MENSCHEN MACHEN MEDIEN

Medienpolitisches ver.di-Magazin Sept. 2020 Nr. 3

mmm.verdi.de
E 2814
Jahrgang 69

- Bildkritik
  Griff in die Klischeekiste
- Hinter dem Vorhang
  Vertrauensstelle Themis

Brennglas Corona
Im Ringen um Reichweite

IM FOKUS: BRENNGLAS CORONA

Foto: Petra Dreßler

6 IM RINGEN UM REICHWEITE
Von Günter Herkel

10 TRANSAKTION OHNE VIEL FEDERLESEN
Bauer Media Group Hamburg zieht sich aus vielen Ländern zurück

12 INTERNIERT IN EINEM VERLAGSGEBÄUDE
Der Hamburger Bauer Konzern verspricht die Aufarbeitung seiner Nazi-Vergangenheit

13 IM NORD-WESTEN NICHTS NEUES
Kürzungen und Entlassungen bei Umstrukturierung in Oldenburg

Foto: Michael Bahlo

14 RADIO POTSDAM UNHEIMLICH GEFRAGT
Trotz Umsatzeinbußen mehr gearbeitet als je zuvor

16 ARD UND ZDF VOR DER GLASKUGEL
Auswirkungen der Corona-Krise auf die Öffentlich-Rechtlichen noch unklar

TITELBILD SEITE 1. FOTOS:
Programmchef Tobi Brauhart von Radio Potsdam (oben l.); Journalist*innen mit Berliner Kultursenator Klaus Lederer von Christian Ditsch (oben r.) und Medienvertreter*innen an der Baustelle des Corona-Behandlungszentrums auf dem Gelände der Messe Berlin von Christian von Polentz

18 ES WIRD WIEDER GEDREHT
Ausfallfonds für Kinofilme und für TV-Produktionen schnellstens einrichten

20 NOCH ZAPPENDUSTER
Erste Lichtblicke für die Kinos nach schrittweisen Wiedereröffnungen

21 KAMPF UMS COLOSSEUM GEHT WEITER

MEINUNG

4 BILDKRITIK
Tiefer Griff in Klischeekiste

5 FREILASSUNG STATT AUSLIEFERUNG

INTERNATIONAL

22 VERHAFTET UND VERPRÜGELT
Journalisten bei Protesten in Weißrussland festgenommen, viele Akkreditierungen entzogen

23 AKTION FÜR SHAFIQUL ISLAM KAJOL, BANGLADESCH
Erst „verschwunden", jetzt in Haft

BERUF

24 WEG VON DER „BLACK BOX"
Für bessere Transparenzkultur der Gremien im öffentlich-rechtlichen Rundfunk

26 HINTER DEM VORHANG
Seit fast zwei Jahren arbeitet die Vertrauensstelle Themis in Berlin

27 SCHON ENTDECKT? BERMUDAFUNK

VER.DI UNTERWEGS

27 ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN
Tarifverträge abgeschlossen

27 HAUS DER SELBSTSTÄNDIGEN
Vernetzungsangebot in Leipzig

28 EIN JUWEL IN VER.DI
Die MedienGalerie ist seit 25 Jahren ein Ort für politische Kunst

30 ENGAGIERTER GEWERKSCHAFTER UND PHILOSOPH

31 WORTBRUCH BEI VERHANDLUNGEN
Deutsche Welle verweigert angemessene Tariferhöhungen

31 IMPRESSUM

JEDEN MONAT EIN NEUER PODCAST AUF M ONLINE

AKTUELL:
ZEITUNG, PODCAST, TV: GERLINDE HINTERLEITNER VON „DER STANDARD" ÜBER DAS EIGENE GESCHÄFTSMODELL
Alle M-Podcast unter https://mmm.verdi.de/podcast/

Karikatur: Klaus Stuttmann

Foto: Christian v. Polentz

Dramatische Gemengelage

Die Medienbranche durchlebt in Corona-Zeiten einmal mehr die Synthese zwischen gesellschaftlicher Rolle und eigener Wirtschaftlichkeit. Klar erkennbar ist die Relevanz zuverlässiger Nachrichtenvermittlung. Die Qualität der Berichterstattung – vor allem des Fernsehens linear und online, aber auch der Zeitungen samt ihrer Onlineangebote – wird geschätzt. Gleich anderen Branchen wirkt Corona mit seinen Sicherheitsregelungen jedoch auch in diesem Sektor wie ein Brennglas und lässt vorhandene Probleme und Tendenzen deutlicher zutage treten. Entwicklungen beschleunigen sich oder werden im Fahrwasser der Pandemie bewusst vorangetrieben. Mit Blick auf die Digitalisierung der Unternehmen weitgehend ein Positivum.

Die fortschreitende Konzentration von Zeitungen und Zeitschriften zu Lasten der Vielfalt und der Abbau redaktioneller Kompetenz ist dagegen – trotz erheblicher Anzeigenverluste während der Pandemie – kritisch zu sehen. Die Lage der Selbstständigen, deren Arbeit maßgeblich ist für die Medien-, Film- und Kulturproduktion, gerät zwar mehr in den Fokus. Ausreichend – und offenbar wenig nachhaltig – ist das bei Betrachtung aufgelegter staatlicher Hilfsprogramme nicht. Über diese teils dramatische Gemengelage berichtet M im Schwerpunkt dieser Ausgabe 3/2020 und wagt einen fragenden Blick in die Zukunft, etwa nach der Finanzierung des Journalismus. Noch mehr zum Thema finden interessierte Leser*innen unter dem Stichwort „Corona“ in M Online.

Die Wahrnehmung journalistischer Produkte wird nicht zuletzt durch deren Bild-Gestaltung bestimmt. Schnelle Schnappschüsse und Bildmontagen überfluten das Netz. Symbolfotos ersetzen – auch in Zeitungen – oft die direkt vor Ort aktuell aufgenommene Fotografie. Wie in einem solchen Fall „bildethische Fragestellungen virulent werden“, wird in der dritten Folge der „Bildkritik“ (S. 4) erläutert.

Jubiläen fallen im Corona-Jahr leider weniger feierlich aus, aber es gibt sie. Die MedienGalerie von ver.di bereichert seit 25 Jahren die politische Kulturszene der Hauptstadt, ist zudem ein Ort der Begegnung von Gewerkschaftsmitgliedern (S. 28/29). Shutdown-bedingt musste sie einige Monate schließen. Anstatt im Mai wurde die Jubiläumsausstellung „Zeichen-Setzen – BildSprache für eine bessere Welt“ nun am 3. September eröffnet und kann noch bis zum 23. Oktober angesehen werden.

Karin Wenk, verantwortliche Redakteurin

Bildkritik

Bildkritik ist die neue Kolumne von Menschen Machen Medien. Der Journalist und Kommunikationswissenschaftler Felix Koltermann diskutiert dort in regelmäßigen Abständen den Umgang publizistischer Medien mit fotografischen Bildern.

Weniger Geld für Asylsuchende

Wer in einer Sammelunterkunft wohnen muss, erhält niedrigeren Satz an Sozialleistungen

VON PITT VON BEBENBURG

Asylbewerber in Sammelunterkünften sollen, selbst wenn sie sich fremd sind, gemeinsam haushalten. Weil sie dadurch angeblich Geld sparen können, erhalten sie auch geringere Sozialleistungen als allein lebende Asylbewerber. Sie werden sozialrechtlich dabei wie ein zusammenlebendes Ehepaar behandelt.

An dieser ohnehin höchst umstrittenen Regelung hält die Bundesregierung auch in Corona-Zeiten fest. Das hat sie in ihrer Antwort auf eine Anfrage der Grünen mitgeteilt, die der Frankfurter Rundschau vorliegt.

Die Grünen-Migrationspolitikerin Filiz Polat findet das empörend. „Abstandhalten predigen, aber gemeinsames Wirtschaften einfordern, das ist absurd", sagte sie der FR. „Das ist nicht nur Realitätsverweigerung, sondern schlichtweg politische Verantwortungslosigkeit." Gerade in Zeiten der Corona-Pandemie offenbare sich, „dass Asylsuchenden der Anspruch auf eine menschenwürdige Behandlung abgesprochen wird".

Vor einem Jahr hatte die große Koalition die Kürzung der Bezüge für Asylbewerber in Sammelunterkünften beschlossen. Normalerweise erhalten Asylbewerber einen Regelsatz von 351 Euro im Monat. Seit der Gesetzesänderung bekommen sie nur 316 Euro, wenn sie in Gemeinschaftsunterkünften wohnen – also 35 Euro weniger.

Die Parlamentarische Staatssekretärin im Sozialministerium, Kerstin Griese (SPD), verteidigte diese Regelung in ihrer Antwort an Filiz Polat und ihre Kollegen. Sie schrieb, es liege „im Entscheidungsspielraum des Gesetzgebers, für seine Einschätzung der notwendigen existenzsichernden Leistungen in Orientierung an der tatsächlichen Bedarfslage eine typisierende Einschätzung der Verhältnisse vorzunehmen, die nicht sachwidrig erscheint".

Die Regelungen des Asylbewerberleistungsgesetzes seien „unabhängig von der aktuellen Covid-19-Pandemie" gültig, fahr Regierungsvertreterin Griese fort.

Schwarz-Grün in Hessen hat der Kürzung zugestimmt

Allerdings könne man im Einzelfall von der Kürzung absehen, „soweit unter Würdigung sämtlicher Umstände des Einzelfalles, insbesondere der spezifischen räumlichen und organisatorischen Umstände in den einzelnen Sammelunterkünften, aus Gründen des Infektionsschutzes erforderliche Maßnahmen ergriffen wurden, die die Möglichkeit eines gemeinsamen Wirtschaftens in erheblichem Umfang einschränken".

Die Bundes-Grünen bekämpften die sozialrechtliche „Zwangspartnerung" von Asylbewerbern von Anfang an. Pikant ist dabei, dass die Änderung nur dank der Zustimmung der Bundesländer Baden-Württemberg und Hessen zustande kam, in denen die Grünen mitregieren. Die hessischen Grünen vertraten zwar die Auffassung, dass die Regelung verfassungsrechtlich bedenklich sei. Sie stimmten aber zu, weil das Gesetzespaket andere Passagen enthielt, die ihnen am Herzen lagen. Fünf Länder, in denen Grüne regieren, votierten dagegen.

Mittlerweile hat eine Reihe von Gerichten verfassungsrechtliche Bedenken geäußert, da nicht garantiert sei, dass die betroffenen Menschen ein Existenzminimum erhielten. Zuletzt führte das sächsische Landessozialgericht aus, es erscheine „zweifelhaft", wenn den Asylbewerbern geringere Leistungen wegen ihrer Unterbringung in einer Gemeinschaftsunterkunft zugesprochen würden. „Es ist nicht ersichtlich, dass sich allein aufgrund dieses Umstands ein geringerer Bedarf ergeben könnte. Synergie- und Einspareffekte ergeben sich nach summarischer Prüfung jedenfalls nicht zwangsläufig", hieß es in dem Urteil.

Der sozialpolitische Sprecher der Grünen, Sven Lehmann, verlangt, „diesem unwürdigen Spiel auf dem Rücken der Betroffenen ein Ende zu setzen und Asylbewerbenden endlich ein menschenwürdiges Existenzminimum ohne Wenn und Aber zu gewähren". Als akute Krisenmaßnahmen sei ein „Corona-Aufschlag" von 100 Euro monatlich für Erwachsene nötig, „um die sozialen Härten der Krise abzufedern".

Geflüchtete, die zusammen wohnen müssen, sollen auch zusammen wirtschaften. ANDERSEN/AFP

vom 1. Januar 2020 an.
Erscheint täglich außer sonn- und feiertags.
Druck: Frankfurter Societäts-Druckerei GmbH & Co. KG, Kurhessenstr. 4-6, 64546 Mörfelden-Walldorf.
Vertrieb:
Monatsbezugspreise: 53,95 Euro; E-Paper/FR+ 34,95 Euro; ermäßigter Bezugspreis für Studierende und Auszubildende (gegen Vorlage einer Bescheinigung): 27,55 Euro.
Alle Preise inkl. der jeweils gültigen Umsatzsteuer. Zur Ausklärung des Abonnements werden, soweit erforderlich, Abonnentendaten an spezielle Dienstleistungsunternehmen und Zustellpartner weitergegeben. Bei Nichtlieferung ohne Verschulden des Verlages oder infolge höherer Gewalt keine Entschädigung. Für unverlangte Einsendungen übernehmen wir keine Verantwortung.
Bankverbindung:
Frankfurter Volksbank,
IBAN: DE51 5019 0000 0000 1515 89
BIC: FFVBDEFFXXX
Verleger bis 1803: Karl Gerold.
© Alle Rechte vorbehalten.
Frankfurter Rundschau GmbH.
Es ist nicht gestattet, die Inhalte zu vervielfältigen, zu ändern, zu verbreiten, dauerhaft zu speichern oder nachzudrucken. Insbesondere dürfen die Inhalte nicht zum Aufbau einer Datenbank verwendet oder an Dritte weitergegeben werden. Vervielfältigungs- und Nutzungsrechte können unter nutzungsrechte@mediengruppe-frankfurt.de erworben werden.

Sie fahren in den Urlaub?
Frankfurter Rundschau
Bequem online Ihren Urlaubsservice beantragen:
fr.de/urlaub

Foto: Felix Koltermann

Tiefer Griff in Klischeekiste

Die Funktion von Nachrichtenbildern ist, ein konkretes Geschehen im Bild festzuhalten und darüber Informationen zu vermitteln. Wie vor allem durch eine symbolhafte Verwendung dieser Bilder bildethische Fragestellungen virulent werden, zeigt ein Bespiel aus der *Frankfurter Rundschau*.

In der gedruckten Wochenendausgabe vom 18./19. Juli veröffentlichte die *Frankfurter Rundschau (FR)* einen Artikel von Pitt von Bebenburg über verringerte Sozialleistungen für Asylbewerber*innen, die in einer Sammelunterkunft leben. Der „Weniger Geld für Asylsuchende" betitelte Text lief über vier Spalten und nahm in der im Tabloid-Format erscheinenden Zeitung fast die gesamte unter Seitenhälfte ein. Visualisiert wurde das Thema über eine dreispaltig platzierte Fotografie, die eine Gruppe von Menschen hinter mehreren Bahnen Absperrband zeigt, auf denen „FEUERWEHR – SPERRZONE" zu lesen ist. Anstatt etwa ein Bild aus einer Sammelunterkunft zu wählen, hat die *FR* mit dieser Form der abstrakten Visualisierung von Asylsuchenden tief in die Klischeekiste gegriffen.

Als Kontextualisierung des Bildes dienen die Bildunterschrift „Geflüchtete, die zusammen wohnen müssen, sollen auch zusammen wirtschaften" sowie die Quellenangabe „Andersen/AFP". Anstatt Hinweise auf den Bildinhalt und das dort gezeigte Geschehen zu liefern, greift die BU also das Kernthema des Textes auf. Am Dargestellten selbst ist unschwer zu erkennen, dass das Bild – anders als es die BU andeutet – keine gemeinsame Wohnsituation zeigt. Stattdessen sehen wir eine Gruppe vornehmlich männlicher Personen in einem Bildausschnitt, der keinen Rückschluss auf die Raumsituation zulässt. Auch der Artikel liefert diesbezüglich keine Informationen, da er vor allem die politische Debatte um das Thema und dessen gerichtliche Aufarbeitung nachzeichnet sowie verschiedene Politiker*innen zu Wort kommen lässt.

> „Problematisch an der Bildverwendung ist, dass alle Personen klar erkennbar sind, aber der konkrete Kontext der Aufnahme aus dem Jahr 2015 völlig ignoriert wird."

Wie so oft hilft also nur die Rückwärtssuche des Originalbildes in der Datenbank der Agentur Agence France Presse (AFP) weiter, die das Bild des Fotografen Odd Andersen vertreibt. Dabei tritt zu Tage, dass das Bild mehr als dreieinhalb Jahre alt ist und wir es somit mit einem – von der *FR* nicht als solchem gekennzeichnetem – Archivbild zu tun haben. Es entstand am 15. Oktober 2015 und zeigt – laut Bildunterschrift von AFP – eine Gruppe von neu angekommenen Asylsuchenden, die beim Berliner Landesamt für Gesundheit und Soziales (Lageso) auf die Möglichkeit der Pre-Registrierung warten. Weitere Bilder derselben Situation von Andersen verdeutlichen, dass die Aufnahme in einem Zelt auf dem Gelände des Lageso entstanden ist, was die dunkle Lichtsituation erklärt. Für die Publikation wurde das Bild leicht beschnitten.

Problematisch an der Bildverwendung ist, dass alle Personen klar erkennbar sind, aber der konkrete Kontext der Aufnahme aus dem Jahr 2015 völlig ignoriert wird. Egal wo, wie und mit welchen Status die Dargestellten heute leben, sie stehen exemplarisch für die Gruppe der Asylbewerber*innen. Kritisch zu sehen ist darüber hinaus die Symbolik des Absperrbandes, das Gefahr und die Notwendigkeit der Abgrenzung suggeriert. Alles in allem hat die *FR* sich hier für eine Bebilderung entschieden, mit der Asylsuchende als unidentifizierbare Masse gezeigt werden, die in Schach gehalten werden muss. Besser lassen sich Stereotype gegenüber Asylsuchenden und Migrant*innen kaum fördern.

Felix Koltermann <<

Freilassung statt Auslieferung

Vor einem Londoner Gericht kämpft Julian Assange derzeit gegen seine Auslieferung an die USA. An seiner Seite weiß er Hunderttausende Unterstützer*innen weltweit, die im Namen der Pressefreiheit die Freilassung des Wikileaks-Gründers fordern. Die USA sehen in Assange einen Spion, der bis an sein Lebensende hinter Gitter gehört – ein Widerspruch zu den Hauptgrundsätzen der amerikanischen Gesellschaft.

Ebenso wie im deutschen Grundgesetz nimmt die Pressefreiheit in der amerikanischen Verfassung einen prominenten Platz ein. Als grundlegendes Menschenrecht wurde sie bereits 1791 im ersten Verfassungszusatz fixiert. Getreu dem Grundsatz, dass die Macht des Wissens in den Händen des Volkes liegen sollte, wird dem Kongress untersagt, Gesetze zu erlassen, die Meinungs- oder Pressefreiheit einschränken. Das bedeutet: Jeder darf, ungeachtet der sozialen Herkunft, der politischen Einstellung oder des religiösen Glaubens, veröffentlichen, was immer er will.

Nichts anderes hat Assange getan. Der 49-jährige gebürtige Australier hat über die Plattform Wikileaks geheimes Material von US-Militäreinsätzen im Irak und in Afghanistan veröffentlicht und damit zur Aufdeckung von Kriegsverbrechen durch amerikanische Soldaten beigetragen. Er erfüllt damit die Kernaufgabe von Journalistinnen und Journalisten, Vertreter*innen von Staat und Wirtschaft auf die Finger zu schauen und Fehlverhalten ans Licht zu bringen. Deshalb gehe es in diesem Verfahren um die Frage, ob ein demokratischer Staat jemanden ausliefern und damit der politischen Verfolgung preisgeben dürfe, betonte die Bundesvorsitzende der dju in ver.di, Tina Groll, und warnte vor einer „massiven Beschädigung der Pressefreiheit“, wenn die britische Justiz dem Auslieferungsersuchen nachgebe.

Eine „Auslieferung (...) an die USA, weil er während seines Aufenthalts in Europa journalistisch tätig war,“ würde den Weg frei machen für „die Extra-Territorialisierung von Gesetzen zur Wahrung staatlicher Geheimhaltung“ und eine „Einladung an andere Staaten darstellen, diesem Beispiel nachzueifern“, argumentiert eine Gruppe von 152 Rechtsexperten sowie 15 Anwaltsverbänden aus der ganzen Welt in einem Offenen Brief (lawyersforassange.org/) an die britische Regierung vom 14. August 2020. Bislang respektiere man in einem Rechtsstaat den Unterschied zwischen einem Spion und einem Verleger, mit diesem Fall werde diese Grenze aufgelöst. Diese gefährliche Grenzüberschreitung könne „zu irreparablen Schäden an einem unserer höchsten Güter, der Pressefreiheit“ und damit der Demokratie führen, warnen die Juristen.

Christian Mihr von „Reporter ohne Grenzen“, der zur Anhörung am 7. September in London war, spricht von einem „gefährlichen Präzedenzfall“ für die Pressefreiheit, sollte Assange ausgeliefert werden. An die britische Regierung wurde eine Online-Petition der Organisation mit rund 80.000 Unterschriften übergeben, die seine Freilassung nach fast zehn Jahren Strafverfolgung fordern.

Zugleich gab es in London Kritik an Einschränkungen der Prozessöffentlichkeit. So wurde etlichen Beobachtern – darunter Parlamentariern und Vertretern von Nicht-Regierungsorganisationen – kurzfristig die Akkreditierung für die Online-Übertragung der Anhörung entzogen. Nur wenige durften direkt im Gerichtssaal dabei sein – „dank“ Corona. Mit einer Entscheidung wird Ende des Jahres gerechnet. **Karin Wenk <<**

Später Sieg

Ein Gericht in den USA hat am 2. September 2020 entschieden, dass die US-Vorratsdatenspeicherung des Geheimdiensts NSA illegal und möglicherweise verfassungswidrig war. Das Überwachungsprogramm, bei dem die NSA die Verbindungsdaten aller Telefongespräche von Millionen Amerikaner*innen sammelte, wurde 2013 durch den Whistleblower Edward Snowden enthüllt. Snowden sitzt immer noch im russischen Exil fest, weil ihm in den USA Strafverfolgung droht.

Anzeige

Die Medienbranche ächzt unter den Folgen der Corona-Pandemie. Trotz wachsender Reichweiten und Klickzahlen im Netz geht vielen werbefinanzierten Medien das Geld aus. Zugleich sind sie konfrontiert mit der digitalen Transformation des Mediengeschäfts. Der Staat legt Hilfsprogramme auf, aber über die Wirksamkeit bestehen Zweifel. Liegt die Lösung in der Förderung von gemeinnützigem Journalismus?

Im Ringen um Reichweite

Von Günter Herkel

Das analoge Mediengeschäft stottert bedenklich. Die meisten Verlage verlieren rasant an Auflage. Auf dem Anzeigenmarkt konkurrieren sie um Werbegelder mit übermächtigen Internetkonzernen wie Google, Facebook & Co. Die IVW-Zahlen für das 2. Quartal dieses Jahres spiegeln ein uneinheitliches Bild. Verlierer des temporären Lockdowns sind vor allem jene Tageszeitungen und Zeitschriften, die normalerweise einen relevanten Teil ihrer Einzelverkäufe auf Flughäfen und Bahnhöfen erzielen. Corona-Gewinner gab es nur wenige – es sind allenfalls Titel mit einem hohen Anteil an Digitalabos.

> **„Die Zeit drängt. In den vergangenen 30 Jahren hat sich die Verkaufsauflage der Tageszeitungen in Deutschland von 27 auf jetzt noch 13,5 Millionen Exemplare halbiert."**

Von der vorübergehenden Lahmlegung eines großen Teils des Einzelhandels waren speziell die Boulevardblätter betroffen, allen voran Springers *Bild*. Inklusive der Berliner Schwester *B.Z.* kommt die einstige Cash Cow des Verlags inzwischen nur noch auf gut 1,2 Millionen Exemplare – ein historischer Tiefstand. Gleiches gilt für *Die Welt*, deren Auflage nach der Einstellung von *Welt Kompakt* und der Hamburger Regionalausgabe um dramatische 43 Prozent auf gerade mal 68.000 verkaufte Exemplare gesunken ist.

Ein Auflagenminus von mehr als zehn Prozent auf jetzt noch 120.000 verkaufte Exemplare verzeichnet das *Handelsblatt*. Kaum weniger Federn musste die *Süddeutsche Zeitung* lassen: Sie verlor knapp neun Prozent und liegt jetzt bei rund 308.000 Exemplaren. Die *FAZ* wiederum landet gegenüber dem Vorjahr auf dem Rekordtief von 183.000 Exemplaren.

Schlecht erging es auch den großen Magazinen. Der *Spiegel* muss einen Rückgang um 9,3 Prozent auf knapp 642.000 Hefte verkraften, darunter etwa 372.000 Abos, von denen wiederum mittlerweile fast 23 Prozent Digitalabos *Spiegel Plus* sind. Härter noch erwischte es den *Stern*: knapp 378.000 Gesamtverkäufe bedeuten im Vergleich zum Vorjahr ein deftiges Minus von 18,6 Prozent. Jubeln kann dagegen *Die Zeit*, die inzwischen bereits 26 Prozent ihrer Abos in digitaler Form vertreibt. Mit einem Gesamtabsatz von knapp 522.000 Exemplaren erreicht die Hamburger Wochenzeitung das Allzeithoch seit ihrer Gründung.

Manche Verlage suchen ihr Heil in der partiellen Kooperation mit der Konkurrenz. Zum Beispiel Springer und Funke: Zwar verkaufte Springer 2013 die Tageszeitungen *Berliner Morgenpost* und *Hamburger Abendblatt* sowie diverse Zeitschriften an die Essener Verlagsgruppe. Zugleich betrieb man aber im Rahmen des Joint Ventures Media Impact bis vor kurzem gemeinsam die Vermarktung von Anzeigen und Vertrieb. Ende August endete dieser Deal, jedoch kümmert sich Media Impact weiterhin zumindest teilweise um die crossmediale Vermarktung regionaler Tageszeitungen und von Digitalportfolios der Funke-Gruppe.

Freigabe durch Kartellwächter

Zum Beispiel *FAZ* und *Süddeutsche Zeitung*: Kürzlich hat das Bundeskartellamt die Gründung eines Gemeinschaftsunternehmens von *FAZ* und *SZ* zur Werbevermarktung überregionaler Print-Anzeigen fusionskontrollrechtlich unter Vorbehalt freigegeben. Die Chancen für eine Genehmigung stehen gut. Denn als relevanter Werbemarkt gilt den Kartellwächtern nicht nur der Teilmarkt der nationalen Tageszeitungen, auf

Foto: Petra Dreßler

Die Skulptur „La Lectora", von Marco Augusto Dueñas in Cordoba auf dem Boulevard del Gran Capitán.

dem *FAZ* und *SZ* eine sehr dominante Position innehaben. Neuerdings bezieht die Bonner Behörde auch Wochen- und Sonntagszeitungen sowie Nachrichtenmagazine in ihre Betrachtung ein – etwa *Zeit* und *Spiegel*, aber auch *Welt am Sonntag*. Eine Reaktion auf die Kritik der Verlagsbranche an der bislang praktizierten – im Internetzeitalter eher kleinteilig wirkenden – Marktsegment-Definition. Noch anlässlich des Deals Funke-Springer vor sieben Jahren hatte Stephan Scherzer, Hauptgeschäftsführer des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger, moniert, die Zusammenarbeit deutscher Verlage werde peinlich genau überwacht, während sich die ungleich potentere digitale US-Konkurrenz unterhalb des Radars der Kartellwächter ausbreite. „Das Kartellamt sagt keinen Piep, wenn Facebook für 19 Milliarden Dollar Whatsapp kauft und damit den Social-Media-Weltmarkt ändert", so Scherzer damals.

Leistungsschutzrecht und Google

Bewegung kam zuletzt in den langjährigen Streit um das Leistungsschutzrecht. So hatte Google Ende Juni angekündigt, von ausgewählten Verlagen Lizenzen für die Nutzung qualitativ hochwertiger Inhalte zu erwerben. Diese sollen für ein neues Nachrichtenformat genutzt werden, das Google demnächst starten will. Bislang sind Verträge mit *FAZ, Spiegel, Zeit, Rheinische Post* und *Tagesspiegel* angekündigt. Damit endet offenbar die Blockade des US-Konzerns, der sich lange geweigert hat, Verlagen auch nur einen Cent für verlegerische Leistungen zu bezahlen.

Im Kern geht es um Tantiemen für kurze Anreißer-Texte, die Google Suchenden anzeigt. Wo verfügbar, so heißt es, werde Google auch für den kostenlosen Zugriff von Nutzern auf Paid Content auf den Websites einzelner Verlage zahlen. Wer also künftig über das projektierte Newsformat von Google einen Artikel ansteuert, der hinter der Paywall steht, kann diesen auch ohne Abo lesen. Für die Verlage ein reizvoller Deal: Sie können auf diese Weise ihre Reichweite steigern und würden dennoch für die Inhalte bezahlt – von Google.

Zwar gab das US-Unternehmen schon im Rahmen der „Google News Initiative" Geld an Verlage, zweckgebunden für Innovationsprojekte. Aber noch nie wurden tägliche Inhalte von Zeitungen honoriert. Mit fast einer Dekade Verspätung kommt nun doch fast so etwas zustande, was von Politik und Verlagen seit 2010 unter dem Stichwort Leistungsschutzrecht gefordert wird. Unter dem Druck des Bundesverbandes Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) und der Verwertungsgesellschaft VG Media (Springer, Funke, DuMont, Madsack u.a.) hatte die Bundesregierung schon 2013 ein entsprechendes Gesetz beschlossen. Es blieb folgenlos: Google weigerte sich, die Verlage für kurze Artikel-Anreißer zu bezahlen. Die Verlage ließen ihre Artikel – aus Furcht vor Reichweitenverlusten – trotzdem nicht auslisten.

Die Ankündigung der neuen Kooperationen zwischen Verlagen und Google kam nur wenige Wochen, nachdem ein Rechtsstreit zwischen VG Media und Google zugunsten des US-Konzerns ausgegangen war. Die Klage der Verlage wegen Verletzung des Presseleistungsschutzrechts wurde Anfang Juni zurückgezogen, um Prozesskosten zu sparen, da sich eine Niederlage vor Gericht abzeichnete. Gleichwohl hält die Verwertungsgesellschaft an ihrer Grundsatzkritik fest. Ziel

bleibe unverändert, „die schädigende Wirkung des Geschäftsmodelles der Plattformbetreiber für die Presselandschaft zu stoppen“, insistierte die VG Media. Von den VG-Media-Gesellschaftern beteiligt sich nur die *Rheinische Post* am neuen Lizenzprogramm von Google. Die Funke Medien Gruppe hat die Verwertungsgesellschaft zum 30. Juni dieses Jahres verlassen.

Und es bleibt spannend: Die neue EU-Richtlinie zum Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt vom Frühjahr 2019 erwartet, dass in allen EU-Mitgliedsstaaten ein Presseleistungsschutzrecht spätestens bis Sommer 2021 beschlossen wird. Anders als in Frankreich ist die Umsetzung dieser Vorgabe in Deutschland noch nicht erfolgt.

Vertriebs- oder Zustellförderung

Während Lizenzeinnahmen von Google noch ausbleiben, wächst der Kostendruck auf die Verlage, vor allem im Vertrieb. Anfang Juni schockte der BDZV die Branche mit den Ergebnissen einer Studie der Unternehmensberatung Schickler. „Stark steigende Kosten für die Zustellung von Abonnementzeitungen bei zugleich sinkenden Stückzahlen gefährden den Zugang zur gedruckten Tageszeitung in Deutschland dramatisch“, so das zentrale Fazit der Studie.

Demzufolge konnten die Verlagshäuser 2014 noch alle rund 11.000 deutsche Gemeinden zu betriebswirtschaftlich sinnvollen Konditionen mit Abonnements beliefern. Dies habe sich mittlerweile für rund 720 Ortschaften geändert. Hochgerechnet wären 2025 bereits 4.400 oder rund 40 Prozent aller deutschen Gemeinden betroffen. Auch ein Switch aufs Digitale sei kurzfristige keine Lösung. Insbesondere ältere Leserinnen und Leser seien nicht bereit oder in der Lage, von der gedruckten auf die digitale Version umzusteigen, klagte BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff. Zudem mangele es in Deutschland vielerorts an der notwendigen Netzabdeckung. Zwar werde das Printprodukt langfristig von der digitalen Tageszeitung substituiert, heißt es in der Studie. Doch die Tageszeitungen in Deutschland benötigen noch Zeit, bis sie die Verluste aus dem Printgeschäft mit dem Digitalgeschäft kompensieren könnten. Fünf Jahre, also etwa bis 2025, werde diese Übergangszeit dauern. Zur Überbrückung dieser Durststrecke erwarten die Verlage staatliche Hilfen. Einen Sündenbock hatten Schickler und der BDZV auch ausgemacht: Niemand anders als der Bund habe die Verlage mit der Einführung des auch für Zeitungszusteller*innen geltenden Mindestlohns in die Misere gestürzt. Eine klar interessengebundene Auslegung: Denn das lässt wohl den Umkehrschluss zu, dass das bisherige Geschäftsmodell zumindest teilweise auf der Ausbeutung von Zustellern zu Hungerlöhnen basierte.

Ursprünglich wollte die Große Koalition die Medienhäuser mit einer Vertriebsförderung von 40 Millionen Euro entlasten. Viel zu wenig, maulten die Verleger, ein solches Volumen sei angesichts des Problemdrucks allenfalls der berühmte Tropfen auf den heißen Stein. Von anderer Seite wurde kritisiert, eine Zustellförderung sei der ungeeignete Hilfsansatz, da sie technologisch überholte Strukturen konserviere. Margit Stumpp, medienpolitische Sprecherin der Grünen Bundestagsfraktion monierte, dadurch würden „falsche Anreize gesetzt“, da gedruckte Zeitungen und Zeitschriften „zunehmend durch digitale Formate abgelöst“ würden.

Die Kritik zeigte Wirkung. Anfang Juli zauberte der Haushaltsauschuss des Bundestags in nichtöffentlicher Sitzung einen Beschluss herbei, nachdem die kriselnde Branche in den nächsten Jahren mit einem Finanzvolumen von 220 Millionen Euro gesponsert werden soll. Allerdings ist nun nicht mehr die Rede von „Vertriebsförderung“, jetzt geht es plötzlich um Investitionshilfe für die „digitale Transformation“. Dabei fällt auf: Anders als die zunächst anvisierte Zustellförderung stehen die dafür freigegebenen Mittel nicht unter Sperrvermerk. Zugleich ist völlig unklar, wie und wofür die Gelder eingesetzt werden sollen. Dass die Entscheidung darüber beim eher industriefreundlichen Wirtschaftsministerium von Peter Altmaier liegt, macht die Sache nicht besser.

Ohnehin ist jede staatliche Intervention im Mediensektor eine heikle Angelegenheit. Selbst der Verlegerverband – für allgemeine steuerliche Erleichterungen durchaus empfänglich – warnt vor allzu direkten Eingriffen. Kein geringerer als BDZV-Präsident und Springer-Vorstandschef Mathias Döpfner warnte erst zu Jahresbeginn: „Lieber Insolvenzen bei Zeitungen als der Verlust ihrer Unabhängigkeit durch Subventionen.“ Dabei hält er es durchaus für möglich, dass es bald Landstriche ohne Papier-Regionalzeitung gebe. Da viele Menschen nicht online lesen könnten oder wollten, könne man dies auch mit Digitalausgaben nicht schönreden: „Hier ist Gefahr im Verzug.“ Steuervorteile für die Zeitungszustellung als „haushaltsnahe Dienstleistung“ lehnt er daher nicht grundsätzlich ab.

Kerngeschäft Printprodukte

Das Dilemma selbst digitalaffiner Verlage: Nach wie vor bilden die Printprodukte das Kerngeschäft der Branche. Noch immer erzielen die Verlage hier die höchsten Renditen. Noch. Was nicht darüber hinwegtäuschen kann, dass tendenziell analog durch digital verdrängt wird. Dieser Verdrängungsprozess geht einher mit sinkenden Vermarktungserlösen, sowohl im Vertrieb als auch in der Werbung. Denn überzeugende digitale Bezahlmodelle sind nach wie vor nicht in Sicht. Da grenzte es schon an purer Verzweiflung, als diverse Verlage – darunter Gruner+Jahr – inmitten der Corona-Krise versuchten, höhere Reichweiten zu Werbezwecken mit Gratisangeboten zu koppeln. Auch hier war es BDZV-Präsident Döpfner, der vor einer Abkehr von Bezahlschranken und kostenlosen E-Paper warnte. „Freibier für alle kommt immer gut an“, meinte er, aber die Verlage sollten nicht in die Fehler

Bezahlschranken:

„Nach wie vor erscheint die Zahlungsbereitschaft des Publikums für digitalen Journalismus vergleichsweise gering.“

der Internet-Frühphase zurückfallen. Es sei nicht nachvollziehbar, „warum man in dieser Krise für Medikamente und Nahrung bezahlen muss, aber für Informationen nicht“.

Digitale Zeitungsabos – oft kombiniert mit Print – sind leicht über Apps anzusteuern. Immer mehr Artikel von Zeitungen und Zeitschriften können zudem nur nach Überwindung einer Bezahlschranke gelesen werden.

Foto: 123rf/warrengoldswain und Allan Swart, Retusche: Petra Dreßler

Nach wie vor erscheint die Zahlungsbereitschaft des Publikums für digitalen Journalismus vergleichsweise gering. Ausnahmen von dieser Regel bilden Inhalte, die für die User sowohl gesellschaftliche Relevanz als auch persönlichen oder generell praktischen Nutzwert besitzen, etwa bei Kauf- und Lebensentscheidungen oder bei Finanzinfos. Dies ist zumindest das Ergebnis einer Studie über aktuelle digitale Geschäftsmodelle, die die beiden Medienforscher Christian-Mathias Wellbrock und Christopher Buschow im Auftrag der Landesanstalt für Medien (LfM) Nordrhein-Westfalen verfasst haben. Nutzer favorisieren demnach am ehesten Plattform-Bezahlmodelle, bei denen sie Zugriff auf ausgewählte Medienangebote haben, so die Erkenntnis der Medienwissenschaftler in der Studie „Money for nothing and content for free“. Eine Art Netflix oder Spotify für Journalismus. Einige Beispiele für den Erfolg solcher Plattformen existieren bereits: Steady, ein Community-Förderer für Digitalprojekte wie Blogs, Online-Magazine, Podcasts und YouTube-Kanäle. Oder Readly, der digitale Zeitungs- und Zeitschriften-Kiosk. Oder RiffReporter, die Plattform für digitalen Wissenschaftsjournalismus.

Journalismus ist systemrelevant

Eine Erkenntnis setzte sich während der Krise zumindest durch: Qualitätsjournalismus ist systemrelevant. Die Corona-Specials von ARD und ZDF, die Erklärstücke vieler Printmedien, die Experten-Podcasts wie die mit dem Charité-Virologen Christian Drosten – ohne diese Orientierung gebende journalistische Arbeit wären viele Menschen Verschwörungsideologen ausgeliefert, die mit Halbwahrheiten und abstrusen Theorien Verunsicherung schüren. Auf diese neue Wertschätzung des Journalismus, so meint Journalistik-Professor Klaus Meier von der Katholischen Uni Eichstätt, solle man auch nach der Krise zurückkommen, „wenn es darum geht, wie wir als Gesellschaft einen unabhängigen Journalismus auch finanziell langfristig ermöglichen können oder gegen Angriffe von demokratiefeindlichen Gruppierungen schützen“.

Auch wenn ein Ende der Krise noch nicht in Sicht ist: Die Zeit drängt. In den vergangenen 30 Jahren hat sich die Verkaufsauflage der Tageszeitungen in Deutschland von 27 auf jetzt noch 13,5 Millionen Exemplare halbiert. Die Pressekonzentration nimmt weiter zu: Die zehn größten Verlagsgruppen kontrollieren rund 60 Prozent der Tagespresse. Auch die Zahl der Ein-Zeitungs-Kreise steigt. Umso dringlicher erscheinen Maßnahmen zur Sicherung der lokalen und regionalen Medienvielfalt. Sonst drohen Monopoltendenzen, ein weiteres Schrumpfen regionaler Berichterstattung mitsamt negativen Folgeerscheinungen: Desinformation, Filterblasen und das Erstarken der politischen Ränder jenseits des demokratischen Spektrums.

Schon vor Corona standen entsprechende medienpolitische Strategien auf der Agenda der Staatskanzleien der Länder. Nur geschehen ist bislang wenig. Zwar haben zahlreiche Bundesländer im Rahmen ihrer Corona-Hilfspakete auch Förderprogramme für regionale Medien aufgelegt. Aber dabei handelt es sich um kurzfristige Nothilfe, die an den strukturellen Problemen kaum etwas ändert. Ob der 220-Millionen-Euro-Topf der Bundesregierung positive Wirkungen auslösen wird, erscheint ebenfalls zweifelhaft. Mit Maßnahmen nach dem Gießkannenprinzip sind die Fehlentwicklungen in der Branche nicht aufzuhalten.

Gemeinnütziger Journalismus

Mehr Erfolg verspricht möglicherweise eine Förderung der Medienvielfalt durch eine gezielte Unterstützung von nicht gewinnorientiertem Journalismus. Zwecks Bündelung der verschiedenen Aktivitäten in diesem Bereich wurde im Herbst 2019 das Forum Gemeinnütziger Journalismus gegründet. Mittlerweile ist der lose Verbund auf rund 30 Akteure angewachsen, darunter unter anderem Netzwerk Recherche, Correctiv, die Rudolf Augstein Stiftung und auch die dju in ver.di. Das Ziel: die Stärkung von gemeinwohlorientiertem, nicht kommerziellem Journalismus in Deutschland, als „Ergänzung zum privatwirtschaftlichen Journalismus und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk“. Dem gleichen Anliegen widmet sich ein Diskussionskreis von Medienwissenschaftler*innen, Journalist*innen und Politiker*innen am Institut für Journalistik an der TU Dortmund. Beim virtuellen „Treffen“ dieser Initiative Ende Mai wurde auch die mögliche Rolle von Stiftungen im Kontext von gemeinnützigem Journalismus diskutiert.

Und in der Politik bewegt sich etwas: Anfang Juli brachte die Bundestagsfraktion der Grünen einen Antrag ein, um Non-Profit-Journalismus in Deutschland als gemeinnützig anzuerkennen. Voraussetzung dafür wäre eine Reform des Gemeinnützigkeitsrechts, die ohnehin auf der Agenda der Bundesregierung steht. Wie sollte eine solche Förderung erfolgen? Grüne-Medienpolitikerin Margit Stumpp hat da klare Kriterien: „Staatsfern, medienübergreifend, mittelfristig angelegt und an Bedingungen geknüpft, die Medien und Journalismus sowohl zukunftsfähig machen als auch die Qualität sichern.“ <<

Transaktion ohne viel Federlesen

Bauer Media Group Hamburg zieht sich aus vielen Ländern zurück

Die Bauer Media Group sieht sich trotz Pandemie auf einem guten Weg. In der Krise setzt man auf die Stärkung des Kerngeschäfts. Der Fokus liegt auf bunten Magazinen, Privatradios, Online-Vergleichsportalen und Online-Marketing. Schwierige Auslandsmärkte wie Australien und Neuseeland werden ohne viel Federlesen aufgegeben.

„Wir sind stolz darauf, die Hüter dieser ikonischen Marken in Australien gewesen zu sein." Der Dank, den Veit Dengler, Geschäftsführer der Bauer Media Group, an „unsere talentierten Teams für ihr Engagement" richtete, dürfte den Beschäftigten der betroffenen Zeitschriften bitter aufgestoßen sein. Mitte Juni gab Bauer seine Entscheidung bekannt, das gesamte Australien- und Neuseelandgeschäft an den Investor Mercury Capital zu verkaufen. Mit diesem Deal wechselten rund 50 Print- und Digitaltitel den Besitzer. Darunter auch die Spare Pacific Magazines (*Marie Claire, Men's Health*) die Bauer erst im Herbst 2019 erworben hatte. Bereits diese Transaktion hatte rund 60 Beschäftigte den Job gekostet. Insgesamt verlieren nach einem Bericht des *Guardian* etwa 240 Mitarbeiter*innen – Freelancer nicht eingerechnet – ihren Arbeitsplatz.

Der Deutschen Presse-Agentur gestand Dengler, es sei schon länger geplant gewesen, das Australien-Geschäft zu verkaufen. Die Corona-Krise habe dies allerdings beschleunigt. Werbe- und Vertriebsumsätze seien in der Pandemie dramatisch zurückgegangen. Ohnehin sei Australien „einer der schwierigsten Magazinmärkte der Welt", so der Bauer-Manager. Der Anteil des Werbemarktes liege in diesem Bereich bei unter einem Prozent.

Rückzug aus Neuseeland

Zwei Monate zuvor, Anfang April, hatte Bauer in der Medienbranche Neuseelands für ein mittleres Erdbeben gesorgt. Nur eine Woche nach dem Verhängen eines landesweiten Lockdowns reagierte der Verlag mit der Ankündigung, die Geschäftsaktivitäten an seinem entlegensten Standort einzustellen. Die von der Regierung erlassenen Restriktionen, wonach Zeitschriften als „nichtessentielle Waren" vorübergehend weder im Supermarkt verkauft noch per Post verschickt werden durften, dienten der deutschen Verlagsgruppe offenbar als willkommener Vorwand, das längst beschlossene Aus vorzuziehen. Erst 2012 hatte Bauer für 500 Millionen australische Dollar die „Australian Consolidated Press" mitsamt ihrer neuseeländischen Sparte übernommen.

Durch die Schließung stehen laut einem Bericht der *FAZ* 237 Beschäftigte – das ist geschätzt jeder Branchenfünfte – auf der Straße. Zu den publizistischen Opfern gehört neben diversen Frauen-, Wohn- und Klatschtiteln auch das einzige wöchentliche Nachrichtenmagazin, der seit 1939 erscheinende *Listener*. Selbst Neuseelands Premierministerin Jacinda Ardern zeigte sich geschockt über den fast über Nacht verkündeten Rückzug der Deutschen. Sie warf Bauer vor, staatliche Unterstützung zur Überwindung der Krise ausgeschlagen zu haben. Der für Medien zuständige Minister Kris Faafoi sekundierte, kein Vertreter von Bauer habe sich wegen der Restriktionen mit ihm in Verbindung gesetzt. Der Verlag habe sich lieber unter dem Deckmantel der Pandemie einer Last entledigt. Was Bauer selbstredend dementiert.

Fast zeitgleich mit dem Abschied vom australischen Markt erfolgte auch der Verkauf des Verlagsgeschäfts in Russland. Betroffen sind Beteiligungen an fünf Gesellschaften und rund 90 Zeitschriftentitel. Der Besitzerwechsel geschah im Wege eines Management-Buyouts. Nur einen Monat zuvor hatte sich Bauer aus Rumänien zurückgezogen. Käufer des Portfolios aus mehreren Programmzeitschriften war der Schweizer Ringier Verlag, der diese Titel erst 2007 an Bauer veräußert hatte.

Der einigermaßen radikale Rückzug vom Auslandsgeschäft ist Teil einer radikalen Umstrukturierung der Gruppe. Künftig soll das Haus vor allem auf den vier Säulen Publishing, Audio, Online-Vergleichsportale und Marketing-Services für kleine und mittelständische Unternehmen stehen. Schwierigen Auslandsmärkten will man die kalte Schulter zeigen. Ziel ist es, nur noch in Ländern tätig zu sein, in denen eine Marktführerschaft besteht oder erreichbar ist. Diesen Strategiewechsel hatte Bauer bereits 2018 angekündigt. Die Corona-Pandemie scheint dies nun zu beschleunigen.

Hauptgeschäft im Publishing

Das Kerngeschäft macht Bauer weiterhin im Bereich Publishing. Allein 1,8 von 2,24 Milliarden Euro des Gesamtumsatzes 2018 erzielte die Gruppe laut jüngstem Geschäftsbericht mit den Segmenten Magazine,

Online, Druckereien und Services. Bei den Zeitschriften heißt der Claim „We think popular“. Eine saloppe Umschreibung des Umstands, dass das Portfolio speziell Produkte der Yellow Press, billigen Frauentitel und Regenbogenformate aufweist. Gegen dieses Billigheimer-Image setzt sich Bauer CEO Dengler ungerührt zur Wehr: „Wir machen Medien für die breite Masse und nicht für gewisse Eliten oder Nischen“, konterte er unlängst im Interview mit der dpa.

Foto: Mathias Thurm

Sitz der Bauer Media Group (Heinrich Bauer Verlag KG) in Hamburg.
Die 1875 gegründete Verlagsgruppe beschäftigt heute rund 11.000 Mitarbeiter*innen weltweit. Am 2. Dezember 2010 übernahm Yvonne Bauer, Tochter von Heinz Heinrich Bauer, die Unternehmensleitung.

Bis Ende Juli schloss die Gruppe eine umfangreiche Standortverlagerung seiner deutschen Printobjekte ab. Die im Branchenjargon „Yellows“ und „Women’s Weeklies“ genannten Titel, (*Freizeitwoche, Woche Heute, Das Neue, Schöne Woche*) werden jetzt in Hamburg gebündelt. Wie viele von den 80 betroffenen Mitarbeiter*innen den Umzug von der Rastatter Tochter Pabel Moewig an die Elbe mitgemacht haben, ist noch nicht bekannt. Durch die „fokussierte Steuerung des Portfolios“, so eine Verlagsmitteilung, sollen „Spielräume für Produkt- und Geschäftsinnovationen“ entstehen.

Aktiv auf dem Rundfunkmarkt

Auch bei den elektronischen Medien mischt Bauer mächtig mit. Mit täglich 24 Millionen Hörer*innen ist die Gruppe das größte Radiohaus Europas. In Polen erreichen die drei Sender RMF FM, RMF MAXXX und RMF Classic rund zehn Millionen Hörer, was einem Marktanteil von mehr als 30 Prozent entspricht. Seit dem Kauf von 21 Sendern der SBS Broadcasting Group im Jahr 2015 ist man auch Marktführer in Skandinavien. In Großbritannien belegt Bauer mit seinen 80 Sendern derzeit den zweiten Platz unter den privaten Rundfunkunternehmen. In Deutschland hält Bauer ein Viertel der Anteile an Radio Hamburg, das mit täglich einer Million Hörer*innen das reichweitenstärkste Medium der Hansestadt ist.

An RTL II, dem Schmuddelkind der RTL-Gruppe, ist Bauer mit 31,5 Prozent beteiligt. Spezialisiert ist der Sender auf Formate wie „Hartz und herzlich“ oder „Armes Deutschland“. Erst in diesem Frühjahr legte der Medienwissenschaftler Bernd Gäbler seine im Auftrag der Otto-Brenner-Stiftung verfasste Analyse solcher Sendungen vor. Seine Studie „Armmutszeugnis. Wie das Fernsehen die Unterschichten vorführt“ belegt eindrucksvoll, wie speziell Privatsender vom Schlage RTL II Menschen ohne Bildung, Job und Aussicht auf ein besseres Leben unter dem Deckmantel von TV-Dokus bloßstellen. „Medien für die breite Masse“? Man könnte auch sagen: Sozialpornos.

Nische Tageszeitungsgeschäft

In dem Tageszeitungsmarkt stieg Bauer vergleichsweise spät ein. Kurz nach der Wende sicherte man sich 1991 beim Bieterwettbewerb der Treuhandanstalt die *Magdeburger Volksstimme*. Das im Norden Sachsen-Anhalts erscheinende Blatt hat derzeit eine verkaufte Auflage von knapp 148.000 Exemplaren.

Anfang 2020 übernahm die Gruppe überraschend im Rahmen des Print-Ausverkaufs bei DuMont auch die *Mitteldeutsche Zeitung (MZ)* in Halle – die Zeitung erscheint mit nahezu identischer Auflage im Süden Sachsen-Anhalts. Kartellrechtliche Probleme gab es bei diesem Deal nicht – die Verbreitungsgebiete überschneiden sich nicht. Sie sind identisch mit denen der früheren DDR-Bezirkszeitungen, aus denen sie hervorgingen. Abgesehen von der *Altmark Zeitung*, einer schwächelnden Nachwende-Gründung aus dem Hause Ippen mit knapp 12.000 Auflage, existiert jetzt im kleinsten östlichen Bundesland nur noch dieses Duopol Bauers.

Wie aus einer Reportage der *Süddeutschen Zeitung* hervorgeht, fällt in den beteiligten Verlagen jetzt häufiger das Wort „Synergien“. Wie das aussehen könnte, lässt sich im benachbarten Thüringen studieren: Dort gibt seit der Wende die Funke-Mediengruppe (früher: WAZ-Gruppe) gleich drei Blätter heraus, die sich inhaltlich nur noch unwesentlich unterscheiden. Auch die Redaktionen von *Volksstimme* und *MZ* fürchten nun um ihre Eigenständigkeit. Als erstes wird es wohl zur Vereinheitlichung der Redaktionssysteme kommen.

„Wir werden unsere unternehmerischen Kräfte bündeln, damit wir auch künftig regionale und lokale Berichterstattung auf höchstem Niveau liefern können“, versicherte Marco Fehrecke, in Personalunion Geschäftsführer bei den Verlagen beider Zeitungen, nach der Übernahmegenehmigung durch das Bundeskartellamt. Wer die Verlagspolitik von Bauer kennt, muss daran zweifeln. Die Volksstimme, so berichtet die *Süddeutsche*, sei unter Bauer jahrelang „auf Verschleiß gefahren“ worden. Relevante Investitionen in digitale Geschäftsmodelle habe es nicht gegeben. Gemessen am Gesamtumsatz des Hauses bleibt das Tageszeitungsgeschäft eine Nische.

Zu den neuen Standbeinen mit Zukunft zählen bei Bauer der schnelle wachsende Markt der Online-Vergleichsportale und Marketing-Services für kleinere und mittlere Unternehmen (KMU). Während der Bereich des analogen Publizierens im Gesamtportfolio der Gruppe mehr und mehr an Bedeutung einbüßt, wird hier auch international noch einiges investiert. Darunter auch für Projekte, die man bei Bauer nicht unbedingt vermutet. Zum Beispiel in Großbritannien „The Debrief“, laut Website „a safe space for black women and women of colour music executives“ (= ein Netz für schwarze Frauen und weibliche People of Colour aus der Musikbranche). Oder in Schweden die „Zmarta Group“, laut Verlagsangaben einer der führenden Finanzdienstleister in Nordeuropa. Oder in Polen das „Sunrise System“, ein Spezialist für Digitalmarketing sowie „Rankomat.pl“, Polens größte Online-Vergleichsplattform für Versicherungen.

Alle diese neuen Pflanzen wachsen unter dem Dach von Bauer Xcel Media, laut Verlags-Eigenlob mit 140 Millionen Unique Usern „eines der am schnellsten wachsenden Digitalmedia-Unternehmen. In Deutschland gehören dazu unter anderem das Foodportal „LECKER.de“. das Frauenportal „Wunderweib.de“ und „Praxisvita.de“, die Plattform rund um Gesundheit und Medizin.

Welche Folgen hat Corona auf die Zahlen der Gruppe? Mitte Juni erwartete Geschäftsführer Dengler, Ende 2020 bei 90 Prozent des geplanten Umsatzes zu landen, beim Nettoergebnis allerdings nur bei 70 Prozent vom ursprünglich angepeilten Volumen. Für Dengler keine schlechte Bilanz, wie er im dpa-Interview verriet: „Bauer hat eine gute Krise.“ **Günter Herkel <<**

Foto: Bauer Media Group

In diesem Gebäude druckte Heinrich Bauer Zeitschriften. Entstanden ist das Foto Mitte der Zwanzigerjahre. Später waren hier die Zwangsarbeiter untergebracht.

Interniert in einem Verlagsgebäude

Der Hamburger Bauer Konzern verspricht die Aufarbeitung seiner Nazi-Vergangenheit

Am 8. September fand vor der Bauer Media Group im Hamburger Kontorhausviertel eine Kundgebung mit 80 Teilnehmer*innen statt. Sie erinnerte an die italienischen Zwangsarbeiter, die im damaligen Heinrich-Bauer-Haus untergebracht waren. In einem Grußwort des Kultursenators und in Redebeiträgen unter anderem aus der Hamburgischen Bürgerschaft, des Italienischen Generalkonsuls und von ver.di wie auch von einem Mitglied der Bauer-Konzernleitung wurde deutlich, dass es ein gemeinsames Anliegen ist, die Geschichte der Menschenrechtsverbrechen an diesem Ort sichtbar zu machen: Im Februar 2021 wird eine Stolperschwelle vor dem Verlagsgebäude verlegt. Die Bauer Media Group hat erneut bekräftigt, dass sie die Geschichte historisch unabhängig aufarbeiten lassen will.

Auf der Unternehmensseite der Bauer Media Group unter dem Button „Historie“ erfahren Leser*innen, dass Ludolph Bauer 1875 mit gerade mal 23 Jahren eine Druckerei für Visitenkarten in Hamburg gegründet habe. Sie war der Beginn des heute „größten Zeitschriftenverlags Europas“. Die Rede ist noch vom Anzeigenblatt *Rothenburgsorter Zeitung*, dem *Extrablatt am Montag* und 1926 schließlich der *Rundfunk-Kritik*. Weiter geht es nach dem Zweiten Weltkrieg mit der Erfolgsgeschichte des Konzerns. Kein Wort über die Zeit des Nazi-Regimes, in der Alfred Bauer Mitglied der NSDAP wurde, in der er Menschen jüdischer Abstammung Immobilien und Grundstücke zu niedrigen Preisen abkaufte. Keine Zeile über die Programmzeitschrift *Funk-Wacht*, in der Nazismus und Kriegsvorbereitung verherrlicht, Menschenrechtsverletzungen ausgeblendet worden sind. Und nachdem die *Funk Wacht* nicht mehr rentabel herausgegeben werden konnte, diente ein Teil des Verlagsgebäudes im Hamburger Meßberghof (im Kontorhausviertel) von 1943 bis 1945 der Internierung italienischer Zwangsarbeiter. Deren Miete kassierte Bauer, wie die Wochenzeitung *Die Zeit* in ihrer Ausgabe Ende August 2020 berichtete.

Der *Zeit*-Artikel basiert auf den Recherchen der langjährigen Betriebsrätin der Bauer Media Group Kersten Artus und ihres Ehemanns Holger Artus. Sie initiierten auch die Gedenkkundgebung am 8. September, dem Jahrestag des Waffenstillstands zwischen Italien und den Alliierten nach dem Sturz Benito Mussolinis 1943. Es folgte die deutsche Besetzung Norditaliens, Massenverhaftungen hunderttausender italienischer Soldaten und ihre Deportation. Über 12.000 von ihnen seien nach Hamburg verschleppt und in Zwangsarbeitslagern inhaftiert worden.

Bis heute tut sich das Unternehmen schwer mit der Aufarbeitung seiner Vergangenheit. Gegenüber der *Zeit* erklärt Imke Weiland, Sprecherin des Unternehmens: „Unser Plan war, im laufenden Jahr einen Historiker mit Recherchen zur NS-Zeit zu beauftragen.“ Durch die Corona-Pandemie habe sich alles ein wenig verzögert, „es gab andere Prioritäten.“ Jetzt sei der Verlag allerdings wieder in Gesprächen mit Experten, die Arbeit solle noch dieses Jahr beginnen. Eine Bewertung des Verhaltens „von Heinrich und Alfred Bauer in der NS-Zeit“ solle jedoch erst erfolgen, wenn die Untersuchungen abgeschlossen seien. Wann das sein könnte, ist offen. **wen <<**

Mehr Infos: https://kurzelinks.de/6ocv

Im Nord-Westen nichts Neues

Kürzungen und Entlassungen bei Umstrukturierung in Oldenburg

Der Neubau des Verlagshauses der *Nordwest-Zeitung (NWZ)* ist trotz der Coronapandemie pünktlich fertig geworden. Im Oktober soll der Umzug aus der Oldenburger Innenstadt in den nördlichen Stadtteil Etzhorn beginnen. Dennoch will bei den Beschäftigten in Niedersachsen keine rechte Freude aufkommen. Denn bereits im Mai hatte die Geschäftsführung der Nordwest-Zeitung Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG verkündet, dass es aufgrund der Pandemie zu Kürzungen, Umstrukturierungen und sogar Entlassungen kommen werde.

Die Zeitungsbranche galt schon vor Corona als krisengeschüttelt. Und auch in Oldenburg war bereits im vergangenen Jahr von Kürzungen die Rede. Dann stieg die Reichweite von Zeitungen in der Corona-Krise noch einmal deutlich an. Vor allem die Klickzahlen im Internet. Andererseits brachen die Anzeigenerlöse im analogen Printgeschäft weg. Sie liegen seit Jahresbeginn deutlich niedriger als zuvor, weil viele Unternehmen ihre Werbung reduziert oder zwischenzeitlich ganz eingestellt hatten. Für das Gesamtjahr werden im Anzeigengeschäft Umsatzeinbußen um bis zu zwei Fünftel befürchtet. Unter den Printmedien mit redaktionellem Inhalt sind die Anzeigenblätter besonders betroffen. Ein Trend, der jedoch schon vor der Pandemie begann. Nun gehen aber auch die Verkäufe zurück, weil es weniger Publikumsverkehr gibt, beispielsweise an Bahnhöfen. Acht Prozent der Verkaufsstellen waren im Frühling dieses Jahres geschlossen, heißt es vom Verband der Zeitschriftenverleger (VDZ).

Im März und April war deshalb auch bei der *NWZ* Kurzarbeit angesagt. Doch damit nicht genug. Trotz schlechter Prognosen hatte der Betriebsrat die im Mai angekündigten Entlassungen noch abwenden wollen und der Geschäftsführung einen umfangreichen Einsparplan vorgestellt. Der wurde zwar zur Kenntnis genommen, aber nicht als Grundlage weiterer Entscheidungen in Betracht gezogen. „Wir sind der Meinung, dass es Alternativen gab“, sagt der Vorsitzende des Betriebsrats Jan Lehmann. Der Betriebsrat ist enttäuscht über das Vorgehen der Geschäftsführung.

Schon seit Jahren trägt die Belegschaft Einsparmaßnahmen mit, in der Hoffnung das Unternehmen und die Arbeitsplätze in ihrer bisherigen Form erhalten zu können. Denn der Konzern ist stetig in Bewegung. Über die Jahre wurden immer neue Geschäftsfelder dazugekauft. Und so gehören heute neben Tageszeitungen und Wochenblättern auch Anteile an Hörfunk, Fernsehen, Online-Medien sowie eine Druckerei und eine Logistikfirma zum Konzern.

Fotos: Michael Bahlo

Protest bei der NWZ Oldenburg am 31. August 2020

Als eines der ersten Unternehmen der Branche hatte der Verlag 2004 die neuen Möglichkeiten auf dem Sektor der Arbeitnehmerüberlassung genutzt und mit der „Nordwest-Personaldienstleistungsgesellschaft“ (NWP) eine eigene Zeitarbeitsfirma gegründet, die Redaktions- und Verlagsbeschäftigte an den Mutterkonzern verlieh. Eine Praxis, die erst 2012 auf Druck des Betriebsrates wieder abgeschafft wurde. Einen Tarifvertrag haben die Angestellten des Verlages dennoch bis heute nicht. Der Konzern ist seit 2011 Mitglied ohne Tarifbindung (OT) im Verband Nordwestdeutscher Zeitungsverlage und kommt so in den Genuss der Dienstleistungen des Verbandes, ohne selbst Tarifvertragspartei sein zu müssen. Stattdessen zahlt die NWZ nach einer Vergütungsordnung, die der Arbeitgeber seinerzeit in einer Einigungsstelle gegen den Betriebsrat erzwungen hat.

In der konzerneigenen Druckerei WE-Druck wird zwar noch nach Tarif bezahlt, doch auch dort möchte man sparen. Falls der Betriebsrat nicht klein beigebe, drohte Geschäftsführer Harold Grönke kürzlich, könne er auch einfach verkaufen. Rechtsanwalt Helmut Platow von ver.di begleitet die Betriebsräte seit vielen Jahren und kennt das Geschäftsgebaren des Oldenburger Medienkonzerns. In diesem Fall hält er einige Kündigungen für anfechtbar: „Falls die Kollegen an anderer Stelle im Betrieb weiterarbeiten können, werden wir das prüfen.“ Für den Großteil der 26 Gekündigten sei der juristische Weg allerdings keine Lösung, wenn die Anzeigenproduktion bei der *NWZ* endgültig zum behaupteten Zeitpunkt stillgelegt würde. Daher hat der Betriebsrat nun andere Wege beschritten. Für die Mitarbeiter*innen, die ihre Arbeitsstelle verlieren, soll für 12 Monate eine Transfergesellschaft

eingerichtet werden. Die Kolleg*innen erhalten eine Abfindung und verzichten auf ihre Kündigungsfrist. Die Kündigungen betreffen vor allem die Druckvorstufe, die komplett ausgelagert werden soll. Unter den Gekündigten sind auch drei Mitglieder des Betriebsrates. Mit ihnen und den anderen Kolleg*innen will die Geschäftsführung am liebsten gar nicht erst in das neue Gebäude ziehen. Daher soll die Transfergesellschaft auch schon im Oktober beginnen.

„Das ist aus unserer Sicht unsozial, da die Kündigungsfrist von bis zu 7 Monaten dann vollständig mit in die Transfergesellschaft einbracht werden muss. Zweck der Kündigungsfrist ist es, für einen bestimmten Zeitraum mit dem bisherigen Einkommen sicher kalkulieren zu können. Die *NWZ* verlangt demgegenüber von ihren Arbeitnehmer*innen, dass sie vom ersten Tag an auf die Kündigungsfrist verzichten und nur noch 80 Prozent ihres bisherigen Nettoeinkommens erhalten. Da sie in den restlichen Monaten der Transfergesellschaft auch nur dieses Einkommens erhalten, davon jedoch 60 oder 67 Prozent durch die Agentur für Arbeit getragen werden, finanzieren sie praktisch die Transfergesellschaft selbst. Für den Arbeitgeber ist das ein Nullsummenspiel“, bemängelt Platow.

Auch die Redaktion ist von den Kürzungen betroffen. Entlassungen gibt es zwar keine, dennoch soll ein Umbau stattfinden. Drei kleinere Außenredaktionen sollen geschlossen werden, freie Stellen werden nicht nachbesetzt. Der Umfang des Mantels soll reduziert werden. Gleichzeitig möchte Grönke Ressourcen vom Überregionalen ins Lokale verschieben und den Lokalteil ins erste Buch der Zeitung rücken. Auch die betriebliche Vereinbarung zur Altersteilzeit läuft zum Jahresende aus. Zwar machen Konzern und Corona es den Kollegen schwer, sich zu organisieren, aber so ganz ohne gewerkschaftlichen Protest läuft dann der Umbau auch bei der *NWZ* nicht ab. So protestierten die Beschäftigen Ende August auch im Rahmen einer aktiven Mittagspause vor dem Verlagsgebäude (Foto), um die Verhandlungen rund um den neuen Sozialplan angemessen zu begleiten. 50 bis 70 Kolleg*innen versammelten sich, darunter auch einige ehemalige Beschäftigte. „Die Solidarität war groß“, freut sich auch Betriebsrat Lehmann. **Julia Hoffmann <<**

Radio Potsdam unheimlich gefragt

Trotz Umsatzeinbußen mehr gearbeitet als je zuvor

„Es gibt uns noch, weil wir ein sehr gutes Jahr 2019 hatten. Aber wenn ich die Umsätze sehe: Lange halten wir das auch nicht durch“, sagt Juliane Adam. Sie ist Geschäftsführerin der Brandenburger Lokalradios GmbH, die den Lokalsender „Radio Potsdam“ betreibt. 30 Prozent Umsatzeinbußen musste man hier wegen der Corona-Krise verkraften, 100.000 Euro fehlen allein aus dem Bereich der Eventbewerbung. Zwar habe man alternative Umsätze generieren können, doch die reichten lange nicht, um das Loch zu stopfen. Und das Werbegeschäft laufe nur schleppend wieder an, so die Senderchefin.

Der Corona-Lockdown im März hatte auch die Belegschaft von Radio Potsdam kalt erwischt: „Es herrschte ein großes Durcheinander und große Verunsicherung“, erinnert sich Adam. „Da war zum Einen die Angst um die Umsätze – die Werbestornierungen flatterten stündlich ins Haus – und zum Anderen die Frage, wie man die Abläufe aufrecht erhalten kann: Wo gibt es Masken, wer kann nähen, was ist, wenn jemand aus dem Team Corona bekommt? Können wir dann nicht mehr senden?“ Den gesamten Vertrieb habe sie sofort ins Homeoffice geschickt, da die Mitarbeiter*innen dort auch schon vor Corona tageweise zu Hause gearbeitet hätten und die nötige Infrastruktur daher vorhanden gewesen sei. Die Kontaktvermeidung im Studio habe sich dann recht unkompliziert organisieren lassen, doch die Angst, die komplette Belegschaft könnte nach einem Corona-Fall unter Quarantäne gestellt werden, blieb.

Wenn der Bürgermeister plötzlich im Studio steht

Aber so weit kam es nicht. Zum Glück, denn: „Gerade in dieser Lockdown-Zeit waren wir als lokales Medium unglaublich gefragt, weil der Bedarf vor allem an regionalen Informationen so hoch war“, sagt Adam. „Einer der ulkigsten Momente war, als unser Oberbürgermeister plötzlich mit dem Kaffeebecher in der Hand hier bei uns im Studio stand und sagte: Können wir auf Sendung gehen bitte, ich muss meine Bürgerinnen und Bürger informieren.“ Auch die Arbeitsagentur sei auf Radio Potsdam zugekommen, um die Be-

Foto: privat

Juliane Adam, Geschäftsführerin der Brandenburger Lokalradios GmbH

Fotos: Radio Potsdam

Foto oben:
Radio Potsdam: Tobi Brauhart, Programmdirektor und Moderator der MorningShow „Tobi und die Radiowecker"

Unten:
Das Radio Potsdam Team

völkerung zu informieren. „Wir haben hier gefühlte 700 Sendungen zum Thema Kurzarbeit gemacht." Noch nie habe man so viel gearbeitet. Es sei ein „erhebendes Gefühl" gewesen, derart gebraucht zu werden und helfen zu können. Deshalb sei es undenkbar gewesen, jemanden in Kurzarbeit zu schicken. Und trotz der Umsatzeinbußen von 30 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2019 war das auch bisher nicht nötig. „Geholfen hat uns unser breitgefächerter Kundenstamm". Energiedienstleister, Lebensmittelhändler oder große Gewerbeunternehmen, die nicht unmittelbar vom Lockdown betroffen waren, hätten ihre Werbung weiterlaufen lassen. Auch alternative Umsätze habe man generieren können, etwa durch die Sendungen mit der Arbeitsagentur. Die Verluste kompensieren könnten diese Einnahmen jedoch nicht, so Adam.

Ungewisse Zukunft

Seit dem 12.12.2012 um 12:12 Uhr sendet Radio Potsdam aus einem denkmalgeschützten Gebäude in der Potsdamer Einkaufs- und Flaniermeile Brandenburger Straße. Wohl nicht denkmalgeschützt, aber immerhin ziemlich angestaubt ist nach acht Jahren Hochbetrieb auch die Studiotechnik. „Mit dem Puffer, den wir uns 2019 erarbeitet haben und von dem wir jetzt leben, wollten wir eigentlich das Studio komplett umbauen", erzählt Adam. Wann sie diesen Puffer wieder aufgestockt haben wird, das bleibt schwer zu sagen. Denn auch wenn die Corona-Maßnahmen seit Mai schrittweise weiter gelockert werden: „Man merkt, dass sich die Werbebranche nicht so schnell erholt wie erhofft, weil viele weiterhin mit angezogener Handbremse fahren." So wie etwa die Automobilindustrie, die noch immer auf die Abwrackprämie hoffe und deshalb vorerst wenig werbe. Oder die großen Einkaufscenter, die fürchteten, dass zu viel Werbung auch zu vielen Kund*innen gleichzeitig führe und Abstandsregeln nicht mehr eingehalten werden könnten. Weitere Unwägbarkeit, die eine Umsatzprognose bis Jahresende erschwere: die Perspektive für Veranstaltungen, ein wichtiger Posten in den Werbeumsätzen. „Das, was jetzt reinkommt, reicht zum Überleben, aber ich mache keine Gewinne." Adam rechnet deshalb nicht nur für ihren Lokalsender, sondern für die meisten Mittelstandsunternehmen mit „einem unglaublichen Investitionsstau". Hoffnung setzt sie in die Corona-Hilfen des Landes Brandenburg, die von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) verteilt werden. Ende Juni hatten Brandenburgs Medienbeauftragter, Staatssekretär Benjamin Grimm, und MABB-Direktorin Anja Zimmer eine entsprechende Vereinbarung unterzeichnet. Diese sieht vor, dass die lokalen TV- und Radioanbieter im Land im Jahr 2020 mit 750.000 Euro bei den Übertragungskosten unterstützt werden. Noch sind keine Gelder geflossen, die Landesmedienanstalt muss erst den Verteilschlüssel festlegen, „aber wir wurden bereits mehrfach aufgefordert, entsprechende Unterlagen dafür einzureichen". Dass mit dem Staatsgeld die technische Verbreitung gefördert und damit eben nicht in den journalistischen Bereich eingegriffen werde, begrüßt Adam. Sie hofft auf ein faires Stück vom Kuchen und bleibt optimistisch.

„Da hat Radio machen unheimlich Spaß gemacht."

Optimistisch stimmen Adam auch die positiven Folgen der Corona-Krise: „Das Schöne ist ja, dass wirklich überall eine große Kreativität durch die Pandemie freigesetzt wurde." Auch bei Radio Potsdam habe man spezielle Formate entwickelt, von denen einige nun beibehalten werden sollen. Darunter die Sendung „Local heroes". Diese war recht schnell nach dem Lockdown entstanden, um die lokalen Musiker*innen zu unterstützen, denen wegen der ausbleibenden Veranstaltungen die Einnahmen wegbrachen. Künstler*innen schicken ihre Musik ein, die Radio Potsdam dann sendet und den Musiker*innen damit zumindest Gema-Tantiemen beschert. „Am Anfang lief die Sendung über mehrere Wochen jeden Tag eine Stunde, mittlerweile nur noch einmal in der Woche eine Stunde, aber wir behalten sie auf jeden Fall bei."

Darüber hinaus habe man ein Corona-Expert*innen-Team aus Anwält*innen, Psycholog*innen, Lehrer*innen, Steuerberater*innen und Kindergärtner*innen gebildet, erzählt Adam. „Die hatten dann feste Sendezeiten und haben den Menschen Tipps gegeben, wie sie durch die Krise kommen." Doch das große Informationsbedürfnis habe nach den anfänglichen Wochen irgendwann gedroht, einem Informationsüberdruss Platz zu machen. „Da die Balance zu finden und das richtig abzuwägen, das war schwierig." Vor einem Feiertagswochenende habe man dann entschieden – „nach wilder interner Diskussion" – das ganze Wochenende lang nur Musik und keine Nachrichten zu senden. Das Feedback der Hörerinnen und Hörer? „Durchweg positiv."

Überhaupt habe sich in der Corona-Krise gezeigt, wie viel Vertrauen das Publikum zu seinem lokalen Sender hat, zieht Adam Bilanz. Sie ist sich deshalb sicher: „Es wird uns weiter geben, wir werden nicht untergehen."

Monique Hofmann <<

ARD und ZDF vor der Glaskugel

Auswirkungen der Corona-Krise auf die Öffentlich-Rechtlichen noch unklar

Die Corona-Pandemie wird sich auch auf die finanzielle Situation der öffentlich-rechtlichen Sender auswirken. Wie stark, ist derzeit noch unklar. Zu konkreten Prognosen möchte man sich bei ARD und ZDF noch nicht versteigen, sicher scheint aber: Es wird knapp. Hinzu kommt die noch ausstehende Entscheidung der Länderparlamente über die geplante Erhöhung des Rundfunkbeitrags. Eigentlich zu viele Unwägbarkeiten, um nicht über Sparmaßnahmen zu sprechen.

Wichtigste Einnahmequelle von ARD, ZDF und Deutschlandradio ist und bleibt der Rundfunkbeitrag. Der hat 2019 rund 8,1 Milliarden Euro in die Kassen der Öffentlich-Rechtlichen gespült. Was die Beitragseinnahmen für das Jahr 2020 betrifft, ließen sich die Auswirkungen der Corona-Pandemie derzeit noch nicht beziffern, „werden erste Prognosen voraussichtlich erst im kommenden Jahr möglich sein“, sagt Dennis Sponholz vom Beitragsservice, der in den bundesdeutschen Haushalten den Rundfunkbeitrag erhebt. Seriöse Berechnungen könne es erst geben, wenn man wisse, wie lange die Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie aufrechterhalten würden. Unklar sei derzeit etwa noch, wie viele der von behördlich angeordneter Schließung betroffenen Unternehmen die Möglichkeit nutzen werden, die Freistellung von der Beitragspflicht zu beantragen. Voraussetzung dafür ist eine mindestens dreimonatige Schließung. Dazu komme, dass ein Antrag auf Freistellung grundsätzlich nur rückwirkend, d.h. nach Ende der Schließung gestellt werden könne, erläutert Sponholz.

Beitragseinbußen

Größer als im Gewerbe dürfte das Risiko verminderter Beitragsannahmen allerdings im privaten Bereich sein. Wer zum Beispiel Arbeitslosengeld II bezieht, kann eine Befreiung vom Beitrag beantragen. Bisher stellen wir „mit Blick auf die Gesamtzahl von Befreiungsanträgen keine Auffälligkeiten fest“, teilt Sponholz jedoch mit. ARD-Sprecherin Svenja Siegert rechnet „mit den meisten Befreiungsanträgen im privaten Bereich voraussichtlich erst im nächsten Jahr“, auch aufgrund der Entscheidung der Bundesregierung, das Kurzarbeitergeld auf bis zu 24 Monate zu verlängern. Viele Unternehmen hätten die staatlichen Schutzmaßnahmen damit jedoch eine Atempause verschafft. Dass es zu Beitragseinbußen kommen wird, erwarte man laut Siegert allerdings auch beim Senderverbund ARD, nur die Höhe ließe sich eben noch nicht bestimmen. Ähnliches hört man aus dem ZDF an.

Kleinerer Posten im öffentlich-rechtlichen Budget, doch mit ebenso unsicherer Prognose: die Werbeinnahmen. Die bewegten sich 2019 sowohl bei ARD als auch beim ZDF im niedrigen dreistelligen Millionenbereich. Für das erste Halbjahr 2020 spricht die Geschäftsführerin der ARD-Werbung Sales & Services (AS&S), Elke Schneiderbanger, von „deutlichen Umsatzeinbußen“, die im Fernsehen noch stärker als im Radio ausfielen. Die Werbeumsätze im TV hätten vor allem wegen der coronabedingten Verschiebung sportlicher Großereignisse wie der UEFA Fußball-EM und der Olympischen Spiele zu einer längeren Durststrecke geführt. Erst seit einigen Wochen gebe es eine „spürbare Belebung der Geschäftstätigkeit bei einigen Branchen“. Beim Radio gehe es jedoch nach einem deutlichen Rückgang mittlerweile „wieder kräftig nach oben mit den Einbuchungen“. Grund dafür sei die „sprichwörtliche Aktivierungs- und Abverkaufs-Kraft von Radio“, „in der Krise ein nachweislich wichtiger Hebel, um die Kunden wieder zum Point of Sale zu bekommen“. Oder wie ein Slogan sagt: „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen. Geht ins Ohr, bleibt im Kopf.“ Prognosen für den Werbemarkt 2021 will auch Schneiderbanger nicht wagen, „da noch nicht erkennbar ist, inwieweit mittelständische Unternehmen aus der Krise herauskommen“. Außerdem bleibe abzuwarten, in welchem Rahmen die verschobenen Sportveranstaltungen im kommenden Jahr stattfinden, ergänzt ARD-Sprecherin Siegert.

Das ZDF-Werbefernsehen äußert sich auf Anfrage nicht, aus der ZDF-Unternehmenskommunikation heißt es von Rainer Stumpf: „Bei den Werbe- und Sponsoringerträgen wird von einem Rückgang der ge-

Dreharbeiten wurden inzwischen wiederaufgenommen, hier am 5. Mai für die Serie „In aller Freundschaft – Die jungen Ärzte“. Die Drehs unterliegen strengen Sicherheits- und Hygieneregeln

Foto: ARD/Jens-Ulrich Koch

Kugel: 123rf/lightwise. Retusche: M

planten Werte ausgegangen.“ Und: „Stand heute wird für das restliche Jahr eine Normalisierung des Werbegeschäfts erwartet, allerdings sind die Werbebuchungen beim ZDF stark abhängig von der Branche. Abzuwarten bleibt vor allem wie sich der stationäre Handel entwickeln wird.“ Konkreter wurde ZDF-Intendant Thomas Bellut in einem Interview mit der *FAZ* Anfang Juli. Darin rechnete er für 2020 mit einem Werbeminus von 40 Millionen Euro.

Mehrkosten für Produktionsausfälle

Weitere Verluste auf der Einnahmenseite verzeichnet das ZDF bei den Ticketerlösen wegen des fast kompletten Wegfalls von Sendungen mit Publikum sowie bei den Kostenerstattungen und den Verwertungserlösen infolge der ausgefallenen Sportevents. Dagegen entstünden beim Programm erhebliche Mehrkosten infolge von Drehunterbrechungen und Drehverschiebung, so Stumpf. So hatten ARD und ZDF gleich zu Beginn der Corona-Krise angekündigt, die Hälfte jener Mehrkosten zu übernehmen, die den Produzenten öffentlich-rechtlicher Auftragsproduktionen durch Produktionsausfälle entstehen. Schließlich schlagen auch noch Kosten für Hygienemaßnahmen sowie für zusätzliche Infrastruktur zu Buche, „um verstärkt mobiles Arbeiten und Videokonferenzen zu ermöglichen“, so ARD-Sprecherin Siegert. In der *FAZ* bezifferte Bellut all diese Mehrkosten für das ZDF auf mindestens 50 Millionen Euro, die Summe könne aber noch um 30 Prozent höher ausfallen.

Einsparungen ergäben sich nach Angaben der Sender dagegen kaum. Die ausgefallenen Sportereignisse etwa führten laut ZDF zwar zu weniger Ausgaben in 2020, im kommenden Jahr dann aber zu entsprechenden Mehraufwendungen. Bei der ARD spricht man von „einigen Einsparungen für aufgeschobene oder ausgefallene Sendungen“, es seien an anderer Stelle im Programm aber auch Mehrkosten entstanden, zum Beispiel „durch die Produktion und Ausstrahlung zusätzlicher coronabedingter Sondersendungen“. Einsparpotenziale sehen beide bei entfallenden Reisekosten, das ZDF zudem bei der Absenkung der Mehrwertsteuer seit dem 1. Juli.

Die auch angesichts der immer noch ungewissen Höhe des künftigen Rundfunkbeitrags sich aufdrängende Frage nach geplanten Sparmaßnahmen erhält hingegen nur vage Antworten. Die bereits vor Corona eingeleiteten „umfangreichen Sparprozesse müssten in Folge der Covid-19-Pandemie unter Umständen intensiviert werden“, teilt Siegert für die ARD-Anstalten mit. Von Stumpf aus dem ZDF erfährt man: „Die coronabedingten Kostensteigerungen für aktuelle und zukünftige Produktionen gehen zu Lasten des Programmetats und führen zu einer geringeren Zahl zu beauftragender Neuproduktionen.“ ZDF-Intendant Bellut sagte zudem gegenüber der *FAZ*, dass beim Spitzenfußball in den kommenden vier Jahren 100 Millionen Euro eingespart werden sollen.

Zusätzlicher Stellenabbau beim NDR

Welche konkreten Züge das coronabedingte Sparprogramm bei den öffentlich-rechtlichen Sendern annehmen könnte, lässt ein Blick auf den NDR erahnen. Dessen Intendant Joachim Knuth hatte im Mai angekündigt, man müsse zusätzlich zu dem von der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (KEF) bis 2024 festgelegten Sparvolumen von 260 Millionen Euro wegen Corona weitere 40 Millionen Euro einsparen. Nach Angaben von ver.di im NDR beinhalte dies den Abbau von mindestens 360 Stellen oder über 10 Prozent der Festbeschäftigten bis 2028. Vor allem dem Programm und damit den Freien, die es zu einem großen Teil produzieren, soll es an den Kragen gehen. Gestrichen werden sollen unter anderem die Sendungen „Zeitzeichen“, „Inselreportagen“ und „Echo des Tages“ sowie Formate und Festivals wie „stars@ndr2“. Veranstaltungen wie das „NDR Klassik Open Air“ fallen weg. Die Sommertouren der Landesfunkhäuser in Hamburg, Hannover, Schwerin und Kiel werden nicht mehr stattfinden. Das Medienmagazin „Zapp“ und das „Kulturjournal“ müssen Budgetkürzungen verkraften und sollen zunehmend ins Netz und die digitale Verbreitung verlagert werden. „Bei den Musikensembles werden Personalkosten reduziert und Strukturen verändert“, teilte der NDR mit. Konkret bedeute das, dass etwa beim NDR-Chor freiwerdende Stellen nicht im NDR neu besetzt werden, sondern bei einer eigens dafür gegründeten GmbH, sagte Gerald Mertens, Geschäftsführer der Deutschen Orchestervereinigung, vor einigen Wochen anlässlich einer Protestaktion der NDR-Chorsänger*innen vor der Hamburger Elbphilharmonie. „In

Foto: Georg Tedeschi

Protestaktion von NDR-Chormitgliedern vor der Hamburger Elbphilharmonie

dieser GmbH werden nicht die gleichen Arbeits- und Tarifbedingungen herrschen, wie beim NDR. Vor allem aber sollen die neuen Sänger*innen nur noch zu 50 Prozent für den Chor arbeiten. Und sie sollen schneller zu kündigen sein. Damit haben wir ein Problem der sozialen Absicherung, denn bei Sänger*innen kann es vorkommen, dass die Stimmleistung vor Erreichen des Rentenalters nachlässt. Wir fürchten, dass der NDR sich hier aus der sozialen Verantwortung für seine Arbeitnehmer*innen ziehen will“, so Mertens.

Wie viel soziale Verantwortung auch die anderen öffentlich-rechtlichen Sender für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter übernehmen, die während der Corona-Pandemie am Limit gearbeitet haben, wird sich spätestens im nächsten Jahr zeigen, wenn alle Unbekannten ermittelt sein dürften und die Glaskugel ausgedient hat.

Monique Hofmann <<

Es wird wieder gedreht

Ausfallfonds für Kinofilme und für TV-Produktionen schnellstens einrichten

Foto: ARD/Christof Arnold

„Sturm der Liebe“ Dreharbeiten in Corona-Zeiten: Regisseur Carsten Meyer-Grohbrügge (M.) und Drehteam mit Masken.

Im Sommer brummt der Film- und Fernsehmotor auf Hochtouren: Die meisten Produktionen entstehen zwischen Mai und August. In diesem Jahr jedoch ist alles anders. Vielerorts wird zwar wieder gedreht, aber der Motor stottert nach wie vor. Produzenten und Berufsverbände hadern allerdings weniger mit Corona, sondern vor allem mit der Politik: In seltener Einmütigkeit fordert die Branche einen Ausfallfonds nicht nur für Kinofilme, sondern auch für TV-Produktionen.

Krisen sind immer auch eine Zeit der Bewährung. Als im März der „Lockdown“ ausgerufen wurde, mussten Hunderte von Film- und Serienproduktionen von heute auf morgen eingestellt werden. Die notorisch zerstrittene Branche, in der zumeist jeder Fachverband sein eigenes Süppchen kocht, hat jedoch große Solidarität bewiesen und ist – natürlich nur bildlich – eng zusammengerückt. Christoph Palmer, Vorsitzender der Geschäftsführung der Allianz Deutscher Film- und Fernsehproduzenten, hebt vor allem den Anteil der Berufsverbände und Gewerkschaften hervor: „Es gab bis zu Beginn der Krise keine tarifvertragliche Regelung für die Kurzarbeit, weil diese Maßnahme in unserer Branche mit ihren Produktionszeiträumen von wenigen Wochen nicht vordringlich war. Im März haben wir mit ver.di und dem Berufsverband Schauspiel innerhalb von wenigen Tagen einen Kurzarbeitstarifvertrag mit entsprechenden Aufstockungen ausgehandelt.“ Die Beschäftigten haben dabei deutliche Einschnitte akzeptiert.

Dank dieser Regelung konnten die jeweiligen Crews bis zur Wiederaufnahme der unterbrochenen Dreharbeiten gehalten werden; laut Palmer ein erster wichtiger Baustein im Rahmen der Bewältigungsmaßnahmen. Der zweite war ein spezieller Hygienekatalog für Dreharbeiten unter Pandemie-Bedingungen, den die Produzentenallianz gemeinsam mit der für die Filmwirtschaft zuständigen Berufsgenossenschaft erarbeitet hat. Bea Schmidt, für Bavaria Fiction Produzentin der täglichen ARD-Serie „Sturm der Liebe“, beschreibt das umfangreiche Konzept, das weit mehr als bloß den Umgang mit Kussszenen regelt: „Zu den Maßnahmen zählen unter anderem das tägliche Messen der Hauttemperatur, regelmäßige Corona-Testungen der Schauspieler und Komparsen, eine generelle Maskenpflicht, zusätzliche Wasch- und Desinfektionsmöglichkeiten, Bodenmarkierungen sowie Personalisierung von Arbeitsgeräten. Die Dreharbeiten werden zudem von einem Medical Consultant beaufsichtigt, der darauf achtet, dass der Infektionsschutz eingehalten wird. Vor dem Dreh von Szenen mit großer körperlicher Nähe müssen sich die Schauspieler in eine Schutzzeit mit Kontaktbeschränkung begeben. Die Anwesenheit produktionsfremder Personen auf dem Studiogelände ist auf ein Minimum reduziert worden.“

Mittlerweile wird wieder in großem Umfang gedreht. Trotzdem sei man noch weit vom Normalzustand entfernt, betont Palmer: „Die Zeiten bleiben äußerst anspruchsvoll.“ Außerdem führten die diversen Auflagen „natürlich zu einem ganz erheblichen zeitlichen und finanziellem Mehraufwand, der alle Beteiligten – die Beschäftigten wie auch die Produzenten – vor große Herausforderungen stellt.“ Über jedem Projekt schwebe zudem das Damokles-Schwert eines möglichen Abbruchs, weil jederzeit ein regionaler Lockdown ausgerufen werden könne: „Die Branche hat die erste Corona-Phase im Frühjahr noch irgendwie überstanden. Würde sich so etwas im gesamten Bundesgebiet wiederholen, hätten viele Firmen aufgrund ihrer Eigenkapitalschwäche nichts mehr zuzusetzen.“

Durch die Pandemie sind seit Mitte März über 300 Kino- und TV-Produktionen unter- oder abgebrochen worden, der entstandene Schaden beträgt laut Palmer bis zu 100 Millionen Euro. Er wäre noch größer, wenn sich die Sender nicht bereit erklärt hätten, sich an den Mehrkosten zu beteiligen. Während die Privatsender diese Ausgaben bei bestimmten Produktionen sogar ganz übernehmen, zahlen ARD und ZDF pauschal 50 Prozent. Das höre sich zwar toll an, sagt Palmer, „aber auf den restlichen 50 Prozent bleiben die Produzenten sitzen, und das stellt für kleinere und mittlere Firmen eine echte Herausforderung dar.“ Der Schaden werde zudem erst ersetzt, wenn ein Dreh abgeschlossen sei: „Es handelt sich keineswegs um eine Bezuschussung im Voraus nach der Devise ‚Wenn euer potenzieller Schaden bei 300.000 Euro liegt, überweisen wir euch pauschal 150.000 Euro.‘“ Die exakte Summe sei ohnehin erst bezifferbar, wenn die Produktion im Kasten ist.

Laut Christine Strobl, Geschäftsführerin der ARD-Tochter Degeto, der mit Abstand größten deutschen Auftraggeberin für Fernsehfilme, liegt

die entsprechende Summe pro Film im mittleren fünfstelligen Bereich. „Darüber hinaus tragen wir als Sender die Hälfte des Risikos eines Corona-bedingten Abbruchs beziehungsweise die Kosten, die durch eine Verschiebung entstanden sind.“ Bislang hätten über fünfzig Degeto-Produktionen gestoppt oder verschoben werden müssen. „Wir sprechen bereits heute von zusätzlichen Kosten in Millionenhöhe.“ Beim ZDF legte Corona allein in den Monaten April und Mai ein Drittel der Jahresproduktion still. Die Mainzer gehen derzeit von Mehrkosten von wenigstens fünfzig Millionen Euro aus. Bei RTL, im fiktionalen Bereich weit weniger engagiert als ARD und ZDF, war die Produktion von Serien wie „Alarm für Cobra 11“, „Der Lehrer“ oder „St. Maik“ betroffen. Alle Sender versichern, sie hätten kein fiktionales Projekt abgesagt. Nach Angaben eines ZDF-Sprechers gebe es jedoch Produktionen, „die wir wegen ihrer Komplexität und ihres hohen Finanzrisikos geschoben haben“, etwa den Drehstart für die Frank-Schätzing-Verfilmung „Der Schwarm“. Gleiches gilt für geplante RTL-Großproduktionen wie „Der König von Palma“ oder einen Film über das Leben von Boris Becker, die mit ihren großen Massenszenen derzeit kaum realisierbar seien.

Foto: ARD/Christof Arnold

„Sturm der Liebe“ Arbeitsfoto mit den Schauspielern Markus Pfeiffer (M.) und Julia Grimpe (r.). Das Drehteam trägt während des gesamten Drehtages Mund-Nasen-Schutz, die Schauspieler*innen während der Proben.

Dass Sender und Produktionsfirmen dieses Risiko scheuen, hat einen speziellen Grund. Die Filmbranche, erläutert Palmer, „ist ein Projektgeschäft. Die Grundkosten sind in der Regel überschaubar, aber in der Produktionsphase sind hohe Investitionen nötig. Die Absicherung von Risiken ist bei uns daher ein weit größeres Thema als in anderen Branchen mit vergleichsweise linearen Geschäftsmodellen.“ Weil eine Film- und TV-Produktion gegen alles Mögliche, aber nicht gegen die Folgen einer Pandemie versichert werden kann, haben sich 39 Verbände und Organisationen der Film- und Fernsehbranche in seltener Einmütigkeit einer Initiative der Deutschen Akademie für Fernsehen, des Verbands Deutscher Drehbuchautoren und des Bundesverbands Regie angeschlossen: Sie appellieren an die Bundesländer wie auch an die TV-Sender und Streamingdienst-Anbieter, einen Ausfallfonds für pandemiebedingte Schäden bei TV-Produktionen einzurichten.

Anderswo gibt es solche Töpfe bereits: Britische Kino- und TV-Produktionen zum Beispiel können mit einer staatlichen Unterstützung von insgesamt 500 Millionen Pfund (circa 550 Millionen Euro) rechnen. Zwar hat auch die Bundesregierung die Einrichtung eines entsprechenden Fonds beschlossen, aber weil der Bund nur für den Kinofilm zuständig ist, gilt dieser Topf nicht für Fernsehfilme oder gewöhnliche Serien. Einzige Ausnahme sind sogenannte High-End-Serien, die durch den German Motion Picture Fund (GMPF) gefördert werden können. Für seinen Ausfallfonds hat der Bund 50 Millionen Euro vorgesehen. Das ist zwar löblich, aber nur die halbe Miete. Das deutsche Kinoproduktionsvolumen liegt laut Palmer bei circa 600 Millionen Euro, das gesamte hiesige Produktionsaufkommen betrage jedoch rund 2,5 Milliarden Euro: „Die Musik spielt also zumindest quantitativ vor allem im Bereich der Fernsehauftragsproduktionen der vier großen Sendergruppen und der Streamingdienste.“ Da Fernsehen in Deutschland Ländersache ist, arbeite die Produzentenallianz derzeit „mit Hochdruck daran, dass sich die Länder auf einen gemeinsamen Topf verständigen. Wir wandern sozusagen mit dem Klingelbeutel von Staatskanzlei zu Staatskanzlei.“ Angestrebt sei ein Ausfallfonds in Höhe von wenigstens 50 Millionen Euro. Produktionshochburgen wie NRW und Berlin (jeweils 10 Millionen) haben ihre Unterstützung bereits zugesichert.

Palmer will auch Sender und Plattformen ansprechen, „denn sie haben als Auftraggeber allergrößtes Interesse an einem funktionierenden Markt, der qualitätsvolle und aktuelle Produktionen hervorbringt.“ Einige Sender haben ihre Unterstützung bereits signalisiert: „Wir brauchen jetzt wirklich dringend eine Lösung unter Einbeziehung der Förderer, der Länder und des Bundes. Die Sender leisten hier bereits Wesentliches“, sagt Christine Strobl. Öffentlichkeitswirksam haben sich auch UFA-Geschäftsführer Nico Hofmann, Chef des größten deutschen Produktionsunternehmens, sowie Henning Tewes (RTL) in einem Gastbeitrag für die *Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)* für einen bis zum Sommer 2021 befristeten Ausfallfonds ausgesprochen. Sie plädieren für ein Modell, das ähnlich wie eine Teilkaskoversicherung für Autos funktioniert: Produzenten melden ihren Schaden dem Fonds. Dort wird dann die Schadenssumme ermittelt, die zu 80 Prozent übernommen wird; den Rest teilen sich Sender und Produktionsfirma. Für Palmer ist dieser Fonds die entscheidende Voraussetzung dafür, dass wieder ein halbwegs normaler Filmbetrieb stattfinden kann: „Es ist höchste Eile geboten.“ **Tilmann P. Gangloff <<**

„Praxis mit Meerblick“: Dirk Borchardt und Regisseur Jan Ruzicka.

Foto: ARD | Boris Laewen

Noch zappenduster

Erste Lichtblicke für die Kinos nach schrittweisen Wiedereröffnungen

Als „den großen Verlierer in der Corona-Krise“ sehen einige Branchenkenner die Kinos. Sorgen haben sie jedenfalls zuhauf: Bis Anfang Juli waren alle Häuser geschlossen. Zwar gab es bundesweit Förderprogramme und fast flächendeckend wurde Kurzarbeit vereinbart, doch ersehnten die Betreiber den Neustart. Der brachte strenge Hygieneauflagen – ganze Sitzreihen mussten frei bleiben und zumeist zwei Sitze zwischen Besuchergrüppchen.

Mit 20 Zuschauer*innen waren kleinere Filmtheater ausverkauft, auch in größeren wurde nur 20 bis 25 Prozent Auslastung erreicht. Für Produzenten und Verleiher Grund, längst angekündigte Neuproduktionen zurückzuhalten, für vermeintlich bessere Zeiten aufzusparen oder sie nur über Onlineplattformen zu vermarkten. Ein Dilemma: Keine neuen Streifen, kein Anreiz für Besucher, in der Sommerzeit eine Kinokarte zu kaufen. Den Häusern fehlen auch Werbeeinnahmen oder Eventerlöse. Der Kino-Hauptverband HDF lief Sturm gegen die Mindestabstände, beauftragte gar ein Gutachten bei der TU Berlin. Dass die Aerosolkonzentration wahrscheinlich niedriger läge als in Büroräumen, erbrachte es im Juli. Da müsse nur noch ein Sitzplatz frei bleiben, regte die Kulturstaatsministerin an, einige Länder erlaubten es.

> „An manchen Abenden hielt sich die Besucherzahl mit der der Angestellten beinahe die Waage.“

„An manchen Abenden hielt sich die Besucherzahl mit der der Angestellten beinahe die Waage“, berichtet Holger Nietgen aus dem Cinedom Köln von „gemütlichem Arbeiten“, das in dem Multiplexkino mit 14 Sälen allerdings über Wochen weit entfernt von Wirtschaftlichkeit gewesen sei. Die Beschäftigtenzahl sei um 30 Leute geschrumpft, so das Betriebsratsmitglied, kurzfristig abbaubares Personal wurde gekündigt. Für die Verbliebenen konnte eine Betriebsvereinbarung zur Kurzarbeit ausgehandelt werden, die immerhin eine Aufstockung auf 90 bzw. 97 Prozent des Nettoverdienstes vorsieht und bis Jahresende läuft. „Viereinhalb Tage haben wir verhandelt. Die Regelung, die es bei UCI schon gab, hat uns da gegenüber unserem neuen Geschäftsführer sehr geholfen“, weiß Nietgen. Weil der Arbeitgeber spart, dass es quietscht, habe es beim langersehnten Blockbuster-Start von „Tenet“ personell regelrecht „geknallt“, da „viel zu wenig Leute eingeteilt waren“. Nach Lockerung der Abstandsregeln liege die Auslastung inzwischen besonders an Wochenenden wieder bei 60 bis 65 Prozent: „Der Chef müsste neu einstellen.“

„Tenet“, der Action-Spionage-Thriller des britisch-US-amerikanischen Regisseurs Christopher Nolan kam verspätet erst Ende August, verleiherseits wohl als ein Testballon für Besucherresonanz. Nun gilt er fast als Heilsbringer. Auch Melanie Thielebein, Betriebsratsvorsitzende des CinemaxX Berlin und stellvertretende Gesamtbetriebsratschefin, hofft damit den Teufelskreis zu durchbrechen. Bereits am ersten Wochenende habe „Tenet“ Millionen eingespielt. Im Sommerloch zuvor sei auch bei CinemaxX ein personeller und wirtschaftlicher „Tiefstand wie nie zuvor“ zu verkraften gewesen; an den 31 Standorten bundesweit schrumpfte die Beschäftigtenzahl um rund ein Viertel. Befristungen seien nicht verlängert, Beschäftigte in der Probezeit gekündigt und Neueinstellungen nicht vorgenommen worden. Die verbliebene Belegschaft profitiere von einer Betriebsvereinbarung, die regelt, dass der Arbeitgeber zusätzlich zum gesetzlichen Kurzarbeitergeld noch 75 Prozent des Differenzbetrags zum Netto aufstockt. „Auch unsere Studenten und Minijobber, die ja kein Kurzarbeitergeld bekommen, wurden von CinemaxX zu 90 Prozent entlohnt.

Die Kinos des Unternehmens wurden bundesweit sukzessive wieder geöffnet, als andere noch zögerten. Gemeinsam von Interessenvertretung und Geschäftsleitung ausgearbeitete Hygienekonzepte seien von Behörden als vorbildlich gelobt worden. „Wir achten auch streng auf die Umsetzung“, so die Gewerkschafterin, und das Publikum sei überwiegend sehr diszipliniert. „In Nordrhein-Westfalen dürfte man inzwischen sogar jeden Sitzplatz wieder nutzen, wenn Besucherpersonalien in den Reihen exakt dokumentiert werden. Wegen des hohen Aufwands verzichtet man darauf. Doch ist Kurzarbeit in manchen Häusern schon aufgehoben“, freut sich Thielebein. In Berlin wird gerade zu 80 Prozent gearbeitet. Nach dem Blockbuster-Wochenende habe es deshalb auch hier schon „personell geknirscht“.

In einigen der 15 Berliner Yorck-Kinos ist „Tenet“ auch angelaufen, spielt aber für die Statistik der Programmkino-Gruppe keine derart überragende Rolle. Kino-Abos oder die Beteiligung am Jüdischen Filmfestival Berlin in der ersten Septemberdekade gelten hier mindestens ebenso viel. Hülya Kilic, über 25 Jahre dabei und seit August Betriebsratsvorsitzende, freut sich, dass das Stammpublikum zurückkommt und dass das beliebte Sommerkino im hauptstädtischen Kulturforum auch 2020 sehr gut gelaufen ist. Mit „Blauer Stern“ in Pankow wurde gerade ein Haus komplett saniert wiedereröffnet. In den Kinos der Yorck-Gruppe gelten Anfang September noch immer die strengen Abstandsregeln mit 1,5 Metern und ungenutzten Sitzreihen. Auch hier wurde in der Schließungszeit zuerst

Personal abgebaut. Es wurde das gesetzliche Kurzarbeitergeld gezahlt, in bestimmten Härtefällen, für Studierende oder Minijobber, griff eine Betriebsvereinbarung. Mittlerweile sind wieder um die 150 Leute an Bord. Für die Beschäftigten sei vieles belastend, speziell bei permanenter Maskenpflicht in Foyers und Sälen, „da müssen wir natürlich durch“. Auch Arbeitsstrukturen seien umgestellt worden, für Online-Buchung mit neuer App und bargeldlosen Verkauf waren zusätzliche Schulungen notwendig.

Melanie Thielebein hält CinemaxX trotz der Corona-Einbußen für wirtschaftlich stark, hofft auf den Herbst und noch mehr Kinolust beim Publikum. Mit der 20. Filmkunstmesse Mitte September in Leipzig startet auch der erste Branchen-Event wieder live. Die Branche sei aber nach wie vor gefährdet. Kleine Spielstätten darbten, große Ketten seien „zu groß, für Förderung nach der Kulturstättenregelung“. Doch alle repräsentierten den Kulturort Kino, sichern eine nicht unerhebliche Zahl von Arbeitsplätzen und sind zudem ein nicht unbedeutender Wirtschaftsfaktor. Die Betriebsratsvorsitzende hofft, dass „die großen Filmverleiher nicht länger zögern, neue Filmware herauszubringen und weiterhin auf den Erstverwertungsort Kino setzen“. Es sei auch in ihrem Interesse, dass möglichst viele Kinos die Pandemie überlebten und Filmtheater „weiterhin für gute Umsätze sorgen – so wie sie über Streaminganbieter nie erzielt werden könnten“.

Dass der Staat etwas vom Risiko der Kino-Betreiber übernehmen sollte, meint auch Holger Nietgen. Er denkt da an eine „Kopfprämie“ als zuschauerabhängigen Ausgleich für die Hygieneaufwendungen, könnte sich Mietkostenhilfe und Lohnkostenzuschüsse für Neueingestellte vorstellen. „Auch Werbung mit dem Inhalt: ‚Ihr Kino ist sicher und freut sich auf Sie!‘ könnte unterstützt werden.“ **Helma Nehrlich <<**

Kampf ums Colosseum geht weiter

Foto: Manfred Krause

Demonstration „Rettet das Colosseum“ durch Berlin Pankow am 13. August 2020

Als andernorts die Lichtspielhäuser wieder öffneten, standen die mehr als 40 Beschäftigten des Berliner Kinos Colosseum protestierend auf der Straße: Sie weigern sich, ihr Haus, eines der ältesten deutschen Kinos mit fast 100jähriger Tradition, als Corona-Opfer zu sehen. Ende Mai hatte ihnen ein vorläufiger Insolvenzverwalter von Zahlungsunfähigkeit geschrieben, sie erhalten kein Geld mehr, wurden freigestellt.

Das 1997 als Multiplex wiedereröffnete teilweise denkmalgeschützte Haus sei wegen sinkender Besucherzahlen nicht mehr wirtschaftlich zu betreiben, zeichnete Sohn Sammy für die Erbengemeinschaft des verstorbenen Filmmoguls Atze Brauner die Lage aussichtlos. „Nichts davon wurde mit Zahlen unterfüttert“, Corona-Soforthilfen habe die Betreibergesellschaft nicht in Anspruch genommen, kritisierte Betriebsratsvorsitzender Martin Rathke: „Wir sind bereit, das Kino zu übernehmen – ob als Genossenschaft oder als kommunales Kino.“ Man wolle die Kiezöffentlichkeit mitnehmen und erwarte Unterstützung von der Politik. Stellte sich doch heraus, dass das Stadtentwicklungsamt des Bezirks Pankow bereits im Herbst 2019 einem Hamburger Immobilienkonsortium einen Bauvorbescheid für das Areal genehmigte.

Inzwischen hat die Erbengemeinschaft der Kino Betriebsgesellschaft – es handelt sich um nahezu identische Akteure – wegen ausstehender Pachtzahlungen gekündigt. „Damit verlieren wir unsere Betriebsstätte“, so Rathke, „doch wir planen weitere Aktionen“. Jeden Donnerstag wird protestiert, mit Info- und Siebdruckaktionen, Videobotschaften, Kiezspaziergängen. Zwei große Demos, zuletzt am 13. August mit an die 500 Teilnehmer*innen, machten bereits Druck. Die Bezirksverordnetenversammlung hat nun Anfang September einen Beschluss „für die Erhaltung des denkmalgeschützten und traditionsreichen Kinos Colosseum an der Schönhauser Allee 123 als Kulturstandort“ gefasst. Neue Büroareale oder langen Leerstand brauche hier niemand, sind die Beschäftigten mehr denn je überzeugt. Und den Arbeitgeber-Vorschlag zu Interessenausgleich und Sozialplan, der ihnen so gut wie gar nichts brächte, soll der Betriebsrat so nicht unterschreiben, hieß es auf einer Betriebsversammlung am 4. September. **neh <<**

Verhaftet und verprügelt

Journalisten bei Protesten in Weißrussland festgenommen, viele Akkreditierungen entzogen

Foto: Reuters / Nasily Fedosenko

Polizisten nehmen einen Journalisten in Minsk am 27. August 2020 fest.

In Weißrussland (Belarus) steht es derzeit schlecht um die Pressefreiheit. Das Vorgehen der Polizei bei den jüngsten Protesten gegen den Autokraten Alexander Lukaschenko nach den Präsidentschaftswahlen zeigt nur die Spitze des Eisbergs. Verfolgt werden vor allem einheimische Journalist*innen, auch wenn die Festnahme von Teams des ZDF und der ARD gerade Schlagzeilen gemacht hat.

Marina Mauchawana arbeitet als Lokaljournalistin in Bobruisk, einer Stadt im Osten Weißrusslands. Am Tag nach der mutmaßlich gefälschten Präsidentenwahl wurde sie vor dem lokalen Untersuchungsgefängnis festgenommen, in einen Gefangenentransporter geschubst und mit einem Schlagstock zwischen die Beine geschlagen. „Ich bringe Dich um. Ich kann das noch heute tun!“, hörte sie als Antwort auf ihren Protest. Mauchawana hatte noch „Glück“: Nach mehreren Stunden wurde sie wieder freigelassen.

Schlimmer erging es ihrem deutlich älteren Kollegen Alex Chyhir, der ebenso in Bobruisk in einen Polizeiwagen gezerrt und dort zusammengeschlagen wurde. Auf dem Polizeirevier ging seine Qual weiter: Gleich fünf Polizisten stürzen sich auf ihn, drohten, seine Arme zu brechen, verprügelten ihn und stellten ihm am Ende in Aussicht, auf ihn zu urinieren. Chyhir bekam 15 Tage Administrativhaft für die angebliche Beteiligung an einer unerlaubten Demonstration, wurde aber nach 6 Tagen freigelassen.

Marina Mauchawana und Alex Chyhir sind nur zwei von rund 120 Journalist*innen, die in Weißrussland seit den Präsidentenwahlen vom 9. August festgenommen worden sind. Im Zuge der anhaltenden Proteste hat die Verfolgung von Medienschaffenden in Weißrussland einen neuen Höhepunkt erreicht. Dabei befindet sich das Land auf der Rangliste der Pressefreiheit von „Reporter ohne Grenzen“ bereits auf dem 153. Rang (von 180) an zweitletzter Stelle in Europa knapp hinter Russland (149) und noch etwas vor Aserbeidschan (168).

Für deutschlandweites Aufsehen gesorgt hatte der Entzug der Akkreditierungen von 17 Korrespondenten westlicher Medien durch das Außenministerium in Minsk. Es handelt sich dabei zumeist um weißrussische oder russische Mitarbeiter großer Presseagenturen, lokale Kameraleute der BBC, ein russisches Kamerateam des ZDF und mehrere Mitarbeiter von Radio Free Europe. Der massenhafte Entzug von bereits bewilligten Akkreditierungen ist einzigartig. Sogar der regimefreundliche Weißrussische Journalistenverband verlangte die schnelle und unkomplizierte Wiederzulassung ausländischer Medienvertreter*innen. Der unabhängige Journalistenverband (BAJ) kritisierte das Vorgehen scharf. Die meisten der 17 Journalist*innen hatten Ende August eine Solidaritätskette der „Frauen in Weiß“ um eine katholische Kirche am Minsker Unabhängigkeitsplatz gefilmt oder fotografiert oder sie waren am Rande der dort allabendlich stattfindenden, nicht bewilligten Demonstration gegen Lukaschenko aufgegriffen worden. Insgesamt waren es rund 50 Festnahmen an jenem Abend allein in Minsk.

Dauerhaft in Weißrussland stationiert sind nur ein paar wenige polnische Journalist*innen. Für deutsche Medien reisen manchmal noch Korrespondent*innen aus Moskau oder Warschau nach Minsk, doch solche Dienstreisen sind immer schwieriger zu finanzieren. Nachdem ein Kamerateam der ARD in Minsk am letzten August-Wochenende über Nacht in einer Polizeistation festgehalten und anschließend des Landes verwiesen worden war, reiste der Korrespondent Jo Angerer, der bei der Festnahme nicht dabei war, ebenfalls aus dem Land aus. Ohne das Kamerateam hatte er keine Möglichkeit mehr, vor Ort zu drehen und zu produzieren. Die Berichterstattung werde in der Zwischenzeit aus dem ARD-Studio in Moskau erfolgen, hieß es von der Sendeanstalt.

Bereits mehrere Tage vor den – für Lukaschenko auch wegen seines fatalen Corona-Managements – plötzlich schwierig gewordenen Wahlen war es kaum mehr möglich, überhaupt jemanden im Außenministerium zu erreichen, und sei es nur, um eine Kurzzeit-Akkreditierung zu beantragen. Auch Mails wurden nicht mehr beantwortet. Für die seit Jahren schon traditionellen Proteste nach den Wahlen wurden auch in diesem Jahr viele oppositionelle oder unabhängige Onlinenachrichtenportale blockiert. Zum ersten Mal seit 2006 wurde das Internet völlig abgeschaltet. Drei Tage lang waren vor allem während der abendlichen Proteste sowohl das mobile Internet als auch Standleitungen instabil oder blockiert. Während der ersten drei blutig niedergeschlagenen Protesttage wurden Journalist*innen teils gezielt von OMON-Sicherheitskräften geschlagen, Kameras zerstört, eine Reporterin der oppositionellen Internetzeitung *Nascha Niwa* wurde aus zehn Metern Entfernung gezielt mit einem Gummigeschoss niedergestreckt. 70 Journalisten wurden landesweit an jenen ersten drei Protesttagen festgenommen, 54 von ihnen kamen in U-Haft, 25 wurden verprügelt, mindestens drei dabei schwer verletzt.

Diese Gewaltorgie des Regimes bewirkte jedoch das Gegenteil, mehr als in allen 25 vorangegangenen Amtsjahren Lukaschenkos flauten die Proteste nicht ab, sondern wurden immer größer. „Frauen in Weiß“ begannen Menschenketten gegen die Polizeigewalt zu bilden, Streiks erfassten das Land. Und schließlich erreichten die Arbeitsniederlegungen aus Protest gegen das Regime auch das monopolisierte,

regimetreue Staatsfernsehen. Mehrere bekannte TV-Präsentatoren kündigten aus Protest. Nachdem selbst „Belarus 1“ keine Nachrichten mehr senden konnte, weil fast das ganze technische Personal streikte, ließ Lukaschenko Streikbrecher aus Russland einfliegen, denen er ein Mehrfaches der lokalen Löhne anbot. Inzwischen scheint das Weißrussische Staatsfernsehen praktisch in der Hand russischer Journalist*innen.

Als Alternative bleibt den Weißrussen nur das Satellitenfernsehen „Belsat“, das von Polen aus sendet sowie die beiden international finanzierten Online-Radiostationen „Euroradio“ und „Radio Svoboda“. Allen dreien – und mit ihnen rund 70 weiteren Onlineportalen – wurden Ende August die Internetseiten gesperrt. Von Weißrussland aus sind sie nur noch über ein Virtual Private Network (VPN) abrufbar.

Vor allem „Belsat“ unterhält ein großes eigens Netz von Lokaljournalist*innen, denen – teils seit Jahren – die Akkreditierung verweigert wird. Doch wer ohne Akkreditierung von Protesten berichtet, wird laut weißrussischem Gesetz selbst zum illegalen Demonstranten. Meist endete dies mit bis zu 15 Tagen Administrativhaft. Und während der jüngsten Proteste hat sich gezeigt, dass bereits in der U-Haft alles möglich ist, von Prügeln über Folter bis zu Morddrohungen.

Paul Flückiger «
Der Korrespondent berichtet aus Polen und Weißrussland

Facebook: Where is Kajol

Der Journalist Shafiqul Islam Kajol wurde am 3. Mai 2020 verhaftet, nachdem er zuvor 53 Tage gewaltsam „verschwunden“ war.

Aktion

Aktion für Shafiqul Islam Kajol, Bangladesch

Erst „verschwunden“, jetzt in Haft

Nach 53 Tagen des Bangens kam für die Angehörigen und Freunde des Journalisten Shafiqul Islam Kajol am 3. Mai 2020 eine erleichternde Nachricht. Anfang März war der Journalist und Fotograf nach dem Verlassen seines Büros in der bangladeschischen Hauptstadt Dhaka „verschwunden“. Knapp acht Wochen später teilten die Behörden des Landes mit, dass der Redakteur der Tageszeitung *Dainik Pokkhokal* an der Grenze zu Indien aufgegriffen worden war.

Doch zu der Erleichterung, dass Shafiqul Islam Kajol lebt, kam eine schlechte Nachricht. Denn in mehreren Fällen wurde Anklage gegen den Journalisten erhoben – verbunden mit einer unbefristeten Untersuchungshaft. Bis heute befindet sich Shafiqul Islam Kajol hinter Gittern, obwohl er keine erkennbare Straftat begangen hat. Zudem sind auch in Bangladesch zahlreiche Gefangene als Vorbeugung gegen die Corona-Pandemie aus der Haft entlassen worden, Shafiqul Islam Kajol jedoch nicht. Gegen ihn liegt in mindestens drei Fällen Anklage nach dem repressiven Gesetz über die digitale Sicherheit (DSA) vor. Ihm wird vorgeworfen, „falsche, beleidigende und verleumderische“ Informationen auf Facebook veröffentlicht zu haben, die sich gegen „Recht und Ordnung“ richteten und die er sich „illegal beschafft“ haben soll. Das DSA verstößt gegen den Internationalen Pakt über Bürgerliche und Politische Rechte, den Bangladesch ratifiziert hat.

AMNESTY INTERNATIONAL

Die konkreten Vorwürfe gegen den Journalisten sind unklar. Vermutlich beziehen sie sich aber auf Facebook-Posts. Vor seinem „Verschwinden“ hatte Shafiqul Islam Kajol kritische Beiträge veröffentlicht, in denen mehreren Mitgliedern der Regierungspartei „Awami-Liga“ vorgeworfen wird, an einem Sexhändlerring beteiligt zu sein. Einen Tag vor seinem „Verschwinden“ hatte ein Mitglied der „Awami Liga“ Anzeige gegen Shafiqul Islam Kajol erstattet. Deshalb befürchten Beobachter, dass der Journalist auch in den 53 Tagen, bis er wiederauftauchte, an einem geheimen Ort in Gewahrsam gewesen sein dürfte.

Unabhängig vom Wahrheitsgehalt der Aussagen begründet nach dem Völkerrecht eine beleidigende Meinungsäußerung über Personen des öffentlichen Lebens keine Verhängung von Strafen. Der UN-Menschenrechtsausschuss regt an, den Vorwurf der Verleumdung zu entkriminalisieren und den Straftatbestand zivilrechtlich statt strafrechtlich zu behandeln. Auch fordert die UNO-Hochkommissarin für Menschenrechte, Michelle Bachelet, die Regierung in Dhaka auf, das DSA so zu reformieren, dass es mit internationalen Menschenrechtsverträgen in Einklang steht.

Harald Gesterkamp «

Was können Sie tun? Schreiben Sie an den Innenminister von Bangladesch und fordern Sie ihn auf, den Journalisten Shafiqul Islam Kajol umgehend und bedingungslos freizulassen, weil er lediglich von seinem Recht auf freie Meinungsäußerung Gebrauch gemacht hat. Dringen Sie außerdem darauf, dass das Gesetz über digitale Sicherheit (Digital Security Act) so reformiert wird, dass es die Vorschriften des Internationalen Pakts über bürgerliche und politische Rechte nicht verletzt.

Schreiben Sie in gutem Englisch oder Deutsch an:
INNENMINISTER
Mr. Asaduzzaman Khan
Ministry of Home Affairs
Bangladesh Secretariat
Dhaka-1000
BANGLADESCH
Fax: (00 88) 02 93 47 290
E-Mail: minister@mha.gov.bd

Senden Sie eine Kopie Ihres Schreibens an:
BOTSCHAFT DER VOLKSREPUBLIK BANGLADESCH
S. E. Herrn Imtiaz Ahmed
Kaiserin-Augusta-Allee 111
10553 Berlin
Fax: (030) 39 89 75 10
info.berlin@mofa.gov.bd

Weg von der „Black Box“

Für bessere Transparenzkultur der Gremien im öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Wenn die Länderparlamente im Herbst zustimmen, wird der Rundfunkbeitrag 2021 um 86 Cent erhöht. Wegen ihrer Finanzierung aus dem Rundfunkbeitrag stehen die Öffentlich-Rechtlichen immer wieder unter Legitimationsdruck. Nach einer Studie kann dieser Druck reduziert werden, wenn die Aufsichtsgremien für mehr Transparenz sorgen beim Umgang der Sender mit Geld, Parteien und Publikumsbeschwerden und wenn sie mehr Kompetenzen erhalten, die Öffentlichkeit in Programmentwicklungen einzubeziehen.

Medienwissenschaftler Dominik Speck, der die Expertise im Auftrag des DGB erstellte, sieht in mehr Transparenz durchaus eine Chance, deutlich zu machen, was der öffentlich-rechtliche Rundfunk für die Gesellschaft leistet. Während des Corona-Lockdowns sei das Vertrauen in seine Informationsgebung zwar gestiegen und insbesondere junge Leute hätten mehr Nachrichten geschaut, so Speck Ende August auf M-Nachfrage. Aber der Legitimationsdruck bleibe – wie auch die Attacken aus Sachsen-Anhalt gegen die Beitragserhöhung zeigen. Zunächst wurde argumentiert, das könne man den durch die Coronakrise finanziell belasteten Bürger*innen nicht zumuten. Später nahm die CDU eine Racial-Profiling-Satire des Jugendportals „Funk“ zum Anlass, die Beitragsfrage mit Programmkritik zu verknüpfen – was rechtlich unzulässig ist.

> „Gemessen wurde ihre Transparenz an drei EBU-Kriterien: wie gut Informationen auffindbar, wie vollständig und wie verständlich sie aufbereitet sind.“

Nach Einschätzung von Speck, zur Zeit Gastwissenschaftler bei der EBU, dem Zusammenschluss europäischer Rundfunksender, sind die Öffentlich-Rechtlichen in Deutschland im internationalen Vergleich „in Sachen Transparenz gar nicht so schlecht aufgestellt“. Im Oktober 2019 hatte er die Internetauftritte von ARD, ZDF, Deutschlandradio und Deutscher Welle genauso wie die gesetzlichen Regelungen für die zwölf Rundfunkanstalten mit einer Dokumentenanalyse unter die Lupe genommen. Gemessen wurde ihre Transparenz an drei EBU-Kriterien: wie gut Informationen auffindbar, wie vollständig und wie verständlich sie aufbereitet sind.

Dabei erweisen sich die Rundfunkräte von WDR und RB sowie der Fernsehrat des ZDF als Vorreiter in Sachen Transparenz. Die Arbeit der Verwaltungsräte und Ausschüsse in den Anstalten – mit Ausnahme des ZDF – bleibt dagegen für die Öffentlichkeit weitgehend eine „Black Box“. In Handlungsempfehlungen erläutert Speck, wie die Gremien eine stärkere „öffentliche Anteilnahme ermöglichen“ können.

Der DGB versteht die Studie nämlich als Impulspapier für Gremienvertreter*innen, die sich gezielt für mehr Transparenz im Rundfunk einsetzen wollen. Speck listet dafür 13 Ansatzpunkte auf. Wegen der Unterschiede bei den gesetzlichen Transparenzregelungen, die sich aus der föderalen Struktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ergeben, sollten die Gremienvertreter*innen sich bei den Landesregierungen dafür einsetzen, dass die Vorschriften nach dem Vorbild des WDR- und Radio-Bremen-Gesetzes angeglichen werden. Sie könnten auch durch freiwillige Selbstverpflichtungen – etwa in ihren Geschäftsordnungen – für mehr Transparenz sorgen.

Öffentliche Sitzungen

Bei Programmkritik und Umgang mit Programmbeschwerden herrsche in den Sendern nach wie vor eine „Wagenburgmentalität“, kritisiert Speck gegenüber M. Er rät den Gremien, sich stärker in öffentliche Programmdiskussionen einzumischen, die nicht selten von politisch interessierter Seite angestoßen werden – sei es die AfD-Kritik an der „Umweltsau“-Satire oder das von der CDU monierte „Funk“-Video. Entscheidungen über Programmänderungen sollten transparent gemacht werden. Als Negativ-Beispiel nennt er die Absetzung der „Lindenstraße“, zu der es im Protokoll der SR-Rundfunkratssitzung vom Februar 2019 heißt, es habe „eine kontroverse Diskussion im Programmbeirat Das Erste stattgefunden.“ Wie diese „auch öffentlich debattierte und von vielen Zuschauer*innen wahrgenommene Programmentscheidung verlief und wie sich der Programmbeirat hier positioniert hat, bleibt aber auch dort offen“, kritisiert Speck.

Das könnte sich ändern, wenn alle Aufsichtsgremien öffentlich tagen. Außer bei NDR, HR und Deutscher Welle lassen die Rundfunkräte bei ihren Präsenzveranstaltungen bereits Publikum zu. „Diese Transparenz ist hilfreich für das Gesamtbild“, auch wenn bisher nur eine Minderheit das Angebot nutze, sagt Dominik Speck und freut sich über den ZDF-Fernsehrat. Dieser hat im Juli seine Geschäftsordnung so geändert, dass er als erstes öffentlich-rechtliches Aufsichtsgremium eine Livestream-Übertragung aus seinen Sitzungen ermöglicht. Bisher hatte nur der SWR die Intendantenwahl auf der gemeinsamen Sitzung von Rundfunkrat und Verwaltungsrat im Mai 2019 gestreamt.

Auch beim Beschwerdemanagement gibt es noch Nachholbedarf. Ausführlich und detailliert erklärt werden die einzelnen Schritte einer Programmbeschwerde

nur auf den Websites von HR, MDR, RBB, SWR, WDR und ZDF. Bei Radio Bremen und ZDF wird in jeder Ratssitzung über Programmbeschwerden berichtet, beim WDR viermal und beim Deutschlandradio nur einmal pro Jahr. Die Öffentlichkeit erfährt davon bestenfalls durch Ergebniszusammenfassungen und Protokolle der Sitzungen. Deshalb gelte es im Sinne von mehr Transparenz, nach dem Vorbild des Deutschen Presserats Beschwerdeeinreichungen zu erleichtern und diese systematisch zu erfassen, um sie dann zu publizieren.

Parteienverbindungen und Honorare offenlegen

Auch dem Vorwurf der Partei- und Staatsnähe könnten die Rundfunkanstalten mit mehr Transparenz begegnen, indem sie etwa die gesellschaftlichen und politischen Verbindungen der Gremienmitglieder in einer biografischen Vorstellung offenlegen und ein „diverses Bild“ der Aufsichtsgremien vermitteln. Diese ausführlichen Informationen stellen aber nur HR, SR, WDR und ZDF ins Netz. Die WDR-Rundfunkratsmitglieder sind zudem nach dem NRW-Korruptionsgesetz verpflichtet, jährlich Selbstauskunft über ihre Tätigkeiten und Funktionen zu geben. Wenn dem Programm „Staatsnähe unterstellt“ werde, könne dem ein stärkerer Dialog mit dem Publikum entgegenwirken: Meinungen anhören, journalistische Arbeit erklären und die interessierte Öffentlichkeit nach britischem Vorbild in wichtige Programmentscheidungen einbinden. Bei der Entwicklung des Jugendportals „Funk“ gab es bereits einen solchen öffentlichen Konsultationsprozess.

Das Thema Finanzierung bietet in Sachen Transparenz noch Luft nach oben. Während die britische BBC offenlegt, welche Honorare an einzelne Moderator*innen und Expert*innen gezahlt werden, erfährt das deutsche Publikum nicht, was die Medienprominenz verdient. Auch die Kosten für Sportrechte werden nicht einzeln aufgeschlüsselt. Doch seit 2017 verraten die Rundfunksender, dass ihre Indendant*innen mehr als der Bundespräsident verdienen und legen die Durchschnittsgehälter auf Direktionsebene offen. Seit 2015 gibt die ARD einen Produzentenbericht heraus, der darüber informiert, was die einzelnen Landesrundfunkanstalten für Filmproduktionen an welche Firmen gezahlt haben. Über die Gehälter der Geschäftsleitungen, die auch Bezüge bei kommerziellen Beteiligungen enthalten, wird mal mehr und mal weniger detailliert Auskunft erteilt.

Mit drei Klicks zur Information

Wegen der verschachtelten Menüführung auf den Websites ist es kaum möglich, der EBU-Empfehlung „Mit drei Klicks zur Information“ gerecht zu werden. Das gilt auch fürs ZDF, das im Anstaltsvergleich überdurchschnittlich viele Informationen bereitstellt. So finden interessierte Bürger*innen die aktuellen Bezüge von Intendant und Geschäftsleitung hier nicht unter dem naheliegenden Menüpunkt „Finanzen“, sondern unter „Jahrbuch 2018“. Mittelfristig wünscht Speck sich ein „Transparenzportal“ für alle öffentlich-rechtlichen Anstalten, das Informationen auffindbarer macht. Doch mittlerweile ist er skeptischer, reichte doch die geplante Zusammenführung von ARD- und ZDF-Mediathek nur für eine gegenseitige Verlinkung.

Besonders im ZDF-Fernsehrat stößt die Forderung nach einer neuen Transparenzkultur auf offene Ohren. Richard Meng, bis Juli Mitglied des Gremiums, schreibt in einem epd-Debattenbeitrag, „Vertrauen zu stabilisieren geht in Misstrauenszeiten nur, wenn weit mehr Einblick möglich wird als bisher.“ Er benennt aber auch Grenzen der Transparenz: „Es bleibt als Dilemma, dass gerade kritischer Qualitätsjournalismus seine Quellen schützen muss. Dass insofern die Ressource Vertrauen unersetzbar bleibt. Im Recherchefeld wie im Publikum.“ Vertraulichkeit sei auch beim Umgang mit dem Intendanten unabdingbar, denn sonst würde der Fernsehrat wichtige Informationen erst nach gefallener Entscheidung erhalten.

ZDF-Fernsehrat Leonard Dobusch konstatiert auf netzpolitik.org, für eine neue Transparenzkultur müsse man die Empfehlungsliste der DGB-Studie nur abarbeiten: „Wesentlich für die Erfolgsaussichten ist, dass die Mitglieder der Aufsichtsgremien selbst hier klar Position beziehen und mehr Transparenz leben.“ Das hat der ZDF-Fernsehrat jüngst mit dem Beschluss getan, seine Sitzungen live zu streamen.

Bärbel Röben <<

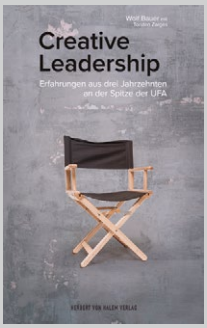
Anzeige

HERBERT VON HALEM VERLAG

Komplettes Programm unter https://www.halem-verlag.de

Hans Poerschke
Das Prinzip der Parteiliteratur.
Partei und Presse bei und unter Lenin
1899 - 1924
2020, 240 S.,213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-565-2
ISBN (ePub) 978-3-86962-568-3



Wolf Bauer mit Torsten Zarges
Creative Leadership.
Erfahrungen aus drei Jahrzehnten
an der Spitze der UFA
2020, 168 S., 38 Abb., 190 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-572-0
ISBN (ePub) 978-3-86962-574-4

Peter Seele
Künstliche Intelligenz und
Maschinisierung des Menschen
Schriften zur Rettung des öffentlichen Diskurses, 1
2020, 200 S., 190 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-512-6
ISBN (ePub) 978-3-86962-514-0

Hinter dem Vorhang

Seit fast zwei Jahren arbeitet die Vertrauensstelle Themis in Berlin

Die Themis Vertrauensstelle gegen sexuelle Belästigung und Gewalt berät Beschäftigte aus der Film-, Fernseh- und Bühnenbranche. Ihre neue Interviewstudie verdeutlicht die Dringlichkeit eines Kulturwandels. „Es ist ein bisschen so wie auf Klassenfahrt gehen .... Da arbeiten Kollegen viel enger zusammen, als in anderen Branchen, wo man dann nach Hause geht. Da ist man viel unterwegs und viel in Hotels, was es dann manchmal vielleicht komplizierter macht“, berichtet eine Beschäftigte aus dem Kulturbereich. Es ist eine besondere Arbeit, die unter besonderen Bedingungen stattfindet. In der Film-, Fernseh- und Bühnenbranche herrschen zumeist prekäre Arbeitsbedingungen und eine ausgeprägte Nähe im Team. Wie sich dies auf sexualisierte Gewalt auswirkt, beschreibt die anonymisierte Interviewstudie „Grenzen der Grenzenlosigkeit. Machtstrukturen, sexuelle Belästigung und Gewalt in der Film-, Fernseh- und Bühnenbranche” der Vertrauensstelle Themis in Berlin. Insgesamt 16 qualitative Interviews mit Vertreter*innen verschiedener Gewerke, darunter Produzent*innen, Schauspieler*innen, Regisseur*innen, Regieassistent*innen sowie Beschäftigte aus den Bereichen Ton, Schnitt und Szenenbild, eröffnen einen Blick auf die Besonderheiten der Branche.

Man habe es in der Branche noch immer mit einer Kultur des Schweigens zu tun, sagt Horst Brendel, Vorstand der Themis Vertrauensstelle. Mit den Interviews wolle man auch eine Wissenslücke schließen: „Um uns ein besseres Bild zu verschaffen, wollten wir daher mit Menschen aus möglichst vielen Bereichen reden.“ Die Interviewten berichten von ihrer Unsicherheit im Umgang mit ihren Erfahrungen und der Tendenz, eigene Grenzen massiv zu überschreiten. Die Betroffenen empfinden dies als typisch für ihre Berufe. Häufig berichtet wird auch von Ängsten, sich gegen Grenzverletzungen zu wehren, um nicht als „schwierig“ stigmatisiert zu werden. Viele fürchten Nachteile für die eigene Karriere.

Seit dem 1. Oktober 2018 engagiert sich die Vertrauensstelle Themis gegen sexuelle Belästigung und Gewalt in der Film-, Fernseh- und Theaterbranche. Sie bietet juristische und psychologische Beratung für Betroffene an und wird von 17 Brancheneinrichtungen der Film-, Fernseh- und Theaterbranche getragen und unterstützt. Nun zeigt eine erste Evaluation die Ergebnisse. In der Zeit vom 1. Oktober 2018 bis zum 31. März 2020 wurden Themis 255 Fälle von sexueller Belästigung am Arbeitsplatz mitgeteilt. Die Beraterinnen, eine Psychologin und eine Juristin führten in der Zeit über 500 Beratungsgespräche. „Bei Themis werden diese Fälle dann aufgearbeitet, die Betroffenen werden beraten und wir versuchen auch darauf hinzuwirken, dass es keine neuen Fälle mehr gibt. Denn auch die Unternehmen müssen für ein Umfeld sorgen, das frei ist von sexueller Belästigung und Gewalt“, sagt Brendel. Dabei berufen sich die Beraterinnen auf das Allgemeine Gleichstellungsgesetz (AGG), das in seiner Definition von sexueller Belästigung eindeutig ist. Darunter fallen alle unerwünschten Verhaltensweisen, die einen sexualisierten oder geschlechtsbezogenen Hintergrund haben. Das gilt für alle Branchen und Arbeitsplätze.

> **„Häufig berichtet wird auch von Ängsten, sich gegen Grenzverletzungen zu wehren, um nicht als „schwierig“ stigmatisiert zu werden.“**

„Die Antidiskriminierungsstelle des Bundes stellte im vergangenen Herbst ihre Zahlen vor. Die waren nur um 10 Fälle höher als unsere. Es scheint also in der Kulturbranche eine besondere Betroffenheit zu geben“, sagt Brendel. In der überwiegenden Mehrheit sind es Frauen, die sexualisierte Gewalt erfahren. So auch im Kulturbereich. Die Anzahl der bei der Themis gemeldeten Übergriffe an Frauen überwog mit über 85 Prozent deutlich. Umgekehrt gingen Belästigungen oder Missbräuche fast immer von Männern und in fast 80 Prozent der geschilderten Situationen von Vorgesetzten oder höhergestellten Personen aus. Die Mehrzahl der Fälle, mit denen Themis sich beschäftigt, sind verbale und nonverbale sexuelle Belästigungen, wie dauerhafte sexualisierte Anmachen, Beleidigungen mit sexuellem Inhalt, taxierende Blicke, zweideutige Gesten oder Posen, sexistische Bilder am Arbeitsplatz oder auch Androhungen beruflicher Nachteile bei sexueller Verweigerung. In etwa zwei Fünftel der Fälle geht es um körperliche sexuelle Belästigungen, wie unerwünschte Berührungen, sexuelle Nötigung und körperliche Gewalt bis hin zu Vergewaltigungen.

„Neben den konkreten Fällen wollen wir eine Änderung in der Branchenkultur erwirken. Dafür braucht es aber auch Präventionsarbeit und Bildungsarbeit. Das wird Themis aber nicht alleine leisten können. Und dafür wäre auch eine weitere finanzielle Anstrengung von Nöten, die bisher im Etat nicht vorgesehen ist.“ Für die Zukunft hofft Brendel auf das weitere Engagement der Gründungsmitglieder, zu denen auch ver.di gehört. Sie stellen bisher die Hälfte des Haushaltes. Denn die Anschubfinanzierung der Bundesbeauftragten für Kultur und Medien Monika Grütters läuft Mitte 2021 aus.

Julia Hoffmann <<

Nachzulesen

Die Studie kann als Pdf im Internet gelesen und geladen werden unter:
https://kurzelinks.de/zj65

Die Beratungsstelle Themis:
https://themis-vertrauensstelle.de/

Zeitungen und Zeitschriften

Tarifverträge abgeschlossen

Die dju in ver.di und der Zeitungsverlegerverband BDZV haben sich im Juli auf einen Tarifvertrag zur Beschäftigungssicherung geeinigt, der bis Ende 2020 gilt. Danach erhalten Redakteur*innen, denen die Jahresleistung gekürzt wird, mindestens bis Mitte nächsten Jahres Kündigungsschutz. Freie Journalist*innen können dagegen eine Ausgleichszahlung für Corona-bedingte Honorarrückgänge geltend machen. ver.di-Verhandlungsführer Matthias von Fintel zum Abschluss: „Es ist uns gelungen, die Beschäftigungssicherung bis weit ins nächste Jahr auszudehnen, dies entspricht vergleichbaren Regelungen, die ver.di bereits in anderen Tarifbereichen der Verlags- und Druckindustrie etabliert hat."

Auch mit dem Verband für Zeitschriftenverlage (VDZ) hat die dju in ver.di einen Tarifvertrag zur Beschäftigungssicherung abgeschlossen. Danach ist es für Verlage in tatsächlicher wirtschaftlicher Notlage möglich, eine Betriebsvereinbarung abschließen, deren Verhandlung von den Gewerkschaften begleitet wird. Bis Ende 2021 könnten einmalig eine Kürzung der Jahresleistung, des Urlaubsgeldes und der Wochenarbeitszeit vereinbart werden.

Mehr Information: https://dju.verdi.de/geld/tarif-news

Haus der Selbstständigen

Vernetzungsangebot in Leipzig

In Leipzig hat das „Haus der Selbstständigen" seine Arbeit aufgenommen. In den nächsten zwei Jahren soll dort unter anderem ein berufsübergreifendes Vernetzungs- und Weiterbildungsangebot für Solo-Selbstständige und Plattformbeschäftigte entstehen. Ziel ist es, Solo-Selbstständige und ihre Belange stärker in die öffentliche und politische Wahrnehmung zu rücken, ihre Vergütungssituation und Arbeitsbedingungen zu verbessern. Das Projekt der INPUT Consulting GmbH wird von ver.di, der Ludwig-Maximilians-Universität München und der Universität Kassel umgesetzt und im Rahmen des Förderprogramms „Zukunftszentren" des Europäischen Sozialfonds (ESF) sowie vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) unterstützt. In einem ersten Schritt sollen nun Kontakte zu relevanten Institutionen und Organisationen in Leipzig und der Region aufgebaut, Bedarfe erfragt und im Dialog mit ihnen an Lösungsansätzen gearbeitet werden. Geplant ist auch der Aufbau einer digitalen Plattform für Selbstständige und Crowdworker*innen.

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.

bermuda funk
Freies Radio Rhein-Neckar

Bermudafunk.org | Im Bermudadreieck verschwinden Schiffe auf mysteriöse Weise im Atlantik. Aus dem Dreieck zwischen Hessen, Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg sendet der Bermudafunk. Und was passiert dort Mysteriöses? „Die Leute verschwinden im Äther der Radiowellen", antwortet André Neu, Gründungsmitglied und Hauptamtlicher beim Bermudafunk. Seit 20 Jahren bietet das freie Bürgerradio eine Plattform für alle, die etwas zu senden haben.

Rund 100 Sendungen von etwa 120 Mitgliedern sind regelmäßig „on air", rund um die Uhr, auch online. Mit den starken Regionalsendern wie SWR und HR kann das kleine Bürgerradio nicht konkurrieren. Der Jahresetat liegt bei etwa 120.000 Euro. Der Bermudafunk mit Sitz in Mannheim finanziert sich aus Mitteln der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, die wiederum unter anderem aus dem Rundfunkbeitrag finanziert wird. Das reicht für Technik, Nebenkosten und 1,5 Stellen, die sich vier Leute teilen. Für Werbemittel, um die Zielgruppe der unter 30-Jährigen zu erschließen, bleibt nicht viel. Die meisten Macher*innen und Hörer*innen des Bermudafunks sind 30 bis 50 Jahre alt, schätzt Neu. „Sie sind mit dem Radio älter geworden."

Eine Konkurrenz zu den großen Radios will Bermudafunk nicht sein, sondern ein Gegenmodell. Das „Programmstatut" des Radios von 1998 stellt da hohe Ansprüche: „Gefördert wird die Verbreitung der Themen und gesellschaftlichen Fragen, die von bestehenden Medien ignoriert oder unterdrückt werden." Neu gibt zu: Die Sprache, in der das Statut verfasst wurde, sei nicht mehr zeitgemäß. Und auch die Ansprüche sind nach der Anfangseuphorie heruntergeschraubt. Den Großteil des Programms machen Musiksendungen aus. Die Formate sind dafür spannend und anders. Die „Radiotrinker" philosophieren über alkoholische Getränke. Im „Nachtfunken" geleiten zwei Moderatorinnen mit schläfrigen Stimmen durch die Nacht. Eine beliebte Sendung ist „Doppelpass", von und für Fans des SV Waldhof Mannheim. „Sonar" bietet Nachrichten aus der Region.

Technikprobleme, Dialekt, Lachanfälle – es ist manchmal chaotisch, immer charmant. „In einem kommerziellen Sendebetrieb wäre das eine mittlere Katastrophe, im Freien Radio dagegen ist das alles nicht so schlimm", heißt es auf der Webseite. Alle können sein und senden, wie sie wollen, mit eigenem Kopf, Stärken und Schwächen. Gefällt Hörer*innen das Programm nicht? Kein Problem, dann sollen sie mitmachen. Das Bürgerradio will die Grenze zwischen Produzent*in und Rezipient*in aufheben. Alle können senden, aber nicht alles, betont André Neu. Kein Rassismus, kein Sexismus, keine Parteienwerbung, steht im Statut.

Beate Luber <<

Fotos(3): Christian von Polentz

Ausstellung „Sheroes“ in der MedienGalerie im März 2020

Ein Juwel in ver.di

Die MedienGalerie ist seit 25 Jahren ein Ort für politische Kunst

Das denkmalgeschützte Gebäude im Stil der Neuen Sachlichkeit in der Berliner Dudenstraße ist schon für sich ein Hingucker. Hinter den großen Frontscheiben im Erdgeschoss lädt seit nunmehr 25 Jahren die deutschlandweit einmalige ver.di-MedienGalerie zu spannenden Ausstellungsbesuchen ein. Ganzjährig werden wechselnde Schauen gezeigt, so dass man im Jubiläumsjahr auf fast 150 Ausstellungen zurückblicken kann – eine stolze Leistung angesichts des durchgehenden Prinzips der Ehrenamtlichkeit.

Gegründet 1995 als Kind der IG Medien, gingen das Haus und die MedienGalerie 2001 in den Besitz des ver.di-Landesbezirks Berlin-Brandenburg über. Die Themen lehnen sich an die gewerkschaftliche Arbeit des „ver.di-Fachbereichs 8 Medien, Kunst und Industrie“ an oder behandeln aktuelle und historische politische Stoffe. Wiederkehrende Schwerpunkte sind Internationales, Antifaschismus und Erwerbslosigkeit.

BildSprache für eine bessere Welt

Eigentlich sollte die Jubiläumsausstellung „Zeichen-Setzen – BildSprache für eine bessere Welt“ schon ab Mai 2020 gezeigt werden, gestaltet von den „AnStiftern“ Peter Grohmann und Jochen Stankowski. Coronabedingt kam alles anders, die MedienGalerie musste fast vier Monate schließen. So startete die Ausstellung erst am 3. September – leider ohne feierliche Eröffnung. Einen direkten Bezug zum 25. Geburtstag gibt es nicht. „Die interkulturelle Initiative ‚Die AnStifter‘ aus Stuttgart besteht ebenfalls seit 25 Jahren und das Anliegen, Zeichen zu setzen, ist uns gemeinsam“, sagt Constanze Lindemann, Historikerin, Druckerin und Mitstreiterin der ersten Stunde.

Das Gebäude entstand Mitte der 1920er Jahre als Verbandshaus der Deutschen Buchdrucker nach einem Entwurf von Max Taut. Am 2. Mai 1933 wurde auch das Gewerkschaftshaus in der Berliner Dudenstraße von den Nazis besetzt und das Vermögen des Buchdruckerverbandes beschlagnahmt. Nach dem Krieg übernahm die neugegründete IG Druck und Papier das Haus. Im April 1989 entstand durch den Zusammenschluss mit der Gewerkschaft Kunst die IG Medien. „Die MedienGalerie ist ein originäres Projekt der IG Medien. Sie geht zurück auf einen Antrag, den der Verband der Schriftsteller in der IG Medien 1992 stellte“, so Lindemann.

„In den Kunst- und Künstlerfachgruppen der IG Medien träumte man von einem öffentlichen Raum, um sich präsentieren zu können“, erinnert sich Andreas Kühn, nach dem Mauerfall Gewerkschaftssekretär Kunst im Landesbezirk der IG Medien. „Ich habe also ein Konzept zur Vorlage beim Vorstand verfasst.“ Mit dem Namen „Medien-Galerie“ – der Bindestrich fiel später weg – habe er ausdrücken wollen, dass es um den künstlerisch-politischen Anspruch, um die kulturpolitischen Inhalte der IG Medien ging. Nachdem die Verwaltung des Landesbezirks Berlin-Brandenburg in den 1. Stock gezogen war, konnte 1995 die Galerie im Erdgeschoss eingerichtet werden.

Anfangs galt das strenge Prinzip „Keine Einzelausstellungen“. Nicht einzelne Künstler*innen sollten sich profilieren, sondern man wollte dem gewerkschaftspolitischen Anspruch entsprechend eine Öffentlichkeit über den sozialen und politischen Status des Künstlers herstellen, so Kühn. „Neben Kunstwerken wollten wir auch Dokumentationen zeigen. Unsere Intention war eine Mischung aus Kunstwerken und politischer Aufklärung, ganz in gewerkschaftlicher

Info

ver.di MedienGalerie
Dudenstraße 10
10965 Berlin Kreuzberg
Telefon (030) 88 66 54 02

U-Bhf Platz der Luftbrücke
Bus 104

Öffnungszeiten:
Dienstags 14 – 19 Uhr
Donnerstags 14 – 19 Uhr

Tradition war uns auch die Bildung wichtig.“ Ein Galerierat wurde installiert, später ein Förderverein gegründet. Die Mitglieder des Galerierats sind ehrenamtlich tätig und dem Landesfachbereichsvorstand rechenschaftspflichtig. Das aktuell sechsköpfige Gremium trifft sich alle vier bis sechs Wochen, plant und organisiert in der Regel sechs Ausstellungen im Jahr.

Historisches Eröffnungsdatum

Für den ersten Aufschlag wählten die Initiator*innen gezielt ein historisches Datum. Bezogen auf das stadtweite Bündnis „Nie wieder“ öffnete die MedienGalerie am 2. Mai 1995, dem 50. Jahrestag der Befreiung Berlins, ihre Pforten. Gezeigt wurde die Ausstellung „verbrannt – befreit – verhüllt. Der Reichstagsbrand und das neue Deutschland“.

Vor allem die Kulturfachgruppen tragen die Galerie: So nutzt die Bildende Kunst die Räume kontinuierlich, der VS veranstaltet Lesungen, die Fachgruppe Musik ist ab und zu vor Ort. Noch in diesem Jahr kommt eine Ausstellung der FG Bildende Kunst mit dem vielversprechenden Titel „Lock Down“. Aber auch andere Fachbereiche, andere Gewerkschaften oder nicht-gewerkschaftliche Initiativen treten an den Galerierat mit Veranstaltungsideen heran, teilweise mit fertigen Ausstellungen im Gepäck. Wenn die thematische und politische Ausrichtung grundsätzlich stimmt, geht der Galerierat gern auf solche Angebote ein.

Die Malerin Barbara Salome Trost ist in der ver.di-Fachgruppe Bildende Kunst aktiv. Gern gestaltet sie in der MedienGalerie Ausstellungen, stellt auch eigene Werke aus. „2007 habe ich in der MedienGalerie meine erste Ausstellung ‚Wasseransichten‘ organisiert. Sie entstand aus meiner Zusammenarbeit mit Elisabeth Mann Borgese, der jüngsten Tochter von Thomas Mann. Wasser ist mein Thema als Malerin, ein sehr politisches, das auf der ganzen Welt immer mehr an Brisanz gewinnt“, erläutert Trost.

Manchmal konzipiert der Galerierat selbst eine Ausstellung. „Wir einigen uns auf ein Thema, recherchieren es und gehen an die Umsetzung. Das ist aufwändig und herausfordernd. Dennoch planen wir für nächstes Jahr ein Projekt zum Thema Gesundheit“, so Lindemann. „Wir holen uns meist Partner mit ins Boot, in diesem Fall den ver.di-Fachbereich Gesundheit.“

Aus wenig viel machen

Das Budget der Galerie ist schmal: Ganze 5.000 Euro bewilligt der Landesfachbereich im Jahr. „Das ist nicht viel, aber irgendwie kriegen wir es hin“, so Lindemann. Kosten entstehen beispielsweise für Bilderrahmen, Drucke und Transporte sowie für den Versand der Einladungskarten. Und wenn die Fachgruppe Bildende Kunst ausstellt, zahlt der Fachbereich ein bescheidenes Künstlerhonorar. Für die Übernahme fertiger Ausstellungen wird teilweise eine Leihgebühr fällig. „Einnahmen generieren wir nicht, Spenden sind daher willkommen.“ Sie selbst sei für das Haus und die MedienGalerie fast so etwas wie die Concierge: weil sie von Anfang an dabei ist und sich dem Haus sehr verbunden fühlt. „Viele organisatorische Dinge laufen über mich. Aber ich mache das gern, Berufliches und Persönliches verzahnen sich dabei. Es ist sehr befriedigend, gemeinsam eine künstlerisch und kulturell wichtige Arbeit zu leisten – in diesem einzigartigen Haus.“

Die MedienGalerie wollte in den 25 Jahren ein kulturelles, informatives Begegnungszentrum sein, ein Freiraum jenseits von Tarifverhandlungen und unmittelbaren betrieblichen Belangen. Zum Teil sei das gelungen, so Lindemann: „Andere gewerkschaftliche Gruppen oder Organisationen wie das Komitee Ravensbrück führen hier Versammlungen durch. Aber die gewerkschaftlichen Perspektivdiskussionen hätten in der letzten Zeit intensiver sein können.“ Sie fände es schön, wenn die MedienGalerie wieder ein Ort sein würde, von dem vermehrt gesellschaftspolitische Impulse ausgehen, das sei – auch im Hinblick auf die harten Auseinandersetzungen mit den Neonazis – wichtiger denn je.

Karin Wagner (l.), Betriebsratsvorsitzende der Märkischen Allgemeinen Zeitung, verabschiedet Constanze Lindemann (r.) im Mai 2013 als Vorsitzende des ver.di-Landesfachbereichs 8 Berlin-Brandenburg.

In Zukunft digitaler

Im Förderverein gab es Gespräche zur Weiterentwicklung der MedienGalerie, die sich im 21. Jahrhundert etablieren und nicht nur rückwärtswenden soll. „Welche Chancen haben wir im zusammengewürfelten ver.di-Fachbereich A“, orakelt Lindemann. Um das auszuloten, will der Galerierat Verantwortliche aus allen A-Bereichen einladen und ihnen die Galerie nahebringen. „Wir möchten, dass die MedienGalerie erhalten und weiter finanziert wird.“

Noch bis zum 23. Oktober ist die Ausstellung unter dem Motto „Zeichen setzen. Bildsprache für eine bessere Welt“ zu sehen.

In Zukunft sollen digitale Medien stärker in den Fokus rücken, Ausstellungen öfter im Netz präsent sein. Der videoaffine Andreas Kühn hat etwa über die letzte Ausstellung „SHEROES – Ikonen des zivilen Ungehorsams“ einen Film gedreht, der auf YouTube mehr als 1200 Mal geklickt wurde. In diese Richtung soll es vermehrt gehen. „Mit dem Übergang ins digitale Zeitalter wollen wir auch Jüngere ansprechen, Nachwuchs für die MedienGalerie werben“, so Lindemann. Großes Lob kommt von der Künstlerin Trost: „Die MedienGalerie ist einer der letzten Orte, der wirklich offen für Begegnungen ist. Wir haben damit in Berlin einen wunderbaren Ort, an dem Menschen zusammenkommen, der nicht abgehoben, sondern bodenständig geblieben ist. Den muss man schützen und erhalten, weil er ein Juwel ist innerhalb Deutschlands und innerhalb von ver.di. Ein Statement für die Kunst“.

Ute Christina Bauer «

Engagierter Gewerkschafter und Philosoph

Dieter Brumm, geboren 1929 in Wentorf als Sohn einer bayerischen Beamtentochter und eines Hamburger Kaufmanns, ist am 21. August 2020 nach kurzer schwerer Krankheit verstorben.

Dieter Brumm engagierte sich vielseitig – als Journalist und als gewerkschaftlicher Medien- und Kulturpolitiker. Ehrenamtlich war er in der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) aktiv. Ab 1983 wandte er sich bei der Rundfunk-Fernseh-Film-Union (RFFU) in München hauptamtlich der Medien- und Kulturpolitik zu und wurde 1989 beim Übergang in die IG Medien mit Sitz in Stuttgart erster Referent in diesem Aufgabenfeld. Als Mitglied im Sprechergremium des Deutschen Kulturrats (1989 Vorsitzender) und Vertreter des Deutschen Gewerkschaftsbundes (DGB) bei der Gründung des deutsch-französischen TV Kulturkanals ARTE setzte er fortschrittliche Akzente. In dieser Zeit gehörte er der Tarifkommission bei ARTE an und war maßgeblich am ersten europäischen Tarifabschluss im Medienbereich beteiligt.

Foto: privat

Dieter Brumm arbeitete als freier Journalist unter anderem bei der *Süddeutschen Zeitung* und bei verschiedenen ARD-Anstalten und war Redakteur beim *Spiegel*. So war er später Mitautor am jährlichen ‚Grundrechtereport' (Rowohlt) mit Themenschwerpunkt ‚Zensur' und Mitarbeiter bei Amnesty International (AI).

Brumm studierte Philosophie in Freiburg bei Martin Heidegger und übernahm nach dem Studium eine Assistentenstelle am Philosophischen Seminar der Freien Universität (FU) in Berlin. Dort lernte er auch Rudi Dutschke und dessen Ideen kennen und schätzen. Zum Abschluss seines Studiums verfasste er eine wissenschaftliche Abhandlung über Heideggers vermeintliche Nähe zum nationalsozialistischem Gedankengut, die Aufmerksamkeit beim *Spiegel* auslöste. Dieser kaufte die Arbeit auf, später holte Rudolf Augstein den Autor der Abhandlung in die geisteswissenschaftliche Redaktion (1968–1972).

Seine Zeit bei dem Nachrichtenmagazin endete jedoch abrupt, weil er sein gewerkschaftliches Engagement nicht sein lassen konnte und zum Missfallen von Augstein, zusammen mit anderen sowohl betriebliche als auch journalistische Mitbestimmung im Magazin einforderte. Dieter Brumm und einem weiteren Mitstreiter wurde gekündigt. Offensichtlich, um dem Unmut bei vielen Redakteur*innen auch über diesen Rauswurf zu begegnen, führte der *Spiegel*-Inhaber bald sein finanzielles Beteiligungsmodell der Belegschaft ein.

Nach dem Ausscheiden aus dem Hauptvorstand der IG Medien Mitte der 90er Jahre bewegten Brumm zusehends Themen wie die Zerstörung der Lebensgrundlagen, ein entfesselter Turbokapitalismus, die weltweiten sozialen Ungerechtigkeiten und Missstände. Auch sein familiäres und soziales Umfeld wurden ihm immer wichtiger. Und noch etwas trat zunehmend in das Leben des erfahrenen Medien- und Kulturpolitikers: die eigene Literatur. Er veröffentlichte den Gedichtband „Gesang zur Unzeit", den zeitkritischen Roman „Rosenfinger" sowie zusammen mit anderen Autoren den Kollage-Roman „Menschenversuch". Besonders in seinen polit-philosophischen Poemen sind die neuen Einsichten zum Zustand der Welt brillant verdichtet. Einige seiner Gedichte wurden von dem bosnischen Liedermacher, Dr. Adnan Pintul, in Chansons vertont und als CD vertrieben. Auch im Schillerverein in Leipzig erwarb sich Dieter Brumm mit seinen Beiträgen einen geschätzten Namen.

Auf der Zielgeraden zur Weisheit hat Dieter Brumm mit über 90 Jahren seine erfahrene Spürnase für politische und gesellschaftliche Fehlentwicklungen und seine erlebten gewerkschaftlichen Erfahrungen ein Stück weit neu ausgerichtet. Die Fridays-for-future-Bewegung hat er menschlich und politisch bewundert und sich ihr zugewandt. Bitter empfand Dieter Brumm den politischen Umgang mit der Corona-Pandemie: Die getroffenen Unterstützungsmaßnahmen seien getreu der herrschenden Ideologie der Leistungs- und Konsumgesellschaft auf die sogenannten Leistungsträgerinnen und –träger ausgerichtet worden. Die wirklich Bedürftigen, die Ärmsten der Armen und die Ausgegrenzten, seien Dieter Brumm zufolge dabei leer ausgegangen. Der Philosoph hielt es mit der Erkenntnis, dass sich der Wert einer Gesellschaft nach dem Umgang mit ihren schwächsten Mitgliedern bemisst. Dieter Brumm zählte sich nicht zu den systemrelevanten und auch nicht zu den systemkonformen Menschen. Ihm waren die Inhalte wichtig, nicht die Systeme. Mit seinem Tod ist ein bewegter, integrer Mensch von uns gegangen, der in uns weiter wirkt.

Peter Völker «

(Ehemaliger Gewerkschaftssekretär IG Medien/ver.di)

Wortbruch bei Verhandlungen

Deutsche Welle verweigert angemessene Tariferhöhungen

Bei der Deutschen Welle (DW) stehen die Zeichen nach gescheiterten Tarifverhandlungen auf Sturm. Anfang September prangerten insgesamt 140 Beschäftigte der DW in Berlin und Bonn jeweils in einer aktiven Mittagspause den „Wortbruch“ der Geschäftsleitung an.

Bereits Ende Januar dieses Jahres hatten sich die Tarifparteien auf ein Eckpunktepapier geeinigt. Danach sollten die Beschäftigten über 33 Monate insgesamt 6,2 Prozent mehr Geld erhalten. Die Vergütung der Azubis und Volontär*innen sollte sich jedes Jahr um 50 Euro erhöhen. ver.di hatte zudem gefordert, das vereinbarte Volumen in Form eines Festbetrags zu verteilen, von dem besonders die unteren Gehaltsgruppen profitieren würden. Die weitere Diskussion über das Papier sei dann aus Sicht von ver.di eine Zeit lang verschleppt worden – dann mussten die Tarifverhandlungen wegen der Corona-Pandemie unterbrochen werden. Als sie im Juni wieder aufgenommen wurden, war von Seiten der DW nur noch von einer Gehalts- und Honorar-Erhöhung von drei Prozent über 33 Monate die Rede, also etwa einem Prozent pro Jahr. „Damit wären die Beschäftigten der DW nicht nur von der positiven Lohnentwicklung im öffentlichen Dienst und der Privatwirtschaft in den letzten Jahren abgekoppelt, sondern auch von der prognostizierten Entwicklung der Inflation“, kritisierte Klaus Barm, Mitglied im ver.di-Tarifausschuss bei der Deutschen Welle.

Protestaktion von Beschäftigten der Deutschen Welle Anfang September in Bonn.

Foto: Fabian Schmidt

Den Rückzug begründete die Geschäftsführung der steuerfinanzierten DW mit der ungewissen Haushaltssituation. Da der Bund aufgrund der Corona-Krise hohe Einschnitte in der Wirtschaft mit einem „bisher nie dagewesenen Rettungspaket“ kompensieren musste, müsse mit „großen Risiken für den Bundeshaushalt und damit für den DW-Haushalt“ gerechnet werden, hieß es aus der DW-Verwaltung.

Um diesem Risiko einer Verringerung des DW-Budgets durch die Bundesregierung Rechnung zu tragen, boten die Gewerkschaften der Senderleitung ein Sonderkündigungsrecht für den Tarifvertrag an. Doch das lehnte diese ab. Die Gewerkschaften erklärten die Tarifverhandlungen daraufhin am 17. August für gescheitert. „Das ist kein Angebot, sondern Ausdruck mangelnder Wertschätzung. Die Deutsche Welle versucht, neben etwaigen Mehrbelastungen der Corona-Krise weitere Risiken auf die Belegschaft abzuwälzen“, erklärte dazu ver.di-Verhandlungsführerin Kathlen Eggerling. Eggerling forderte die Geschäftsleitung auf, mit einem ernstgemeinten Angebot an den Verhandlungstisch zurückzukehren. „Solange sich die DW nicht bewegt, werden weitere Arbeitskampfmaßnahmen unausweichlich sein“, so die Gewerkschafterin. **red. «**

Impressum

M 3/2020 Jhg. 69
Menschen Machen Medien
Das medienpolitische Magazin von ver.di erscheint vier Mal im Jahr als Print-Ausgabe mit jeweils einem Schwerpunktthema.
M Online berichtet aktuell aus der Medienbranche:
https://mmm.ver.di.de
Herausgeber:
ver.di Bundesvorstand
Frank Werneke,
ver.di-Vorsitzender
Christoph Schmitz,
Leiter Ressort 7

Redaktion:
ver.di Bundesverwaltung
M Redaktion
Karin Wenk (verantwortlich)
Paula-Thiede-Ufer 10
10179 Berlin
Tel: 030 / 69 56 23 26
Fax: 030 / 69 56 36 57
karin.wenk@verdi.de
redaktion-m@verdi.de
@Mx3_Online
https://www.facebook.com/menschenmachenmedien/

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 54
anzeigen@ask-berlin.de

Ansprechpartnerin:
Simone Roch, Strategische Kommunikation
Tel. 030/740 73 16 32
Gültige Anzeigenpreisliste:
Nr. 25 gültig ab 1.2.2020

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

Druck und Vertrieb:
L.N. Schaffrath
GmbH & Co. KG
Marktweg 42–50
47608 Geldern

Abonnement:
Verlagsgesellschaft
W.E. Weinmann mbH,
Postfach 1207,
70773 Filderstadt
Tel 0711/700 15-30, Fax -10
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 03.2020: 28.08.2020
M 04.2020: 20.11.2020

International Standard Serial Number
ISSN-Nr.: 09 46 – 11 32

Weitere Publikationen:

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

Menschen Machen Medien

Weiterlesen auf M Online: mmm.verdi.de

Neue Wendebilder braucht das Land

Zum 30jährigen Jubiläum der deutschen Vereinigung zeigt sich, dass die vermittelten Bilder von der DDR und der Wendezeit doch recht einseitig sind.
https://kurzelinks.de/13sg

Game-Designerin in einer Männerdomäne

Sie zocken genauso gern Video- und Computerspiele wie Männer. Doch als Mitarbeiterinnen und Chefinnen sind Frauen in der Games-Industrie deutlich in der Unterzahl – und wenig sichtbar.
https://kurzelinks.de/2osr

Als Freie arbeitslos

Freie und Solo-Selbstständige sind in Zeiten von Corona besonders benachteiligt, weil passgenaue staatliche Hilfen fehlen. Da ist gut dran, wer auf eine freiwillige Arbeitslosenversicherung zurückgreifen kann.
https://kurzelinks.de/70ni

Kein Bedarf mehr für das IRT

Die Mitteilung am 31. Juli war knapp und eindeutig: Es konnte „kein tragfähiges Modell für eine Fortführung des Instituts für Rundfunktechnik gefunden werden“.
https://kurzelinks.de/fgwx

Teilsieg im Streit um Textvermarktung

Freie Autor*innen müssen es nicht hinnehmen, dass Verlage ihre älteren Texte ohne Genehmigung und Honorarzahlung in Online-Archiven vermarkten.
https://kurzelinks.de/i4e9

Journalismus ist keine Provokation

Die Lokaljournalistin Beate Luber wird Mitte Juli im bayerischen Weiden auf einer Demo an ihrer Arbeit gehindert und beschimpft. Die Polizei greift ein, jedoch nicht, um die Journalistin zu schützen.
https://kurzelinks.de/4ifa

Der Medienpodcast – einmal im Monat neu mmm.verdi.de

Anzeige