte das Wort Haltung nicht in den Mund nehmen. Wer allerdings meint, Haltung verbiete sich ganz grundsätzlich, weil Journalismus sich im wertungs- und damit wertefreien Raum zu bewegen habe, hat die Welt nicht verstanden, über die wir berichten.

Haltungsloser Journalismus ist eine Chimäre. Wer glaubt, Journalismus käme ohne Haltung aus, hat noch nie einen Skandal aufgedeckt. Woran messen wir politisches Versagen oder Fehlverhalten einer Regierung? An Maßstäben, die eben nicht voraussetzungslos sind, sondern an einen gemeinsamen Wertekanon appellieren, der nicht zuletzt in den Grundrechten unserer Verfassung, ihrem Rechtsstaats- und Demokratieverständnis umrissen wird. Wir halten die Vermögensverteilung in Deutschland für ungerecht oder Pflegeheime für menschenunwürdig. Deshalb berichten wir darüber, deshalb wählen wir solche Themen aus.

Haltung erfordert Transparenz. Ohne Transparenz wird Haltung zur Manipulation. Deshalb ist es wichtig, unseren Erkenntnisweg und unsere Recherchen nachvollziehbar zu machen. Unseren Auswahlkriterien liegen Wertungen zugrunde, unseren Erzählperspektiven, unseren Schlussfolgerungen – ob wir es wollen oder nicht. Diese müssen wir transparent machen, um glaubwürdig zu bleiben. Natürlich gehört dazu auch, persönliche Meinungen kenntlich zu machen oder Einschätzungen zu begründen. Darüber darf dann auch gestritten werden – nicht das Schlechteste für eine Demokratie, für die die Freiheit der Meinungen genauso konstitutiv ist wie deren Vielfalt.

Haltung garantiert Unabhängigkeit. Wer nur abbildet, was andere uns in den Notizblock diktieren, macht sich zum verlängerten Arm von Kampagnenführern. Das ist das große Missverständnis, dass sich hinter dem Dogma verbirgt, dass wir nur abbilden sollten, was sei. Ohne Einordnung, ohne Hinterfragung, ohne Kontext und Kritik läuft ein ausschließlich abbildender Journalismus immer Gefahr zum Propaganda-Instrument zu verkommen. Dass wir uns als Journalisten und Journalistinnen ein eigenes Bild machen und nicht nur wiederkäuen, kolportieren oder weiterverbreiten, muss gerade in Zeiten der großen digitalen Verwirrung wieder ins Zentrum unseres journalistischen Selbstverständnisses rücken. Das vor allem ist mit journalistischer Haltung gemeint, die Unabhängigkeit für sich beansprucht.

All dies mögen Selbstverständlichkeiten sein. Und doch schleicht sich das Gift einer Kampagne in die Hinterköpfe ein, die den „Haltungsjournalisten“ zum neuen Feindbild auserkoren hat. Dem gilt es entgegenzutreten – mit journalistischem Selbstbewusstsein und Haltung. Womit denn sonst?

Georg Restle <<

Foto: WDR/Herby Sachs

Georg Restle, seit 2012 Leiter und Moderator des WDR-Politmagazins „Monitor“ im Ersten.

Anzeige

« So reicht´s

fotolia/contrastwerkstatt

4,0 %
in 2019

Presse-Perspektive
www.presse-versorgung.de/pp

Presse-Versorgung

0711 2056 244
info@presse-versorgung.de

Eine gute Ausbildung und das ständige Dazulernen im Umgang mit neuen digitalen Formaten und modernsten Techniken ist auch in Medienbetrieben ein dringliches Erfordernis. Dieser These wird öffentlich gern zugestimmt. Aber wie sieht die Realität aus in einer Branche, in der es nicht mehr uneingeschränkt hip ist, „irgendwas mit Medien zu machen“?

Fordern und fördern

Von Silke Hoock

Er ist immer erreichbar für sie. Wenn der Schuh drückt, wenn sie sich übergangen fühlen. Er achtet darauf, dass sie eine inhaltlich gute Ausbildung erhalten und nicht an der Kaffeemaschine verheizt werden. Er tritt ihnen auf die Füße, um sie zu fordern und zu fördern. Sein Ziel ist es, sie fit zu machen für einen Job, der bedroht ist. Jan Henning Rogge ist Ausbildungsredakteur beim *Mindener Tageblatt*. „Ich mag Menschen“, sagt der 43-Jährige und das ist wohl die Grundvoraussetzung für einen guten Volo-Vater.

„Ausbildungsredakteur ist mein Hobby“, sagt der Mann, der den Volontären mit Respekt begegnet. Auch an diesem Morgen wird seine Haltung deutlich. Jan Henning Rogge, der Online-Redakteur, der crossmedial arbeitet und denkt, bittet die Volos, ihre Vorschläge für das Jahresthema „Leben im ländlichen Raum“ vorzutragen. Dabei sollen sie das große Ganze im Auge behalten: gutes Thema, gut aufbereitet, crossmedial gedacht. „Da habt ihr Gelegenheit zu zeigen, was ihr könnt. Video, Foto, Text“, sagt er ihnen.

> **„Jeder ist seines Glückes Schmied. Aus diesem Volontariat kannst du wirklich was machen, wenn du willst.“**

Volontäre dürfen in Minden alles

Hans-Georg Gottfried Dittmann, der sein Volontariat bald beenden wird, schlägt eine lokale Bürgersprechstunde als Event vor: „Ein Get-Together mit Musikprogramm, bei dem die Leute Fragen, Sorgen, Anregungen loswerden können. Ich gehe von Tisch zu Tisch und höre zu.“ Er selbst möchte das Event moderieren. Rogge findet die Idee gut, lässt sich den Vorschlag erläutern, bittet noch darum, ihn abzustimmen mit dem Lokalen und auch die Band zu checken, „nachher will die keiner hören“. Mehr bekommt Rogge an diesem Morgen nicht vorgelegt. Grund: Der zweite Volontär Patrick Schwemling (30) ist erst seit vier Monaten in der Ausbildung und hält sich noch bedeckt. Der dritte Volo hat Spätdienst. Die Runde geht auseinander, die Arbeit ruft. Volo Dittmann geht ins Lokale, Volo Schwemling arbeitet in der Online-Redaktion. Hier lernt er, Themen zu werten, interessant zu teasern. Für das *Mindener Tageblatt* ist er auch als Video-Redakteur und auf Facebook unterwegs. „Wir dürfen und sollen alles“, berichtet der studierte Sprachwissenschaftler. „Volos dürfen alles, ihre Texte und ihre Videos werden aber von Redakteuren autorisiert“, ergänzt Rogge, der auch in diesem Jahr drei Volontäre betreut. Dass diesmal keine Frau dabei ist, sei Zufall, bestimmt keine Absicht.

In der Regel werden die Volontäre beim *Mindener Tageblatt* aus den Praktikanten rekrutiert, die nach ihrem Studium zum Praktikum in die Tageszeitung kommen. „Da sehen wir, wer sich eignet und wer nicht“, sagt Rogge, der zusammen mit dem Chefredakteur in der Auswahljury sitzt. „Das Handwerkszeug für unseren Job kannst du dir aneignen. Das Brennen für den Job und auch das Talent kannst du aber niemandem beibringen“, spricht der Redakteur aus Erfahrung.

Jan Henning Rogge hat „Bock“ auf seine Leute und manchmal geht er mit ihnen ein Bier trinken und erfährt im Gespräch, was gut läuft und was nicht – manchmal auch den privaten Grund für das eine oder andere, scheinbar nicht nachvollziehbare Verhalten. „Wir sind Menschen und es gibt für alles eine Erklärung.“ Dennoch zieht er Grenzen zwischen Privatem und Beruf, er muss. Denn spätestens, wenn ein Volontariat beendet ist und der Journalismus dem Broterwerb dienen soll, zählen allein Leistung, Können, Engagement. Für alles andere gibt es dann meistens kein offenes Ohr mehr.

Foto: Alex Lehn

Die Volontäre Patrick Schwemling (l.) und Hans-Georg Gottfried Dittmann (r.) mit ihrem Ausbildungsredakteur Jan Henning Rogge (m.) im Mindener Tageblatt bei der Zeitungsanalyse.

Immer weniger junge Menschen bewerben sich um ein Volontariat. „Früher standen die Leute Schlange und mussten abgewiesen werden. Heute bist du froh, wenn sich jemand bewirbt“, sagt der Ausbildungsredakteur. Das alles liege an der mangelnden Perspektive. Medienhäuser fusionierten, Redaktionen würden geschlossen und Redakteur*innen entlassen. Doch obwohl man auch beim *Mindener Tageblatt* mit sinkender Auflage zu tun hat, scheint die Lokalzeitung ein Fels in der Brandung zu sein. Das Verlagshaus wurde modernisiert. Eine neue Druckerei wurde angeschafft. Die Zahl der Beschäftigten ist seit Jahren konstant und die Volontär*innen haben nach der zweijährigen Ausbildung gute Chancen übernommen zu werden.

Recht auf Fortbildung

„Dennoch hat die Branche einen Ruf, der zurzeit keine Zukunft verspricht“, kennt auch Rogge die Ängste jüngerer Menschen. Daher setzt er bei der Ausbildung ganz klar auf crossmedial. Der Online-Redakteur himself macht den Nachwuchs fit in Video, Schnitt, Kamera, Ton etc. „Das müssen die alles draufhaben und das Schreiben sowieso“. Das Recht auf Fortbildung einmal im Monat wird beim *Mindener Tageblatt* hochgehalten. Auch der Besuch von externen Fortbildungen ist eine Selbstverständlichkeit. Die Hospitanz in einem Medium ihrer Wahl wird den Volontär*innen ermöglicht. Allerdings beruht diese auf der Eigeninitiative der Volontär*innen: „Auch hier zeigt sich: Jeder ist seines Glückes Schmied. Aus diesem Volontariat kannst du wirklich was machen, wenn du willst.“ Rogge wünscht sich, dass es auch Fortbildungen für Ausbildungsredakteure gibt. „Gibt es aber nicht. Das ist kein Scherz.“ Er selbst wurde es, weil er sich auf die frei gewordene Position während seiner Elternzeit bewarb.

Zu dem Zeitpunkt war er bereits fünf Jahre Redakteur und hatte den ehemaligen Chefredakteur Christoph Pepper an seiner Seite. „Pepper war ein Pionier im Digitalen. Er hat die Notwendigkeit nie in Frage gestellt, eher im Gegenteil“, sagt Rogge, der auch mit seinem Hintergrund zu überzeugen wusste. Der studierte Kulturwissenschaftler und Kunstgeschichtler hatte neben seinem Studium für deutsche und italienische Film- und Fernsehproduktionen als Regieassistent gearbeitet. Kamera-, Videotechnik waren ihm bestens vertraut, auch weil er dort bei jeder möglichen Gelegenheit von den professionellen Cuttern gelernt hat. Die ab 1997 beim MT implantierten Online-Aktivitäten baute Rogge schon in der Volontärszeit crossmedial aus und entwickelte sie als Jungredakteur weiter. 2013 wurde er Ausbildungsredakteur.

In Zeiten, in denen Medien unter Generalverdacht gestellt werden und der verächtliche Vorwurf Fake News zu produzieren, salonfähig geworden ist, sei eine gute fundierte Ausbildung wichtiger denn je, betont der neue Chefredakteur des Blattes Benjamin Piel (33). „Sie ist die Zukunft, in die wir investieren. Nur so hat der Journalismus eine Chance“, sagt das Mitglied der Theodor-Wolff-Preis-Jury.

Rogges Engagement für das Cross-Mediale schlägt sich im täglichen Online-Produkt des MT nieder. Aktuelle Videos sind inzwischen selbstverständlich. Jüngst wurde das neue Videoformat „Fahrstuhlmusik“ eingeführt. Bis zu vier Künstler*innen, die in den Fahrstuhl des Verlagshauses passen, haben für die Dauer einer Fahrt nach oben 30 Sekunden Zeit, um zu musizieren und einen kreativen Minden-Bezug in ihren Texten zu liefern. Die Volontäre filmen das Ganze. „Diese Idee stammt von einem Volo“, freut sich Rogge. <<

> **„In Zeiten, in denen Medien unter Generalverdacht gestellt werden, ist eine gute fundierte Ausbildung wichtiger denn je.“**

Alles grün macht der Aufnahmeleiter

Volontariat beim SWR und Weiterbildung zum Green Consultant

Foto: SWR

Amadeus Fischer ist bisher der einzige Volontär im SWR, der die Weiterbildung über zwei Jahre zum Green Consultant absolviert hat.

Die Hotels für die Crew buchen, Fahrten disponieren, Drehgenehmigungen einholen, am Set darauf achten, dass die Zeiten eingehalten werden und das Team zusammenbleibt, kurzum alles koordinieren: Darum kümmert sich bei Film- und Fernsehproduktionen die Aufnahmeleitung. Amadeus Fischer hat im vergangenen September ein Aufnahmeleiter-Volontariat beim SWR abgeschlossen und sich außerdem noch währenddessen zum Green Consultant, also Grünen Berater, weiterbilden lassen. Deshalb sorgt er nun zusätzlich dafür, dass der ökologische Fußabdruck der Produktionen möglichst klein bleibt. So aktuell etwa beim Ludwigshafener Tatort, dessen Vorbereitungen er noch bis Ende April als Green Consultant begleitet, bevor er dann bei den Dreharbeiten zum Stuttgarter Tatort wieder als Aufnahmeleiter am Set steht.

Am Anfang Praktikant und Set-Runner

Dass er Aufnahmeleiter werden will, war für den 29jährigen schon ziemlich lange klar. Nach seiner Ausbildung zum Fachinformatiker hat er immer mal wieder bei der Produktionsfirma Kimmig Entertainment gejobbt, die hauptsächlich Shows und Unterhaltungssendungen herstellt. „Am Anfang, als Praktikant, war ich Set-Runner und Produktionsrunner, Jahre später habe ich dann für den gleichen Produzenten mal als Kabelhilfe, mal als Fahrer gearbeitet. Ich habe quasi den normalen Weg eines Aufnahmeleiters durchlaufen.“ Weil Kimmig Entertainment in naher Zukunft sogar ein duales Studium in Medien- und Kommunikationswissenschaft anbieten wollte, beschloss er, sich dafür zu bewerben und bis dahin erst einmal ein BWL-Studium anzufangen. Doch dann hat Fischer während des Studiums von einer Freundin erfahren, dass der SWR ein Volontariat in Aufnahmeleitung ausschreibt. Sie selbst hatte beim Sender ein Requisite-Volontariat absolviert. Denn neben den klassischen Volontariaten in Journalismus und Dokumentation bietet der SWR außerdem drei technisch-handwerkliche Volontariate an: Aufnahmeleitung, Requisite und Technik/Produktion, sowie ein Kommunikationsvolontariat. Mit seiner abgeschlossenen Ausbildung und den zahlreichen Praktika und Jobs bei einer Produktionsfirma brachte Fischer genau die gesuchten Voraussetzungen mit. Er bewarb sich – und bekam nur wenige Tage nach dem Vorstellungsgespräch die Zusage. Sein BWL-Studium hat er daraufhin im dritten Semester abgebrochen. Das war 2016.

Die Ausbildung zum Aufnahmeleiter beim SWR dauerte zwei Jahre, verdient hat Fischer während dieser Zeit ungefähr 1.200 Euro Netto. „In den ersten zwei, drei Monaten durchläuft man wirklich jede Abteilung im Sender, von der Malerei über die Schreinerei bis ins Büro, wo man jeweils immer ein paar Tage bis zu einer Woche bleibt. Nach den drei Monaten geht es dann richtig los, da macht man die ganzen Studiosen-

dungen mit oder den Sport oder man ist bei der ARD-Chefredaktion in Stuttgart.“ Im zweiten Jahr hätten die Volontär*innen dann ein bisschen mehr Wahlfreiheit und die Möglichkeit, sich auf bestimmte Inhalte oder Formate wie etwa Sportsendungen zu spezialisieren, erzählt Fischer.

Umdenken für nachhaltige Produktion

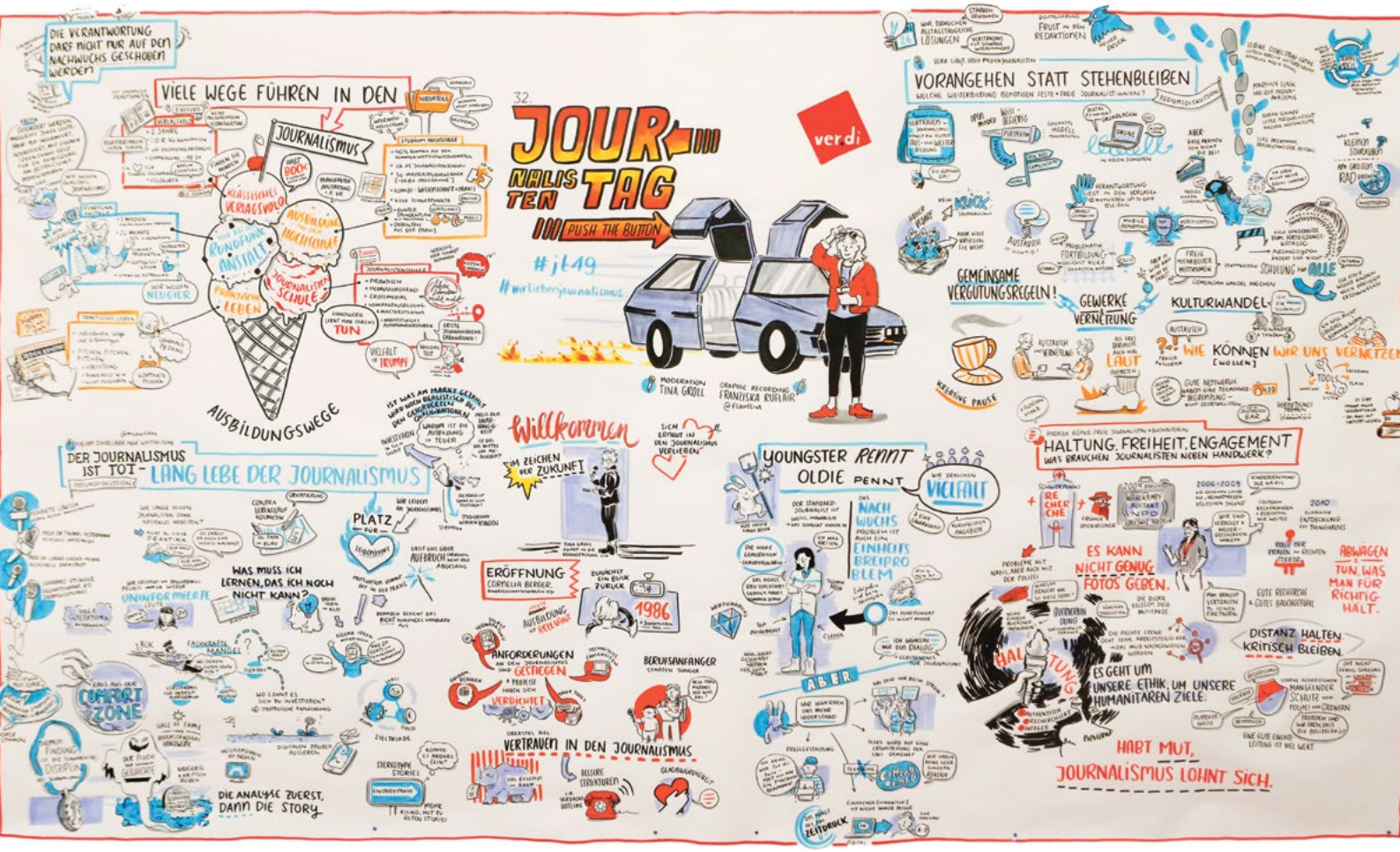
Und in eben diesem zweiten Jahr seines Volontariats wurde der junge Aufnahmeleiter von Michael Becker gefragt, wie es denn bei ihm mit dem Thema Nachhaltigkeit aussehe. Becker ist Herstellungsleiter und treibt im Sender die Bemühungen voran, künftig ressourcenschonender zu produzieren. Dafür arbeitet der SWR eng mit der baden-württembergischen Filmförderung MFG zusammen, die nicht nur einen Handlungsleitfaden für nachhaltige Produktionsweise entwickelt hat, sondern auch Workshops zu Green Production Basics anbietet. Diese Seminare hat dann auch Amadeus Fischer besucht, denn das Thema Nachhaltigkeit habe ihn schon länger beschäftigt. „In der Filmbranche sollte unbedingt ein Umdenken hin zu einer nachhaltigen Produktion stattfinden“, findet er. Tatsächlich kann ein einzelner Film unter Umständen fast so viel CO2-Ausstoß erzeugen wie der gesamte deutsche Autoverkehr in einer Stunde. Fischer ist damit bisher der einzige Volontär im Sender, der die Weiterbildung zum Green Consultant absolviert hat. „Mittlerweile hat der SWR insgesamt schon acht oder neun grüne Berater, weitere Aufnahmeleiter, Produktionsleiter und -assistenten haben die Fortbildung bei der MFG ebenfalls gemacht.“ Als Green Consultant, etwa beim Tatort, analysiert Fischer nun während der Vorbereitungen zum Dreh, wo es ökologisches Sparpotenzial gibt: „Sind die Hotels grün, müssen immer alle Autos mitfahren oder kann man Fahrgemeinschaften bilden? Welche Technik hat das Haus zur Verfügung und kann auch eingesetzt werden, zum Beispiel LED-Technik. Um Plastik zu vermeiden, müssen Wasserstationen besorgt werden. Und man versucht, das Catering zumindest grün anzuhauchen, etwa durch einen Veggie-Tag.“ Letzteres gestalte sich dabei übrigens am schwierigsten, verrät Fischer. Denn: „Das muss man natürlich auch beim Team abfragen, ob sie denn überhaupt einen vegetarischen Tag wollen. Und aus meiner Erfahrung finden die das eher nicht so toll.“ Und letztlich sei natürlich alles auch immer eine Frage des Budgets, das man vom SWR für grüne Methoden zugestanden bekomme.

Wenn sein aktueller Jahresvertrag ausläuft, plant Fischer übrigens, als freier Filmschaffender erst einmal andere Unternehmen kennenzulernen, „aber man weiß ja nie, was sich bis zum Herbst noch so ergibt.“

Monique Hofmann <<

Graphic Recording

Während des 32. Journalistentages zur Aus- und Weiterbildung protokollierte Franziska Ruflair die Debatte mit dem Filzstift und hinterließ ein Kunstwerk, 3 x 2 Meter groß. (Foto unten: Jan-Timo Schaube)



Für eine wachsende Leidenschaft

Vermittlung von Handwerk und Verantwortungsbewusstsein gegenüber der Öffentlichkeit

„Ich glaube, es gab noch nie eine Zeit, in der angesichts von Fake News und Schlechtmacherei Journalismus so wichtig war.“ Leidenschaftlich warb Journalismusprofessor Thomas Hestermann, für diesen Beruf „voller Faszination, voller Herausforderungen, auch voller Risiken“. Er war einer von vier Ausbilder*innen, die während des jüngsten ver.di-Journalistentags über Qualifizierung und Berufschancen des Nachwuchses diskutierten.

Hestermann, der an der privaten Macromedia-Hochschule in Hamburg lehrt, sagte: „Wenn ich jetzt Anfang zwanzig wäre, würde ich diesen digitalen Zauber ausleben.“ Er schwärmte von der *Stuttgarter Zeitung*, die von Umweltschützern gemessene Schadstoffwerte erfasst und Roboterjournalismus nutzt, um daraus täglich für alle Stadtteile Info-Texte zu generieren. Damit habe sie einen Lokaljournalistenpreis gewonnen. „Wenn junge Leute die digitale Welt entdecken und intelligent mit Daten arbeiten, wenn jemand mit solchen Projekten und Ideen um die Ecke kommt, hat das nach wie vor den Heiligenschein des Neuen“, so Hestermann: „Da öffnen sich viele, viele Türen“.

Gute Berufschancen

Einig waren sich alle, dass sich die Berufschancen für Journalist*innen insgesamt verbessert haben, weil auch die Medien wegen des demografischen Wandels Fachkräfte suchen. Verlage und Rundfunkanstalten merkten inzwischen, dass es nicht so viele Nachwuchsjournalist*innen gibt, „die mehrere Plattformen und Erzählweisen beherrschen, die sehr gut recherchieren können, flexibel sind, die Dinge entwickeln und gut prüfen, die in Teams zusammenarbeiten können“, so Henriette Löwisch, Leiterin der Deutschen Journalistenschule in München (DJS). Onlinejournalismus-Professor Lorenz Lorenz-Meyer von der Hochschule Darmstadt nannte eine „zweite Qualifikationsschiene“, die „wirklich auch eine große Nachfrage hat“: Strategie- und Format-Entwicklung. Das Thema „Research und Development im Journalismus“ sei aber „ein bisschen unterrepräsentiert in den Ausbildungsgängen“, meinte er selbstkritisch.

Henriette Löwisch, Leiterin der Deutschen Journalistenschule in München (DJS).

Onlinejournalismus-Professor Lorenz Lorenz-Meyer von der Hochschule Darmstadt

Fotos (4): Jan-Timo Schaube

Wie wichtig es ist, neben dem praktischen Handwerk auch Verantwortungsbewusstsein gegenüber der Öffentlichkeit zu vermitteln, zeigte sich am Umgang der Ausbildungsinstitutionen mit dem Fall Claas Relotius, dem einstigen Storytelling-Star beim *Spiegel*, der seine Reportagen durch Auslassungen und Verfälschungen schönte. Leonard Ottinger, Geschäftsführer der RTL-Journalistenschule sagte: „Bei uns wird Herr Relotius jetzt Michael Born ablösen.“ Im nächsten Seminar Ethik und Qualität werde anhand der Fälle über Verfehlungen im Journalismus diskutiert und welche Schlussfolgerungen Redaktionen daraus gezogen haben. Ottinger: „Das Thema Recherche haben wir schon lange und umfänglich auf unseren Lehrplänen, Verifizierung und Factchecking ist dazugekommen.“

Lorenz-Meyer befürchtete: „Wir werden irgendwann den nächsten Relotius haben und dann werden wir uns wieder furchtbar aufregen. Aber diese Skepsis, gegenüber dem Storytelling und der Mode des Storytelling ist angebracht, denn mit Storys kann man eigentlich jede journalistische These belegen. Man muss sich nur das richtige Beispiel aussuchen.“ Auch Hestermann warnte vor dem „Fluch des Narrativen“: „Ich glaube, da ist es wichtig, neugierig zu bleiben, viel-

leicht auch mal zu sagen, ich muss die Geschichte beerdigen, so dramatisch ist es nicht. Oder der Alarm liegt woanders, aber nicht in der ersten Annahme." DJS-Leiterin Löwisch schätzt die Diskussionen, die der Fall Relotius auch bei ihren Schüler*innen ausgelöst hat, dass dem „Primat des schönen Erzählens jetzt wieder stärker das Primat des Prüfens und der Fakten entgegengesetzt wird".

Keine klare Zielvorstellung, nur „irgendwas mit Medien"

Angehende Journalist*innen bringen recht unterschiedliche Motivationen und Voraussetzungen mit, wenn sie eine Ausbildung beginnen. Der Darmstädter Professor Lorenz-Meyer meinte, anders als an den Journalistenschulen, wo sehr viele für den Beruf brennen, gebe es an Hochschulen manchmal Leute, die keine klare Zielvorstellung hätten und „irgendwas mit Medien studieren" wollten. Seiner Erfahrung nach sei es deshalb wichtig, „diese Leute sehr früh darauf zu bringen, in sich hinein zu horchen, dass sie ihr Thema finden und auch die Plattform finden, die ihre ist. Dann entsteht tatsächlich so etwas wie eine wachsende Leidenschaft." Im ersten Semester gebe es in Darmstadt deshalb eine Veranstaltung, in der Ehemalige über ihre Karrierewege berichten. Eine von ihnen war „Dunja Sadaqi, die jetzt das Studio Rabat der ARD übernimmt und erzählte, sie habe sich immer Einjahresziele gesetzt." Thomas Hestermann hatte drei Ziele, als er in den Journalismus ging: Spaß, Ruhm und Geld. Tatsächlich hatte er alles unter einen Hut bekommen, als er bei Phoenix eine Talksendung entwickelte: „Die hat Spaß gemacht, es war gut fürs Renommee und auch noch gut bezahlt."

Manchmal sind die Ausbilder*innen verwundert, wer Journalist*in werden will. So berichtete Leonard Ottinger von RTL-Bewerbungsgesprächen, in denen sich „ein gewisser Grad der Uninformiertheit" bei Kandidat*innen zeige. Auf die Frage nach Themen, die sie gerne bearbeiten wollen, komme „bei vielen eine tolle Idee, aber bei einigen gar nichts. Da sind wir ein bisschen erstaunt, dass man sich da nicht vorbereitet hat." Auch Henriette Löwisch machte diese Erfahrung: "Das Witzige ist, die Leute bereiten sich vor auf die Frage „Warum willst du Journalistin werden". Aber auf genau die Frage: „Wenn du jetzt eine Geschichte machen könntest, worüber würdest du sie machen", haben sie sich komischerweise nicht vorbereitet."

Auch viele Praktika im Vorfeld der Bewerbung können sich als kontraproduktiv erweisen. Ottinger schätzt zwar längere Praxiserfahrungen, aber viele kurze Praktika gelten bei ihm als verdächtige „Lebenslaufkosmetik". Auch Löwisch kritisiert viele Praktika, die vor dem Volontariat oder vor der Journalistenschule gemacht werden. „Sie sind nicht so wertig. Die Leute dürfen da gar nicht viel machen." Außerdem würden Praktika meist nicht bezahlt: „Wie viele Jahre sollen eigentlich junge Journalistinnen und Journalisten kostenlose Arbeitskräfte sein, ehe sie dann tatsächlich entlohnt werden für ihre gute Arbeit?"

Ausbildung als Luxusgut

Während an der Hochschule Semestergebühren bezahlt werden müssen, die DJS vollen Einsatz, aber kein Geld verlangt und RTL unter Volontärstarif 1.000 Euro monatlich zahlt, verlangt die private Macromedia 890 Euro pro Monat von den Studierenden. Wer könne sich das leisten, fragten sich viele im Publikum. Und wie solle Vielfalt in den bürgerlich-homogenen Redaktionen verwirklicht werden, wenn junge Menschen aus ärmeren Familien keine Chance haben, weil ihnen das Geld fehlt und ihre Eltern *Bild* statt *Die Zeit* lesen? Stereotype Geschichten, mediale Einfalt, die Unterrepräsentation der Arbeitswelt in den Medien – all das werde durch die journalistische Ausbildung reproduziert, denn "die Volontäre kommen eher aus dem Bürgertum."

Das Geld, das für die Ausbildung aufgewendet werden muss, sei „natürlich auch schon ein Filter. Da müssen wir uns nichts vormachen", so Leonard Ottinger von RTL. „Bei uns gibt es tatsächlich auch ein paar Studenten, die aus reichen Familien kommen", gestand Macromedia-Professor Hestermann. Viele würden aber auch Kredite aufnehmen. Man könne sich angesichts von Alternativen ja auch überlegen, ob man in eine private Hochschule investieren wolle und verglich das mit einer selbst finanzierten Reise: „Ich weiß zwar nicht genau, ob mir jemand eine Reportage abkauft, aber ich bin von der Geschichte überzeugt. Ich mache das jetzt einfach." Er glaube, zu einer journalistischen Ausbildung und Karriere gehöre „Anstrengung und Investition".

Bärbel Röben <<

Thomas Hestermann (rechts) lehrt an der privaten Macromedia-Hochschule in Hamburg

Leonard Ottinger (unten), Geschäftsführer der RTL-Journalistenschule

Das iPhone allein tut es nicht

Schulungsfahrplan für mobile Reporter bei der Märkischen Allgemeinen

Zuerst kamen mal die Laptops. Das Prinzip „online first“ soll in den Redaktionen der Mediengruppe Madsack auch durchgesetzt werden, indem alle Redakteur*innen, die Außentermine wahrnehmen und Geschichten recherchieren, mit Hard- und Software zum mobilen Arbeiten ausgerüstet werden. Seit dem vergangenen Frühjahr sind diese Veränderungen bei der *Märkischen Allgemeine Zeitung (MAZ)* in Potsdam und dem Umland im Gange. Ziel: Die Reporter*innen sollen Artikel, Fotos und Videos für Online und Print auch von unterwegs zuarbeiten und selbst veröffentlichen. Neben Arbeitszeitregelungen, Klärung von Rechts- und Versicherungsfragen sowie geeignetem Gesundheitsschutz waren es vor allem Schulungen, die Betriebsrat und Beschäftigte forderten, als die *MAZ* derart „mobil“ machte.

Längst nicht alles ist seither geklärt. Doch wurden alle festangestellten Reporter*innen mit eben jenen Laptops und iPhone 8 ausgerüstet. „Endlich muss niemand mehr private elektronische Geräte nutzen. Und alle haben dennoch einen festen Arbeitsplatz mit großem Bildschirm in den Büros“, erklärt Betriebsratsvorsitzende Karin Wagner. Wermutstropfen: Pauschalist*innen und Freie brauchen weiter ihre eigene Technik.

Online frisst zusätzlich Zeit

Einen offiziellen „Schulungsfahrplan“ gab es schließlich auch, zu den Schulungsterminen waren die Freien vor Ort sehr wohl eingeladen, quasi in ihrer Freizeit. Zu bislang zwei Terminen unter der Überschrift „Texten fürs Web“ reiste speziell ein Trainer vom Madsack Medien Campus an, der an fünf Standorten die Reporter*innen schulte. In Potsdam und in den Regionalbüros in Brandenburg/Havel, Neuruppin, Oranienburg und KönigsWusterhausen wurden über 100 Festangestellte, einige Volontäre und darüber hinaus zahlreiche Freie Inhouse-qualifiziert – erstmals im Herbst vergangen Jahres, ein halbes Jahr, nachdem die Laptops kamen. Im Januar/Februar folgte jetzt die nächste Runde, an zwei Arbeitstagen jeweils vier Stunden Schulung.

Ein „ganz schöner Kraftakt, aber wichtig und wertvoll“ sei das gewesen, sagt Lokalreporter Helge Treichel aus Oranienburg. Denn die Zeitungsseiten füllen und online berichten, das übernahm an diesen Tagen niemand anderes. Die Schulungsinhalte seien aber praxisnah und sinnvoll gewesen: „Was macht einen Digital-Text lesenswert?“ Wie unterscheidet er sich von Print-Beiträgen? wurde debattiert und geübt. Es gab Informationen über das Online-Nutzungsverhalten der Leserschaft oder rechtliche Hintergründe zur Datensicherheit. Im Mittelpunkt stand allerdings Fachlich-Praktisches: Wie entwickelt sich eine Geschichte? Es wurde simuliert, wie auf den verschiedenen Kanälen angemessen über den „Waldbrand in Treuenbrietzen“ zu berichten sei. Das Reporter-Tool dafür zu handhaben und mit unterschiedlichen Dateiformaten umzugehen war Übungsziel. Für die Online-Bearbeitung von Fotos und Videosequenzen brauchte es noch eine Extra-Schulung, in der man Regeln lernte, aber auch probieren konnte, sagt Treichel. Er wisse jetzt zwar, wie er mit dem Handy Filmsequenzen aufnehmen und zu einem Video zusammenschneiden könne. Die Kehrseite jedoch: „Das ordentlich zu machen, fordert zusätzlich Zeit und Aufwand. Wenn wir außerdem täglich die Online-Berichterstattung betreuen und mehrere Facebook-Gruppen im Blick behalten, dort Links zu unseren Beiträgen posten, dann schrumpft die Zeit, in der wir unsere klassische Arbeit als Zeitungs-Berichterstatter machen, immer mehr zusammen.“ Gegenseitige Hilfe hinsichtlich mancher technischen Einrichtungen und Tricks sei unumgänglich.

Nach dem, was bei ihr an Respons ankomme, stelle die rein handwerklich-technische Schulung ein „gewisses Manko“ dar, ist Karin Wagner überzeugt. „Man verlässt sich darauf, dass jeder ein Smartphone bedienen kann. Doch längst nicht alle sind Digital Natives, Nutzerverhalten und Interessen variieren.“ Sie bewundere jedoch viele gestandene Reporterkolleg*innen, „was sie trotz zunehmender Belastung auch im Digitalen leisten“. In der monatlichen Auswertung der Online-Aktivitäten kann die Chefredaktion beispielweise über großes Publikumsinteresse für den Liveticker von einer Bombenentschärfung in Potsdam, von Blaulichtmeldungen und Top-Fotostrecken berichten. Das müsse ja alles geliefert werden – wohlgemerkt mit stets knappem Personal, sagt Wagner. Der Dienstplanung komme deshalb weiter zunehmende Bedeutung zu. Die Betriebsratsvorsitzende hat ein Auge darauf, dass für die Journalist*innen das Arbeitszeitgesetz eingehalten und Mehrarbeit möglichst zeitnah mit Freizeit ausgeglichen oder vergütet wird. Doch über eine schon lange verhandelte Betriebsvereinbarung zur Ar-

beitszeit debattiere man inzwischen in der Einigungsstelle. Verpflichtende und verbindliche Dokumentation von Arbeitszeiten ist der bisher ungelöste Streitpunkt.

Mobiles Arbeiten werfe weitere Fragen auf: Was bedeutet es, zeitweise – etwa abends nach Terminen – von zu Hause aus zu arbeiten, sowohl versicherungstechnisch als auch mit Blick auf den Arbeitsschutz? Und dann seien da noch Datenschutzprobleme, die bei künftigem Arbeiten in der Cloud noch dringlicher werden. Dafür bereite, so Wagner, der Konzernbetriebsrat gerade eine Vereinbarung für die gesamte Mediengruppe vor.

Externen Sachverstand nutzen

Den Blick über den Tellerrand hält sie auch in der vertiefenden Phase der bei der *Märkischen* laufenden psychischen Gefährdungsanalyse für wichtig. Nach einer Belegschaftsbefragung und ihrer Auswertung 2018 stehen nun Interviews und Workshops an. „Das möchte unsere Geschäftsführung gern komplett intern machen." Die Betriebsräte wollen aber den Sachverstand des Beratungsinstituts „innsicht" einbeziehen, das bislang schon beteiligt war. „Belastung und Kommunikation in den redaktionellen Bereichen werden ein Schwerpunkt sein, das ist ganz klar", so die Betriebsratschefin. Mit Einführung neuer Software seit 2015/16 manifestierte sich die Funktionsaufteilung zwischen eher technischen Desk-Redakteur*innen und den zunehmend mobilen Reporter*innen. Dass war auch mit unterschiedlichen Zugriffsrechten verbunden. So hätten sich ungewollt Hierarchien etabliert – „obwohl alle am gleichen Produkt arbeiten". Da sei Handlungsbedarf. Im paritätisch besetzen Steuerungskreis des Projekts wollen die Arbeitnehmervertreter*innen nun durchsetzen, „dass wissenschaftliche Expertise und Außensicht eingebracht werden".

Helma Nehrlich <<

www.akademie-fuer-publizistik.de
www.abp.de

Zunehmender Trend zu Inhouse-Seminaren

Zum Thema Weiterbildung in den Redaktionen lassen sich große Verlagshäuser nach den Erfahrungen einer M-Umfrage ungern in die Karten schauen. „Zahlen stellen wir nicht zur Verfügung", erklärte etwa Cornelia Seinsche von der DuMont-Unternehmenskommunikation – eine der wenigen, die überhaupt antwortete. Sie beschrieb die Weiterbildungsprogramme in der DuMont Lernlandschaft mit den Säulen: Management Akademie, Career-Center und Wissens-Netzwerk. Innerhalb dieser Bereiche stünden vom individuellen Trainingsangebot mit internen und externen Spezialisten, individuellen Programmen beispielsweise für Talente bis hin zu hochwertigen Führungskräfteprogrammen und Studytours völlig unterschiedliche Angebote bereit – allerdings ausschließlich für „unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter".

Die Madsack Mediengruppe erklärt, dass das Unternehmen mit der Gründung des Madsack Medien Campus (MMC) im März 2017 einen „einzigartigen Weg in der Aus- und Weiterbildung eingeschlagen" habe. Dafür sei eines der umfangreichsten Digital-Publishing-Programme bundesweit initiiert worden, mit dem fast 800 Redakteur*innen systematisch weitergebildet würden. „Wir sehen diese umfassende Weiterbildung unserer Journalistinnen und Journalisten als zentralen Baustein inmitten der digitalen Transformation unserer regionalen Tageszeitungsmarken und als Investition in die erfolgreiche Zukunft der Madsack Mediengruppe", so Unternehmenssprecher Markus Hauke.

Maßgeschneiderte Angebote

Zu Ausrichtung und inhaltlichen Schwerpunkten erkundigten wir uns bei Weiterbildungsakademien. So meint Dr. Robert Arsenschek, Direktor der Akademie der Bayerischen Presse (ABP), dass nun auch „die Medienbranche die Bedeutung von Weiterbildung zunehmend erkennt". Nachfrage sieht er bei allem „was mit Digitalen zu tun hat, bei Mobile Reporting" und ähnlichen Themen. Medienübergreifendes Handwerk, etwa „crossmediales Arbeiten, Produzieren für verschiedene Kanäle, Videoschulungen und Schreibseminare" nennt Direktorin Nadja Stavenhagen von der Akademie für Publizistik in Hamburg als besonders begehrt. Der überwiegende Teil der Festangestellten besuche die Seminare im Auftrag ihrer Arbeitgeber, sagen beide, wobei Arsenschek beobachtet, „dass der Wille zur Weiterbildung in den einzelnen Medienhäusern unterschiedlich stark ausgeprägt sei und mitunter bei den Verlagsleitungen mehr als in den Redaktionen". „Explosionsartig" sieht er die Nachfrage nach Inhouse-Seminaren gestiegen, was vorrangig mit den Kosten zu tun haben dürfte. Auch Stavenhagen betont die Möglichkeit, Seminarinhalte für ganze Redaktionen oder Abteilungen auf den konkreten Bedarf zuzuschneiden. Doch führen die Hamburger den größten Teil ihrer Seminare noch in der Akademie durch. Das ermögliche den Austausch und gemeinsames Lernen von Teilnehmer*innen aus verschiedenen Arbeitsbereichen oder Redaktionen. Den Blick über den Tellerrand und Vernetzung schätzen auch Teilnehmer*innen verlagsübergreifender Seminare in München.

Die Hanseaten bieten dank einer Kooperation mit der Stiftung der Hamburger Presse die Aktion «Halbe Miete» als Sonderkondition für Freie. Die Seminarteilnahme freier Journalist*innen kann dadurch mit bis zu 250 Euro gefördert werden. So etwas gibt es in Bayern nicht. Lediglich spezielle Freienseminare, etwa zur Existenzgründung, sind hier 25 Prozent preiswerter buchbar.

neh/sus <<

Online-Schule für Journalisten gestartet

Low-Cost-Weiterbildung in der „Reporterfabrik“ von Correct!v

„Anwohner protestieren gegen den kommenden Baulärm und den Abriss eines schönen Altbaus; gleichzeitig würde der Neubau mehr Wohnraum schaffen für viele Leute, die in die Gegend ziehen wollen. Stellen Sie sich vor, Sie sollen für eine Lokalzeitung eine Reportage über diesen Konflikt schreiben. Wie könnte ein guter Texteinstieg aussehen?“ Vor diese Aufgabe stellt mich der Workshop „Wie man schlechte Texte rettet“ der Ende Januar gestarteten „Reporterfabrik“ des Recherchebüros Correct!v in Berlin. Die Web-Akademie für Journalismus „richtet sich an alle interessierten Bürgerinnen und ▼ Bürger, besonders an Schüler, Blogger, Autoren und an Journalisten“, so Correct!v-Gründer David Schraven, der die „Reporterfabrik“ zusammen mit dem ehemaligen *Spiegel*-Redakteur Cordt Schnibben entwickelt hat. Getragen wird die Lernplattform von Correct!v in Kooperation mit der Journalistenplattform „Reporterforum“.

In rund 100 Workshops mit über 1.200 Tutorials, mehr als 120 Podcasts, dem Schulangebot Reporter4You sowie einer Schulbörse wollen „Reporterfabrik“-Geschäftsführer Schraven und Akademie-Leiter Schnibben mit dem Online-Angebot Medienwissen und journalistisches Handwerk vermitteln. Unterstützt werden sie dabei nicht nur von einem dreizehnköpfigen Mitarbeiter*innen-Team, sondern auch von einem Kuratorium aus prominenten Vertreter*innen der Öffentlichkeit wie Bernhard Pörksen von der Uni Tübingen oder Mathias Müller von Blumencron aus der Chefredaktion des *Tagesspiegels*.

Außerdem helfe ein Fachbeirat aus 17 Expert*innen verschiedener Bereiche, darunter Stephan Weichert von der Hamburg Media School und Medienpädagogin Kathrin Joswig, bei der Entwicklung der Lehrstoffe und der Auswahl der Dozent*innen, erklärt Schnibben. ▼

Reporterfabrik
Workshop 221
Sich selbständig machen
CHRISTIAN HUMBORG / DAVID SCHRAVEN
Beginnt: Online seit Dez, 2019

REPORTERFABRIK
WEBAKADEMIE DES JOURNALISMUS

Reporterfabrik
Workshop 403
Masterclass Chefredakteur
GIOVANNI DI LORENZO
Beginnt: Online seit Nov, 2019

Reporterfabrik
Workshop 301
Politische Reportage
MARKUS FELDENKIRCHEN / KEVIN KÜHNERT
Beginnt: Online seit Jan, 2019

Reporterfabrik
Workshop 205
Schreibregeln für gutes Deutsch III
WOLF SCHNEIDER
Beginnt: Online seit Nov, 2019

Reporterfabrik
Workshop 404
Masterclass Dramaturgie
DORIS DÖRRIE
Beginnt: Online seit Jan, 2019

Das Workshop-Angebot ist in vier Lehrstufen unterteilt. Los geht es mit den Basics im ersten Level „Was ist Journalismus“. Hier kann ich zum Beispiel lernen, wie man Bloggerin wird, was mein Smartphone alles kann oder mich mit den Grundlagen des Presserechts vertraut machen. Lehrstufe zwei will vermitteln, was ein Journalist alles können muss, etwa gute Titel und Vorspänne schreiben, Nachricht und Kommentar auseinanderhalten, gute Interviews führen oder richtig recherchieren. Was Journalist*innen können sollten, kann sich, wer es nicht kann, in der Lehrstufe drei aneignen. Dazu gehören zum Beispiel die politische Reportage, der mobile Videoschnitt, gute TV-Reportagen ››

oder aus Daten Stories zu generieren. Und wer es ganz genau wissen will, kann sich im vierten Level in sogenannten Masterclasses zu verschiedenen Textgattungen wie Reportage, Interview oder Essay sowie zu Techniken und Formaten den letzten Feinschliff holen.

Die einzelnen Workshops bestehen aus Video-Tutorials, dazugehörigen Aufgaben, einem Diskussionsforum und zusätzlichem Material als Download. So erklären mir im Kurs „Wie man schlechte Texte rettet“ die *Welt*-Redakteur*innen Jennifer Wilton und Marc Neller in einem Video, mit welchen Methoden man einen guten Einstieg hinbekommt und welche Stolpersteine es dabei zu vermeiden gilt. In mehreren Aufgaben kann ich testen, ob ich das Wichtigste auch erfasst habe und mich im Forum mit anderen Kursteilnehmer*innen über meinen selbst geschriebenen Texteinstieg austauschen. Handouts zu den einzelnen Kapiteln ergänzen die in den Tutorials besprochenen Themen. Manche der Kurse sind kostenlos, andere kosten fünf, fünfzehn oder maximal 25 Euro. Zu den Dozent*innen gehören Doris Dörrie, Moritz von Uslar, Stefan Aust, Sandra Maischberger oder Carolin Emcke. Eine Vergütung erhalten diese in der Regel nicht, sagt Schraven, denn dann wäre das Projekt nicht finanzierbar. „Nur in wenigen, begründeten Ausnahmefällen haben wir ein bescheidenes Honorar gezahlt“.

Wer sich auf der Lernplattform registriert hat, kann praktisch sofort loslegen. Doch nur, wer einen Workshop kauft, hat auch Zugang zum Angebot von „Reporter2Go“, in dem Journalist*innen in mehr als 120 Podcasts über ihre Arbeit in Print-, Online- und TV-Redaktionen berichten und Tipps etwa für freie Reporter*innen, zu Themensuche und Recherche oder zu Genres und Formaten geben. In den ersten drei Wochen nach Start der der Web-Akademie hätten sich über 4.000 Teilnehmer*innen in die Workshops ein geschrieben, sagt Friederike Hoppe aus dem Team der „Reporterfabrik“. Zwar werden bei der Anmeldung auf der Website Informationen wie der Bildungsgrad oder die Motivation optional abgefragt, wie viele der Kursteilnehmer*innen über einen journalistischen Background verfügen, könne man jedoch zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht sagen, so Hoppe. Eine Evaluation sei aber auf jeden Fall geplant.

Finanziert wird die „Reporterfabrik“ größtenteils über Spenden. Zu den Förderern gehören die Telekom, Facebook, die Bosch-Stiftung, die LfM-Stiftung „Vor Ort NRW“ und die Stadt Hamburg. Weitere Spender*innen und Förder*innen sind willkommen. Eine Bundesförderung habe man bisher nicht beantragt, erklärt Schraven auf Nachfrage, schließt aber nicht aus, dass man das in Zukunft noch tun werde. Immerhin hat es sich die „Reporterfabrik“ mit dem Angebot „Reporter4You“ ja auch zur Aufgabe gemacht, Schüler*innen und Lehrer*innen die Grundlagen des Journalismus und mehr Medienwissen zu vermitteln.

In vierzehn Modulen wird dort erklärt, wie man Fake News erkennt, wie man richtig recherchiert, was eigentlich Urheberrecht ist und wie man auf digitalen Plattformen wie Facebook seine Privatsphäre schützen kann. Zu Reporter4You gehört aber auch die Schulbörse, eine Datenbank, für die sich Journalistinnen und Journalisten registrieren können, die an Schulen über ihre Arbeit sprechen wollen. „Zwei Dutzend Schulbesuche sind bereits organisiert“, sagt Hoppe. Um das Angebot bekannter zu machen und an die Schulen zu bringen, sei für den Tag der Pressefreiheit am 3. Mai außerdem eine Aktion geplant, bei der in Zusammenarbeit mit der Deutschen Journalistenschule (DJS) in München, vielen weiteren Journalistenschulen sowie Organisationen viele Journalist*innen ihre ehemaligen Schulen besuchen.

Monique Hofmann <<

Beispiele der Webakademie reporterfabrik.org

Anzeige

HERBERT VON HALEM VERLAG

http://www.halem-verlag.de

Hektor Haarkötter
Journalismus.online
Das Handbuch zum Online-Journalismus
Praktischer Journalismus, 104
2019, 424 S., 165 Abb., Broschur, 240 x 170 mm, dt.

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

Egbert van Wyngaarden
Digitale Formatentwicklung.
Nutzerorientierte Medien für die vernetzte Welt
Praxis Film, 95
2018, 400 S., 130 Abb., 7 Tab., 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-1118-6
ISBN (PDF) 978-3-7445-1951-9

Marion Steinbach
Crashkurs Public Relations.
In 9 Schritten zum Kommunikationsprofi
PR *Praxis*, 30
2019, 2., leicht überarbeitete Auflage, 288 S., Broschur, 185 x 120 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-7445-1955-7
ISBN (PDF) 978-3-7445-1956-4

Filmstab unter Druck

Arbeitsbelastung treibt Beschäftigte in andere Jobs

Die Filmbranche beklagt einen Nachwuchsmangel in den meisten Gewerken der Filmherstellung. Für die vollen Auftragsbücher der Produzenten fehlt es zusätzlich an ausreichend qualifiziertem Fachpersonal, insbesondere bei den Aufnahmeleiter*innen. Die kehren ihrem Beruf zunehmend den Rücken. Der Arbeitsschutz spielt dabei eine wesentliche Rolle.

Was den Nachwuchsmangel in der Filmbranche betrifft, ist man sich von allen Seiten einig, es liege am demographischen Wandel. Laut ver.di-Publik ist es auch ein hausgemachtes Problem der Produzenten. Es gibt für viele Gewerke keine Ausbildung, es sind vor allem Quereinsteiger, die sich bislang mit zwei Praktika, fünf Assistenzen über etwa vier bis fünf Jahre bis zu ihrem Beruf hochgearbeitet haben. Seitdem auch für Praktikant*innen der Mindestlohn gilt, sparen viele Produzenten und besetzen zu wenige Praktikumsstellen. Das hat nach sich gezogen, dass es heute zu wenige Assistenzen in den Gewerken gibt, dem Pool für die künftigen Fachkräfte. In der *Süddeutschen Zeitung* gab Bavaria-Film-Geschäftsführer Franckenstein kürzlich zu, dass es auch an den Arbeitsbedingungen in den Berufen liege, denn befristete Arbeitsverträge, lange Arbeitstage und projektbezogene Einsatzorte begünstigten nicht unbedingt eine ausgeglichene Work-Life-Balance.

Gleichzeitig beklagen die Produktionsfirmen einen Fachkräftemangel. Das Schlagwort ist allzu bekannt aus Branchen wie dem Gesundheitswesen. Die Unternehmen nutzen es, um von den überwiegend schlechten Löhnen und Arbeitsbedingungen der Beschäftigten abzulenken. Das betrifft in der Filmproduktion ebenfalls die Gagen in bestimmten Gewerken, vor allem aber die Überschreitung der Tageshöchstarbeitszeit von zwölf Stunden pro Drehtag. Zuletzt hatte die UFA, die bekannt ist für Produktionen wie „Kudamm 56/59“ und „Charité“, sogar entschieden, die Beitragszahlungen für die Pensionskasse Rundfunk, die paritätische Altersversorgung für Freie bei Film und Rundfunk, zu beenden. Die ver.di FilmUnion konnte die UFA jedoch zu einem Verbleib in der Pensionskasse bewegen.

Gerade die Streaming-Portale machen den Produzenten Konkurrenz: Amazon, Netflix & Co. greifen ihnen das erfahrene Personal ab. Eine Staffel für eine Serie kann bis zu 100 Leute über neun Monate an einen Dreh binden, und das mit geregelteren Arbeitszeiten als bei vielen Spielfilmproduktionen. „Insbesondere in den Gewerken der Aufnahmeleiterberufe, Filmgeschäftsführer, Tonangler und deren Assistenzen herrscht ein Mangel“, sagt Ingo Weerts von der ver.di FilmUnion in Köln. „Dies wird auch aus München bestätigt. Die Gagen sind aufgrund der angespannten Lage hier in Köln sogar gestiegen“, berichtet Weerts. Doch habe sich nicht nur wegen der dünnen Personaldecke die Arbeitsverdichtung für die Filmschaffenden erheblich erhöht. Dies liege auch an der zu kurzen Drehzeit. In der Tat ist die Drehzeit eines Neunzigminüters seit Jahren von 28 Drehtagen auf inzwischen 21 gesunken.

Von allen Seiten hört man, dass sich Filmschaffende um die vierzig aus ihren Berufen zurückzögen, so gingen Filmgeschäftsführer in Steuerkanzleien und Aufnahmeleiter in die Werbung. „Viele Altgediente steigen wegen eines Burnouts aus“, meint Ingo Weerts. Nun fehlen aber gerade die Erfahrenen und Qualifizierten beim Dreh. „Wir kennen das Problem“, sagt Oliver Castendyk, Wissenschaftlicher Direktor und Mitglied der Geschäftsleitung in der Produzentenallianz. „Allerdings sehen wir auch, dass hier ein differenzierter Blick je Gewerk vonnöten ist, um genau an den richtigen Stellen tätig zu werden. Wir denken daher über eine Mitgliederumfrage dazu nach. Um auch in der Politik etwas bewirken zu können, braucht es verlässliche Daten.“

Im Sommer ist Hochsaison beim Dreh in Berlin und Umgebung.

Nun ist der Politik der Mangel an Filmschaffenden für das derzeitige Produktionsvolumen bereits aufgefallen. Und auch deren Ursachen: So sei 2018 die Einhaltung sozialer Standards als Kriterium bei der Produktionsförderung von Filmen aufgenommen worden, vermeldet die MFG Filmförderung Baden-Württemberg. „Seit letztem Mai müssen Antragsteller*innen erklären, ob sie branchentarifvertragliche oder entsprechende soziale Standards einhalten. Falls ihnen dies nicht möglich ist, bedarf es einer Begründung.“ Das Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst erklärt, dass dies in Zukunft auch für die Förderung durch die HessenFilm GmbH gelten solle.

„Die Lage in Hamburg ist sehr angespannt, besonders im Bereich Aufnahmeleitung“, berichtet Tina Fritsche von der ver.di FilmUnion. Man hört, dass sich vor allem Aufnahmeleiter*innen aus dem Beruf zurückziehen. Warum? „Die Kollegen verlassen vor allem wegen der schwierigen Arbeitsbedingungen ihren Beruf. Während die Ansprüche an sie seit Jahren stei-

Foto Medienboard.de

gen, werden die Vorbereitungszeiten im Gegensatz dazu immer kürzer“, sagt Martin Hartmann, der seit 12 Jahren als Erster Aufnahmeleiter (AL) in Köln arbeitet. „Außerdem wird gerade bei uns die Tageshöchstarbeitszeit und die tariflich vereinbarte Mehrarbeitsvergütung oft umgangen.“

Die Berufe in diesem Bereich sind ausgesprochen komplex: Der Erste AL gehört zum Team im Produktionsbüro und ist vor und während der Drehzeit zuständig für die Dispo von Personal und Technik an den verschiedenen Motiven. Logistische und kaufmännische Kompetenz ist entscheidend, immer in Abstimmung mit den künstlerischen Präferenzen der Regie. Deswegen erstellen Erster AL und Regie-Assistenz im Vorfeld gemeinsam den Drehplan. Der Set-AL ist am Drehort präsent und sorgt für den planmäßigen Ablauf der Dreharbeiten. Dagegen kümmert sich der Motiv-AL um Motive, Drehgenehmigungen, Stromanschlüsse und den Fuhrpark. Aufgrund des Mangels an Assistent*innen sind die Übergänge zwischen den Aufgaben heute oft fließend.

Ein Grund, warum die Aufnahmeleitung an Attraktivität verloren hat, scheint die unklare juristische Lage zu sein, wer für den Arbeitsschutz verantwortlich gemacht wird. In der deutschen Filmbranche ist bekannt, dass man es mit dem Arbeitsschutz am Drehort nicht so genau nimmt „In die Entscheidungsfindung, ob nun gedreht wird oder nicht, werden wir häufig nicht einbezogen oder gar nicht gehört“, sagt Hartmann. Dazu muss man wissen, dass die Berufsgenossenschaft (BG) seit Jahren mehr Druck auf die Produktionen ausübt, die Bestimmungen einzuhalten. Wie hat man sich das vorzustellen? Bei einem Unfall am Drehort prüft die BG im Schadensfall, ob das Motiv im Sinne der Arbeitsschutzbestimmungen als sicher gilt. Ist dies nicht der Fall, muss die Produktionsfirma zahlen. Und die nimmt, je nach Schadensart, mitunter von ihr Beschäftigte in Regress. Das können auch Aufnahmeleiter sein, die für die Gefährdungsbeurteilungen zuständig sind, aber nicht darüber entscheiden, ob oder wann weiter gedreht wird.

Es gibt in Deutschland keine eindeutige Definition der Verantwortungsbereiche in der Filmproduktion. Doch das Land hat sich mittlerweile zu einem international gefragten Drehort entwickelt. Die hiesigen Filmschaffenden stellen bei ihren Kolleg*innen aus dem Ausland fest, dass deren Verantwortlichkeiten dort differenziert und bindend verteilt sind. Bei Produktionen in Großbritannien und den USA ist der Einsatz eines qualifizierten „Health und Safety Coordinators“ gesetzlich vorgeschrieben. Hartmann wünscht sich, dass sich das Staatsministerium für Kultur und Medien, Förderanstalten, Produzentenallianz, BG und ver.di an einen Tisch setzen, um Arbeitschutz-Richtlinien für die Filmbranche zu erarbeiten.

Vermutlich würden dann die von der BG angemahnten Qualifikationen für Filmschaffende, wie zum Beispiel Befähigungsscheine für Brandschutzhelfer und Ausbildungslehrgänge für die Beleuchtungsabteilung von den Beschäftigten auch gebucht werden. Das Paradoxe ist, dass wenn sie diese Fortbildungen, zum Teil auf eigene Kosten, wahrnehmen, sie danach die juristische Verantwortung in ihrem Arbeitsbereich tragen, obwohl sie keinen Einfluss auf die Entscheidungen haben. Tina Fritsche von der Hamburger FilmUnion begrüßt einen runden Tisch, findet aber auch, dass man bis dahin die AL nicht alleine in ihrem Dilemma stecken lassen dürfe: „Die Kolleg*innen sollten gewerkeübergreifend die Reißleine ziehen und sagen, so jetzt ist aber Schluss nach 12 Stunden.“

Andrea Wenzek <<

Anzeige

MASTERSCHOOL DOKUMENTAR FILM

21. Masterschool Dokumentarfilm 2019: Weiterqualifizierung zu Regie und Autor*innenschaften von Dokumentarfilmen mit Horst Herz, **Bewerbung bis 5. Mai 2019**

Weiterbildungsangebote 2019: Einsteiger*innen: • Art & Video • Filmmontage • Adobe After Effects • Analoger Filmworkflow • Log-Workshop • Jugend-Kurzfilmworkshop; **Fortgeschrittene:** • Adobe After Effects • Schnittdramaturgie; **Werkstätten:** • Hörspiel Lab Münster 2019 • writers’ room

Filmwerkstatt Münster
Gartenstraße 123 · 48147 Münster
0251 230 36 21 · film@muenster.de · filmwerkstatt-muenster.de

Filmwerkstatt Münster

Massive Streichungen im Funke-Konzern

Hunderte Entlassungen mitten in der Pilotphase von „User First“

Für die 6.000 Mitarbeiter der Funke Mediengruppe ist es ein Kahlschlag, der von vielen bereits befürchtet wurde. Seit vor zehn Jahren rund 300 Redakteure auf einen Schlag ihren Job verloren, sind immer wieder Arbeitsplätze abgebaut worden. Jetzt holt der Konzern mit Hauptsitz in Essen zu einer weiteren Runde aus: Allein in Nordrhein-Westfalen werden erneut mindestens über 300 Stellen gestrichen, von Redakteur*innen, Volontär*innen, Kolleginnen und Kollegen aus dem Druck und dem Anzeigenbereich oder auch Mediengestalter*innen.

Es betrifft unter anderem die Traditionsblätter *Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ)* und *Neue Ruhr Zeitung (NRZ)*. Die Ausgabe der *Westfalenpost* in Warstein wird zudem komplett geschlossen. Außerdem sollen 21 der 26 Geschäftsstellen in Deutschlands bevölkerungsreichstem Bundesland verschwinden. Die ersten Kolleginnen und Kollegen in diesen Leserläden haben bereits ihre Kündigung erhalten. Aus Sicht der Funke-Betriebsräte ist das Aufgeben dieser Anlaufstellen in den Innenstädten ein großer Fehler, weil sie letztlich für die Leser*innen dort das „Gesicht“ der Zeitungen seien. Schon einmal, unter dem damaligen Geschäftsführer Bodo Hombach, gab es eine Schließung von fast allen Geschäftsstellen. Eine Fehlentscheidung wie sich damals zeigte, die dann wieder rückgängig gemacht wurde.

Die Berliner Zentralredaktion bleibt ebenfalls nicht verschont: 22 Kolleg*innen, der Großteil Redakteur*innen, erwartet die Kündigung, fünf aktuell offene Redakteursstellen werden nicht neu besetzt, so der Wunsch der Geschäftsführung. Der Verlust der 27 Arbeitsplätze macht über ein Viertel aller Jobs dort aus. Bei der *Berliner Morgenpost* wurde das Layout ausgelagert und die Kompakt-Ausgabe eingestellt. Gehen sollen hier insgesamt 24 Beschäftigte, darunter sechs Redakteur*innen, drei Fotoredakteure, neun Layouter*innen, zwei Mitarbeiter*innen im Vertrieb sowie vier im Anzeigenverkauf beim Media Checkpoint Berlin.

Geschlossen wird ebenso die Mantel-Redaktion von TV direkt/Gong Verlag in Ismaning. Vier Kündigungen wurden bereits ausgesprochen, bis zu drei weitere werden erwartet. Den anderen zehn Mitarbeiter*innen sollen möglichst Stellen im Haus angeboten werden.

Auch in Thüringen wird der Rotstift noch einmal angesetzt, wo Funke mit der *Thüringer Allgemeinen*, der *Thüringischen Landeszeitung* und der *Ostthüringer Zeitung* quasi ein Monopol besitzt. Wie die Reduzierung hier aussehen wird, ist noch nicht klar, aber Stellenstreichungen soll es wohl auf jeden Fall geben. Für Aufsehen sorgte das „Gerücht“, die Leser*innen hier nur noch mit digitalen Angeboten zu versorgen, weil die Auslieferung der Printexemplare zu teuer sei. Dabei sind diese Zeitungen über lange Zeit Cash Cows gewesen und verfügen noch immer über eine stabile Auflage. Und das, obwohl auch in dieser Region vor drei Jahren Redaktionen zusammengelegt und 150 Mitarbeiter*innen entlassen wurden und die überregionale Berichterstattung nach Berlin verlagert wurde. Nach einem Aufschrei der Entrüstung ruderte der Verlag in Bezug auf den Plan, nur noch digitale Inhalte zu verbreiten, schnell zurück. Wahrscheinlich auch, weil die Internetversorgung in den ländlichen Gebieten das Vorhaben erschwert hätte.

Arbeitsplatzabbau zur Unzeit

Angesichts dieser Kürzungen fragen sich die Beschäftigten, wie der Verlag eigentlich seine neue Digital Strategie „User First“ verwirklichen möchte. Sie ist die größte Veränderung im redaktionellen Alltag, den der Verlag jemals erlebt hat, und soll zukünftig – so der Konzern-„Sprech“ – „ein gemeinsames und standortübergreifendes Verständnis zwischen allen beteiligten Bereichen Redaktion, Verlag und Technik über den Prozess in den Redaktionen“ erreichen. Konkret bedeutet das: Reporter*innen sollen beispielsweise nur noch „draußen“ unterwegs sein und Geschichten in die Redaktion liefern, wo die Blattmacher die Inhalte sofort in digitale Kanäle leiten und später daraus die Zeitungsseiten produzieren.

„Für die Redaktionen kommen diese Stellenstreichungen zur Unzeit“, beschweren sich die Betriebsräte von *WAZ, NRZ, WP, Funke Online NRW* sowie *Funke Sport* in einem internen Schreiben an die Belegschaft, „Wir fragen uns: Warum haben wir Betriebsräte sowie zahlreiche Kolleginnen und Kollegen seit Oktober mit Hochdruck an Konzepten für ‚User First‘ gearbeitet? Warum haben wir pragmatisch eine Betriebsvereinbarung erarbeitet und einer Testphase zugestimmt? Es braucht engagierte und motivierte Kolleg*innen, um das in der Pilotphase steckende Projekt auch in der Fläche über alle Titel ans Laufen zu bekommen.“

Seit Januar 2019: Das neue Hauptgebäude der Funke Mediengruppe in Essen, das sich über eine Länge von nahezu 300 Metern erstreckt.

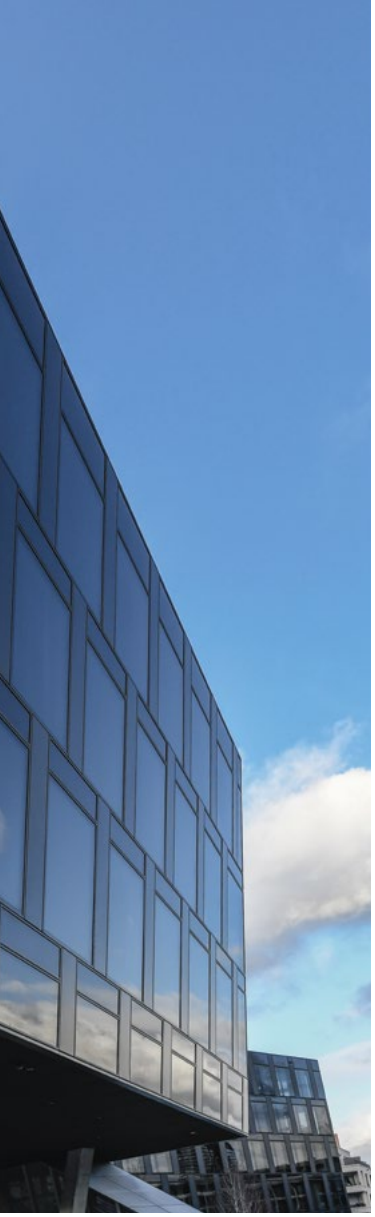


Foto: Udo Milbret

Die Betriebsräte jedenfalls haben der Belegschaft bereits angekündigt, in den Verhandlungen mit dem Arbeitgeber alle rechtlichen Möglichkeiten auszuschöpfen und sich dafür einzusetzen, eine bestmögliche und sozialverträgliche Lösung zu erzielen. Was den Essener Konzern angeht, so sehen Branchenbeobachter in den aktuellen Vorgängen eine Fortsetzung des Missmanagements verschiedener Geschäftsführungen in den vergangenen Jahren, das sich hauptsächlich auf Stellenabbau konzentriert. Offenbar möchte die Geschäftsführung bis Sommer eine Einigung mit den Arbeitnehmervertreter*innen erzielen. Ob es so kommt, bleibt abzuwarten. 2008/2009 hatte es acht Monate gedauert, bis nach über 50 Gesprächen eine Regelung für den Sozialplan zustande kam.

Anzeigenrückgang und Schulden

Dass die Printmedien aufgrund sinkender Werbe- und Abonnentenzahlen schon seit Jahren unter wirtschaftlichem Druck stehen, ist eine Realität, mit der sich die Betroffenen auseinandersetzen müssen. Bei Funke soll allein der Rückgang bei den Anzeigen in 2018 zwischen 20 und 25 Prozent betragen haben, schätzen gut informierte Insider. Außerdem standen die Essener Dezember 2017 immer noch mit Verbindlichkeiten von 630 Millionen Euro bei den Banken in der Kreide – Nachwirkungen des Kaufs der Springer-Zeitungen im Jahr 2013.

Das alles wissen auch die Angestellten bei Funke. Dennoch sind Wut, Enttäuschung, Unverständnis groß, denn viele fragen sich: Warum fällt dem Verlag nie etwas anderes als Stellenstreichungen ein? Dass es auch anders geht, haben die Essener selbst gezeigt, etwa mit dem *WAZ*-Projekt „Projekt Bochum“ (ProBO), das als eine Art Experiment geplant war. Die Bochumer Lokalredaktion wurde mit zwei Redakteuren verstärkt, um sich noch stärker an den Bedürfnissen der Leser*innen auszurichten und „Journalismus dabei auch mal in experimenteller Weise querzudenken“. Und das passierte Online und im Print mit mehr Nachrichten sowie Informationen aus dem lokalen Umfeld.

„Aus unserer Sicht verläuft dieses Projekt seit seinem Start Mitte 2017 sehr erfolgreich“, resümiert Funke-Betriebsrat Thomas Richter die ersten Ergebnisse, „es hat sich positiv auf die Abo-Entwicklung ausgewirkt. Die Zahl der Abstellungen war hier wesentlich moderater, seitdem die Qualität durch weitere Mitarbeiter verbessert wurde.“ Ähnlich entwickelte sich die Situation bei der Ausgabe in Essen, wo verstärkt Inhalte über Internet und soziale Medien transportiert wurden und sich so der Dialog mit den Leser*innen intensivierte.

Abgesehen von der Diskussion darüber, wie sinnvoll die Sparmaßnahmen tatsächlich sind, kann man den Funke-Verantwortlichen mindestens schlechtes Timing bei der Kommunikation ihrer Pläne vorwerfen: Gerade erst hat der Konzern seine neue Zentrale bezogen, die mit einer Investition von 90 Millionen Euro errichtet wurde. Parallel dazu erhöhte das Unternehmen die Abo-Preise. Und fast zeitgleich gab der Verlag den Stellenabbau bekannt. **Wilfried Urbe** <<

Bitteres Aus für M-Druckerei apm

Die Belegschaft von apm in Darmstadt hat das Aus kalt erwischt. Obwohl sie wussten, dass der Betrieb seit Juli im Insolvenzprozess steckt, hatten die Beschäftigten noch Hoffnung – dass sich doch ein Interessent findet, der die Druckerei weiterbetreibt, und sie ihre Arbeitsplätze behalten. Die wichtigsten Stammkunden waren die beiden großen Gewerkschaften: ver.di und die IG Metall. Neben der ver.di-Zeitung Publik wurde auch M von apm gedruckt.

Das Ende der Druckerei kam kurz nach Weihnachten. Am 27. Dezember rief die Insolvenzverwalterin um 15:30 Uhr die Belegschaft zusammen und erklärte, dass auch der letzte Interessent abgesprungen sei. Die Spätschicht durfte nicht mehr arbeiten. Laufende Druckprojekte blieben einfach liegen. Am nächsten Tag kamen einige apm-Leute auf ein Abschiedsbier zusammen. Einer von ihnen war Walter Müller, der seinen richtigen Namen nicht nennen will: „Da hingen sich die Leute in den Armen und heulten Rotz und Wasser.“

Wie eine zweite Familie

Noch am Morgen des Tages der Betriebsschließung, war nach Aussage der apm-Leute ein Fremder erschienen, der extra aus Österreich angereist war, um die Maschinen anzuschauen. Er muss vorab vom Ende der Druckerei informiert worden sein, mutmaßen die Beschäftigten. „Voß hatte also niemals vor, das Unternehmen zu verkaufen. Er wollte und will es ausschlachten. Unsere Existenzen sind ihm egal“, sagt Walter Müller wütend.

Die Schließung der apm-Druckerei sei bitter für die Kollegen und Kolleginnen, sagt Andreas Fröhlich, Tarifsekretär für die Druckindustrie bei ver.di. Ihm selbst blutet das Herz, hat er doch früher selbst beim Vorgänger, der Union-Druckerei, Drucker gelernt und kennt noch einige Kollegen von apm. Manfred Moos von ver.di Hessen ist davon überzeugt, dass die Schließung vermeidbar gewesen wäre, „wenn die Anteilseigner Torsten Voß und Andrew Seidl ein wirkliches Interesse am Erhalt des Standorts und der Arbeitsplätze gehabt hätten.“ Seit Monaten habe man den Eindruck gehabt, dass die Investorensuche nur halbherzig und dilettantisch betrieben wurde. Der letzte Interessent habe abgesagt, weil die Preisvorstellungen von Voß und Seidl womöglich zu hoch waren.Man hätte schon viel früher auf den Putz hauen müssen, damit es nicht so weit kommt >>

Foto: Frank Rumpenhorst

*Trotz drohendem Arbeitsplatzverlust wurde bis Weihnachten bei apm fleißig gearbeitet. Ohne das Engagement der Kolleg*innen wären die letzten Ausgaben von Publik und M 2018 nicht in gewohnter Qualität erschienen!*

>> – das sagen apm-Beschäftigte immer wieder. Und Voß und Seidl zur Rechenschaft ziehen müssen. Drei Monate lang zahlte die Agentur für Arbeit den rund 130 Beschäftigten Insolvenzgeld – so viel wie das Nettoentgelt – als Ersatz für den ausstehenden Lohn. In der Zeit verdiente die Belegschaft weiter Geld für die Firma. Wo ist das hingegangen? Bei apm wurde noch Tariflohn gezahlt, wenngleich es seit Jahren kein Urlaubsgeld und keine Jahresleistung mehr gegeben habe. Immer wieder habe die Belegschaft die Arbeitszeit verkürzt und damit auf Lohn verzichtet. So habe man den Eigentümern etwa sieben Millionen Euro erspart. Das Geld ist weg. Und es ist fraglich, ob der Ende 2018 ausgehandelte Sozialplan – 2,5 Gehälter pro Beschäftigungsjahr – wirklich ausgezahlt werden kann. Die Insolvenzverwalterin meldete eine „Masse-Unzulänglichkeit" – sie konnte laut Manfred Moos noch nicht einmal das etwa zwölfköpfige Abwicklungsteam bezahlen, das bis Ende Februar die letzten offenen Rechnungen verschickte und die Arbeitszeugnisse der Belegschaft fertig machte.

Zahllose Bewerbungen

Die Beschäftigten haben sich bei der Arbeitsagentur gemeldet. Viele kennen die Prozedur schon – sie waren bereits Ende 2012 bei der Insolvenz der Neu-Isenburger Druckerei der *Frankfurter Rundschau* dabei. „Ich habe in den letzten sechs Monaten 63 Bewerbungen geschrieben", sagt der Endvierziger Walter Müller. „Bei mir waren es sogar 73", erzählt Michael Wagner, ein paar Jahre jünger. »Bei einer Firma bin ich noch im Rennen. Aber mit 20 Prozent weniger Gehalt."

Publik und die Magazine der Fachbereiche, darunter auch *M*, werden nun in der Mohn-Druckerei von Bertelsmann in Gütersloh gedruckt. Mindestens bis zum Sommer ist das so. Leicht war es nicht, eine Druckerei zu finden, die technisch und zu gleichen Konditionen in der Lage war, das Gesamtpaket der großen ver.di-Zeitung mit mehreren Dutzend Beilagen innerhalb von nur vier Wochen in guter Qualität zu übernehmen. ver.di schreibt nun mit anderen DGB-Gewerkschaften zusammen die Druckaufträge für die Publikationen aus.

Klaus Nissen <<

DuMont Mediengruppe

Offenbarungseid aus Köln

Die Mediengruppe DuMont will ihre Regionalblätter abstoßen. Das betrifft den *Kölner Stadt-Anzeiger* und den *Express* am Stammsitz in Köln, in der Hauptstadt die *Berliner Zeitung* und der *Berliner Kurier*, die *Mitteldeutsche Zeitung* in Halle/Saale sowie die *Hamburger Morgenpost* – und dazu alle Druckereien, zentralen Services und Anzeigenblätter. Nachdem das öffentlich geworden war, beschwichtigte der Vorstand: DuMont habe seine „Neuausrichtung zu einer Mediengruppe mit drei Geschäftsfeldern" Ende 2018 abgeschlossen, entwickle nun Zukunftsstrategie und prüfe Handlungsoptionen. Die „Veräußerung von Teilen des Portfolios" gehöre zum Prüfauftrag, erklärte man den Beschäftigten. Den Leser*innen wurde versichert, man habe sich „jederzeit der Wirklichkeit der Märkte gestellt, die Zeitungen würden weiterhin „in der gewohnten Qualität erscheinen".

ver.di-Vize Frank Werneke nannte es „unerträglich, mit welcher Gleichgültigkeit die Gesellschafter des Unternehmens mit den Existenzen tausender Beschäftigter umgehen". Weder Betriebsräte noch Gewerkschaften seien über die Pläne informiert worden. Das traditionsreiche Haus DuMont, das stolz von der 12. Verlegergeneration spricht und aktuell auf Rang sechs der deutschen Verlagsriesen geführt wird, müsse sich zu seiner Strategie erklären. Auch eine gemeinsame Aufforderung der Betriebsräte an die Aufsichtsratsvorsitzenden, sich klar zur Zukunft und zur Verantwortung als Verleger zu bekennen, blieb unbeantwortet. Gegen Unkenrufe, man sei schon „klinisch tot", wehrt sich etwa Frederic Bombosch, Betriebsratsvorsitzender Berliner Newsroom. Trotz erlittener personeller „Rosskur" seien die Redakteur*innen in der Hauptstadt lebendig und leistungsfähig, verbesserten auch die digitalen Angebote. Allerdings: „Was wir brauchen, sind Eigentümer, die einen klaren Kurs verfolgen, und schnelle Entscheidungen. Wir müssen wissen, woran wir sind."

Aus Köln kommen keine verlässlichen Signale zur Perspektive der DuMont-Regionalzeitungen. Falls sich das traditionsreiche Verlagshaus tatsächlich vom Kerngeschäft trennt und sein Heil künftig in Business Information und Digitalem sucht, zeigt das, wie gründlich die hauseigene „digitale Transformation" gescheitert ist. Einsparen, Auslagern und Zentralisieren von Geschäftsbereichen bis zum Abo-Marketing brachten im publizistischen Bereich nur Einbußen, keine Lösungen. Wie die Verkaufsbemühungen ausgehen, ist völlig offen. **neh** <<

Kino

Existenzsichernde Löhne gefordert

CinemaxX, Cinestar und die Berliner Yorck-Kinos befinden sich zurzeit in Tarifauseinandersetzungen mit ver.di. In bundesweiten Warnstreiks untermauerten die Beschäftigten von CinemaxX nach der dritten erfolglosen Verhandlung im Februar ihre Forderungen nach existenzsichernden Löhnen. Mit einfallsreichen Spruchplakaten und einem Pfeifkonzert waren Kino-Beschäftigte zur Berlinale am Roten Teppich unterwegs. Unterstützt wurden sie am 9. Februar von Delegierten der Bundeskonferenz der Fachgruppe Medien (s. Seite 20).

„Großes Kino, kleiner Lohn" hieß es unter anderem, als die Kinobeschäftigten zur Berlinale am Potsdamer Platz für bessere Arbeitsbedingungen demonstrierten.

Foto: Annette Rose

Seit 2015 gilt auch in den Kinos der Mindestlohn. Die Arbeit wird in der Regel von ca. 90 Prozent Teilzeitkräften und 10 Prozent Vollzeitkräften erbracht. Neueinstellungen werden meist befristet. In Berlin arbeiten 1.500 Mitarbeiter*innen in ca. 100 Kinos, davon etwa 450 Beschäftigte in 8 Kinos (UCI, CineStar und CinemaxX) tarifgebunden. Ein Vollzeitbeschäftigter erhält ein Bruttoeinkommen von durchschnittlich 1.600 Euro (39 Std./Woche), was einem Stundenentgelt von ca. 9,47 Euro entspricht, wenige Cent über dem Mindestlohn. Die Kinobranche in Deutschland boomt jedoch trotz des schlechten Filmjahres 2018. Seit dem Kino-Krisenjahr 2007 haben sich die Umsätze um ca. 30 Prozent gesteigert (2017) bei einer fast gleichbleibenden Anzahl von Kinos.

In den Verhandlungen zwischen ver.di und CinemaxX geht es – ebenso wie bei Cinestar – um deutliche Lohnerhöhungen. ver.di fordert ein Einstiegsgehalt von mindesten 10 Euro. Aber auch von Arbeitgeberseite aufgeworfene Themen des Manteltarifvertrages wurden erörtert. Dabei ging es um die Einführung des Service Managers, veränderte Tätigkeitsbeschreibungen für die Berufsgruppen, die Einführung von Kombikassen und Veränderungen der Regelung zu Arbeitszeitkonten. Jedoch konnte auch in der vierten Verhandlungsrunde am 25. Februar keine Tarifeinigung mit CinemaxX erzielt werden. Abgesprochen ist nun, dass die Arbeitgeber bis zum 4. März ein verbessertes Angebot vorlegen, das die Tarifkommission im Vorfeld der nächsten Verhandlung am 26. März in Hamburg beraten kann. Bis dahin soll es keine weiteren Streiks geben.

Die dritte Verhandlungsrunde zwischen ver.di und CineStar findet am 13. März in Hamburg statt. Bei den Yorck-Kinos in Berlin kommen die Tarifparteien am 12. März zum dritten Mal zusammen. **wen <<**

Papier, Pappe, Kunststoffe

Gutes Tarifergebnis erzielt

In der Papier, Pappe und Kunststoffe verarbeitenden Industrie konnte in der fünften Verhandlungsrunde am 20. Februar ein Tarifergebnis erzielt werden. Danach steigen die Löhne und Gehälter zum 1. März 2019 um 2,8 Prozent und zum 1. März 2020 um weitere 2,7 Prozent. Die der Ausbildungsvergütungen werden zum 1. März 2019 um 90 Euro brutto monatlich erhöht. Der Tarifvertrag hat eine Laufzeit von 27 Monaten bis zum 31. Januar 2021.

„Die guten Lohnsteigerungen konnten nur durch den massiven Streikdruck der Kolleg*innen in den Betrieben erreicht werden", sagte ver.di-Verhandlungsführer Frank Werneke. „Wir haben nicht lockergelassen und konnten zusätzlich noch die vom HPV (Hauptverband der Papier- und Kunststoffverarbeitung) geforderten Öffnungsklauseln verhindern", betonte Werneke. Die Erklärungsfrist ist bis zum 22. März vereinbart. **PM <<**

Thomson Reuters

Erste Runde erfolgreich

Die Gewerkschaften DJV und dju in ver.di haben mit der Thomson Reuters Germany GmbH am 25. Februar in der ersten Verhandlungsrunde eine Tarifeinigung erzielt. Ab 1. April sollen die Gehälter der Redakteurinnen und Redakteure um 2,7 Prozent erhöht werden. Zusätzlich zur linearen Erhöhung der Gehälter gibt es leistungsabhängige Zulagen. Sie werden als Sockelbeträge ausgezahlt und bleiben dauerhafter Bestandteil des Gehalts. Es sind also keine Einmalzahlungen. Die Höhe der Leistungszulagen liegt auf ein Jahr bezogen für die verschiedenen Gruppen zwischen 350 und 1400 Euro. Derzeit beschäftigt Reuters in Deutschland – TV und Fotografen eingerechnet – noch rund 100 Journalist*innen, die vor allem über Wirtschafts- und Finanzthemen berichten. Die Laufzeit des Tarifvertrages beträgt zwölf Monate bis zum 31. März 2020. Es wurde eine Erklärungsfrist bis zum 15. März 2019 vereinbart. **wen <<**

Themis angenommen

Vertrauensstelle gegen sexuelle Belästigung: Schritt in Richtung Kulturwandel

Vor fünf Monaten hat in Berlin die erste unabhängige Vertrauensstelle gegen sexuelle Belästigung und Gewalt in der Film-, Fernseh- und Theaterbranche ihre Arbeit aufgenommen. Getragen wird Themis, die den Namen der griechischen Göttin für Gerechtigkeit und gesellschaftlichen Zusammenhalt trägt, von einem breiten Branchenbündnis aus 17 Einrichtungen der Kultur- und Medienbranche. Eine erste Bestandsaufnahme zeigt: Das Angebot wird angenommen. Themis will künftig aber auch mehr Präventionsarbeit leisten.

„Im Film- und Fernsehbereich arbeiten überwiegend Kreative, die als kurz befristet Beschäftigte oder selbstständige Mitarbeiter*innen ständig zwischen Filmbetrieben ohne feste Belegschaft oder Betriebsrat hin und her pendeln. Darum sind Beschwerdestellen, wie sie das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG) vorsieht, auf betrieblicher Ebene schwer einzurichten“, sagt Cornelia Berger, Leiterin des Bereichs Medien bei ver.di, die zu den Gründungsmitgliedern des Trägervereins von Themis gehört. Arbeitgeber, die nicht in der Lage sind, solche Beschwerdestrukturen zu schaffen, könnten sich, so Berger, an Themis beteiligen und die Fälle, die sie betreffen, dort mit aufnehmen lassen.

Offen für gesamte Medienbranche

So sei Themis bei ihrer Einrichtung zwar zunächst auf den Film-, Fernseh-, Theater- und Orchesterbereich beschränkt gewesen, sei grundsätzlich aber auch für die gesamte Medienbranche, den Musikbereich und andere Kulturzweige offen. „Zwischenzeitlich war zum Beispiel der Berliner Senat an uns herangetreten, hat dann aber doch entschieden, dass eine interne Beschwerdestelle sinnvoller sei“, erzählt Berger. Dabei ging es um die Frage, ob Themis auch Anlaufpunkt für die Beschäftigten der Museen und Gedenkstätten in Berlin sein könne, die Finanzierung der zusätzlichen personellen Ressourcen hätte dann die Stadt übernehmen müssen. Bisher wird die Vertrauensstelle durch Beiträge öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehsender, der Allianz Deutscher Produzenten, der Verwertungsgesellschaft der Auftragsproduzenten und des Deutschen Bühnenvereins finanziert. Außerdem erhält Themis eine wichtige Förderung durch die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien Monika Grütters.

Berger ist auch Delegierte der Arbeitnehmervertreter in der Mitgliederversammlung des Trägervereins, der in vier Sektionen gegliedert ist: Verbände wie ProQuote Film, Arbeitnehmervertreter wie ver.di, Produzenten wie die Allianz Deutscher Produzenten und Rundfunkanstalten wie die ARD. Jede Sektion entsendet eine Vertreterin oder einen Vertreter in die Mitgliederversammlung, die mindestens einmal im Jahr stattfindet und zum Beispiel auch den Vorstand des Trägervereins wählt. Der besteht aktuell aus der ProQuote-Film-Vorsitzenden Barbara Rohm und Bernhard F. Störkmann, Justiziar des Bundesverbands Schauspiel (BFFS).

Beratung, Aufklärung und Prävention

„Mit der Gründung von Themis wurde ein erster Schritt auf dem Weg zum Kulturwandel gemacht“, sagt Störkmann. „Wir wollen erreichen, dass in der Art und Weise der Arbeit in unserer Branche ein anderer Umgang gepflegt wird. Und dazu gehört natürlich, dass sexuelle Belästigung, Gewalt, grenzüberschreitendes Verhalten abgestellt werden.“ Deshalb arbeitet Themis auf zwei Ebenen. Zu ihren Aufgaben gehören die Beratung der Betroffenen einerseits und die Prävention und Aufklärung andererseits. „Zum Beispiel wollen wir Unternehmen und Arbeitgeber beraten sowie Verhaltenscodices entwickeln, die allgemeine Akzeptanz in der Branche finden“, so Störkmann. Außerdem sei man gerade dabei, eine Studie zu planen, die mit einer Bestandsaufnahme des Status Quo in der Branche als Anamnese dienen soll, um die Präventionsarbeit künftig strukturiert und zielgenau angehen zu können.

Primäre Aufgabe von Themis ist die Beratung der Betroffenen von sexueller Belästigung oder Gewalt. Bei der Vertrauensstelle melden können sich nicht nur jene Menschen, die aktuell im Film-, Fernseh- oder Bühnenbereich arbeiten, sondern auch, wer dort gearbeitet oder sich gerade beworben hat. „Also auch Personen zum Beispiel, die zu einem Casting gehen, Studenten von Filmhochschulen oder Filmschaffende, die nach der Beendigung eines Projekts auf irgendeiner Filmpremiere von Person X belästigt werden“, erläutert Störkmann. „Die Erfahrung muss im weitesten Sinne im Kontext zu ihrer Tätigkeit stehen.“

Die griechische Göttin für Gerechtigkeit und gesellschaftlichen Zusammenhalt Themis war Namensgeberin für die neue Vertrauensstelle gegen sexuelle Belästigung.

Wer Beratung in Anspruch nehmen möchte, kann die Hotline-Nummer auf der Themis-Website anrufen und dann mit einer Juristin oder einer Psychologin sprechen, entweder sofort oder nach Terminvereinbarung in einem persönlichen Gespräch. Bei vielen Betroffenen gehe es dabei, so Störkmann, um die taktisch-strategische Beratung in einer akuten Situation. Heißt: Jemand befindet sich in einer laufenden Produktion, hat Angst den Job zu verlieren und sucht nun Rat, wie mit der Situation umzugehen sei. „Aber es melden sich auch viele Betroffene, die ihre Erfahrungen in den letzten Jahren in sich reingefressen haben und nun die Chance nutzen, das in der Beratung bei Themis aufzuarbeiten."

Evaluation Ende des Jahres

Die deutlich überwiegende Mehrheit der Personen, die sich an Themis wenden, seien Frauen, sagt Störkmann. Zwar meldeten sich auch Männer, doch handele es sich auch hier um Betroffene männlichen Machtmissbrauchs. Bisher habe man jedenfalls noch keinen Fall gehabt, bei dem ein Mann von einer Frau belästigt worden sei. Dabei zeige sich tendenziell, dass die Betroffenen eher die juristische Beratung in Anspruch nehmen, aber eine aussagekräftige Evaluation, auch was die stärkere Betroffenheit bestimmter Branchen angeht, sei nach dieser kurzen Zeit noch nicht möglich. Störkmann: „Wir glauben, dass sich das über einen Jahreszeitraum noch einmal ganz anders verteilen wird. Im Moment wäre es nicht seriös, Zahlen zu nennen und oder zu kommunizieren, welche Bereiche besonders betroffen sind." Eine erste Evaluation für die Öffentlichkeit sei deshalb erst für Ende des Jahres geplant.

Monique Hofmann <<

Foto: 123rf/gorosi

Hotline

beratung@themis-vertrauensstelle.de

Telefon. Sprechstunde
030 23 63 20 20
Mo, Mi, Do 10 – 12 Uhr
Mi, Do: 15 – 17 Uhr
Termine nach tel. Vereinbarung: 030 23 63 20 210
Mo – Fr 10 – 15 Uhr

Schon entdeckt?

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

Nordstadtblogger

Die Dortmunder Nordstadt hat mehr zu bieten, als Schauplatz düsterer Fernsehkrimis zu sein. Das meinen auch die Nordstadtblogger, die ihren Stadtteil beschreiben, aber nicht abgeschrieben haben. Vor sechs Jahren stellte der ehemalige Redakteur und Redaktionsleiter der Westfälischen Rundschau Alexander Völkel die journalistische Internetplattform online.

Die Schließung der Westfälischen Rundschau in Dortmund kann man als Geburtsstunde der Nordstadtblogger bezeichnen. Denn ans Aufgeben dachte Gründer Alexander Völkel, für den Journalismus eine Lebenseinstellung ist, nie. Im Gegenteil: Weil er nicht tatenlos zusehen wollte, wie die Medienvielfalt seiner Stadt verloren geht, gründete er das neue online-Angebot. Heute gelten die Nordstadtblogger als Experten für soziale Themen und als Plattform der Nordstadt. „Wir möchten den Menschen eine Stimme geben, denen sonst niemand zuhört", sagt Völkel. Ein Blick auf seine Seite macht klar, was er meint. „Roma" und Refugees welcome" lauten die Rubriken, unter denen man zum Teil aufwändig recherchierte Geschichten lesen kann. Langzeitarbeitslose, Migranten und sozial Schwache kommen hier zu Wort, die sie betreffende Politik wird hinterfragt. Dass Mut zum investigativen Journalismus dazu gehört, beweist Redaktionsleiter Völkel immer wieder. So fühlt er den Rechtsextremisten Dortmunds auf den Zahn und berichtet ausführlich über deren Tun. „Wir wollen das demokratische System unterstützen, nicht unterwandern", lautet sein Credo. Und: „Uns geht es um Vielfalt in der medialen Einfalt."

Für die Inhalte zeichnen meist ehrenamtliche Gastautoren verantwortlich, fast allesamt Journalistinnen und Journalisten. Ein festes drei-köpfiges Redaktionsteam betreut und aktualisiert die Seiten, beantworte E-Mails und Anfragen. Seit April 2017 haben die Nordstadtblogger ein eigenes Redaktionsbüro im Kulturort Depot, einem ehemaligen Straßenbahndepot mit kreativem Umfeld. Hier bieten die Nordstadtblogger journalistische Praktika für Studierende an sowie professionelle Arbeitsmöglichkeiten für die Ehrenamtlichen, die sich selbst keine eigene Ausrüstung leisten können oder wollen. Hier finden auch Redaktionsbesprechungen, Workshops, Schulungen und Interviews statt.

Das größte Problem der Nordstadtblogger ist und bleibt die Finanzierung. Gründer Völkel zahlt nicht nur mit Herzblut, sondern auch mit seinem eigenen Geld. Doch das allein reicht nicht, um das Ganze am Laufen zu halten. Daher wurde im Oktober vergangenen Jahres ein Abo-Aufruf gestartet. „Mit den Soli-Abos – wir wollen eine Paywall vermeiden – wird ein Teil der Fixkosten wie Miete, Versicherung finanziert. Doch perspektivisch reicht es noch nicht", sorgt sich Völkel um die Zukunft. Lohnkostenzuschüsse nach dem neuen Teilhabechancengesetz für zwei Mitarbeiter hängen am seidenen Faden. „Es ist und bleibt schwierig", sagt der Mann, der auch in diesem Fall keinen Gedanken ans Aufgeben verschwendet.

Silke Hoock <<

Je prekärer der Job desto mehr Frauen

Journalistinnen verdienen weniger und bekleiden seltener Führungspositionen

Foto: dieKleinert / Schwarwel

In den Medien beträgt der Anteil der weiblichen Führungskräfte heute 30 Prozent. Jedoch stagniert diese Zahl in den meisten Redaktionen!

„Je prekärer der Job, desto weiblicher der Nachwuchs“, sagte Vanessa Vu von *Zeit Online* auf dem ver.di-Journalistentag in diesem Jahr. Das bestätigen Wissenschaft und Medieninitiativen: Im Zuge der Journalismuskrise mit verschlechterten Arbeitsbedingungen ist der Anteil insbesondere jüngerer Frauen am Redaktionspersonal gestiegen. Doch in den Chefsesseln sitzen vor allem Männer.

Vanessa Vu freute sich, dass sie im Januar endlich einen unbefristeten Vertrag bekommen hatte – nachdem sie für ihre Arbeit mit zwei Journalistenpreisen ausgezeichnet und vom Medium Magazin 2018 zu den „Top 30 bis 30“ gewählt wurde. Sie gehört damit zu den unter 36-Jährigen, die nach der Studie „Journalismus in Deutschland“ von 2015 den Frauenanteil auf etwa 40 Prozent angehoben haben. Die jüngere Generation ist nämlich zu 59 Prozent weiblich, erläutert eine der Autor*innen dieser aktuellsten repräsentativen Untersuchung, die Münchener Kommunikationswissenschaftlerin Corinna Lauerer. Sie hat die Ergebnisse unter Genderaspekten ausgewertet und festgestellt, dass Journalistinnen häufiger in Teilzeit arbeiten, weniger verdienen als ihre männlichen Kollegen und seltener Leitungsfunktionen bekleiden.

Teilzeitarbeit „Segen wie Fluch“

In Deutschland arbeiten acht Prozent der Journalist*innen in Teilzeit, aber unter ihnen sind fünfmal so viele Frauen wie Männer. Lauerer erläutert auf Nachfrage von M, das könne man mit der im Gleichstellungsbericht der Bundesregierung analysierten Gender Care Gap erklären, die auch für die Medienbranche gelten dürfte. Danach arbeiten Mütter nämlich besonders häufig in Teilzeit und unbezahlte Pflegearbeit werde überwiegend von Frauen geleistet. Eine Teilzeit-Beschäftigung könne „Segen wie Fluch“ sein, so Lauerer. Einerseits schaffe etwa eine Führungsposition in Teilzeit die Flexibilität, Kinderbetreuung und Karriere zu koordinieren – ein Modell, das in Deutschland aber noch wenig Schule mache. Andererseits seien es unter den Teilzeitbeschäftigen vor allem Frauen, die gerne mehr arbeiten würden. Im Journalismus werde die Arbeitszeit reduziert, um Kinder oder ältere Verwandte zu betreuen sowie mehr Freizeit zu haben. Ein möglicher Grund könne auch die Prekarisierung des Berufs sein, denn die teilzeitbeschäftigten Journalist*innen hätten doppelt so häufig Nebenjobs wie Kolleg*innen, die Vollzeit tätig sind.

Wie schon in früheren Studien zeigten sich im Geschlechtervergleich beim Netto-Einkommen erhebliche Unterschiede, so Lauerer. Sie und ihren Kolleg*innen, die sich „der klassischen Berechnung lediglich annähern“ konnten, ermittelten eine Gender Pay Gap von durchschnittlich 25 Prozent, d. h. in Deutschland verdienen Journalistinnen circa 800 Euro weniger als ihre männlichen Kollegen. Ein Grund sei, dass sie anteilig etwas häufiger bei Online-Medien und Zeitschriften arbeiten, wo das Gehaltsniveau im Allgemeinen niedriger sei. Zudem komme hier die „unter Journalistinnen verbreitetere Teilzeitanstellung, die durchschnittlich geringere Berufserfahrung und geringere Repräsentation in Führungspositionen zum Tragen“.

Vergleiche man nur die Journalist*innen, die Vollzeit tätig und seit mehr als 15 Jahren im Beruf sind, so betrage die Lohnlücke immer noch durchschnittlich 13 Prozent, d.h. etwa 500 Euro. Zu Beginn ihrer Karriere verdienten beide Geschlechter nahezu gleichermaßen rund 2.100 Euro, doch mit steigendem Berufsalter öffne sich die Gender Pay Gap, denn mehr Männer sitzen dann in den Chefsesseln und erfahrene Frauen in Führungspositionen bekämen weniger Gehalt. Nur 40 Prozent dieser Journalistinnen verdienten monatlich über 3.000 Euro, aber fast 70 Prozent der männlichen Führungskräfte kommen auf dieses Gehaltsniveau und darüber.

Bedeutet der niedrigere Einkommensunterschied unter den jüngeren Journalist*innen nun eine zunehmende Geschlechteregalität? Corinna Lauerer bezweifelt das angesichts der Schere, die sich zwischen den erfahrenen Journalist*innen auftut. Dieses Phänomen werde etwa damit erklärt, dass Mütter für Arbeitgeber häufig als „unattraktive Mitarbeiter“, Väter aber als besonders zuverlässig gelten und sogar von einem finanziellen „Daddy-Bonus“ profitieren könnten. Mögliche weitere Gründe für die Benachteiligung von Frauen seien männlich dominierte Machtstrukturen und Seilschaften, zu denen Journalistinnen schwerer Zugang fänden sowie weniger forderndes Auftreten bei Gehaltsverhandlungen. Auch das im Juli 2018 in Kraft getretene Entgelttransparenzgesetz hat sich bisher nicht als effektives Werkzeug im Kampf für Lohngleichheit erwiesen. Die Klage der fest-freien ZDF-Re-

porterin Birte Meier wurde am 5. Februar vom Landesarbeitsgericht Berlin-Brandenburg abgewiesen. Meier hatte eine offizielle Auskunft über die Bezahlung ihrer Kollegen verlangt, um dann eine Anpassung ihres Entgelts zu erstreiten.

Stagnation bei Führungskräften

Während 2005 nur 22 Prozent der Führungskräfte in den Medien weiblich waren, stieg ihr Anteil bis heute immerhin auf 30 Prozent, so Lauerer. Am deutlichsten zeige sich die verbleibende männliche Dominanz in der Führungsriege am obersten Ende der Fahnenstange. Während der Frauenanteil in der Redaktionsleitung bei 33 Prozent liege, kämen Journalistinnen in der Kategorie der Chefredakteure, Herausgeber und Programmdirektoren nur auf 21 Prozent. In den meisten Redaktionen stagniert oder sinkt der Anteil an Führungsfrauen, auch in den Printredaktionen, stellte ProQuote Medien Ende Januar fest. Der Verein zählt und vergleicht seit 2012 die Frauenanteile in den journalistischen Führungspositionen deutscher Medien und gewichtet dabei nach Hierarchie-Ebenen – je höher die Position, desto größer die Machtfülle. Bei der *Zeit* sank danach der Frauenmachtanteil erstmals unter die 30-Prozent-Marke. Aktueller Spitzenreiter ist der *Stern* mit 44,4 Prozent, auf Platz zwei folgt der *Spiegel* mit 37,3 Prozent. Die übrigen Titel dümpeln größtenteils bei Werten um die 25 Prozent oder sogar noch darunter. Schlusslichter bleiben *FAZ* (17,1 %) und *Focus* (13,9 %).

Die Gefahr, dass „sicher geglaubte Frauenrechte wieder in Frage gestellt“ werden, sehen auch Gewerkschafterinnen, die für den Internationalen Frauentag 2019 das Motto wählten: „Wir für ein soziales Europa“. Der Aufstieg rechtspopulistischer und nationalistischer Kräfte in der EU berge die Gefahr, dass „demokratische Errungenschaften geschliffen werden“. Dazu gehören auch gute Arbeitsbedingungen, die im Journalismus auf eine harte Probe gestellt werden. Und irgendwann wird auch der Idealismus, der nach einer Studierendenbefragung 2014 vor allem den weiblichen Nachwuchs bei der Stange hält, nicht mehr ausreichen, das notwendige Medienpersonal zu rekrutieren.

Bärbel Röben <<

Buchtipp

Plattform Europa

Johannes Hillje: Plattform Europa. Warum wir schlecht über die EU reden und wie wir den Nationalismus mit einem neuen digitalen Netzwerk überwinden können.

Verlag J.H.W. Dietz Nachf., Bonn 2019, 176 Seiten, 18 Euro.

Europäische Politik werde „vor allem dann für die Medien attraktiv, wenn sie als Krise erzählt werden kann“. Es existiere ein „Teufelskreis aus Krise, News und Nationalismus“. So die stringente Europa-Analyse von Politikberater Johannes Hillje. Pünktlich zu den Europawahlen legt er seinen Vorschlag für eine Plattform Europa vor: Das Modell eines digitalen, öffentlich finanzierten sozialen Netzwerks.

Europa kränkelt: Brexit, Orban, mangelnde Solidarität in der Flüchtlingsfrage – derzeit stehen die Zeichen eher auf Desintegration als auf Einheit. Populisten und Nationalisten, dies eine zentrale These des Verfassers, haben einen „strukturellen Vorteil im politischen Wettbewerb der EU“: Öffentlichkeiten seien in Europa heutzutage „in erster Linie national und digital organisiert“. In der Berichterstattung herrsche eine „einseitige nationale Sicht auf europäische Belange“ vor. Europa verhandle europäische Themen in nationalen Filterblasen, die Öffentlichkeiten seien zu „Resonanzräumen für Populismus und Nationalismus“ geworden.
Dabei gebe es enorme „digitale Potenziale für eine europäische Öffentlichkeit“. Um sie zu heben, plädiert Hillje für eine „Plattform Europa“ in öffentlicher Hand. Dabei sollen die „dezentralen, nationenunabhängigen Strukturen des Netzwerks „endlich für die europäische Integration nutzbar gemacht“ werden.

Als „Basisausstattung“ einer solchen Plattform schlägt Hillje vier Bereiche vor. Erstens einen europäischen Newsroom, der sich an Kriterien wie Unabhängigkeit, Glaubwürdigkeit, Diversität und Pluralismus orientiert. An zweiter Stelle stehen Unterhaltungs- und Kulturangebote „zur Repräsentation eines European Way of Life“. Hier knüpft Hillje an das vom ARD-Vorsitzenden Ulrich Wilhelm vorgeschlagene Modell eines Portals an, auf dem sich neben öffentlich-rechtlichen und privaten Medien auch Institutionen aus Wissenschaft und Kultur mit Angeboten beteiligen. Drittens ließe sich die Plattform als Verstärkung von Instrumenten politischer Beteiligung denken. Als Beispiel nennt der Autor das Petitionsportal „change.org“. Auch Umfragetools wie „pol.is“ oder „Liquid Democracy“ ließen sich integrieren. Viertens sollte es Apps geben, mit deren Unterstützung mehr Menschen von der europäischen Integration profitieren könnten. Warum nicht eine App zur Ausschreibung freier Stellen in ganz Europa oder eine App-Verstärkung von „Erasmus Plus“, dem europäischen Austauschprogramm für Auszubildende?

Auch in Sachen Finanzierung hat Hillje klare Vorstellungen. Das Budget der Plattform könnte zumindest teilweise aus einer Digitalsteuer für Google, Facebook & Co. stammen. Fazit: Eine kluge Handlungsanleitung für Verfechter einer demokratischen europäischen Öffentlichkeit.

Günter Herkel <<

Europäische Weichenstellungen

Medienpolitik betrachtet vor dem Hintergrund der Europawahl im Mai

Europäische Medienpolitik – das klingt zunächst paradox. Denn in der EU gilt der Grundsatz: Kultur- und Medienangelegenheiten sind Sache der Mitgliedstaaten. Aber aufgrund des Doppelcharakters von Medien als Kultur- und Wirtschaftsgüter sind diese auch Teil der digitalen Wirtschaft. Eine Wirtschaft, die sich vor allem global entwickelt. Vor diesem Hintergrund hat die EU-Gesetzgebung punktuell durchaus direkten Einfluss auf die Medien.

Reform des Urheberrechts

Nach wie vor umstritten ist der jüngst zwischen Unterhändlern von EU-Parlament und Kommission erzielte Kompromisstext für eine Reform des Urheberrechts. Inzwischen haben auch die EU-Mitgliedsstaaten mehrheitlich dafür votiert. Der Entwurf sieht unter anderem ein Leistungsschutzrecht für Presseverlage sowie deutlich mehr Pflichten für Onlineplattformen zum Schutz von Urheberrechten vor.

ver.di hatte den Richtlinien-Kompromiss begrüßt. Durch die Reform würden die Weichen in Richtung einer besseren Vergütung von Urheber*innen in Europa gestellt, begründete der stellvertretende ver.di-Vorsitzende Frank Werneke seine zustimmende Haltung (M Online: https://tinyurl.com/yylvnjg2). Den großen Plattformen werde zudem „endlich eine klare Verantwortung für die von ihnen genutzten Inhalte zugeteilt“, so Werneke. Es gelte allerdings, „vernünftige Modelle zu entwickeln, die die Vielfalt im Internet erhalten“.

Einsatz von Upload-Filtern

Kritiker sehen die Freiheit im Netz durch den umstrittenen Artikel 13 im Richtlinienentwurf gefährdet. Dieser verpflichte Onlineplattformen wie YouTube dazu, alles dafür zu tun, um Urheberrechtsverletzungen zu verhindern. Geschützte Werke müssten lizenziert werden, ehe sie auf den Plattformen landen – oder gar nicht hochgeladen werden. Kritiker nehmen an, dass dafür Upload-Filter eingesetzt würden. Diese könnten aber legale Inhalte, etwa Zitate oder Parodien, nicht zweifelsfrei erkennen und sie fälschlicherweise blocken. Damit werde die Meinungsfreiheit beschnitten.

Auch Justizministerin Katarina Barley (SPD) hat sich regierungsintern für eine Richtlinie ohne den umkämpften Artikel 13 eingesetzt. Auf Vorschlag von Deutschland und Frankreich sind nun junge Unternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger als zehn Millionen Euro und einer Nutzerzahl von unter fünf Millionen monatlich von diesem Artikel ausgenommen. Aufgrund der anhaltenden kontroversen Debatte hält Barley es für möglich, dass die Richtlinie im EU-Parlament durchfällt. Nach ihrer Auffassung ist die Urheberrechtsreform überfällig, dürfe aber nicht zulasten der Meinungsfreiheit gehen.

Derweil wächst die Phalanx der Reformgegner. YouTuber, Bürgerrechtler, IT-Verbände, Netzaktivisten warnen vor den Folgen von Artikel 13. Eine Petition gegen „Zensurmaschinen“ hatte bis Ende Februar mehr als 4,7 Millionen Unterschriften gesammelt. Am 1. März demonstrierten in Berlin 5.000 Menschen unter dem Motto „#Berlin gegen 13“. Netzaktivist Markus Beckedahl, Gründer von „netzpolitik.org“, machte die Position klar: „Wir sind nicht gegen das Urheberrecht, wir sind aber gegen verpflichtende Upload-Filter.“

Auch der Bundesdatenschutzbeauftragte Ulrich Kelber kritisierte, die Upload-Filter könnten nicht nur die Basis für eine Zensurinfrastruktur sein, sie seien auch aus datenschutzrechtlichen Gründen bedenklich. Nur wenige große Anbieter könnten eine entsprechende Technik zur Verfügung stellen, so Kleber. Letztlich entstünde so ein Oligopol einiger Anbieter, über die dann der gesamte Internetverkehr relevanter Plattformen und Dienste laufe. Diese würden dann umfangreiche Informationen über die Nutzer*innen erhalten.

Das Leistungsschutzrecht kommt den Vorstellungen der Verlegerlobby weit entgegen. Suchmaschinen wie Google News müssen demnach künftig für das Anzeigen von Artikel-Ausschnitten Geld an die Verlage zahlen. Die Reform war bereits 2016 von der EU-Kommission vorgeschlagen worden. Sie soll das Urheberrecht an das digitale Zeitalter anpassen.

Revision der AVMD-Richtlinie

Am 28. November 2018 wurde nach dreieinhalbjähriger Diskussion die Neufassung der „EU-Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste“ (AVMD) im EU-Amtsblatt veröffentlicht. Bis September haben nun die Mitgliedstaaten Zeit, diese Vorgaben in nationales Recht umzusetzen. Worum geht es? Ziel der Richtlinie ist es, die Rechtsvorschriften für AV-Medien im Licht von Digitalisierung und Konvergenz an die veränderten Marktrealitäten anzupassen. Das betrifft Fernsehsender, Video-on-Demand-Anbieter und Online-Videoplattformen. Erfasst werden erstmals auch Video-Sharing-Plattformen, User Generated Content, Videos auf Webseiten von Zeitungen sowie AV-Inhalte, die etwa über soziale Netzwerke wie Facebook verbreitet werden.

Deutschlands Staatsministerin für Kultur und Medien, Monika Grütters, sah mit der Verabschiedung der Richtlinie das Ziel, ausgeglichene Wettbewerbsbedingungen zwischen den diversen AV-Anbietern zu erreichen, näher gerückt. Und die rheinland-pfälzische Medienstaatssekretärin Heike Raab kündigte an, die Umsetzung der Richtlinie auf nationaler Ebene zügig zu beginnen. Tatsächlich waren nicht alle Wünsche der deutschen Seite erfüllt worden. Bundesregierung wie auch die Länder hatten lange Zeit für eine technikneutrale Regulierung gekämpft, um künftig nicht mehr zwischen linearen und non-linearen Diensten zu unterscheiden. Diese Position fand indes keine Mehrheit. Dennoch wurden für beide Regulierungsbereiche vergleichbare Vorschriften verabschiedet.

Anders als von den kommerziellen Anbietern gefordert, werden die Werbevorschriften für TV-Sender nur geringfügig liberalisiert. Die Sender können nur flexibler entscheiden, wie viel Werbung sie pro Stunde ausstrahlen wollen. Und zwar im Rahmen von zwei Zeitfenstern: Zwischen 6 und 18 Uhr ist künftig Werbung im Umfang von maximal 144 Minuten (höchstens 20 Prozent des Sendevolumens) erlaubt. In der Prime Time von 18 Uhr bis Mitternacht beträgt die maximal zulässige Werbedauer 72 Minuten (max. 20 Prozent). Bislang waren 20 Prozent oder 12 Minuten Werbung pro Stunde erlaubt. Durch die jetzt beschlossene Abschaffung des 12-Minuten-Limits müssen sich Zuschauer*innen vor allem im Abendprogramm künftig auf längere Werbe-Unterbrechungen einstellen.

Künftig werden auch Anbieter nicht-linearer Mediendienste zur Förderung europäischer Produktionen verdonnert. So müssen mindestens 30 Prozent der abrufbaren Inhalte von Streaming-Anbietern, die in der EU ansässig sind, europäischen Ursprungs sein. Das gilt auch für US-Konzerne wie Amazon Prime und Netflix, da sie ihr Geschäft über europäische Tochterfirmen betreiben. Weiterhin gültig bleibt die Vorgabe für Fernsehsender, wonach 50 Prozent der ausgestrahlten Werke europäisch sein müssen.

Schutz für Whistleblower

Spätestens nach Skandalen wie dem Facebook-Datenleak oder den Panama-Papers, die ohne die Initiative von Whistleblowern wohl nicht aufgedeckt worden wären, ist dieses Thema auf der Agenda der EU-Kommission. Nach Vorlage einer entsprechenden Richtlinie im April 2018 gab es die begründete Hoffnung auf neue, verbesserte europäische Standards zum Whistleblower-Schutz. Erst recht, nachdem der zuständige Rechtsausschuss sich gegen das vorrangige Gebot der „internen“ Meldung ausgesprochen hatte (M 4/18). Nach dieser Rechtsmeinung muss sich ein Whistleblower im Regelfall zuerst an die Unternehmensleitung wenden, wenn ihm oder ihr eine Straftat oder ein Missstand am Arbeitsplatz aufgefallen sein sollte. Die „interne“ Meldung hat vor allem in Deutschland Vorrang vor der „externen“ Anzeige bei Aufsichts- oder Strafverfolgungsbehörden. Andernfalls riskiert der Beschwerdeführer unter Umständen gekündigt zu werden. Mit dieser Praxis soll nach Auffassung der Europaabgeordneten nun endlich Schluss sein. Künftig soll es in das Ermessen der Whistleblower*innen gestellt sein, auf welchem Wege der Missstand öffentlich gemacht wird.

Ausgerechnet das von Katarina Barley geführte Bundesjustizministerium mauert jetzt und besteht auf einem mehrstufigen Meldeverfahren. Nur wenn es wenig Aussicht gebe, dass das Unternehmen die Verstöße abstelle oder bei einer „erheblichen Gefahr für öffentliche Interessen“, so die Justizministerin, könnten Whistleblower*innen auch direkt an die Öffentlichkeit gehen. Grüne und Linke verurteilten Barleys Haltung als Blockadepolitik, die den bestmöglichen Schutz für Whistleblower verhindere.

Richtlinien zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen

Thematisch in engem Zusammenhang steht die derzeit im Bundestag beratene und ebenfalls stark umstrittene EU-Richtlinie zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen (M Online: https://tinyurl.com/y3wb8ekp). Viele Medien und Medienverbände, darunter auch die dju in ver.di, fürchten, der „Regierungsentwurf führe in seiner jetzigen Fassung zu einer deutlichen Verschiebung der Balance zu Lasten der freien Berichterstattung“. Die Debatte gewinnt aktuelle Brisanz durch die Ermittlungen der Hamburger Staatsanwaltschaft gegen Oliver Schröm, den Chefredakteur des Investigativ-Netzwerks Correct!v. Dieser war im Kontext der so genannten Cum-Ex-Recherchen maßgeblich an der Aufdeckung des größten Steuerraubs Europas beteiligt. Jetzt wird gegen ihn wegen des Verdachts auf „Anstiftung zum Verrat von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen“ nach §17 UWG (Gesetz gegen Unlauteren Wettbewerb) ermittelt. Es sei „erschreckend, dass deutsche Behörden sich von den Tätern instrumentalisieren lassen“, kritisiert Correct!v. Die jetzt diskutierte neue EU-Richtlinie soll unter anderem die Vorschriften aus dem UWG ersetzen. Der aktuelle Entwurf, so urteilt Correct!v in einem Offenen Brief an die zuständigen Fachminister Katarina Barley (Justiz) und Olaf Scholz (Finanzen), „gefährdet den Informantenschutz und somit die Grundlage investigativer journalistischer Arbeit“. Vor dem Hintergrund des Verfahrens gegen Schröm fordert das Netzwerk namentlich Justizministerin Barley auf, „investigative Recherchen von Journalisten nicht zu kriminalisieren“. Denn: „Steuerraub ist ein Verbrechen. Journalismus nicht.“

Günter Herkel <<

Die Chancen im Blick

dju und Fachgruppe Medien mit neuen Vorständen und jeder Menge Vorhaben

Die „Zukunft der Medien“ stand im Fokus der Bundeskonferenzen der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) und der Fachgruppe Medien in ver.di vom 8. bis zum 10. Februar in Berlin. Für die großen Herausforderungen, vor denen die Medienbranche steht, wurden klare Aufgaben der Gewerkschaft formuliert, aber auch mehr Tatkraft von der Politik eingefordert, etwa wenn es um die Zukunftsfähigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks geht oder die Beschneidung von Pressevielfalt durch die Verleger.

Fotos: Murat Tueremis

Moderatorin Cornelia Berger (l.) und Christoph Schmitz, designierter Leiter des künftigen ver.di-Fachbereiches A mit Tina Groll, Thomas Kralinski und Manfred Kloiber

Die Fachgruppe Medien wählte einen neuen Vorstand, in dem die dju mit drei Mitgliedern vertreten ist. Manfred Kloiber, seit 2015 Bundesvorsitzender, wurde in seiner Funktion bestätigt. Der erfahrene Hörfunkjournalist und Gewerkschafter sieht in den nächsten Jahren vor allem den Kampf um bessere Beschäftigungsbedingungen im Zentrum der Auseinandersetzungen: „Wir sehen es im öffentlich-rechtlichen Rundfunk genauso wie am Filmset: Immer mehr Festanstellungen weichen prekären Arbeitsverhältnissen“, stellte Kloiber fest. „Als Gewerkschaft kämpfen wir dafür, dass alle Beschäftigten sozial abgesichert sind. Das heißt zum Beispiel beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk: Schluss mit der weiteren Auslagerung von Jobs und endlich volle Mitbestimmungsrechte für freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Personalrat.“

Gute Arbeitsbedingungen für unabhängigen Journalismus

Die dju wählte Tina Groll als neue Bundesvorsitzende. Die 38-jährige Wirtschaftsredakteurin und ehemalige Betriebsrätin von Zeit Online führt die dju in einer Zeit anhaltenden Umbruchs. „Journalistinnen und Journalisten stehen zunehmend unter Druck, sowohl ökonomisch als auch bei der Ausübung ihrer Arbeit. Unsere gemeinsame Aufgabe als dju ist es deshalb, sich für die Presse- und Meinungsfreiheit einzusetzen und für Arbeitsbedingungen zu kämpfen, die unabhängigen Journalismus ermöglichen“, erklärte Groll.

Frank Werneke, stellvertretender ver.di-Vorsitzender und Bundesfachbereichsleiter Medien, Kunst und Industrie, verwies in seinem Grußwort an die Konferenz der Fachgruppe Medien auf richtige Entscheidungen wie die Nicht-Unterzeichnung des Tarifvertrages für Redakteur*innen an Tageszeitungen im vergangenen Jahr und das Beharren auf den Forderungen nach mehr Lohn im andauernden Tarifkonflikt der Druckbetriebe. Als ein Beispiel für erfolgreichen Arbeitskampf nannte er den Streik der freien Mitarbeiter*innen der *Eßlinger Zeitung*, die damit bessere Honorar erringen konnten. Zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk betonte Werneke: „Wir sind für eine Erhöhung des Rundfunkbeitrages und eine regelmäßige Beitragsanpassung.“ ver.di sei in der Lage dafür Allianzen zu schmieden und brauche aber auch weitere Mitstreiter*innen. Die Mitgliederentwicklung, sei im gesamten Fachbereich – vor allem an Theatern und Bühnen – im letzten Jahr sehr positiv gewesen. Er appellierte dennoch, vor allem auch mit Blick auf die Senderverbände, intensiver für Mitglieder zu werben.

Für „sexy“-Medienmarken von journalistischer Qualität

In der Diskussionsrunde um die Zukunft der Medien wurde der Frage nachgegangen: „Was bekommen wir und wer zahlt den Preis?“ Christoph Schmitz – designierter Leiter des künftig aus den Branchen Telekom/IT, Ver- und Entsorgung, Finanzdienstleistungen und Medien, Kunst und Industrie entstehenden neuen Fachbereichs, umriss die „dramatischen Veränderungen“ der Medienbranche mit neuen Wettbewerbern wie der Telekom oder Ströer, dem veränderten Dialog mit den Leser*innen und neuen Formaten wie Blogs und Podcasts. Und bei allem Schwung, den die Digitalisierung mit sich bringe, müssten ebenso ihre Grenzen klar sein, werde Recherche, Analyse, Kommentierung, professioneller Journalismus immer gefragt sein, so Schmitz.

Hier konnte die neue dju-Vorsitzende Tina Groll nahtlos anknüpfen: „Ich bin felsenfest davon überzeugt, dass sich Journalismus finanzieren lässt.“ Menschen seien bereit, für guten Journalismus zu bezahlen und „zwar dann, wenn die Medienmarke sexy ist“ und wenn man es schafft, mit journalistischer Qualität

Tina Groll wurde als neue Bundesvorsitzende der dju gewählt

gute Debatten zu steuern. Sie sehe in der Digitalisierung viele Chancen, wofür gut ausgebildete Mitarbeiter*innen benötigt werden.

Breiter gesellschaftlicher Diskurs zum Rundfunk notwendig

Zukunft ohne öffentlich-rechtlichen Rundfunk – ein No-Go für die Delegierten, wie auch im Geschäftsbericht deutlich formuliert wurde und ebenso in einem Antrag, der die anstehenden Aufgaben des Bundesvorstandes der Fachgruppe Medien umreißt. An Staatssekretär Thomas Kralinski (SPD), Bevollmächtigter des Landes Brandenburg beim Bund, richtete sich daher in der Podiumsdiskussion die Frage nach der Finanzierung, aktuell Streitthema unter den Rundfunkpolitiker*innen der Länder. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk werde gebraucht, betonte der SPD-Politiker und forderte gleichfalls Veränderung und „mehr Flexibilität“ sowie die Prüfung der besten Ausspielwege ein. Zudem sei er nicht davon überzeugt, zum Beispiel drei Info-Kanäle zu benötigen. Von einer Finanzierung, die sich am Index – der jährlichen Preissteigerung – orientiere, versprach sich Kralinski mehr Akzeptanz in der Gesellschaft.

Gerade das mache ihm Bauschmerzen widersprach der FG Medien-Vorsitzende Manfred Kloiber, Freier im Deutschlandradio Köln. Denn alles, was sich verändere, worauf die Kolleg*innen „durchaus heiß seien, es zu tun“, komme oben drauf, ohne dass zuvor die Honorare erhöht würden. In der größten Anstalt, dem WDR habe es seit vielen Jahren keine Anhebung gegeben, bei steigenden Aufgaben online, auf Facebook und Co. Auch Christoph Schmitz hielt dagegen: An erster Stelle müsse die Frage stehen: „Wohin wollen wir, was brauchen wir?“ Hier setzte auch Tabea Rößner von der Bundestagsfraktion der Grünen an. Sie plädierte vehement für einen verlässlichen vielfältigen Rundfunk mit eigenem öffentlich-rechtlichem Profil – zu dem auch qualitätsvolle Unterhaltung zähle. Sie kritisierte den falschen Ansatz der Strukturkommission, die von der Finanzierung ausgehe und nicht von einer zukunftsfähigen Auftragsdefinition. Die Akzeptanz des Rundfunks durch die Bürger*innen hänge wesentlich von einem offenen Diskurs ab, in dem die Politik auch Haltung zeige, betonte Rößner. Die Indexierung – also die automatische Veränderung des Rundfunkbeitrags nach dem jeweiligen Index – schließe jegliche Debatte aus.

Profilstärkung des Rundfunks durch Feste und Freie gemeinsam

„ver.di ist dem Indexierungsmodell gegenüber aufgeschlossen, sofern bei einer Umstellung das bereits bestehende Finanzvolumen zu Grunde gelegt wird, da alles andere zu nicht vertretbaren Einschnitten ins Programm führen würde“, heißt es dazu im Geschäftsbericht der Fachgruppe Medien. Die Sender forderte Manfred Kloiber in seiner mündlichen Ergänzung zum Bericht auf, „sich ehrlich zu machen“ und unter anderem die Freien nicht lediglich „als Reservearmee zu behandeln“, die zu schlechteren Konditionen als Feste eingesetzt werde. Der Fachgruppenvorsitzende verwies auf die Festanstellungen, die bei einigen Sendern im nicht programmgestaltenden Bereich in den letzten Jahren erreicht worden sind, zuerst beim Bayerischen Rundfunk, und danach beim SWR, RBB und bei der Deutschen Welle.

Die Diskussion um die Neuausrichtung von „M Menschen Machen Medien“ und M Online 2015, habe sich gelohnt, sagte Kloiber. Die vier Schwerpunkt-Magazine im Jahr und M Online – seit nunmehr drei Jahren im Netz – können sich sehen lassen und würden von den Leser*innen viel Zuspruch bekommen. Er dankte der Redaktion und forderte die Delegierten zu noch mehr Mitarbeit auf, etwa durch eigene Meinungsbeiträge und Themenvorschläge. >>

>> Zur Sprache brachte Kloiber auch die Situation der Kino-Beschäftigten. Die Mitarbeiter*innen von CinemaxX und CineStar befinden sich derzeit im Arbeitskampf. Gemeinsam mit ihren Kolleg*innen aus den Yorck-Kinos nutzten sie den allgemeinen Andrang aus Gästen und Schaulustigen auf der Berlinale, um nur wenige Meter neben dem roten Teppich lautstark auf ihre Forderungen und die Arbeitsbedingungen in den Kinos aufmerksam zu machen. Unterstützung erhielten sie am 9. Februar von einer Gruppe Delegierter der Fachgruppenkonferenz Medien.

Solidarität und Kampf gegen Straflosigkeit

Den Willen zur Solidarisierung unter anderem mit den Kolleg*innen des griechischen Rundfunks und des Rundfunks in der Schweiz nach der „No Billag"- Kampagne bekundete Johannes Studinger, Geschäftsführer von UNI MEI, die weltweit 140 Gewerkschaften bei Fernsehen, Filmproduktionen, Theatern und Medien vertritt, als Gast auf der Medien-Konferenz. UNI MEI setzte „weiter auf gemeinsame Stärke" und das großartige Engagement der deutschen Kolleg*innen, betonte er.

Zu den Gästen der dju-Konferenz gehörte Philippe Leruth aus Belgien, Präsident der Internationalen Föderation der Journalistinnen und Journalisten (IFJ). Hier stellt die dju mit Joachim Kreibich vom *Reutlinger General-Anzeiger* einen der Vize-Präsidenten. Eine der wichtigsten Aufgaben der IFJ sieht Leruth im weiteren Kampf gegen die Straflosigkeit bei Verbrechen gegen Journalist*innen und erinnerte unter anderem an die Ermordung der maltesischen Investigativjournalistin Daphne Caruana Galiz 2017. Dabei arbeite die IFJ auch an einem Projekt der UNO mit, die solche Morde weltweit untersuche.

Foto: Murat Tueremis

Manfred Kloiber, seit 2015 Bundesvorsitzender der Fachgruppe Medien, wurde in seiner Funktion bestätigt.

Christian Mihr, Geschäftsführer von Reporter ohne Grenzen in Deutschland, hob in seinem Grußwort an die dju hervor, dass Pressefreiheit grundsätzlich verteidigt werden müsse. Weltweit seien derzeit 328 Medienschaffende inhaftiert. Dazu gehöre auch Billy Six, der seit November in Venezuela in Haft ist. Er sei unter anderem Autor der rechtsgerichteten „Jungen Freiheit" und des „Deutschland-Magazins". Auch er wurde wegen seiner journalistischen Arbeit festgenommen. Für Demokraten dürfe es da keine Unterscheidung zwischen rechts und links geben, sagte Mihr. Dem stimmte der dju-Bundesvorstand in seiner konstituierenden Sitzung zu und beschloss, sich für die Freilassung von Billy Six einzusetzen. **Karin Wenk** <<

M ehr lesen

https://mmm.verdi.de/tarife-und-honorare/mitgestalter-der-medienzukunft-56745

Gut aufgestellt für neue Aufgaben

Konferenzen im Fachbereich Medien, Kunst und Industrie

Die Bundesfachgruppen (FG) Verlage, Druck und Papier; Industrie/Industrieelle Dienstleistungen; Musik; Darstellende Kunst und Bildende Kunst des ver.di Bundesfachbereiches Medien, Kunst und Industrie haben ebenso wie die dju und die FG Medien ihre Vorstände und die Delegierten für die weiteren Konferenzen gewählt sowie ihre künftigen Aufgaben abgesteckt. Sein 50jähriges Bestehen feierte der Verband Deutscher Schriftsteller (VS) vom 14. bis zum 17. Februar in Aschaffenburg mit Festakt und Rückblick, mit Lesungen und Delegiertenkonferenz, aber auch mit der zukunftsweisenden Debatte: „Literatur unter Strom".

Literatur | Die Delegierten des VS und der Bundessparte Übersetzerinnen und Übersetzer zogen Rechenschaft über die vergangenen vier Jahre Arbeit. Die scheidende VS-Bundesvorsitzende Eva Leipprand nannte Arbeitsfelder wie: Sorge um eine angemessene Vergütung, die bessere Wahrung von Urheberrechtsansprüchen im digitalen Zeitalter, die Sicherung fairer Verlagsverträge für Autor*innen und literarische Übersetzer*innen, aber auch den Erhalt von Verwertungsgesellschaften, das Eintreten für Meinungs- und Kunstfreiheit sowie gegen einen Rechtsruck in der Gesellschaft, öffentlichkeitswirksames Auftreten und Beteiligung an den Buchmessen in Frankfurt am Main und Leipzig, Herausforderungen an Literatur als Teil einer „Kreativwirtschaft der Zukunft".

In der „Aschaffenburger Antwort" wenden sich die Delegierten gegen den Rechtsruck national und international: „Wir Schriftstellerinnen und Schriftsteller wenden uns entschieden gegen Hass, Rassismus, Nationalismus, Antisemitismus, Homophobie, Sexismus und bekennen uns zu den Grundsätzen des demokratischen sozialen Rechtsstaates, zur Wahrung und Verwirklichung der Menschenrechte, der Menschenwürde und zu einem friedlichen Zusammenleben." VS-Mitglieder fühlten die Verpflichtung, sich „laut und deutlich in die Auseinandersetzung um die Freiheit und Demokratie einzubringen".

Druck und Papier | Auch die 60 Delegierten der 4. Bundesfachgruppenkonferenz Verlage, Druck und Papier setzten am 2./3. Februar ein deutliches Zeichen gegen jegliche Form von Menschenfeindlichkeit. Sie forderten die ver.di-Gremien auf, sich mit allen Mitteln menschenverachtenden Parteien und Gruppierungen entgegenzustellen. Die Konferenzteilnehmer*innen sprachen sich einstimmig für einen Antrag aus, der für gleiche Bezahlung zwischen Frauen und Männern plädierte. Sie beschlossen, dieses Thema in der kommenden Wahlperiode in den Betrieben zu bearbeiten. Mit den neugewählten Tarifgremien für die einzel-

nen Branchen hat sich die Fachgruppe für die laufenden Tarifauseinandersetzungen, etwa in der Druckindustrie, und für die Zukunft gut aufgestellt. Neue Impulse bekamen die Konferenzteilnehmenden durch die Vorstellung der Untersuchungsergebnisse einer Initiative der Fachgruppe zur „Zukunft der Zeitungsverlage". Erste Handlungsansätze für betriebliche Arbeit wurden diskutiert. Aufregend wurde es für viele Anwesende bei einem abendlichen Ausflug in die virtuelle Welt des Lernens in der Druckindustrie. Dabei konnte mit VR-Brillen diese neue Methode ausprobiert werden.

Darstellende Kunst | Erkämpfte Tarifverträge, öffentlichkeitswirksame Aktionen und Vernetzung mit anderen Interessenverbänden, das sind Ergebnisse ihrer Arbeit in den vergangenen Jahren, auf die die Delegierten der 5. Bundesfachgruppenkonferenz Theater und Bühnen, Kulturelle Einrichtungen mit Stolz blickten. Sie debattierten am 25. und 26. Januar 2019 in Berlin über künftige Vorhaben und beschlossen, dabei das künstlerische Personal noch stärker in den Blick nehmen. Schlaglichter aus dem Geschäftsbericht beleuchten Tarifverträge für das Staatsballett Berlin und den Friedrichstadtpalast sowie für die Stage-Musicalbühnen bundesweit, aktive Beteiligung an den Tarifrunden des Öffentlichen Dienstes, aber auch Aktionen wie #rettedeintheater – Keine Kulturwüste in Niedersachsen! oder die erstmalige Wahl eines Betriebsrates für Elbphilharmonie und Laeiszhalle in Hamburg.

*Kongress mit Festakt und Debatten anlässlich des 50-jährigen Bestehens des Verbandes deutscher Schriftsteller*innen (VS) und ver.di-Delegierten-Konferenz in Aschaffenburg*

Foto: Bert Bostelmann

Die Mehrzahl der behandelten Anträge befasste sich mit der Stärkung der Arbeit für die künstlerisch Beschäftigten in Theatern und Bühnen für „eine bessere existenzielle, soziale und kollektivrechtliche Absicherung". Es entspann sich eine längere Debatte, was es bedeute, dies auf Basis „bedingungsgebundener Gewerkschaftsarbeit" durchzusetzen.

Musik | Die Schwerpunkte in der Arbeit der ver.di-Bundesfachgruppe Musik der vergangenen Jahre waren im Bericht klar herausgearbeitet: Tarifarbeit, Analyse und Auswege aus der Prekarisierung des Berufsstandes, speziell bei Honorarkräften und Lehrbeauftragten, Öffentlichkeitsarbeit und Vernetzung, gewerkschaftliche Perspektiven der Fachgruppe. Diese Themen prägten auch die Debatte der Bundesfachgruppenkonferenz am 26. und 27. Januar 2019 in Berlin. Strategische Überlegungen dominierten.

Welche Anforderungen an „Muße, Reflektion und Selbstfindung" sich aus der aktuellen Situation des Musikschulunterrichts ergeben, erzählte Prof. Dr. Jürgen Oberschmidt von der Pädagogischen Hochschule Heidelberg in einem Fachvortrag. Aktuelle wirtschaftliche und technologische Entwicklungen verstärkten den Trend, Musikschule vorrangig als „Unternehmen" denn als Ort ästhetischer Bildung zu sehen, der sich neoliberalem Effizienzdenken entziehe. Die Gefahr: schnödes „Etüden-Üben überwiegt, das eigentliche Musizieren findet woanders statt", so die These des Didaktikers. Musikschullehrer*innen würden nicht angemessen entlohnt und wertgeschätzt.

Bildende Kunst | Lebhafte Diskussionen bestimmten die Bundesfachgruppenkonferenz Bildende Kunst, die am 25. Januar 2019 in Berlin tagte. Thema waren die auch im Geschäftsbericht angerissenen Probleme, die sich aus den geplanten Fachbereichsfusionen bei ver.di speziell für sehr kleine Fachgruppen ergeben könnten. Sie seien schon jetzt nicht üppig ausgestattet und sehr auf die professionelle Unterstützung durch Hauptamtliche angewiesen. Bei den bildenden Künstler*innen kommt erschwerend hinzu, dass sie in der Mehrzahl selbständig arbeiten und oft geringe Einkommen erzielen.

Die Delegierten vereinbarten in der Debatte, in der kommenden Wahlperiode mehr für die Nachwuchsgewinnung zu tun, sich verstärkt für gute Ausstellungs- und Kurshonorare sowie eine bessere Altersvorsorge einzusetzen und sich zudem gut zu vernetzen. (Ausführliche Berichte über die Konferenzen der Kunstfachgruppen unter https://kuk.verdi.de)

Industrie | Der neue Bundesfachgruppenvorstand Industrie/Industrielle Dienstleitungen werde getreu dem Motto: „Wir geben die Richtung vor" seine berufsbedingte Expertise in den künftigen Fachbereich A einbringen, betonte Vorsitzender Matthias Träger auf der Konferenz am 2. Februar. Die Fachgruppenarbeit wird sich weiterhin auf Veränderungen durch die Digitalisierung in Produktions- und Arbeitsprozessen, das Crowdworking, die Gestaltung von Home Office fokussieren. Dabei werde Wert auf Projektarbeit gelegt. (Mehr unter: https://medien-kunst-industrie.verdi.de/bereiche-fachgruppen/industrie-industrelle-dienstleistungen)

Karin Wenk <<

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: Mohn Media Carl-Bertelsmann-Straße 161M, 33311 Gütersloh

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.

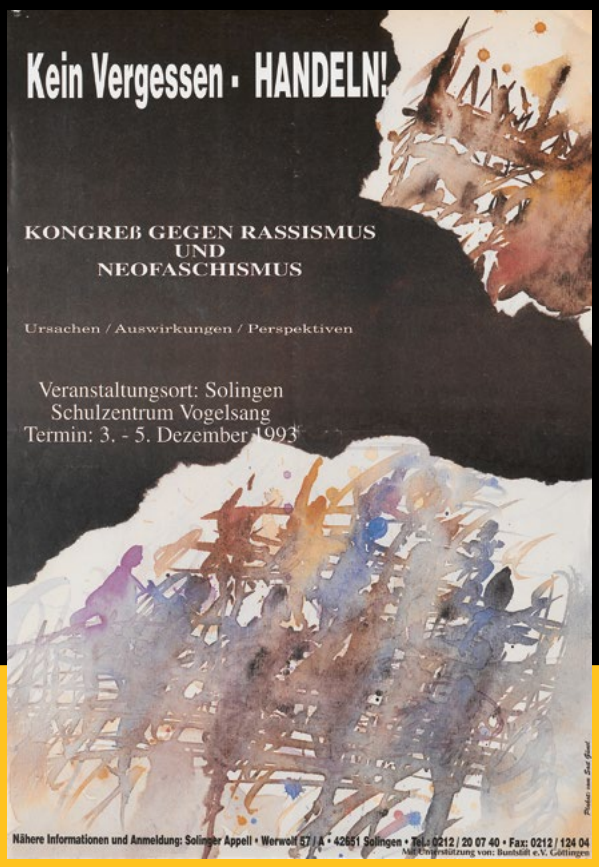
Jedes Heft kostet 9 Euro (inklusive Mwst.). ver.di-Mitglieder aus anderen Fachgruppen können M zu einem ermäßigten Preis abonnieren.

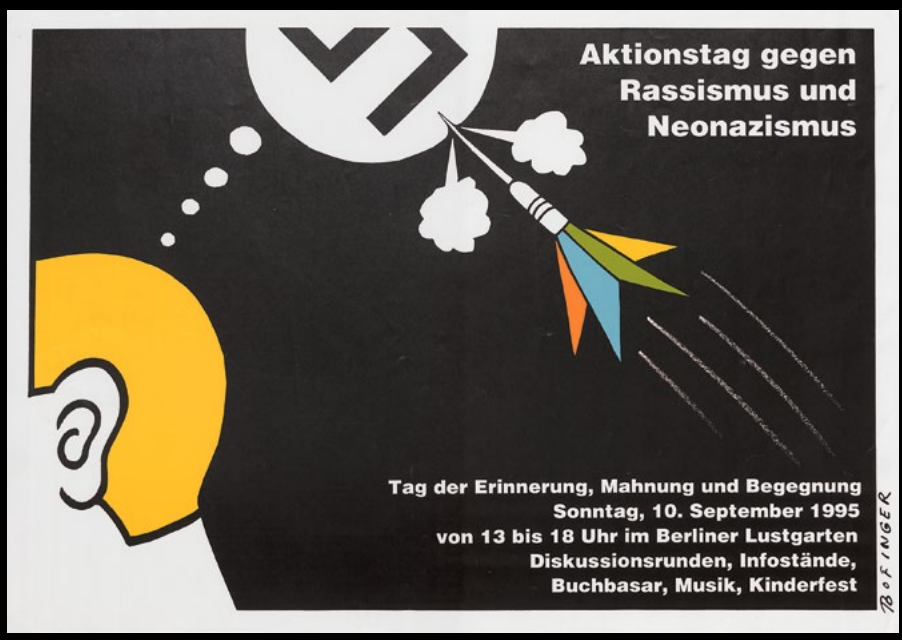
Redaktionsschluss M:
M 01.2019: 25.02.2019
M 02.2019: 20.05.2019
ISSN-Nr.: 09 46 – 11 32

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

Der Schoß ist fruchbar noch – Plakate für das Widerstehen!





Ausstellung in der ver.di MedienGalerie vom 7.3. bis 18.4.2019

Öffnungszeiten:
montags und freitags 14 – 16 Uhr
dienstags 17 – 19 Uhr, donnerstags 13 – 18 Uhr
und nach telefonischer Vereinbarung

Dudenstraße 10, 10965 Berlin. U-Bhf Platz der Luftbrücke, Bus 104
Tel.: 030 – 88 66 54 02. www.mediengalerie.org

www.apabiz.de und ver.di Berlin-Brandenburg

ver.di