



MENSCHEN MACHEN MEDIEN

Medienpolitisches ver.di-Magazin Dez. 2023 Nr. 4



mmm.verdi.de
E 2814
Jahrgang 72

- Rechte Memes im Internet
Hate Speech kontern
- Journalismus ohne Print
Lokalzeitungen stellen um



Dokumentarfilm
im Umbruch

IM FOKUS: DOKUMENTARFILM



Foto [M]: Shutterstock/kovop

6 WER FÖRDERT DEN DOK-FILM?
Von Andrea Wenzek

10 INTERVIEW MIT DOKUMENTARFILMER FLORIAN OPITZ

12 KI IM DOKUMENTARFILM

14 KINDER WOLLEN DOKUS

16 GANZ NAH DRAN
labournet.tv filmt
Arbeitskämpfe weltweit

MEDIEN UND RECHT

4 GESPERRTE ACCOUNTS IN SOZIALEN MEDIEN

MEINUNG

5 RIP PRESSEFÖRDERUNG

MEDIENWIRTSCHAFT

18 VON MICKEY MAUS ZU SPIDER-MAN
Walt Disney Company wird 100 Jahre alt

20 PRINT GEHT, JOURNALISMUS BLEIBT
Immer mehr Lokalzeitungen stellen komplett auf Digitalausgaben um

22 IN MÜNCHEN DROHT DIE ABRISSEBRINNE
Der BR zieht um und will sein altes Funkhaus abreißen lassen

BERUF

24 DIVERSITY IM JOURNALISMUS
Ein didaktisches Konzept für diskriminierungsfreie Berichterstattung

DIGITAL

26 RECHTE MEMES IM INTERNET
Wie man Hate Speech den Wind aus den Segeln nimmt

INTERNATIONAL

27 STANIS BUJAKERA
Journalist im Kongo willkürlich inhaftiert und angeklagt

28 ÖSTERREICHS SCHWIERIGE MEDIENBRANCHE
Journalismus und Demokratie unter Druck

TARIFE UND HONORARE

30 GANZ GROSSES KINO

30 FAIRE DREHS FÜR FILMSCHAFFENDE

30 ÖRR: STARKE TARIF-FORDERUNGEN



ALLE PODCASTS UNTER: [HTTPS://MMM.VERDI.DE/PODCAST/](https://mmm.verdi.de/podcast/)

Aktueller Podcast: „Gegen Angriffe und Drohungen“

Die Zahl der gewalttätigen Übergriffe gegen Journalist*innen in Deutschland hat sich deutlich erhöht, viele geschehen auf Demos, meist von Rechten oder Verschwörungserzählern. Was wir dagegen tun können.

Foto Cover [M]: 20xBrandenburg. Menschen-Orte-Geschichten
© rbb/Niels Leiser

Weihnachten bei Hoppenstedts
mit Lorient und Evelyn Hamann

Foto: WDR/Radio Bremen



Früher war mehr Lametta



ann hast Du zuletzt einen Dokumentarfilm gesehen? Vielleicht vor gar nicht allzu langer Zeit. Zumindest im Fernsehen. Denn die Mediatheken von ARD, ZDF und Arte bieten ein reiches Programm. Doch nach einem regelrechten Doku-Boom Anfang des Jahrhunderts sehen viele den Dokumentarfilm momentan eher in der Krise. Dabei kommt Dokumentation gerade in Kriegs- und Krisenzeiten eine besondere Bedeutung zu, weil sie uns das teils schwer fassbare Geschehen versuchen näher zu bringen. Aufklärerische Filme seien „Schwert und Schild der liberalen Demokratie“, sagte kürzlich auch Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck beim 100. Jubiläum der sogenannten Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO). Sie seien wichtig, um Fake News und Lüge zu unterscheiden von dem, was als gesicherte Erkenntnis gilt.

Ähnlich wie journalistische Inhalte in Print und Audio werden auch Reportagen oder Dokumentarfilme allenthalben gelobt und politisch für wichtig erachtet. Wenn es allerdings um die Förderung von Presse (Seite 5 und 24) oder Film (Seite 6) geht, windet sich die Politik. Gleichzeitig wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk (ÖRR) von rechten Parteien infrage gestellt – sie wollen unsere pluralistische Öffentlichkeit schwächen.

Vor allem im Internet verbreiten sich seit Jahren immer mehr Falschmeldungen, Drohungen und Beleidigungen. Hassparolen auf Social-Media-Plattformen wie X (früher Twitter), Facebook und Instagram werden aber nicht nur verbal, sondern auch in Bildform (S.26) gestreut.

Wir sind dagegen nicht machtlos. Aber das Klima im Netz wird rauer, auch für uns Medienschaffende. Wir möchten daher im kommenden Jahr einen besonderen Blick auf uns selbst werfen. Wie geht es uns mit unserer Arbeit und wie ist es um unsere mentale Gesundheit bestellt? Dazu veranstaltet die dju am 27. Januar in Berlin den 36. Journalismustag. Anmeldungen sind bereits möglich.

Das nächste M-Magazin erscheint im März. Bis dahin gibt es auf unserer Webseite, unseren Social-Media-Kanälen und in unserem wöchentlichen Newsletter Neues und Interessantes aus der Medienwelt. Ich wünsche eine spannende Lektüre und entspannte Feiertage.

*Julia Hoffmann,
verantwortliche Redakteurin*



Save the Date

JOURNALISMUSTAG

27. Januar 2024

dju.verdi.de/journalismustag

Beitrag gelöscht, Account gesperrt

Für die journalistische Arbeit ist der eigene Account in sozialen Netzwerken von großer Bedeutung. LinkedIn, Twitter (heute: X) und Co. dienen nicht nur der Darstellung der eigenen Arbeit. Sie sind Recherchetool, Newsfeed, Stimmungsbarometer, Briefkasten für anonyme Hinweise und vieles mehr. Wenn die Plattform dann aber ohne erkennbaren Grund Beiträge löscht oder den Account sogar ganz sperrt, kann dies zum Problem werden. Aber Betroffene können sich wehren und gegen unberechtigte Sanktionen vorgehen.

Eine zeitweise oder sogar dauerhafte Accountsperre ist nur zulässig, wenn bereits mehrfach gegen die Nutzungsbedingungen verstoßen wurde oder der (erstmalige) Verstoß besonders schwerwiegend ist. In allen anderen Fällen ist die Löschung einzelner Beiträge als mildere Maßnahme ausreichend. Nach wie vor kommt es aber in der Praxis vor, dass ohne Grund Beiträge gelöscht oder Accounts gesperrt werden. Vor allem bei Instagram sind willkürliche Sperrungen an der Tagesordnung. Über die Gründe lässt sich spekulieren.

Was ist zu tun, wenn kein Verstoß gegen die Nutzungsbedingungen vorliegt und trotzdem gelöscht und gesperrt wird?

Die Gerichte hatten in den vergangenen Jahren in zahlreichen Verfahren darüber zu entscheiden, wie weit die Meinungsfreiheit von Nutzer*innen reicht. In zwei Grundsatzverfahren hat der Bundesgerichtshof bereits im Jahr 2021 klargestellt, dass Facebook zwar berechtigt ist, in seinen Nutzungsbedingungen konkrete Vorgaben zur Kommunikation auf der Plattform zu machen und Nutzer*innen bei Verstößen zu sanktionieren (Urt. v. 29.07.2021 - III ZR 179/20 und III ZR 192/20). Wird ein Beitrag gelöscht, muss die Plattform hierüber aber nachträglich informieren und vor einer Sperrung des Accounts muss der betroffenen Person in der Regel eine Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben werden.

Beschwerde einreichen

Was ist zu tun, wenn kein Verstoß gegen die Nutzungsbedingungen vorliegt und trotzdem gelöscht und gesperrt wird? In einem ersten Schritt gilt es, sich – untechnisch gesprochen – bei der Plattform zu beschweren und eine Frist zu setzen, bis zu der die Sanktion zurückzunehmen ist. Daraufhin hat die Plattform die Möglichkeit, ihre Entscheidung zu überdenken und gegebenenfalls zu korrigieren. Die „Beschwerde“ hat darüber hinaus auch eine rechtliche Bedeutung. Mit Fristablauf gerät die Plattform mit der Wiederherstellung des Beitrags oder der Entsperrung des Accounts in Verzug. Will die betroffene Person die Sanktion nicht auf sich sitzen lassen, haftet die Plattform mit Eintritt des Verzugs u. a. für die Kosten, die für die Beauftragung eines Anwalts entstehen (OLG Dresden, Urt. v. 08.03.2022 – 4 U 1050/21).

Verstoß gegen Nutzungsbedingungen

Als Ausgangspunkt gilt: Auch, wenn die meisten Nutzer*innen für ihren Account kein Geld bezahlen (sondern nur mit ihren Daten), schließen sie mit der Registrierung ihres Accounts einen Vertrag ab. Inhalt dieses Nutzungsvertrags ist, dass sie die von der Plattform zur Verfügung gestellten Funktionen nutzen dürfen. Nimmt die Plattform zu Unrecht an, eine Äußerung verstoße gegen die Nutzungsbedingungen, ist die daran anknüpfende Maßnahme willkürlich – und damit vertragswidrig.

Die gesetzte Frist sollte nicht zu kurz sein. Eine Woche ist als Richtwert zu empfehlen. Zugleich sollten Betroffene sich nicht zu großzügig zeigen und zügig reagieren. Denn sollte die Plattform auch auf anwaltlichen Druck nicht reagieren, sollte eine einstweilige Verfügung bei Gericht in Erwägung gezogen werden. Ein solches Eilverfahren ist allerdings in der Regel nur möglich, wenn seit Kenntnis der rechtswidrigen Löschung bzw. Sperrung nicht mehr als ein Monat vergangen ist. Wer zu lange wartet, kann nur ein „normales“ Klageverfahren führen, dass auch mal ein Jahr und länger dauert. Empfehlenswert ist daher, sich frühzeitig darüber Gedanken zu machen, ob ein gerichtliches Verfahren angestrebt werden soll.

Die Beurteilung, ob eine Äußerung den Bedingungen der Plattform widerspricht oder nicht, ist nicht immer einfach. Der Übergang von Beleidigungen oder „Hassrede“ einerseits und zugespitzten Polemiken oder Satire andererseits ist fließend. Zudem kommt es häufig auf den Kontext und das Vorverständnis des Publikums an. Über die Auslegung eines Beitrags kann man im Zweifelsfall lange diskutieren. Algorithmen und Moderationsteams kommen hier schnell an ihre Grenzen.

Mit dem jüngst in Kraft getretenen Digital Services Act der EU werden sehr große Onlineplattformen stärker reguliert. Ziele sind mehr Transparenz bei der Moderation von Inhalten und ein besseres Beschwerdemanagement. Ob dadurch willkürliche Sperrungen seltener werden, bleibt abzuwarten. **Jasper Prigge <<**



Jasper Prigge ist Rechtsanwalt für Urheber- und Medienrecht in Düsseldorf

Foto: Kay Herschelmann

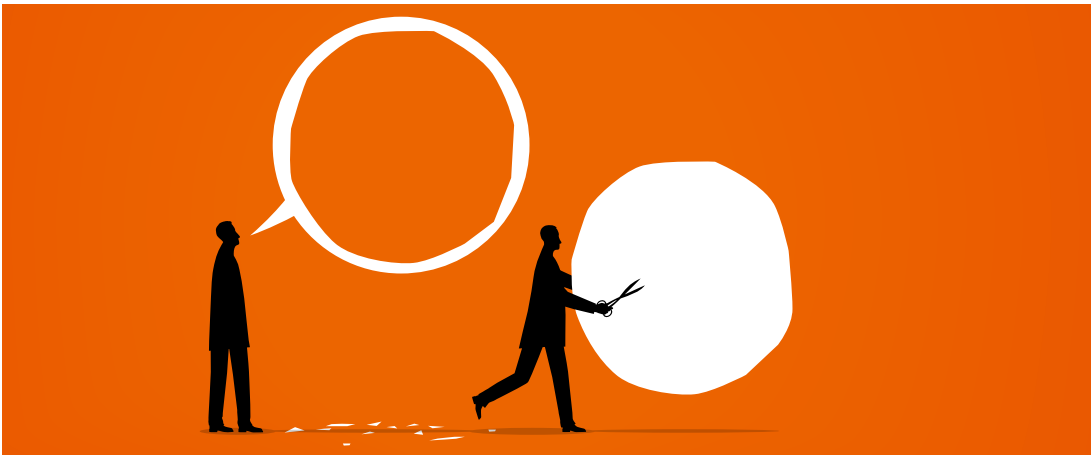


Illustration: iStock/Mark Airs

... beim ersten
Realitäts-Check
zu maximal
unverbindlichen
Phrasen
umgedichtet

BDZV-Vorstandschef
Stefan Hilscher

RIP Presseförderung

Es war ein Begräbnis mit Ansage. Seit der „Haushaltsbereinigungssitzung“ des Bundestags in der vergangenen Woche ist das Aus für die von den Zeitungsverlagen erhoffte staatliche Presseförderung besiegelt. Nachdem das Bundesverfassungsgericht den von der Ampel-Regierung gebastelten Klima- und Transformationsfonds als Verstoß gegen die Schuldenbremse für nichtig erklärte, war der finanzielle Spielraum für eine großzügige Zustellförderung von Presseprodukten erschöpft.

Das Ende aller Verlegerträume von Subventionsmilliarden hatte sich allerdings schon vor dem finanzpolitischen Desaster der Regierung abgezeichnet. Seit fünf Jahren hatte die Verlegerlobby, vor allem der Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger BDZV, massiven Druck erst auf die CDU-SPD-GroKo, später auf die Ampel ausgeübt. Ohne Staatsknete, so ließ der BDZV sich von einer Studie der Unternehmensberatung Schickler bescheinigen, werde die Zeitungszustellung bereits 2025 in rund 40 Prozent aller deutschen Gemeinden nicht mehr rentabel abzuwickeln sein.

Frage der Zuständigkeit

Die Drohung zeigte zunächst Wirkung. Satt 220 Millionen Euro Fördermittel für die Verlagsbranche, speziell für die „Förderung der digitalen Transformation“ sah 2020 ein Corona-Nachtragshaushalt vor. Es folgte ein öffentlicher Hickhack, an dessen Ende sogar eine Verfassungsbeschwerde digitaler Startups wie „Krautreporter“ drohte. Wegen mutmaßlicher Verletzung der Pressefreiheit durch Verzerrung des publizistischen Wettbewerbs – schließlich sollten kleine Digitalunternehmen außen vor bleiben. Noch vor den Wahlen 2021 wurde das Projekt stillschweigend von der Agenda gestrichen.

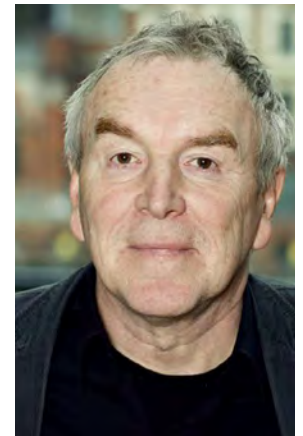
Nichtsdestotrotz feierte es im Koalitionsvertrag der Ampel überraschend eine Wiederauferstehung. Man habe vor, „die flächendeckende Versorgung mit periodischen Presseerzeugnissen zu gewährleisten“, hieß es da vollmundig. Und ein vom Bundeswirtschaftsministerium beauftragtes Gutachten erkannte im Frühjahr 2023 die Zustellförderung für bestimmte Printmedien als wirtschaftlich sinnvoll und verfassungskonform an.

Gleichwohl zeigte Wirtschaftsminister Robert Habeck wenig Neigung, sich der Sache anzunehmen. Als auch die Bundesbeauftragte für Kultur und Medien, Claudia Roth, sich für nicht zuständig erklärte, konnte man ahnen, dass die Erwartungen der Verleger abermals enttäuscht werden würden. Selbst Kanzler Scholz wollte inzwischen nichts mehr von seinem Versprechen wissen, „den Lokaljournalismus und besonders die Lokalzeitungen zu schützen“, sprach vielmehr von der Notwendigkeit, „nach den Krisenjahren zur fiskalpolitischen Normalität“ zurückzufinden.

Nach der Klatsche durch die Karlsruher Richter fehlen 60 Milliarden Euro im Bundeshaushalt und die Regierung zieht die Notbremse. Man sei der Schauldenreden der Regierung Scholz über den Wert der freien Tagespresse für die Demokratie leid, schäumte BDZV-Vorstandschef Stefan Hilscher, Reden, die „beim ersten Realitäts-Check zu maximal unverbindlichen Phrasen umgedichtet werden“.

Einzelne BDZV-Mitglieder haben aus der langjährigen Hängepartie um die Presseförderung inzwischen Konsequenzen gezogen. Verlage wie Madsack und Funke stellen nach und nach gedruckte Lokalausgaben einzelner Blätter zugunsten von rein digitalen Angeboten ein. Die Botschaft: Selbst in strukturschwachen Regionen sind Lokalzeitungen überlebensfähig – ganz ohne Zustellförderung.

Günter Herkel <<



Günter Herkel
lebt in Berlin und arbeitet
als freier Medienjournalist
für Branchenmagazine in
Print, Rundfunk und Online

Foto: Jan-Timo Schaub

Seit Jahrzehnten gelten die deutschen Filmförderstrukturen als zu langsam, zu kompliziert und zu wenig effizient. Als Medien-Staatsministerin Claudia Roth Anfang vergangenen Jahres eine Neuordnung des Förderungswesens ankündigte, war die Erleichterung zunächst groß. Da die Länder zuständig für die regionalen Förderungen sind, hat Roth allerdings wenig Handhabe, tiefgreifende Reformen durchzusetzen. Und Dokumentarfilme kommen ohnehin seltener in den Genuss einer Förderung als Spielfilme.



Wer fördert den Dok-Film?

Von Andrea Wenzek



In der Dokumentarfilmbranche gilt Kino-Dokumentarfilm als Königsdisziplin unter den verschiedenen Dok-Formaten. Nur gestaltet sich die Finanzierung eines Projekts oft langwierig und ist meist zu gering. Die anstehende Novelle des Filmförderungsgesetzes (FFG) ließ die gesamte Filmbranche hoffen, denn es zeichnete sich eine grundlegende Reform des deutschen Fördersystems ab. Für Verunsicherung sorgte daher die Nachricht, dass der aktuelle Haushaltsentwurf weitere Kürzungen bei den Film- und Serienförderungen vorsieht. Für die deutsche Filmemacher*innen ist das kein gutes Zeichen.

Die Dokumentarfilmbranche ist vielfältig. Sie umfasst Sendertöchter und Dok-Departments großer Branchenplayer, aber auch mittelständische Unternehmen. Hinzu kommen die zahlreichen „Rucksackproduzent*innen“, also Filmschaffende, die ihre eigenen Dokumentarfilme in Einpersonen-Firmen selbst produzieren. Die Firmen sind unter- oder gar nicht kapitalisiert, sie verfügen über keine Eigenmittel, um beispielsweise die Entwicklung von Filmprojekten vorzufinanzieren. Also bleibt diesen Produzierenden nichts anderes übrig, als zum Rucksack zu greifen, um im deutschen Förder- und Sendersdchungel Mittel für ihre Projekte einzusammeln, mitunter über Jahre hinweg.

Fördertourismus im System

Das deutsche Fördersystem setzt sich aus den bundesweiten und den regionalen Förderinstitutionen zusammen. Letztere werden gemeinhin Länderförderer genannt. Ein Kinodokumentarfilm wird in der Regel mit einer der Bundesförderungen und mindestens einer Länderförderung sowie der automatischen Förderung durch den DFFF (Deutschen Filmförderfonds) finan-

ziert – ein äußerst arbeitsintensiver, kleinteiliger und langwieriger Prozess. Und in vielen Fällen wird vorausgesetzt, dass Antragsteller*innen mindestens einen koproduzierenden TV-Sender für die Projekte haben gewinnen können sowie bereits einen Verleih mit an Bord haben. Vollfinanzierungen von Dokumentarfilmen wie etwa bei Auftragsproduktionen für Fernsehspiel filme existieren im öffentlich-rechtlichen Fernsehen nicht mehr, es sei denn, den Produzierenden gelingt es, den jährlichen TopDocs Wettbewerb der ARD zu gewinnen.

Laut ARD soll das Preisgeld in Höhe von 300.000 Euro ausreichen, um einen kreativen langen Dokumentarfilm zu realisieren. Im europäischen Ausland gilt ein Gesamtbudget in Höhe von 750.000 Euro bei einem 90minüter als Standard, hierzulande sind Produzierende froh, wenn sie auf 500.000 Euro kommen. Hinzu kommt, dass die Sendergelder, die den Redaktionen zur Verfügung stehen, in den letzten Jahren gekürzt wurden. Also woher das Geld nehmen? Es bleibt auch für Stoffe, die eigentlich ins Fernsehen gehören, nur die Tour durch die Förderinstitutionen. Das heißt, Länderförderer mit ins Boot holen, dort, wo sich die Sitze der eigenen Firma und die der Postproduktionsunternehmen befinden. Manchmal werden sogar angedachte Drehorte verlegt, um in der Not an weitere Ländergelder heranzukommen. Befindet sich der Drehort im Ausland, kommen auch noch deren Fördergelder mit ins Spiel.

Trotz der schwierigen Bedingungen wendet sich der Regie-Nachwuchs nicht vom Genre ab. In den Film- und Kunsthochschulen der Republik legen noch immer viele Absolvent*innen Dokumentarfilme als Abschlussfilm vor. „Auch ist deren Bedarf in den letzten

Jahren gestiegen. Aufgrund der politischen Konstellationen, mit denen wir es heute zu tun haben, braucht es mehr Dokumentarfilme, die in die Tiefe der Themen gehen, hinter die Schlagzeilen“, sagt David Bernet, Ko-Vorsitzender der AG DOK. „Die langen Dokumentarfilme gehen in die Milieus und versuchen, sich ein Verständnis für bestimmte Welten zu erarbeiten, über Monate, über Jahre sogar und ohne vorgeschriebene Ergebnisse“, ergänzt Bernet.

Ein veraltetes Fördersystem

Die Filmförderanstalt (FFA) fördert bundesweit Produktion, Absatz und Abspiel deutscher Filme, finanziert durch die an den Besucherzahlen gemessene Filmabgabe der Kinos, Verleiher und Sender. Die Förderung eines Films kann bislang über zwei Geldtöpfe erfolgen: Die automatische Referenzfilmförderung und die Projektfilmförderung. Erstere ist nur möglich, wenn Antragstellende einen künstlerisch oder wirtschaftlich erfolgreichen Film vorweisen können. Dokumentarfilmproduzierende profitieren nur von diesem System, wenn sie genügend Besucherzahlen vorzuweisen haben – was mit den meisten Filmen nicht gelingt.

Das Filmförderungsgesetz (FFG) legt mit seinen Richtlinien die Aufgaben der Bundesförderungen fest, dazu gehören nicht nur die Gelder der FFA, sondern auch die selektiven Förderungen von der BKM, des DFFF und des GMPF. Bei jeder Novelle des Gesetzes verlangten nicht wenige Interessenverbände seine Reform. Doch gelang es ihnen nie, in einem Chor zu klagen. Sie blieben bevorzugt dabei, ihre singulären Interessen zu bewahren. In der Folge blieb beim FFG über Jahrzehnte alles beim Alten, bis auf ein wenig Kosmetik.

Doch schon 2020, im Vorfeld der öffentlichen Stellungnahmen von Verbänden zum FFG 2023 wurden die Rufe nach einer grundlegenden Reform des Gesetzes so laut, dass die damalige Staatsministerin für Kultur und Medien, Monika Grütters, sie nicht mehr ignorieren konnte. Die Novelle wurde verschoben und die Ministerin lud die Branche ein, die Lage in verschiedenen Fokusgruppen zu diskutieren. Dies war ein Novum. Nach dem Regierungswechsel 2021 setzte Ministerin Claudia Roth den von ihrer Vorgängerin eingeschlagenen Weg fort. Und im Februar 2023 verkündete sie auf dem Deutschen Produzententag acht Eckpunkte für eine Reform unter der Devise: „Ziel einer Reform der Filmförderung kann deshalb nur sein, sie effizienter, schneller und ganzheitlicher zu machen.“

Neues Finanzierungsmodell der Filmförderung

Die acht Eckpunkte schöpfte Roth unter anderem aus einem Impulspapier, das im Vorfeld von Vertreter*innen der Produzentenallianz, dem Produzentenverband und der AG DOK verfasst wurde. Darin geht es um „die Anpassung der Förderinstrumente an die Markt-

veränderungen“ mit „einfachen und transparenten Rahmenbedingungen für die kreative Vielfalt“. Damit solle auch der im internationalen Vergleich schwächelnde Filmstandort Deutschland gestärkt werden. Susanne Binninger hat als Co-Vorsitzende der AG DOK an dem Papier mitgewirkt: „Die Verbände haben hier endlich ihre Partikularinteressen zurückgestellt, weil man bei Finanzierungsmodellen die gesamte Branche in den Blick nehmen muss.“

In dem Impulspapier wird ein Vier-Säulen Modell für die Finanzierung der bundesweiten Filmförderung vorgeschlagen. Die erste ist eine Investitionsverpflichtung von 25 Prozent des Nettoumsatzes der Streaming Anbieter und Fernsehanstalten in Kinofilme, wie in anderen europäischen Ländern bereits nach französischem Vorbild praktiziert. Eine automatische Förderung basierend auf einem Steueranreizmodell wie es sich bereits in Österreich etabliert hat, stellt die zweite Säule dar. Es bietet den Produzierenden Planungssicherheit und eine Anschubfinanzierung und berücksichtigt nicht nur die großen Produktionsfirmen, sondern auch die kleinen im Arthouse- und Dokumentarfilmbereich. Verbindliche Maßnahmen für ein Engagement der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender untermauern die dritte Säule. Die vierte Säule ist die FFA selbst, sie soll in eine Filmagentur umgewandelt werden, die die Steuergelder der BKM und die Mittel aus der Filmabgabe unter einem Dach verwaltet.

Das Papier der Initiative schlug ein. Am 5. Juli gab der zuständige Referatsleiter Jan Ole Püschel in einer öffentlichen Sitzung des Ausschusses für Kultur und Medien bekannt, dass die Investitionsverpflichtung, ein zusätzliches Steueranreizmodell und eine gestärkte automatische Referenzförderung wesentliche Bestandteile der Reform des FFG sein werden. Eine kulturelle Filmförderung, bewilligt durch Gremien, löst die frühere Projektförderung ab. Die künftige Rolle der FFA werde „zentral“ sein, was auf eine Filmagentur hindeutet. Eine der Säulen kam nicht zur Sprache: Das stärkere Engagement der Sender. Es wird sich zeigen, ob mögliche runde Tische mit den Länderförderungen und Sendern in eine neue Richtung weisen, denn ohne diese Player würde eine Reform des FFG zu kurz greifen.

Nun wartet die Branche auf den Referentenentwurf des Gesetzes, der soll im Dezember 2023 vorliegen. Danach folgen erneute Stellungnahmen, ein Nachfeilen im Ministerium, Lesungen im Bundestag – vor der Sommerpause 2024 sollte das neue Gesetz verabschiedet werden. Wie es konkret aussehen wird, steht nun wieder in Frage. Den guten Absichten der BKM setzt das Urteil des Bundesverfassungsgerichts über die Illegitimität des Nachtragshaushalts 2021 Grenzen. Ende November nahm der Haushaltsausschuss in dem Kulturetat drastische Kürzungen vor, die auch die Film- und Kinobranche betreffen. Es geht laut Prozentenverbänden und Hochschulen insbesondere um



Säulen
Modell

für die
Finanzierung der bundes-
weiten Filmförderung

Investitionsverpflichtung
von 25 Prozent
des Nettoumsatzes der
Streaming Anbieter und
Fernsehanstalten
in Kinofilme

Automatische Förderung
basierend auf
einem Steueranreizmodell

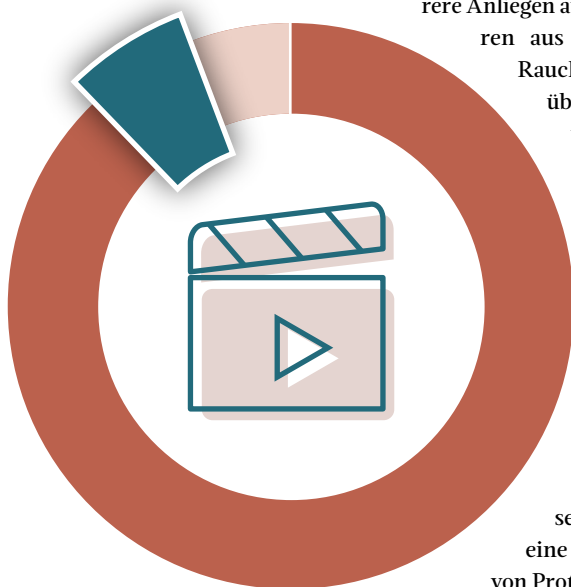
Verbindliche Maßnahmen
für ein Engagement
der privaten und öffentlich-
rechtlichen Sender

Filmförderanstalt (FFA)
soll in eine Filmagentur
umgewandelt werden, die
die Steuergelder der BKM
und die Mittel aus der
Filmabgabe unter einem
Dach verwaltet

Anteil der Förderung nach Filmgattung 2022



Quelle: Deutscher Filmförderfonds/
Statista



die Anreizförderung für Film- und Serienproduktionen. Benjamin Herrmann, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Filmakademie, hofft dennoch auf die Reform: „Diese überraschende Entscheidung verunsichert sowohl die deutsche Filmbranche als auch internationale Partner und bedeutet einen echten Rückschritt. Umso mehr hoffen wir, dass die angedachte Strukturreform der deutschen Filmfinanzierung, wie von der BKM angekündigt, zum Tragen kommt. Kreativität und Produktivität am hiesigen Standort bedürfen dringend einer Stärkung“.

Förderungen bündeln

Auch wenn die Finanzierung von Kino-Dokumentarfilmen nach der geplanten Strukturreform leichter werden sollte, brennen den Dok-Filmer*innen mehrere Anliegen auf den Nägeln. Zu denen waren aus dem Ministerium bereits Rauchzeichen zu vermehren: Man überlege, so Püschel, die Entwicklungsförderung von BKM und FFA zu bündeln, die bisherige Drehbuchzu einer langfristigeren Projektförderung auszubauen. Man wolle den „Mut zum Risiko, aber auch Mut zum Scheitern“ fördern, erklärte er. Zur Stoffentwicklung von Dokumentarfilmen gehören vor allem umfassende Recherchen und auch eine frühe filmische Begleitung von Protagonist*innen, vor allem bei Langzeit-Beobachtungen.

Bei einem Thema sind die Dokumentarfilmer*innen besonders betroffen: Für die durch die FFA geförderte Filme gelten gesetzliche Sperrfristen, um einen exklusiven Auswertungszeitraum für das Kino zu gewährleisten. Erst wenn diese nach Monaten verstrichen sind, kann der Film in der nächsten Verwertungsstufe, etwa über Video-on-Demand (VOD) und Free-TV angeboten werden. Doch Dokumentarfilme haben in der Regel sehr kurze Laufzeiten im Kino. Deswegen fordert die AG DOK seit langem, bislang erfolglos, eine Ausnahme für Dokumentarfilme von den Sperrfristen.

Dokumentarfilm bei den Länderförderungen

Die kleinen Produktionsfirmen sind vor allem von den Länderförderungen abhängig. Ein Blick auf deren Fördersummen zeigt, dass die großen unter ihnen dem Dokumentarfilm 2022 mitunter weniger als 10 Prozent aus dem Etat für Kinofilmproduktionen zugebilligt haben – anders bei den kleinen und mittelgroßen Förderern: Bei der Nordmedia sind es sogar 54 Prozent bei einem jedoch finanzschwachen Etat von rund

1,7 Mio. Euro. Bei der MFG Baden-Württemberg sind es immerhin 15 Prozent von rund 11,8 Mio. Euro. Die Hessen Film & Medien GmbH (HFM) investierte 30% von rund 4,5 Mio. Euro in den Dokumentarfilm. Das hat sich auch im Output bemerkbar gemacht, denn drei der zuletzt mit dem Deutschen Filmpreis geehrten Dokumentarfilme wurden von der HFM teilfinanziert: Born in Evin (2020), Herr Bachmann und seine Klasse (2021) sowie The other Side of the River (2022).

„Der Dokumentarfilm ist in Hessen als künstlerische Form und investigatives Korrektiv traditionell stark. Die von uns geförderten Filme belegen, dass Dokumentarfilme einen Beitrag leisten, den bestehenden, lebendigen gesellschaftspolitischen Diskurs zu unterstützen und anzuregen“, sagt Anja Schoeppe, Geschäftsführerin der HFM. Sie wisse auch um die oft prekäre Lage der Filmschaffenden und möchte sie deshalb „bei ihrer kreativen und produzentischen Arbeit bestmöglich unterstützen“. Tatsächlich ist das vor zwei Jahren dort eingeführte Förderinstrument „Setzkasten-System“, wo Stoffentwicklung und Produktionsvorbereitung miteinander einhergehen können, für Dokumentarfilmer*innen besonders geeignet.

Mediathekennutzung – Nachvergütung veraltet

Bei einem Streifzug durch die Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sender fällt auf, dass Dokumentarisches mittlerweile in den obersten Reihen beworben wird. Dazu gehören allerlei Formate, in der Fernsehwelt „Genres“ genannt: Dokumentationen etwa über Geschichte und berühmte Persönlichkeiten sowie Reportagen zu politischen und sozialen Themen, darunter zahlreiche für das Web hergestellte Presenter-Reportagen fürs jüngere Publikum. Der lange kreative Dokumentarfilm steht in den Mediatheken von ARD und ZDF nicht im Vordergrund, obwohl die Koproduktionen oft renommierte Preise gewonnen haben. Auch wenn aus den Büroetagen der Sendeanstalten regelmäßig zu vernehmen ist, dass das lineare Fernsehen im Zeitalter von Smart-TV längerfristig keine Zukunft mehr habe, schweigen sich die Anstalten über die tatsächlichen Nutzerzahlen der Mediatheken aus. Die Urheber*innen der Dok-Formate werden für die Online-Nutzung pauschal abgegolten – nach einem tarifvertraglichen Modell aus den Anfangsjahren des Jahrtausends. Ein nutzungsorientiertes Vergütungsmodell wird von den Kreativen in der gesamten Filmbranche deshalb seit vielen Jahren angestrebt. „So wie für Dok-Filme im Auftrag der ARD stellt sich auch für alle im Sender produzierten journalistischen Formate die Frage nach einem zeitgemäßen und fairen Nachvergütungsmodell. Die bisherigen pauschalen Onlinezuschläge von 4,5 Prozent sind aus der Zeit gefallen und spiegeln den Stand der Mediathekennutzung und Verbreitung über weitere digitale Kanäle auf Drittplattformen überhaupt nicht wider.“ erklärt Matthias von Fintel, Bereichsleiter für Medien, Journalismus und Film bei ver.di.

<<



BKM
Beauftragte der
Bundesregierung für Kultur
und Medien

FFA
Filmförderanstalt

FFG
Filmfördergesetz

DFFF
Deutscher
Filmförderfonds

„Ich interessiere mich für gesellschaftliche Strukturen“

Dokumentarfilmregisseur Florian Opitz im Interview über die Bedingungen des Filmemachens

Wer Dokumentarfilme macht, muss nicht nur ein gutes Gespür für Geschichten haben, sondern auch einen langen Atem. Denn egal ob man für Fernsehsender oder für die große Kinoleinwand produziert: Das Geschäft ist anspruchsvoll. *M sprach mit dem Dokumentarfilmregisseur Florian Opitz über Arbeitsbedingungen, Gesellschaftskritik und darüber wie er Themen für seine Filme findet. Für sein Kinodebüt „Der Große Ausverkauf“ wurde Opitz 2009 mit dem Grimme-Preis ausgezeichnet. Momentan läuft „Capital B“ auf arte, seine Dokumentarfilmserie über die Berliner Wohnungsbaupolitik.*

M | Sie arbeiten seit inzwischen fast 25 Jahren als Dokumentarfilmer. Wie hat sich die Branche seitdem entwickelt?

Florian Opitz | Zu Beginn meiner Karriere habe ich Produktionen vor allem als Mitarbeiter im Sender gemacht. Das heißt, mit Teams aus dem Sender und der Bearbeitung vor Ort. Das ist natürlich eine andere Arbeit gewesen als heute, wo bei größeren Produktionen das meiste outgesourct wird. Das bringt den Vorteil, dass Du Dir manchmal die Leute aussuchen kannst, mit denen du zusammenarbeitest. Insgesamt findet inzwischen die größere Kreativität außerhalb der Sender statt.

Das Outsourcing wird natürlich vor allem betrieben, um Geld zu sparen. Bei einer Produktion außerhalb des Senders erhalten wir zum Beispiel keine Wiederholungshonorare. Das heißt, der Sender kann die Produktionen beliebig oft senden, ohne dass wir über das pauschale Honorar hinaus Geld bekommen. Im Vergleich zu früher schmälert das Einkünfte von Regisseur*innen und Filmautor*innen deutlich. Ohnehin gibt es in unserer Branche keinen Inflationsausgleich. Wer Glück hat, verdient genauso viel wie vor 25 Jahren.

Ein klassischer Fall kreativer Selbstaussbeutung?

Der Umgang mit der eigenen Selbstaussbeutung liegt natürlich immer auch ein Stück weit in der Verantwortung des Einzelnen. Allerdings ist sie auch ein Grundpfeiler unseres Berufszweigs. Wenn man sich

“
Die Themen meiner Filme treiben mich meistens zunächst persönlich um.
”

vor Augen führt, wie viele Stunden, Tage und teils auch Jahre man mit Projekten verbringt, die am Ende lediglich pauschal bezahlt werden, dann bleibt in der Regel ein Hungerlohn übrig.

Wo sehen Sie Ansätze in der Dokumentarfilmbranche, gegenüber Auftraggeber*innen gemeinsame Interessen kollektiv zu vertreten?

Das ist in unserer Branche schwer. Denn wir haben tatsächlich alle gelernt, als Einzelkämpfer zu agieren. Wir arbeiten längere Zeit daran, ein Projekt überhaupt erst zu entwickeln. Da sich nur sehr wenige potenzielle Abnehmer finden, sind die meisten beim Budget in der Regel sehr kompromissbereit. Am Ende geht es darum, den Film überhaupt realisieren zu können.

Das ist eine sehr schwache Verhandlungsposition.

In der Tat. Wir sind gewohnt, sehr verhalten zu arbeiten. Alle Versuche, diese Vereinzelung aufzulösen sind ehrenwert. Dafür müsste aber jede*r Dokumentarfilmer*in auch erstmal zugeben, wie stark man sich bisher hat ausbeuten lassen. Und seit einigen Jahren gibt es erste Ansätze der AG DOK, mit einer Stimme zu sprechen und in den Verhandlungen mit den Sendern auf die Durchsetzung von Honorar-Standards hinzuwirken. Standards werden allerdings regelmäßig unterlaufen. Denn Sender und Produzenten können uns immer die Pistole auf die Brust setzen und sagen: Den Film können wir ausschließlich mit dem genannten Budget realisieren.



Florian Opitz
Filmemacher, Autor,
Regisseur

Foto: Florian Opitz

Ihre Filme handeln von gesellschaftlichen Widersprüchen, Machtverhältnissen und dem Politischen, das in und zwischen alldem steckt. In „Speed“ (2012) haben Sie sich der gesellschaftlichen Beschleunigung und unserem Leben im Hamsterrad beschäftigt, zudem mit der Geschichte der Krupp-Villa in Essen (2013), mit Privatisierungen öffentlicher Dienstleistungen (2007), dem Wachstumsimperativ kapitalistischer Gesellschaften (2019) und mit der Lebenswelt von Milliardären (2019). Zuletzt haben Sie in „Capital B“ eine Geschichte Berlins seit 1989 zwischen



Florian Opitz (li.) und Kameramann Andy Lehmann bei den Dreharbeiten zu *Capital B*

Foto: privat

subkultureller Widerständigkeit und stadtpolitischem Ausverkauf erzählt. Mit welchem Selbstverständnis machen Sie Ihre Filme?

Die Themen meiner Filme treiben mich meistens zunächst persönlich um. Anschließend stelle ich mir die Frage, ob ich das gerne in einem Film und für ein breiteres Publikum erzählen würde. Bei jeder Idee, bei jedem Filmprojekt muss es für mich auch etwas Neues geben. Im besten Falle weist das Erzählte über die konkrete Geschichte hinaus und thematisiert größere Fragen. Mir ist es wichtig, Filme über die unsichtbaren Strukturen unserer Gesellschaft und deren Geschichte zu machen. Auch mit dem Ziel, daraus etwas zu lernen.

Was ist wichtig bei der Rezeption ihrer Filme?

Bei „Capital B“ habe ich durch Presseberichterstattung und persönliches Feedback den Eindruck gewonnen, dass Vielen erst über den Film klar wurde, welche Geschichte sie in ihren Kämpfen fortführen und in welchen Fußstapfen sie stehen, wenn sie heute etwa in Mieterinitiativen aktiv sind. „Capital B“ hat auf gewisse Weise die mit politischen Skandalen und subkulturellen Entwicklungen volle Zeit nach 1989 zum ersten Mal zusammenhängend historisiert. Ich hoffe, die Serie motiviert die Menschen, sich auch weiterhin zu wehren, wenn zum Beispiel die Stadtautobahn durch Berlin gebaggert oder freie Flächen zubetoniert werden sollen.

“
Das Outsourcing
wird natürlich
vor allem
betrieben, um Geld
zu sparen.
“

Wie prägt ihr politisches Selbstverständnis die Produktion ihrer Filme?

Ich wünsche mir, dass wir in dem Maße, wie wir das können, die Leute, mit denen wir zusammenarbeiten gut bezahlen und gut behandeln. Dass wir keine Praktikant*innen ausbeuten, wir sie nicht umsonst arbeiten lassen, wie es oft im Filmbusiness der Fall ist. Das Ganze findet natürlich in dem bereits erwähnten Rahmen der eigenen Selbstaussbeutung statt.

Sehen Sie KI-Technologien als Bedrohung für ihre Branche?

KI wird die Wirtschaft und die Arbeitswelt insgesamt stark verändern, das ist klar. Ich selbst bin bei den letzten Produktionen damit in Kontakt gekommen, weil die Transkripte für unsere Interviews von KI hergestellt wurden. Das händische Abtippen der riesigen Mengen Interviewmaterial in einer Produktion würde nicht nur viel zu lange dauern, sondern wäre bei unseren geringen Produktionsbudgets auch gar nicht zu finanzieren. Eine Gefahr, dass Dokumentarfilme über KI wie von selbst erzählt werden, sehe ich aber nicht. Dazu ist ihre Dramaturgie in der Regel zu komplex. Die Arbeitsschritte in der Regie und beim Drehen sind insgesamt viel zu wenig standardisiert, um sie von KI-Technologien komplett ausführen zu lassen. Aber mal sehen, vielleicht werde ich da auch eines Besseren belehrt.

[Weiter auf der nächsten Seite >>](#)

„Eine Gefahr, dass Dokumentarfilme über KI wie von selbst erzählt werden, sehe ich aber nicht.“

Was würde herauskommen, wenn ich bei einem KI-basierten Generator eingebe: Produzieren Sie einen Film im Stil von Florian Opitz?

Florian Opitz | Da wäre ich sehr gespannt, was da rauskommt. Es ist wahrscheinlich schwierig für die KI, für meine Filme einen gemeinsamen Stil zu identifizieren, weil sie doch alle sehr verschieden sind.

Zu den Risiken von KI gehört auch die Möglichkeit von Deep Fakes. Diese können dokumentarische Authentizität suggerieren, indem sie vorgaukeln, dass zum Beispiel eine bestimmte Person des öffentlichen Lebens für einen Film interviewt worden ist.

Das wird sicherlich bald kommen oder noch mehr werden. Hier öffnet die KI verschiedene Manipulationsmöglichkeiten Tür und Tor. Da werden kaum Wünsche offengelassen.

Die Frage nach den Manipulationen stellt sich auch vor dem größeren gesellschaftspolitischen Kontext: der starken Verbreitung und Wirkmacht von Populismus, der mit Fake News arbeitet und die Welt schematisch in eine „böse Elite“ und ein „gutes Volk“ aufteilt. Hat diese Entwicklung Auswirkungen auf die Art Ihres Filmemachens?

Es geht mir gerade nicht darum, einzelne Konzerne oder Politiker herauszugreifen und sie für dieses oder jenes verantwortlich zu machen. Ich interessiere mich für gesellschaftliche Strukturen und die Narrative, denen wir als Gesellschaft folgen und die über eine unglaubliche Beharrlichkeit, Zähigkeit und Stärke verfügen. So etwa das Vertrauen in den freien Markt, das doch aller wirtschaftlichen Realität widerspricht. Oder die Idee des unendlichen Wachstums, von der

wir doch wissen, dass sie unsere endliche Erde in den Ruin treiben wird.

Reizt Sie ein Film über die AfD und die dazugehörige Bewegung?

Da gibt bereits einige gute Filme. So etwa der Film „Volksvertreter“ von Andreas Wilke, der AfD-Politiker unkommentiert nach ihrem Schnabel reden lässt. Da merkt man natürlich schnell, wes Geistes Kind sie sind. Ich finde es aber immer noch viel zu wenig beleuchtet, dass die AfD eigentlich überhaupt nicht Politik für ihre eigene Wählerschaft macht, sondern unter dem nationalen Mantel eine neoliberale Politik für Reiche vertritt.

Es ist mir ein Rätsel, wie es Leuten wie Alice Weidel gelingen kann, so zu tun, als würden sie für die Menschen auf der Straße sprechen. Das hat in meinen Augen auch viel mit Medienkampagnen zu tun. In einer ähnlichen Tonalität wie bei der AfD wird gerade in der Bild-Zeitung alles weggeballert, was an gesellschaftlicher Veränderung eigentlich nötig wäre, um, wie man so schön sagt, eine enkeltaugliche Gesellschaft und Welt zu erhalten. Die konstruktive Diskussion darüber und Menschen, die für diese Veränderungen eintreten, werden verächtlich gemacht. Auch die CDU stößt inzwischen verstärkt in dieses Horn.

Ich halte es für wichtig, auch die Seite der Empfänger von Demagogie und Propaganda in den Blick zu nehmen. Da kommen wir um sozialpsychologische Ansätze nicht herum, die versuchen zu erklären, warum Menschen eine Partei wählen, die emotionale Erregung und Ressentiment, aber keine Zukunftsperspektive bietet.

Die versprochene Wahrheit

„In Zeiten von KI steht der Anspruch des Dok-Films neu zur Debatte.“



Algorithmen können mit Hilfe von großen Datenmengen schon heute Video-clips oder Deepfakes erstellen. Von einem Dokumentarfilm erwarten die Zuschauer*innen aber vor allem eines: Authentizität. Der Dokumentarfilm, ob Dokusoap oder Tierfilm sind schließlich keine Fiktion, sondern Abbild der Realität. Zwar ist ein Dokumentarfilm keine Reportage, sondern ein künstlerisches Produkt. Es nutzt Original-Dokumente und fügt nachgestellte oder bearbeitete Szenen hinzu. Aber die Originaldokumente sollten als solche erkennbar bleiben. In Zeiten von KI steht dieser Anspruch neu zur Debatte.

Der Skandal um den NDR-Film „Lovemobil“, der in weiten Teilen inszeniert war, zeigte im Jahr 2021, dass das Vertrauen in die Wahrhaftigkeit der Bilder leicht zu er-

schüttern ist. Lovemobil erzählt von Sexarbeiterinnen, die in ihrem Wohnwagen auf einem Parkplatz arbeiten. Die Frauen und die Freier wurden von Bekannten der Regisseurin gespielt. Transparent gemacht wird das nicht. Wo der Dokumentarfilm also nicht explizit die gestellten, bearbeiteten oder generierten Bilder kenntlich macht, läuft er Gefahr, für echt gehalten zu werden. Eine KI ist heute in der Lage, Bilder auch maschinell nachzustellen. Sie zu erkennen wird immer schwieriger.

Generative KI manipuliert Bilder

Der Bildanbieter Adobe verkauft beispielsweise KI-generierte Bilder, die den Krieg zwischen Israel und der Hamas darstellen. Sie zeigen Kriegsszenen, verwüstete Straßenzüge und sogar vermeintliche Opfer. Das Unternehmen verlangt zwar, dass die Künstler*innen alle



Zur ARTE-Sendung
„Capital B. Wem gehört
Berlin? (1/5)“
Sommer der Anarchie
Das Tacheles in den
frühen 90er Jahren

© Landesarchiv Berlin
Foto: RBB

Ganz einfach: Es geht um Angst. Um Angst, die auch bewusst geschürt wird. So wie wir es etwa beim Heizungsgesetz beobachten konnten. Immerzu wird eine vermeintliche Verbotspolitik angeprangert – sei es beim Thema Ernährung oder in Bezug auf angeblich vorherrschende Denkverbote.

Ist diese Form der Angst ein Thema, das Sie als Filmemacher reizt?

Tatsächlich arbeite ich gerade an einem Film, zu hartnäckigen Narrativen und den Gründen dafür, warum

sich gesellschaftspolitisch kaum etwas zum Guten verändert. Wir überlegen, ob wir dies am besten in Form eines animierten Dokumentarfilms oder als Graphic Documentary erzählen sollen. In jedem Fall geht es um die Schockstarre, in der wir uns befinden: Warum haben wir diese extreme Angst vor Veränderung? Was treibt uns da an und warum denkt ein Großteil unserer Gesellschaft, dass früher alles besser war und wir ja nichts verändern sollten. So rasen wir jedenfalls sehenden Auges in eine ökologische Katastrophe.

[Interview: Till Schmidt <<](#)

KI-generierten Bilder auf der Plattform als solche kennzeichnen. Einige der zum Verkauf stehenden Bilder sind jedoch nur im Kleingedruckten als KI-generiert gekennzeichnet, nicht im Titel.

Die Frage, was im Dokumentarfilm machbar und was ethisch vertretbar ist, stellt sich also nicht neu. Durch den technischen Fortschritt verschiebt sich aber ihr Fokus. Schon heute erstellen KIs Storyboards oder transkribieren Dialoge. Neben den Fragen von Urheberschaft, Arbeitserleichterung oder Kostensenkung in der Produktion werden damit aber auch ethische Fragen neu diskutiert. Firmen wie Metaphysik haben sich auf hyperrealistischen Nachbildungen von Prominenten und Schauspieler*innen spezialisiert. Prof. Sylvia Rothe von der Hochschule für Fernsehen und Film in München sagte auf dem diesjährigen Internationalen Leipziger

Festival für Dokumentarfilm, dass sogenannte Deep Fakes im Dokumentarfilm zum Beispiel auch genutzt werden könnten, um Protagonist*innen zu schützen – indem man ihnen ein anderes Gesicht gibt, das dann trotzdem die gleichen Gefühle transportiere.

Nutzen und Gefahr abwägen

Im Idealfall kann eine KI also lästige Fleißarbeiten übernehmen, während den Filmemacher*innen mehr Zeit für Recherche und Kreativität bleibt. Wie in jeder anderen Branche hängt die Gefahr der KI für die Kreativen, die Produzierenden, die Beschäftigten jedoch davon ab, welche Arbeiten sie übernimmt und wie darüber entschieden wird. Denn ohne Mitbestimmung und Transparenz können persönliche und kollektive Rechte nicht ausreichend geschützt werden.

[juh <<](#)



Welche Bedeutung haben die Sozialen Medien für diese junge Generation und was bedeutet es in der digitalen Welt Fan bzw. Idol zu sein? Der mehrfach ausgezeichnete Film „One in a Million“ versucht zu verstehen.

Foto: FlareFilm /LydiaRichter2022

Kinder wollen Dokus

Auch junge Menschen interessieren sich für gesellschaftspolitische Themen

Dokumentarfilme für Kinder finden in der Regel fast nur bei den öffentlich-rechtlichen Sendern statt. Aber das Genre entwickelt sich weiter. Die Nische, in der sich solche Formate noch immer befinden, wird größer. Dazu tragen inzwischen auch Festivals bei, die Inhalte jenseits des Mainstreams vorstellen und die von der jungen Zielgruppe gerne angenommen werden, zuletzt auch bei doxs! in Duisburg. Das gesellschaftspolitische Interesse bei Kindern und Jugendlichen jedenfalls ist größer denn je.

„In den letzten drei Jahren sind im Langfilmbereich interessante Projekte entstanden, ‚One in a million‘ etwa“, freut sich Gudrun Sommer. Als Leiterin des Festival Doxs Ruhr, das sich auf Kinder- und Jugendfilme konzentriert, hat sie einen umfassenden Überblick. Der dokumentarische Coming-of-Age-Film über Erfolg und Einsamkeit, Freundschaft erste Liebe und queeres Coming-out, den sie hervorhebt, hat Preise auf dem Filmfest München bzw. dem Kinderfilmfest und dem Internationalen Filmfestival für junge Filmfans „Lucas“ erhalten. Die Festivalleiterin sieht die Produktion als Beispiel dafür, dass der Kino- und Festivalbereich dem jüngeren und jüngsten Pub-

likum verstärkt Angebote für das Doku-Genre macht: „Im Festivalbereich läuft es fantastisch und es gibt ein großes Interesse – von Kindern mit ihren Eltern, Schulklassen oder Kindergärten.“

Künstlerische Ästhetik im Vordergrund

Einen nahezu vollständig nicht-kommerziellen Ansatz verfolgt das Team von doxs! Mit seinem alljährlichen Festival möchte es eher künstlerisch orientierte Projekte fördern und vorstellen, die, so Festivalleiterin Tanja Tlatlik, eher zur Auseinandersetzung anregen und dem jungen Publikum die ästhetische Vielfalt des Mediums Film eröffnen. Sie hat festgestellt, „dass es unter jungen Menschen ein großes Interesse für gesellschaftspolitische Themen gibt.“ Das wird für sie auch in den diesjährigen Auszeichnungen deutlich: Die Jury aus Jugendlichen von doxs! vergab „Die Grosse Klappe“ an die Produktion „A History Of The World According To Getty Images“, weil hier ein „Geniestreich“ gegenüber der „kapitalistischen Geldgier“ gelungen sei.

Und der vom europäischen Verband für Kinder- und Jugendfilm (ECFA) ausgelobte Preis für den besten



Eine große Auswahl an Kinder-Dokumentationen finden sich in den Mediatheken der ÖRR, wo Videos, Filme und Streams kostenfrei online verfügbar sind.

europäischen Kinderdokumentarfilm ging in diesem Jahr an „Actually Literally Arm in Arm“ von Natalie Fischer. Sie begleitete fünf Freundinnen in Berlin an der Schwelle zwischen Kind- und Erwachsensein.

Kino bleibt schwieriges Medium

Über die große Leinwand erreicht allerdings selten ein breites Publikum. „Wir finden Kino als Plattform absolut passend, nur sind wenige Verleiher und Kinobetreiber willens, sich auf das im Vergleich zum Blockbuster-Film wirtschaftlich risikoreichere Geschäft mit Dokus einzulassen,“ beschreibt etwa Sebastian Debertin, Leiter Internationale Programmakquisition beim öffentlich-rechtlichen Kanal für Kinder und Jugendliche KiKA, die Situation. „Das hat auch eine soziale Komponente, nicht alle Familien können sich Kinobesuche leisten.“

„Triff...Anne Frank“ für den Emmy nominiert

Foto: KiKA/Sabine Finger



Checker-Tobi besucht den brasilianischen Regenwald

Foto: 2023 megaherz film und fernsehen



Die Filmtheater müssten aus finanziellen Gründen möglichst massenpopuläre Inhalte bringen. Dabei beteiligt sich der Erfurter KiKA selbst gerne an Kinoproduktionen. Im Oktober zum Beispiel ist „Checker Tobi und die Reise zu den fliegenden Flüssen“ angelaufen. Direkt zum Start gingen 116.000 Interessierte in den Film, der den Namensgeber der KiKA-Wissensendung „Checker Tobi“ Tobias Krell auf seinen Reisen ins Amazonasgebiet, in die Steppen der Mongolei sowie in die größte Höhle der Welt nach Vietnam begleitet. Bereits „Checker Tobi und das Geheimnis unseres Planeten“ war mit über einer halben Million Besucher*innen ein großer Erfolg. „Das hätte aber sicher nicht so gut funktioniert, wenn das Format nicht schon über Jahre im Fernsehen so gut eingeführt worden wäre“, ist sich Debertin sicher.

Der Bedarf wächst, auch wegen beunruhigender Themen wie zum Beispiel Krieg oder Klimawandel.

Besonders stolz ist man beim KiKA auf die Nominierung für den International Emmy, der am 20. November in New York vergeben wurde. Die 25minütige Folge „Triff...Anne Frank“ war in der Kategorie für die besten TV-Produktionen außerhalb der USA vorgeschlagen. In der Sendung, die bereits den Kindermedienpreis „Goldener Spatz“ erhielt, erlebt die zeitreisende Reporterin Clarissa Corrêa da Silva, wie das jüdische Mädchen Anne Frank ihr weltberühmtes Tagebuch erhält. Reportagen aus Amsterdam, Interviews mit den beiden überlebenden besten Freundinnen und animierte Wissensclips ergänzen die Spielszenen.

Mehr als eine Nische

Den Begriff „Nische“ für das Doku-Segment im Kinderbereich möchte Debertin jedenfalls gerne etwas differenzierter fassen: „Bei uns ist das schon eine ganz schön große Nische, auch bei ARD und ZDF.“

Der Bedarf wächst auch wegen beunruhigender Themen wie zum Beispiel Krieg oder Klimawandel, die den Kindern so nahegekommen seien wie nie zuvor: „Sie wünschen sich Erklärungen – und Dokus erklären die Welt“, so der KiKA-Mann. Dass solche Inhalte fast ausschließlich bei den Öffentlich-Rechtlichen stattfinden, hat letztlich wirtschaftliche Hintergründe. Während ARD und ZDF gebührenfinanziert sind, müssen Privatsender wie Super RTL ihre Einkünfte selbst erwirtschaften. Und das tun sie unter anderem, indem sie ihre Formate und Programme über die eigenen Licensing- oder Merchandising-Abteilungen vermarkten, etwa mit Spielwaren zu den entsprechenden Inhalten. Und das lässt sich mit Dokus nicht machen.

Wilfried Urbe <<



Beim Dreh: „Der laute Frühling“

Foto: labournet.tv

Ganz nah dran

Die Gruppe labournet.tv begleitet filmisch Arbeitskämpfe auf der ganzen Welt



labournet.tv produziert, sammelt und zeigt seit über zwanzig Jahren Dokumentarfilme zu Arbeitskämpfen und Streiks. Ihr Archiv umfasst eine einmalige Kollektion. Das Projekt finanziert sich ausschließlich über Spenden und Fördergelder.

Es war der Film „Der laute Frühling“, der Carla Hartmann dazu gebracht hat, bei labournet.tv mitarbeiten zu wollen, erklärt sie – an dem Tag Mitte November 2023, an dem ihre erste eigene Dokumentation für das feministische Kollektiv mit aktuell sechs Personen erscheint: Ein kurzer Film über die Amazon Workers International, die kürzlich eine Tour an mehrere Standorte des Versandmoguls in Polen und Deutschland führte. Deren Vorhaben: Amazon-Beschäftigte über ihre Rechte als Arbeiter*innen informieren und sich bei Nichteinhaltung gegen ausbeuterische Methoden organisieren. Hartmann ist selbst noch etwas überrascht, wie schnell es ging, dass sie einen Beitrag für das über 1.000 Filme und Videos umfassende Archiv von labournet.tv beigesteuert hat. Dabei ist „Vereint über Grenzen“ ganz in der Tradition vieler der dort zu findenden Beiträge entstanden: die doku-

mentarische Begleitung von Arbeitskämpfen und Streiks, bei der die Arbeiter*innen im Mittelpunkt stehen. Viel Raum war zuletzt kämpfenden Beschäftigten der exorbitant wachsenden Lieferdienstketten wie Gorillas, aber auch dem Bereich Transport und Logistik zuteilgeworden.

Derweil tourt der August 2022 erschienene, halb dokumentarische, halb fiktionale einstündige Film „Der laute Frühling“ ihrer Mitkollektivistin Johanna Schellhagen immer noch durch Deutschland und Europa. Die Einladungen reißen nicht ab, sie wohne praktisch seit anderthalb Jahren im ICE, berichtet Johanna. Was gut sei, denn natürlich müssen Filme nicht nur gemacht, sondern auch gezeigt werden.

Schätze aus dem Dokumentarfilmarchiv

Dass das auch für Filme gilt, die 50 Jahre alt sind, beweist eine aktuelle Kooperation von labournet.tv mit der Zeitung Lateinamerika-Nachrichten, bei der Johanna Schellhagen und Carla Hartmann mit ihren Mitkollektivist*innen im Kino der Regenbogenfabrik in Berlin zugegen sind. Sie zeigen die dreiteilige

Das Archiv umfasst 1.000 Videos aus 60 Ländern

Dokumentarfilmreihe „La Batalla de Chile“ (Der Kampf um Chile) von Patricio Guzman aus dem Jahr 1973, die den Sturz der sozialistischen Regierung Chiles unter Salvador Allende durch einen Militärputsch eindrücklich dokumentiert. Bemerkenswert darin ist vor allem der breite Raum, der den öffentlichen Debatten eingeräumt wird, mit denen die Arbeiterschaft des lateinamerikanischen Landes damals ihre Bereitschaft kundtut, die von ihnen gewählte Regierung samt ihrem Präsidenten bis aufs Letzte zu verteidigen. Dass der Kampf um „El poder popular“ – die Macht des Volkes – militärisch nicht gewonnen werden konnte, ist bekannt. Aber der Film zeigt auch, wie weit die Arbeiter*innen in den staatlichen Fabriken bereit waren zu gehen. Während sich in dem Andenstaat unter dem auf Allende folgenden Militär Augusto Pinochet eine mörderische Diktatur entwickelte, die alles schliff, was an Arbeiter*innen- und Menschenrechten zu finden war und dem Neoliberalismus huldigte, wurde „La Batalla de Chile“ vor allem bei Festivals in Europa Mitte der 1970er Jahre gefeiert.

Klimabewegung im Film

50 Jahre später schlägt nun in Kreisen, die mit dem Wort Klassenkampf wieder etwas anfangen können, „Der laute Frühling“ ein. Vor allem Aktivist*innen der Klimabewegung wollen ihn sehen und zeigen. Die Story trifft den Nerv der Zeit, findet auch Johanna Schellhagen. Weil immer mehr Menschen erkennen, was nie ein Geheimnis war: Klimakrise und Arbeitskrise sind Ausdruck desselben Problems, das neoliberaler Kapitalismus heißt. Und fast ausnahmslos sind weltweit Regierungen an der Macht, die sich weigern, dieses Problem zu lösen, es stattdessen ignorieren oder sogar vertiefen. „Der laute Frühling“ berichtet über diese Bewegungen und ihre Ursachen, zieht sie zusammen auf eine weltumspannende Perlenkette. In der

Stärke der Bewegung kann der Schlüssel liegen, um die aktuellen weltweiten Zerstörungen zu stoppen – so die zentrale Botschaft des Films. Das ist so verkürzt wie mitreißend, und erklärt zugleich, dass es zurzeit gerade diese Produktion von labournet.tv ist, die der Gruppe viel Presse, großen Zulauf und Nachfrage beschert hat. „Die Klimabewegung ist nicht so abgekämpft wie die radikale Linke“, sagt Schellhagen, die labournet.tv lange nur als Teil eines zweiköpfigen Frauenteam realisiert hat. Die Menschen brauchen hoffnungsvolle Ziele, sagt sie. Für die Filmemacherin ist klar: „Beim nächsten Aufstand müssen die Produktionsmittel übernommen werden“. Wie sonst soll die Transformation der Arbeitswelt auf einem auch zukünftig noch halbwegs lebenswerten Planeten gelingen? Insofern kein Wunder, dass die Kameras von labournet.tv auch bei den Aktionen der Kampagne „Wir fahren zusammen“ dabei sind, bei der Gewerkschafter*innen von Mobilitätsunternehmen und Klimaaktivist*innen gemeinsam für die ökologische Verkehrswende streiten.

Kein Film ohne Förderung

labournet.tv hat ein einmaliges Archiv von Dokumentarfilmen, Reportagen und Eigenproduktionen mit deutschen und englischen Untertiteln angelegt. Die Filme kann online jede*r zeigen oder sehen. Wahrscheinlich werden es mit dem wachsenden Kollektiv künftig noch mehr und das labournet.tv-Tagesgeschäft aus Arbeitskampf-Dokumentation, Filmveranstaltungen und Archivpflege wird sich vergrößern. Damit einhergehen muss spätestens dann allerdings auch eine finanzielle Absicherung des Projekts. Zurzeit fehlen rund 200 Fördermitglieder, die das ermöglichen würden. Dafür kommen alle in Frage, die sich wünschen, dass Geschichten wie „Der laute Frühling“ mehr Verbreitung finden.

Claudia Krieg <<



Im Internet auf **de.labournet.tv** sind Videos und Dokumentarfilme zu sozialen Themen frei verfügbar

Anzeige

HV HERBERT VON HALEM VERLAG



WOLFGANG ZEHRT
Die Pressemitteilung

PR Praxis, 5

2023, 3., komplett überarbeitete Auflage, 312 S.,
20 Abb., Broschur, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2078-2 | 32,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-7445-2079-9 | 27,99 EUR



WILFRIED KÖPKE / ULRIKE BRENNING (Hrsg.)
Und täglich grüßt die Tagesschau.
Vom linearen zum digitalen Nachrichtenformat

2023, 180 S., 30 Abb., 1 Tab.,
Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-663-5 | 25,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-86962-664-2 | 21,99 EUR



HERMANN VON ENGELBRECHTEN-ILOW
Was läuft da schief im Journalismus?
Warum es mit den Medien bergab geht
und wie man ihnen aufhelfen kann

Schriften zur Rettung des öffentlichen Diskurses, 7
2023, 252 S., 30 Abb., Broschur, 190 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-672-7 | 24,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-86962-673-4 | 20,99 EUR
ISBN (ePub) 978-3-86962-674-1 | 20,99 EUR

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

Von Micky Maus zu Spider-Man

Die Walt Disney Company wird 100 Jahre alt



Walt Disney
und Mickey Mouse

Foto: © Disney

Vor hundert Jahren hat Walt Disney gemeinsam mit seinem Bruder Roy das **Disney Brothers Cartoon Studio** gegründet. Möglicherweise hatte er damals bereits die Vision, dass die **Walt Disney Company** eines Tages einer der wichtigsten **Unterhaltungskonzerne der Welt** sein würde. Als **bekennender Republikaner, Antikommunist und Gewerkschaftsfeind** wäre ihm allerdings wohl nicht mal im Traum eingefallen, dass ein **Teenager in einem abendfüllenden Spielfilm des Studios sein Coming-out erleben würde**. Gerade darin liegt jedoch der **enorme Erfolg der Walt Disney Company**: **Das Unternehmen hat es stets verstanden, die Zeichen der Zeit zu seinen Gunsten zu nutzen**.

Vermutlich hat jede Epoche die Filme, die sie verdient. In einigen Jahren wird es sicherlich kluge Erklärungen dafür geben, warum das Kino in den ersten beiden Jahrzehnten des 21. Jahrhunderts von Abenteuern mit Superhelden oder Weltraumopern geprägt war. In den Top Ten der kommerziell erfolgreichsten Produktionen aller Zeiten belegen einige Werke dieser Art gleich vier Plätze. Und noch eins eint die modernen Märchen: Sie stammen fast alle aus dem Hause Disney. Zusammen mit der Neuverfilmung des Klassikers „Der König der Löwen“ beläuft sich ihr Gesamtumsatz auf annähernd 10 Milliarden Dollar. Nicht schlecht für ein Unternehmen, das hundert Jahre alt ist. Die Dominanz des Konzerns wird angesichts der fünfzig größten Umsatzbringer noch deutlicher: Exakt die Hälfte hat Disney produziert.

Auf der Liste finden sich zwar auch Animationsfilme wie „Die Eiskönigin“ (Teil 1 und 2), zwei „Toy Story“-Episoden sowie „Die Unglaublichen 2“, aber keines jener Zeichentrickwerke, mit denen vor allem Ältere den Namen Disney bis heute assoziieren, weil sie damit aufgewachsen sind. Eine subjektive Auswahl der Titel und vor allem die jeweiligen Produktionsjahre verdeutlichen, wie zeitlos viele dieser Filme waren, so dass sie immer wieder gezeigt werden konnten: „Schneewittchen und die sieben Zwerge“ (1937), „Fantasia“ (1940), „Dumbo“ (1941), „Bambi“ (1942), „Peter Pan“ (1953), „Susi und Strolch“ (1955), „101 Dalmatiner“ (1961), „Das Dschungelbuch“ (1967), „Aristocats“ (1970); später folgten „Arielle, die Meerjungfrau“ (1989), „Die Schöne und das Biest“ (1991), „Aladdin“ (1992) und schließlich „Der König der Löwen“ (1994), der erfolgreichste klassische Zeichentrickfilm. Das junge Kinopublikum von einst ist mittlerweile im Großelternalter, und vermutlich fremdeln die Omas und Opas etwas, wenn ihre Enkelkinder sie dazu überreden, sich eine der jüngsten Disney-Produktionen gemeinsam anzuschauen; bis auf jene, die in ihrer Jugend Fans der Spider-Man-Comics waren.

Clevere Firmenpolitik

Aus Sicht des 200 Milliarden Dollar schweren Konzerns ist Nostalgie dagegen vermutlich eine zu vernachlässigende Größe, wenn nicht gerade ein Firmenjubiläum ansteht. Die Neuausrichtung gerade in den vergangenen beiden Jahrzehnten folgte ausschließlich ökonomischen Aspekten.

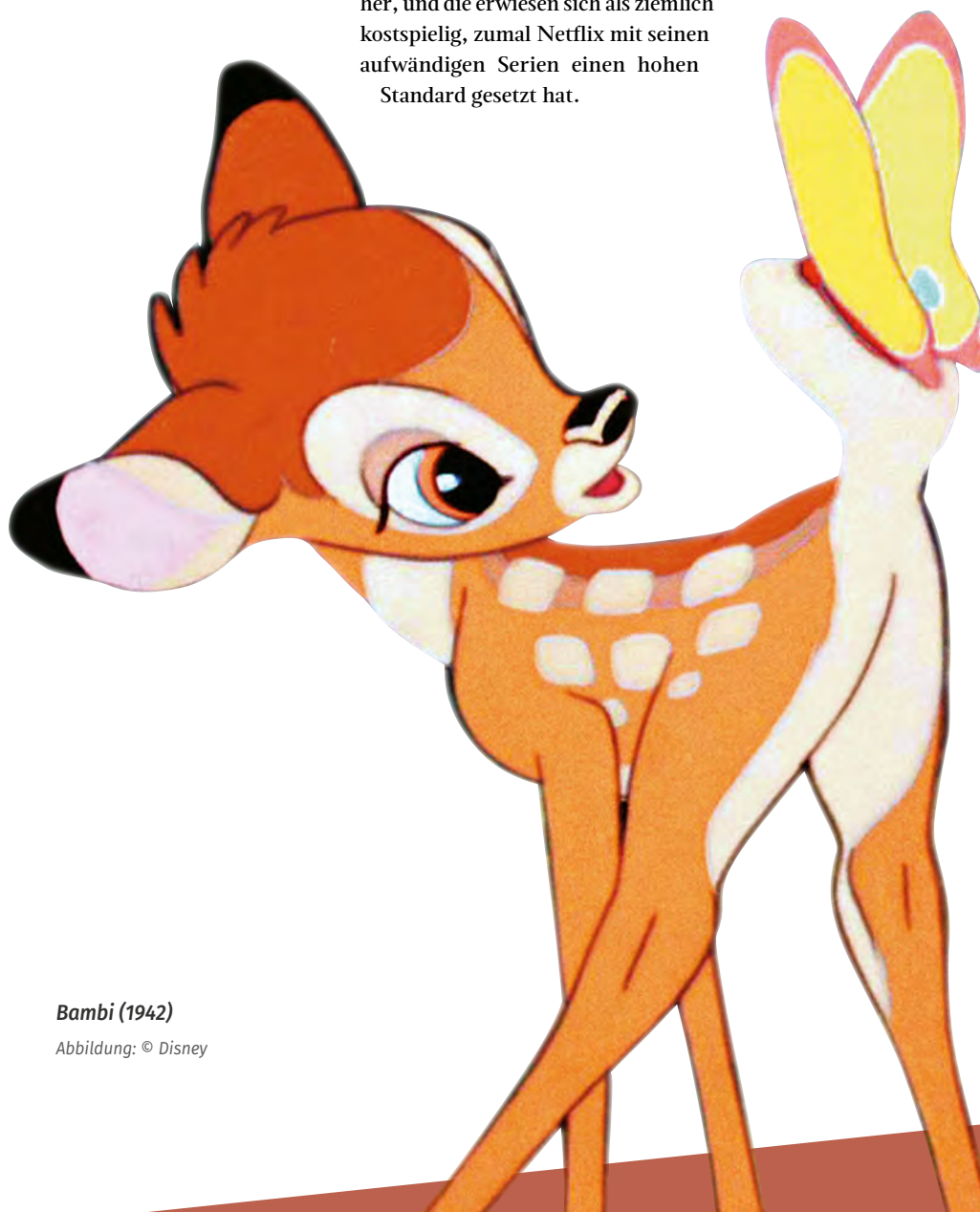
Micky Maus und Donald Duck mögen immer noch begehrte Fotomodelle in den Themenparks sein, aber seine monströsen Umsätze verdankt das einst von den Brüdern Walt und Roy Disney gegründete Unternehmen einer cleveren Firmenpolitik, die in erster Linie mit Bob Iger verbunden ist. In seiner ersten Amtszeit als Geschäftsführer (2005 bis 2020) schuf er die Basis für den aktuellen Erfolg, denn einige der größten Umsatzbringer verdankt Disney Produktionsfirmen, die in der Iger-Ära übernommen worden sind: Pixar („Toy Story“, „Findet Nemo“) im Jahr 2006 für 7,4 Milliarden Dollar, Marvel („Spider-Man“, „Avengers“) 2009 für 4 Milliarden Dollar, Lucasfilm („Star Wars“) 2012 für ebenfalls 4 Milliarden Dollar. Die mit Abstand teuerste Akquise war jedoch vor vier Jahren der Kauf der 1935 gegründeten 20th Century Studios (früher 20th Century Fox). Kaufpreis: 71 Milliarden

Dollar. Die Dominanz auf dem Kinomarkt konnte auf diese Weise noch ausgebaut werden: Mit „Avatar – Aufbruch nach Pandora“ (2009) und „Avatar: The Way of Water“ (2022, Regie jeweils James Cameron, Gesamtumsatz: 6 Milliarden Dollar) stammen zwei der drei umsatzstärksten Filme aller Zeiten von Fox.

Mit der Zeit gegangen

Nach dreijähriger Absenz ist Iger Ende vergangenen Jahres an die Konzernspitze zurückgekehrt; sein Nachfolger Bob Chapek erwies sich als glücklos, der Absturz der Aktie nahm zwischenzeitlich bedrohliche Ausmaße an. Das lag sicher nicht an ihm allein, zumal sich der noch unter Iger im November 2019 gestartete Streamingdienst Disney+ auf Anhieb in der Spitzengruppe platzieren konnte. Im dritten Quartal hatte die Plattform laut Statista weltweit knapp 150 Millionen Abonnenten. Erfolg hat jedoch immer zwei Seiten: Die Internet-Videothek profitierte zwar wie alle anderen Online-Dienste von der Corona-Pandemie, doch das Streaming-Publikum begnügte sich schon bald nicht mehr mit den bekannten Erzeugnissen aus der Marvel-Welt und dem „Star Wars“-Universum. Es mussten neue Produktionen her, und die erwiesen sich als ziemlich kostspielig, zumal Netflix mit seinen aufwändigen Serien einen hohen Standard gesetzt hat.

Disneys klassische Zeichentrickheldinnen entsprachen stets dem gleichen: stets weiß, gern blond, immer mit Wespentaille.



Bambi (1942)

Abbildung: © Disney

Außerdem hatte die Pandemie zur Folge, dass die Themenparks schließen mussten und die Kinoumsätze einbrachen.

Für alle, die sich in erster Linie fesselnde Geschichten erzählen lassen wollen, sind die kaufmännischen Aspekte naturgemäß nebensächlich. Sie interessiert vor allem, ob ein Unternehmen mit der Zeit geht. Disney hat diese Erwartung lange Zeit unterschätzt, aber mit „Strange World“ (2022) einen Animationsfilm in die Kinos gebracht, der offenbar auf einen Schlag vieles wieder gut machen sollte: Ein abgeschiedenes lebendes Volk entdeckt eine umweltschonende Energieresource, ein Teenager erlebt sein Coming-out, viele Nebenfiguren sind betont divers. Dass der Film trotz seiner eindrucksvollen Optik ein Flop war, hing sicherlich auch mit einer gewissen Überfrachtung zusammen. Trotzdem ist die Entwicklung richtig. Disneys klassische Zeichentrickheldinnen entsprachen stets dem gleichen Stereotyp wie die meisten weiblichen Animationsfiguren: stets weiß, gern blond, immer mit Wespentaille. Das hat sich grundlegend geändert, gerade auch in den Neufilmungen: Die Hauptdarstellerin der Realfilmversion von „Arielle, die Meerjungfrau“ (2023), Halle Bailey, ist Afroamerikanerin. Prompt löste die Besetzung eine heftige Kontroverse aus (#NotMyAriel), schließlich hat das Mädchen im Märchen von Hans Christian Andersen zweifelsfrei eine weiße Hautfarbe. Außerdem wurde dem Konzern kommerzielles Kalkül vorgeworfen. Die neue Arielle war allerdings keineswegs die erste schwarze Heldin. 2010 wurde „Küss den Frosch“ mit dem „Oscar“ als bester Animationsfilm ausgezeichnet. Die Geschichte erinnert zwar an das Märchen vom Froschkönig, basiert aber auf dem Kinderbuch „Esmeralda, Froschprinzessin“. In der Disney-Adaption heißt das Mädchen Tiana, ist schwarz und kommt aus der Unterschicht.

In rechten Kreisen stößt die neue Philosophie selbstverständlich auf heftige Kritik. „Disneyfilme werden immer mehr zu Werkzeugen der Indoktrination“, hieß es zum Beispiel als Reaktion auf die Ankündigung, das Unternehmen wolle seine Inhalte integrativer gestalten. Den Konzern ficht das zum Glück nicht an. Seit 2021 können Werke wie „Dumbo“, „Peter Pan“, „Aristocats“ und „Das Dschungelbuch“ bei Disney+ nur noch von Erwachsenen abgerufen werden, sie sind zudem mit einer Triggerwarnung versehen: „Dieses Programm enthält negative Darstellungen und/oder eine nicht-korrekte Behandlung von Menschen oder Kulturen. Diese Stereotype waren damals falsch und sind es noch heute.“ **Tilmann P. Gangloff <<**

Print geht, Journalismus bleibt

Aus Kostengründen stellen Lokalzeitungen ihren Betrieb ein. Dafür kommen digitale Produkte auf den Markt.

Der Hannoveraner Madsack-Konzern zieht aus den steigenden Kosten für Zeitungsproduktion, Papier und Vertrieb Konsequenzen. Ende September stellte die Mediengruppe die gedruckte Lokalausgabe „Prignitz Kurier“ der Märkischen Allgemeinen Zeitung (MAZ) ein. Seither werden die Prignitzer ausschließlich mit digitalen Angeboten versorgt. Auch die Lokalausgaben in Kyritz und Wittstock werden ab Dezember erstmals rein digital erscheinen. Es mehren sich die Anzeichen für das baldige Ende der Print-Ära.

Die brandenburgische Prignitz gehört zu den am dünnsten besiedelten Gebieten Deutschlands. 76.000 Menschen leben dort auf einer Fläche, die doppelt so groß ist wie Berlin. Zuletzt zählte der „Prignitz Kurier“ nurmehr weniger als 2.500 Printabonent*innen. Unter diesen Umständen erschien dem Verlag ein „weiter so“ wirtschaftlich nicht mehr tragbar.

Alle erörterten Gegenstrategien – Abopreiserhöhung, Zustelloptimierung oder eine Ausdünnung der Erscheinungsfrequenz – hätten allenfalls den Charakter „lebensverlängernder Maßnahmen“ getragen, sagte Thomas Düffert, Vorsitzender der Konzerngeschäftsführung von Madsack auf dem Kongress des Bundesverbandes Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV). Auch auf die von der Ampel-Regierung gelobte, aber permanent verschleppte Presseförderung mochte man sich nicht verlassen – im Haushaltsentwurf für 2024 seien schließlich keine Mittel dafür eingestellt.

Allerdings habe Madsack früh entschieden, sich publizistisch nicht komplett aus dem Lokalen zurückzuziehen. „Journalismus ist für eine lebendige Demokratie unverzichtbar“, be-

kräftigt Düffert. Wo das Lokalblatt sterbe, gebe es im Falle kommunaler Skandale keine kritische Öffentlichkeit mehr. Daher wolle man gerade den Lokaljournalismus in den betroffenen Regionen digital ausbauen. Der Konzernchef begreift das Projekt Prignitz als Keimzelle einer „Zukunftswerkstatt für digitalen Journalismus“.

Digital Switch in Brandenburg

500.000 Euro hat der Konzern in diesem Jahr in das Projekt investiert. Den bisherigen Abonent*innen wurde der Umstieg von Print auf Digital innerhalb einer halbjährigen Vorbereitungsphase durch vielfältige Informationsschritte erleichtert, unter anderem durch Erklär-Flyer und -Videos, Service-Hotlines, sogar durch Hausbesuche. Im direkten Dialog hätten die Leser*innen ihre jeweiligen Kommunikationsbedürfnisse einbringen können, berichtet Düffert. Ihn habe überrascht, dass gerade auch ältere Abonent*innen



Foto: shutterstock/just.kev



**ur Madsack-Mediengruppe
zählen 19 regionale und lokale Zeitungstitel**

Hannoversche Allgemeine, Leipziger Volkszeitung, Ostsee-Zeitung, u.a., das RedaktionsNetzwerk Deutschland (RND), RND OnePlatform, diverse Digitalangebote sowie Anzeigenblätter.

Die Zeitungstitel kommen derzeit gemeinsam auf rund 220.000 Digitalabos.

großes Interesse bekundet hätten, beim „Digital Switch“ mitgenommen zu werden. Der bisherige Erfolg des digitalen Umbaus kann sich sehen lassen. Von den 2.453 Print-Abonent*innen haben sich nach Verlagsangaben mittlerweile mehr als 60 Prozent für ein digitales E-Paper-Abo entschieden. Dazu kommen zahlreiche neue Abonnenten weiterer Digitalprodukte wie das Plus-Abo oder neue Newsletter-Formate. Mit insgesamt 3.133 Digitalabos wurde bereits Ende September der letzte Wert für Print-Abos übertroffen.

„Print geht, Journalismus bleibt“, so die Zwischenbilanz Düfferts, „Regional- und Lokaljournalismus müssen auch in einer digitalen Welt ein tragfähiges Geschäftsmodell bleiben“. Noch vertreibe der Konzern mehr als 500.000 gedruckte Zeitungsexemplare, aber: „Wir sind ein digitales Medienhaus und haben ambitionierte Ziele.“ Betrug der digitale Umsatzanteil – bezogen auf publizistische Produkte – 2020 erst 11 Prozent, so soll dieser Wert bis 2025 auf 25 Prozent steigen, bis 2030 gar auf 75 Prozent.

„Wir ziehen uns nicht zurück, hinterlassen keinen weißen Fleck“ auf dem Zeitungsmarkt der Region, verkündet MAZ-Chefredakteur Henry Lohmar. Auf sich allein gestellt wäre die MAZ nicht in der Lage gewesen, diese Aufgabe zu stemmen, so Lohmar. Nun könnten auch andere Titel im Verbund der Madsack Mediengruppe von den Erfahrungen des Projekts Prignitz profitieren.

Lokalzeitungen bleiben online bestehen

Madsack ist nicht der einzige Konzern, der den Vertrieb von Printprodukten in unwirtschaftlichen Verbreitungsgebieten einstellt. Anfang Mai beendet die Funke Medien Thüringen die Zustellung der „Ostthüringer Zeitung“ in den meisten Gemeinden des Landkreises Greiz. Seither heißt es für rund 300 betroffene Abonnenten „OTZ online only“.

Die Berliner „tageszeitung“ (taz) hat schon vor Jahren als erstes klassisches Zeitungshaus in Deutschland beschlossen, aus Kostengründen mit der Digitalisierung ernst zu machen und ihre gedruckte Zeitung an Werktagen „irgendwann nach 2023“ einzustellen. Spätestens wenn neue Digitalabos die Kosten für Druck und Vertrieb kompensieren, soll das Blatt nur noch am Wochenende als Printausgabe erscheinen, ansonsten digital.

Die Digitaloffensive von Madsack könnte als Beleg dafür dienen, dass Lokalzeitungen selbst in strukturschwachen Regionen überlebensfähig sind. Und das sogar ohne Zustellförderung durch die Bundesregierung, die von der Branche auf dem BDZV-Kongress Ende September in Berlin erneut vehement eingefordert wurde. Das dürfte auch der Politik nicht entgangen sein. Angesichts der aktuellen Haushaltskrise erscheint daher die Erfüllung des Versprechens im Koalitionsvertrag, „die flächendeckende Versorgung mit periodischen Presseerzeugnissen zu gewährleisten“, unwahrscheinlicher denn je. Keine gute Nachricht für kleine, nicht konzerngebundene Lokalzeitungen und deren Beschäftigte, denen die Mittel zum konsequenten Digitalumbau fehlen. Für sie könnte es eng werden.

Günter Herkel <<

Wir ziehen uns nicht zurück, hinterlassen keinen weißen Fleck

MAZ-Chefredakteur Henry Lohmar

Der Erfolg in der Modellregion Prignitz ermutigt Madsack zur Fortsetzung der Digital-Only-Strategie in weiteren Regionen. Ab 1. Dezember werden auch die gedruckten Lokalausgaben der „Märkischen Allgemeinen“ in den Verbreitungsgebieten Kyritz und Wittstock eingestellt und durch digitale Produkte ersetzt. Eine kostendeckende Zustellung der rund 4.600 Printabos sei nicht mehr möglich, so die Verantwortlichen. „Auf Basis der Digital-Publishing-Plattform RND OnePlatform erhalten die Menschen in Kyritz und Wittstock rund um die Uhr Nachrichten aus ihrer Region auf MAZ-online.de. Neue Produkte wie der tägliche Newsletter „5 in 5“ werden das digitale Angebot ergänzen“, heißt es in einer Verlagsankündigung.



In München droht die Abrissbirne

Statt zu sanieren will der Bayerische Rundfunk sein altes Funkhaus abreißen lassen

Der Bayerische Rundfunk (BR) will sich verändern und schmiedet Sparpläne. Auch räumlich soll sich einiges tun. Der Umzug aus der Innenstadt steht bevor und auf dem 80.000 Quadratmeter großen Areal auf dem in den 70er Jahren das große Funkhochhaus erbaut wurde, soll verlassen und der Studiobau abgerissen werden. Dagegen formiert sich Widerstand aus der Politik, von den Beschäftigten, und auch aus der Münchner Zivilgesellschaft.

Das Bayerische Fernsehen sitzt bereits in München-Freimann, in den nächsten Jahren soll auch der Rundfunk in den Norden der Stadt umziehen. Große Synergien sind dadurch nicht zu erwarten, Radio und Fernsehen arbeiten unterschiedlich und getrennt voneinander. Aber beim Kulturprogramm des Radios soll künftig massiv gespart und in Zukunft vieles zentral für die ganze ARD produziert werden. Die geplante Programmreform von Bayern 2 bedeutet daher, dass mehrere Stunden eigenständiges Kulturprogramm ab

Frühjahr 2024 verschwinden werden. Die sogenannte Reform passt zwar zum Geist des geplanten Umzugs an die Peripherie der Stadt. Ein wichtiger Grund für die Abrisspläne dürfte jedoch ein anderer sein. An der Stelle des bisherigen Studiobaus mit seinen drei Konzertsälen, der am Rundfunkplatz neben der Marsstraße liegt – also mitten in München – soll ein neues Gebäude entstehen. Den dort geplanten neuen Medienstandort möchte der BR nur noch zu einem Drittel selbst nutzen. Auf der Internetseite des BR ist von „Nutzungen Dritter aus Wissenschaft, Bildung, Kultur und Wirtschaft“ die Rede.

Eine Akustik wie die Elbphilharmonie

Man möchte also künftige Räume im Stadtzentrum lukrativ vermieten. Sie wären wohl für viele Akteure attraktiv. Der Standort des heutigen Studiobaus ist aber auch praktisch für Studiogäste und Beschäftigte des BR, die über den nahegelegenen Hauptbahnhof anreisen. >>



Online-Petitionen gegen Abriss und Sparprogramm

Wer sich gegen Abriss und Neubau wenden möchte, kann das Protestschreiben an die Geschäftsleitung des BR online unterzeichnen: Kein Abriss des Studiobaus! Ebenso wie die Online-Petition gegen die geplanten Kürzungen beim BR-Kulturprogramm.

Kundgebung gegen den geplanten Abriss des BR-Funkhauses und die Kultur-Programmreform.

Fotos: Irene Gronegger





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:

Relevanzreporter Nürnberg

Attraktiv und erhaltenswert ist der Studiobau auch wegen seiner besonderen Bauweise und seiner anspruchsvollen Konzerträume. Damit hat er sich als Austragungsort für renommierte Wettbewerbe wie Jugend musiziert bewährt. Auf der Website der Initiative „BR Studiobau retten“ der Münchner Architektin und Autorin Eva Demmelhuber, die auch eine Protest-Kundgebung mit Kulturprogramm im September initiiert hatte, werden die Besonderheiten des Baus beschrieben. „Weil ich den Bau seit über 30 Jahren kenne und seine akustischen, architektonischen Qualitäten als Autorin und Regisseurin zu schätzen gelernt habe“, begründet sie ihr Engagement für den Erhalt. Und „weil sich viele über den Abriss aufregen und dann doch nichts machen. Weil mich die Phantasie-, Kultur- und Verantwortungslosigkeit der Geschäftsleitung empört, deswegen mach ich das“, so Demmelhuber weiter. Hinzu komme, dass der Abbruch des Studiobaus und eine Neubebauung nicht sinnvoll sei, wenn man den Klimaschutz einbezieht. Demmelhuber begründet ihre Einschätzung mit dem Verbrauch „grauer Energie“ und listet detailliert auf, welche Materialien einst in welchen Mengen für den Studiobau verwendet wurden.

Denkmalschutz für den Studiobau des Funkhauses

Die Abrisspläne begründet der BR mit den enormen Sanierungskosten. Sie sollen insgesamt 300 Millionen ausmachen, und das sei dem BR zu teuer. „Investitionen ins Programm haben Vorrang“, heißt es vom Sender.

Das Denkmalnetz Bayern spricht sich hingegen dafür aus, den Bau zu würdigen und zu erhalten. Beim Landesamt für Denkmalpflege heißt es derzeit, die Prüfung des Denkmalschutzes laufe noch. Auch der Bezirksausschuss Maxvorstadt setzt sich vehement für den Erhalt des Studiobaus ein, selbst dann, wenn sich bei der laufenden Prüfung herausstellen sollte, dass bei dem Gebäude der Denkmalschutz nicht greift.

Der BR hält indes an seinen Plänen fest und geht davon aus, dass der Studiobau nicht geschützt wird. Ein Sprecher verweist auf den Stand von 2021.

Irene Gronegger <<



it 524.000 Einwohnern ist Nürnberg nicht gerade ein Moloch, aber dennoch eine Großstadt. Mit wirtschaftlichem und gesellschaftlichem Wandel, Schickeria und Prekariat – sprich: mit allem Drum und Dran. Es gibt genug relevante Themen. Zwei Tageszeitungen nehmen sich dieser an und seit drei Jahren auch ein neues Nürnberger Newsportal: Die Relevanzreporter.

24 Journalist*innen aus Nürnberg und Umgebung schreiben für das Portal, darunter auch welche, die zuvor für die Platzhirsche des Nürnberger Journalismus, „Nürnberger Nachrichten“ und die mittlerweile von ihr geschluckte „Nürnberger Zeitung“ arbeiteten – so wie Gründerin Alexandra Haderlein. „Als junge Journalistin hatte ich das Gefühl, mit der klassischen Zeitung meine Generation nicht mehr zu erreichen“, sagt sie, „und das hielt ich für fatal. Denn wenn Menschen sich von Nachrichten abwenden, entsteht Raum für Desinformation und Filterblasen.“ Haderlein kündigte. Aufgeben wollte sie aber nicht. „Ich wollte immer einen Journalismus machen, der Menschen hilft, qualifizierte Entscheidungen zu treffen“, sagt Haderlein. „Es musste doch Wege geben, das zu tun!“

Im Frühjahr 2020 begann der „Lokalblog Nürnberg“ als reines Forschungsprojekt. Schnell wurde daraus ein Portal, das die Macher*innen weiterbetreiben wollten. Sie steckten eigenes Geld hinein, holten sich fremdes per Crowdfunding und schärften ihr Profil. „Ich war erstaunt zu merken, dass die Nachrichtenmüdigkeit nicht nur meine Generation betrifft, sondern auch ältere“, sagt Haderlein. „Die Leser wollen mehr, als nur von Problemen hören. Sie wollen auch von möglichen Lösungen lesen.“

Die Idee des konstruktiven Journalismus ist nicht ganz neu, gerät in Zeiten des Aufregungsjournalismus aber oft in Vergessenheit. Die Relevanzreporter wollen nicht nur mit den Lösungsansätzen gegensteuern. Ihre Geschichten nehmen sich Zeit, Themen zu beleuchten, und Fragen zu beantworten, die sich manche Leser*innen anderer Medien oft vergeblich stellen. Was, zum Beispiel, macht eine Bezirksregierung und ihr dazugehöriges Parlament? Institutionen, die im kognitiven Niemandsland zwischen Stadträten und Kreistagen vor der Nasenspitze und dem Landtag am fernen Horizont agieren. Was kann die Minimetropole Nürnberg dazu beitragen, dass die Welt nicht so schnell warm wird? Welche Wechselwirkungen bestehen zwischen Weltgeschehen und Mittelfranken?

Die Relevanzreporter haben sich von der Hektik des Nachrichtenbetriebs abgekoppelt, berichten lieber im Detail statt über alles. Eine große Recherche pro Woche, dazu ein wöchentlicher Podcast und ein Newsletter sind der Rhythmus, den sie gefunden haben. Gefunden haben sie auch ihre Fans: Über eine Community, die regelmäßig zahlt, trägt sich das Projekt inzwischen zu großen Teilen selbst.

Lars Hansen <<

Wie kommt Diversity in den Journalismus?

Ein didaktisches Konzept für diskriminierungsfreie Berichterstattung

Der Umgang mit gesellschaftlicher Vielfalt und Differenz ist immer noch nicht ausreichend in der journalistischen Aus- und Fortbildung verankert. Deshalb hat Miriam Grabenheinrich in einem ethnologischen Forschungsprojekt ein Curriculum zur Vermittlung von Diversity Kompetenz entwickelt, die im Redaktionsalltag nicht nur bei medienethischen Entscheidungen hilft, sondern auch eine facettenreichere Themenfindung erleichtert.

Die Ethnologin, Journalistin, Dozentin und Coachin Miriam Grabenheinrich beschäftigt sich bereits seit 2010 mit der mangelnden Diversity-Kompetenz von Journalist*innen. Deshalb hat sie ein Trainingskonzept entwickelt, das die Teilnehmenden dafür sensibilisiert, wie sie „durch die Themenselektion und -reduktion eine mediale Wirklichkeit konstruieren, bei der die Mehrheitsperspektive dominiert“.

Die Forscherin ermittelte zunächst, inwieweit überhaupt ein ausdifferenziertes Verständnis von kultureller Vielfalt jenseits starrer Teilung von „wir“ und „die anderen“ in der journalistischen Praxis präsent ist und welche Konsequenzen daraus für die Aus- und Fortbildung resultieren. Dabei ging sie von einem modifizierten Diversity Ansatz in der Ethnologie aus. Er ist multidimensional und beinhaltet verschiedene Dimensionen wie Kultur, Geschlecht, Alter, Herkunft oder Religion, die miteinander verflochten sind. Als repräsentationskritischer Ansatz deckt er auch Dominanzstrukturen auf.

Blickwinkel ohne Berührungängste weiten

Mit einer Fokusgruppenanalyse von insgesamt 16 Diversity-Veranstaltungen zwischen 2013 und 2018, die aus Unterrichtsbeobachtungen, schriftlichen Befragungen und Gruppendiskussionen bestand, entwickelte die Forscherin ein praxisnahes didaktisches Konzept. Teilnehmende lobten es als „Kreativitätskick“ und „Mutmacher für die Themenfindung“. Eine junge Journalistin sagte, es „sei richtig gut“, dass sie direkt umsetzen könne, was sie gelernt habe. „Zum Beispiel den Blickwinkel ändern, sich von Schubladen verabschieden, offen sein, sich aber auch selbst hinterfragen.“

Grabenheinrichs Trainingskonzept besteht aus sieben verschiedenen Modulen. Die aus den Redaktionen bekannte Sende- und Blattkritik diene einer Sensibilisierung für die „journalistische Repräsentationspraxis“, d.h. die vermittelten Medienbilder. Die Forscherin bemerkte, dass vielen Teilnehmenden Inhalte und Formulierungen nicht auffielen, die Protagonist*innen der Beiträge „vereinheitlichten oder den Fokus

Sein Tun als Journalist immer zu reflektieren und sich dadurch damit zu beschäftigen, wie man über Menschen und Zusammenhänge berichtet.

auf deren Andersartigkeit legten“. So sei den meisten entgangen, dass homosexuelle Männer und Frauen in Headlines wie „schwule Flagge“ oder „Adoptionsrecht für Schwule“ als Schwule vereinheitlicht werden.

Auf die Sensibilisierung der Teilnehmenden für eine diskriminierungsfreie Berichterstattung folgt eine Reflexionsphase. Eine Teilnehmerin meinte: „Bei Umfragen achte ich nur auf die Abwechslung von Männern und Frauen. Bei Menschen mit Behinderung habe ich wohl Berührungängste. Das ist mir vorher nicht aufgefallen, aber meinen Redakteuren offensichtlich auch nicht.“ Da der Fokus des Trainings auf kultureller Diversität lag, wurden Kenntnisse über Zuwanderung vermittelt und die Berichterstattung über Menschen mit Migrationshintergrund thematisiert. „Als mir klar wurde, dass man eine Realität auch durch Auslassung schafft, habe ich überlegt, über wen ich schon alles berichtet habe. Bei den Experten wie Arzt oder Wissenschaftler war tatsächlich noch nie ein Migrant dabei. Darauf werde ich zukünftig verstärkt achten“, so eine nachdenkliche Stimme aus dem Teilnehmendenkreis. Eine andere reflektierte, dass die Ausblendung bestimmter sozialer Gruppen auch mit der eigenen gesellschaftlichen Positionierung zusammenhängt: „Wir kommen fast alle aus deutschen Bildungshaushalten. Da stellt sich wirklich die Frage, ob wir immer die Perspektiven aller im Visier haben können.“



Abbildung: shutterstock /elenabsl

Besonders interessant fanden die jungen Journalist*innen postkoloniale Erklärungsansätze für Exklusionsprozesse, die ihnen etwa stereotype und diskriminierende Berichterstattung bewusst machten. „In unserer Generation sagt man eher Schokokuss und keiner singt „Zehn kleine N*“.“

Themen finden und vermitteln

Ich habe mir aber trotzdem nie Gedanken gemacht, woher die gängigen Bilder von Menschen aus afrikanischen Ländern kommen“, so ein Teilnehmer und eine Teilnehmerin bekannte: „Erst dachte ich: Na ja, ist doch eigentlich okay, wenn sie bunte Trachten tragen und trommeln – das gehört doch auch zu ihrer Kultur. Dann wurde mir aber so langsam bewusst, dass es mir auch nicht gefallen würde, wenn wir Deutschen immer nur einseitig gezeigt würden. Nicht nur, weil es unfair ist, sondern im Prinzip ja auch langweilig.“

„Sein Tun als Journalist immer zu reflektieren und sich dadurch damit zu beschäftigen, wie man über Menschen und Zusammenhänge berichtet.“ So resümierte eine Teilnehmerin die „Repräsentationskritik“, der dann ein Praxistransfer folgte. Teams sollten Ideen für die Thematisierung von „Kopftuch“ in verschiedenen Medien sammeln und sich Quellen und Interviewpartner*innen dazu überlegen. Sie nutzten dafür Kreativitätstechniken wie „AnaloGraffiti“, bei dem zu je-

dem Buchstaben des Recherchebegriffs ein Wort assoziiert wird. So kam ein Team über das P wie Pflicht zum Beispiel auf den Arbeitstitel: Das muslimische Kopftuch – Pflicht oder Kür?

Großer Bedarf an Trainings

Alle wünschten sich Folgetrainings, denn es sei klar geworden, so eine Teilnehmerin in der Schlussrunde, „wie viele Hintergründe einem fehlen und dass man einige Schubladen im Kopf hat, um die Komplexität zu reduzieren. Klar müssen wir als Journalisten Inhalte reduzieren, aber das muss nicht Vereinheitlichung oder Ausblendung von bestimmten Gruppen bedeuten“ und ein anderer wünschte sich für die Praxis, „dass ich mit meinen Artikeln die Leser motiviere, sich für verschiedene Perspektiven zu interessieren.“

Grabenheinrich konstatierte abschließend, dass eine so vermittelte journalistischen Diversity Kompetenz in der Praxis nur langfristig Erfolg haben könne, wenn ein ausdifferenziertes Verständnis dafür in den Medienbetrieben verankert werde – mit regelmäßigen Lernangeboten, einem ganzheitlichen Leitbild, Diversitätsbeauftragten, Vernetzungen mit Migrant*innen-Organisationen oder Ethnolog*innen sowie einem höheren Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund und natürlich: die regelmäßige Evaluation der Maßnahmen.

Bärbel Röben <<



literatur-
hinweis

Miriam Grabenheinrich:
Journalismus und Diversity.
Umgang mit kultureller
Diversität in der journalisti-
schen Praxis und Konse-
quenzen für die Aus- und
Fortbildung.
Springer VS Verlag 2023



M-Collage [M]; shutterstock/ forestpath und Tomtosova

Mitmachhass im Netz

Extrem rechte Memes boomen im Internet

Extrem rechte Akteur*innen verbreiten mit Internet-Memes politische Inhalte und nennen das Informationskrieg. Die Amadeu Antonio Stiftung untersucht in einer neuen Broschüre Memes als politisches Phänomen der extremen Rechten. Die Broschüre zeigt, was diese Form der Propaganda so reizvoll macht und gibt Handlungsempfehlungen.

#stolzmonat lautete ein vielfach geteilter Hashtag im vergangenen Juni. Dahinter steckte eine queerfeindliche und nationalistische Kampagne, die sich als vermeintliches Gegenstück zum Pride-Monat der LGBTQIA⁺-Bewegung präsentierte. Die zahlreichen und oft mit kleinen schwarz-rot-goldenen Flaggen versehenen Beiträge fluteten in diesem Monat die sozialen Medien. Mehrere Tage führte der Hashtag sogar die Charts bei X (ehemals Twitter) an.

„Mitmachfaschismus“ nennt die neue Broschüre „Kreative, ans Werk!“ das Phänomen der konzertierten Produktion von extrem rechten Bild- und Text-Arrangements im Netz — den Memes. Die Broschüre wurde von der Amadeu Antonio Stiftung und dem Forschungsverbund „Meme, Ideen, Strategien rechts-extremistischer Internetkommunikation“ (MISRIK) herausgegeben.

„Bio-Waffen im Informationskrieg“

Mit der rund 40-seitigen Broschüre widmen sich die Autor*innen der Macht der Bilder im Internet, die Rechtsextreme zweifellos erkannt haben. Sie verstehen ihre Publikation „als Ressource für alle, die sich über rechtsextreme Strategien informieren und sie durchkreuzen möchten“. In fünf Kapiteln gehen sie zunächst der Begriffsklärung extrem rechter Memes nach. Das Meme stellen sie als ein Kommunikationsmittel heraus, das Menschen mit einer Idee anstecken soll. Das besondere an extrem rechten Memes sei, dass sie eher bereits existierende Ressentiments – zum Beispiel rassistische oder queerfeindliche – hervorlocken würden, als diese ganz neu zu verbreiten.

Dazu zitiert die Broschüre den Publizisten Nils Wegner, der Memes in einem Beitrag in dem neurechten Magazin „Sezession“ als „Bio-Waffen im Informationskrieg“ bezeichnet. Wie bei biologischen Massenvernichtungswaffen könnten sich durch weitergetragene Memes rechte Ideologien virenähnlich verbreiten. Die Broschüre macht allerdings auf einen wichtigen Unterschied aufmerksam: Es ist nicht das Virus, das sich selbst verbreitet, sondern es sind Menschen, die die Inhalte teilen.

Handlungsempfehlungen bei Rechts-Extremismus: Erkennen, melden, anzeigen

Tipps

A

madeu-Antonio-Stiftung

Download der Broschüre:

www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/rechtsextreme-memes

Weitere Publikationen:

www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen

Ziel der Stiftung ist seit ihrer Gründung 1998, eine demokratische Zivilgesellschaft zu stärken, die sich konsequent gegen Rechtsextremismus, Rassismus und Antisemitismus wendet.

Die Autor*innen betrachten extrem rechte Memes auch als eine Praxis digitaler Kommunikation. Dazu werten sie Interviews mit extrem rechten Aktivist*innen und sogenannten Trollen aus. Sie zeigen, dass mit den oft humoristischen Memes einerseits Gemeinschaft erlebt werden kann. Denn wer die Codes erkennt und teilt, kann mitmachen. Andererseits sind sie ein Mittel, um Diskurse über die eigene Szene hinaus zu beeinflussen. Damit zeigt die Broschüre, dass sich die Memepaxis nahtlos an die Strategien der extremen Rechten anschließt — es geht darum, die gesellschaftliche Mitte zu radikalieren. Abschließend zeigen die Autor*innen Wege auf, wie die demokratische Öffentlichkeit im Internet auf solche Memes reagieren kann.

Neue Zielgruppe für Memes

Die Stärke der Broschüre liegt darin, den gemeinschaftlichen Charakter von extrem rechten Memes herauszuarbeiten. Denn die extrem rechten Akteur*innen erkennen in Nutzer*innen sozialer Plattformen zwei Dinge: einerseits sind sie Empfangende von Memes, andererseits können sie sehr schnell mitmachen. Indem sie Inhalte verbreiten und mit ein paar Klicks selbst herstellen können, sind sie potentielle Aktivist*innen.

Die Gefahr dieser Form der Propaganda liegt darin, dass extrem rechte Memes sich oft erst im Kontext als solche erkennen lassen. Ohne Wissen darüber können Menschen ihnen in sozialen Medien auch nicht widersprechen oder diese an geeigneter Stelle zur Anzeige bringen.

Die Zielgruppe von extrem rechten Memes liegt nicht vordergründig im rechtsextremistischen Spektrum. Den rechten Akteur*innen geht es darum, die gesellschaftliche Mitte mit ihren Inhalten zu erreichen. Daran zeigt die Broschüre, dass Memes zu einem Werkzeug im rechtsextremen Kulturkampf werden. Das Ziel ist es, Menschen unbemerkt zu beeinflussen und eine kulturelle Hegemonie zu erschaffen, damit Menschen Alltagssituationen sozusagen „aus rechter Sicht“ bewerten. Erst im zweiten Schritt geht es ihnen darum, mit einer extrem rechten Partei beispielsweise Wahlen zu gewinnen. So nutzen rechte Akteur*innen auch die Netzkultur. Mit den Memes werden antidemokratische und menschenfeindliche Botschaften gestreut. Die Memes können alle erreichen, ob in rechten Internetforen oder im privaten Familienchat. [Michael Steinwachs <<](#)

Aktion für Stanis Bujakera, Demokratische Republik Kongo

Journalist willkürlich inhaftiert und angeklagt



Die berufliche Reise von Stanis Bujakera nach Lubumbashi im Südosten der Demokratischen Republik Kongo endete am 8. September 2023 abrupt. Denn Sicherheitskräfte nahmen den Journalisten am internationalen Flughafen von Ndjili in der Provinz Kinshasa fest.

Die Behörden inhaftierten ihn rechtswidrig für mehrere Tage in Gewahrsam und befragten ihn zu einem in der Zeitschrift „Jeune Afrique“ erschienenen Artikel, der unter Berufung auf einen vertraulichen Bericht des Geheimdienstes den Militärgeschwändern mit der Entführung und Ermordung des oppositionellen Abgeordneten Chérubin Okende im Juli 2023 in Verbindung bringt. Damit stellt er die offizielle Version der Behörden zu diesem Fall infrage. Die Behörden beschlagnahmten und durchsuchten ohne richterliche Anordnung die Mobiltelefone und den Computer von Stanis Bujakera. Erst am 11. September wurde der Journalist in Untersuchungshaft genommen und wegen „Verbreitung von Gerüchten“ und „Verbreitung von Falschnachrichten“ angeklagt – obwohl er nicht als Autor des fraglichen Artikels angeführt wurde. Die darin beschriebene Ermordung des Politikers Okende ist bis heute nicht aufgeklärt.

Stanis Bujakera arbeitet als Korrespondent für die Nachrichtenagentur Reuters und das französischsprachige Politikmagazin

„Jeune Afrique“. Seinen Antrag auf Freilassung gegen Zahlung einer Kaution lehnte ein Gericht in Kinshasa-Gombe Ende September ab.

Amnesty International ist der Ansicht, dass Stanis Bujakera allein wegen seiner journalistischen Arbeit verfolgt wird. Seine haltlose strafrechtliche Verfolgung ist ein eklatanter Verstoß gegen die Pressefreiheit, die sowohl in der Verfassung der Demokratischen Republik Kongo als auch in regionalen und internationalen Menschenrechtsverträgen, die das Land ratifiziert hat, garantiert wird.

[Harald Gesterkamp <<](#)

Was können Sie tun? Schreiben Sie E-Mails an den Präsidenten und die Justizministerin der Demokratischen Republik Kongo und verlangen Sie die sofortige und bedingungslose Freilassung des Journalisten Stanis Bujakera und die Einstellung des Verfahrens gegen ihn. Fordern Sie zudem, dass die Pressefreiheit und die Sicherheit der Medienschaffenden im Land garantiert werden.

Schreiben Sie in Französisch, Englisch oder auf deutsch an:

Präsident Felix Antoine Tshisekedi Tshilombo

E-Mail: communication@presidence.cd

sowie an: Justizministerin Rose Mutombo

E-Mail: contact@justice.gouv.cd

Senden Sie eine Kopie an:

Botschaft der Demokratischen Republik Kongo

S.E. Herrn Tshoha Letamba

Ulmenallee 42a · 14050 Berlin · Fax: (030) 30 11 12 97

E-Mail: contact@ambarde.de oder

berlinmissionrdc1@gmail.com

Österreichs schwierige Medienbranche

Wie Journalismus und Demokratie unter Druck geraten



Journalismus wird gerne als „vierte Gewalt“ im Staat betitelt. Verantwortungsvoller, kritisch hinterfragender Journalismus ist eine tragende Säule funktionierender Demokratie. Er liefert qualitätsgesicherte Informationen über politische Inhalte, kulturelle, gesellschafts- und wirtschaftliche Entwicklungen. Gleichzeitig ist er Kontrolle und Kritik, indem er Missstände aufspürt und beschreibt.

Das internationale Ranking der Pressefreiheit lässt Schlimmes befürchten. Dort ist Österreich in den vergangenen zehn Jahren bereits um 17 Plätze gefallen. Nun droht ein weiterer Absturz vom ohnedies schon bedenklichen Platz 29. Würde alleine der rechtliche Rahmen gezählt, läge Österreich nur auf Platz 33, beim politischen Rahmen überhaupt nur auf Platz 39.

Medienvielfalt verringert sich

In Österreich steht qualitätsvoller Journalismus seit längerem unter Druck – wirtschaftlich wie gesellschaftspolitisch. 2023 stellt dabei einen traurigen Höhepunkt dar. Monatelang kämpften breite Gesellschaftsschichten vergeblich um den Erhalt der „Wiener Zeitung“, der ältesten gedruckten Tageszeitung der Welt. Sie wäre jetzt 320 Jahre alt geworden. Doch die Bundesregierung als Eigentümervertreterin der Republik Österreich schickte die „Wiener Zeitung“ ins ausschließliche Online – ein massiver Schlag gegen die ohnedies ausgedünnte Medienvielfalt in Österreich. Damit gibt es dortzulande nur noch zehn Kaufzeitungen, nachdem mit Jahresende auch die letzte Parteitagezeitung, das „Neue Volksblatt“, in Printform eingestellt wird. Auch dafür verantwortlich: die Regierungspartei ÖVP.

Neuer Medien-Hub beschlossen

Die Bundesregierung aus ÖVP und Grünen beschloss im Parlament gegen die Stimmen der Opposition einen sogenannten „Medien-Hub“, in dem die Ausbildung von Journalist*innen angesiedelt wird. Finanziert wird der aus Budgetmitteln. Private Anbieter von Ausbildungslehrgängen, werden seit Jahren finanziell ausgehungert, nun geraten sie weiter ins Hintertreffen. Mit sechs Millionen Euro jährlich wird eine Verstaatlichung der Journalist*innen-Ausbildung

betrieben, statt die bestehende Expertise der privaten Aus- und Weiterbildungsinstitute wie der sozialpartnerschaftlich betriebenen Medienakademie und dem fjum (Forum Journalismus und Medien) mit den nötigen finanziellen Mitteln auszustatten.

Die in diesem Hub ausgebildeten Redakteur*innen werden indirekt aus den Budgetmitteln des Bundeskanzleramtes bezahlt. Sie werden auf Anfrage Medienhäusern de facto zum Nulltarif überlassen. Wie ein Spinnennetz durchzieht das Programm damit den gesamten österreichischen Medienmarkt. Es erschafft quasi ein Monopol auf journalistische Ausbildung und verschärft den staatlichen Einfluss auf Medien.

Werbung für 200 Millionen Euro

Der Staat schaltet Anzeigen. Gut 200 Millionen Euro haben die öffentlichen Einrichtungen in Österreich (also nicht nur die Bundesregierung) im Jahr 2022 für Werbung in Medien ausgegeben. Mittel, die intransparent und ohne nachvollziehbare gemeinsame Linie oft boulevardaffin vergeben wurden.

Stellt man die durchschnittlichen Leser*innenzahlen der Tageszeitungen auf Basis der österreichischen „Media-Analyse“ alleine den Gesamtausgaben der Bundesregierung gegenüber, so zeigt sich, dass etwa Boulevardzeitungen (sowohl Kauf- als auch Gratisblätter) im Vorjahr bis zu 4,51 Euro pro Leser*in erhalten haben, Qualitätsmedien dagegen nur etwa 1,17 Euro.

Politischer Einfluss beim ORF

Beim Österreichischen Rundfunk (ORF) geht es weniger um Anzeigen der öffentlichen Hand. Die ÖVP-Grüne-Bundesregierung hat sich darauf verständigt, die Finanzierung künftig über eine sogenannte Haushaltsabgabe sicherzustellen. Den politischen Einfluss auf den ORF hat sie damit allerdings nicht verringert. Auch die unausgewogene Besetzung des ORF-Stiftungsrats sei verfassungswidrig, stellte kürzlich der Verfassungsgerichtshof (VfGH) fest. Er forderte die Bundesregierung auf, bis März 2025 eine Gremienreform zu initiieren mit dem Ziel, Verstöße gegen das Unabhängigkeitsgebot, die vor allem durch einen zu großen Einfluss der Regierung entstehen, auszuschließen.



Letzte Printausgabe der „Wiener Zeitung“ in der Herold Druckerei am 29. Juni 2023

Foto: APA/Roland Schlager

Im internationalen Ranking der Pressefreiheit ist Österreich in den vergangenen zehn Jahren um 17 Plätze gefallen.

Ungeachtet der staatlichen Anzeigenerlöse kämpfen die Verlage mit wirtschaftlichen Problemen. Das liegt einerseits daran, dass sowohl die Auflagen als auch die generellen Anzeigenerlöse deutlich eingebrochen sind. Andererseits haben es die österreichischen Verlage versäumt, rechtzeitig eine finanzwirksame Digitalstrategie zu entwickeln.

Fehlende Digital-Strategie der Medienverlage

Die Überlegungen, einfach alle Printartikel gratis in die jeweiligen Online-Foren der Verlage zu stellen in der Hoffnung, eine jüngere Klientel an die (gedruckte) Zeitung zu binden, ging schnell erkennbar nicht auf. Dennoch wollte offensichtlich kein Verlag der Erste mit einer Bezahlschranke sein. Nachdem sich endlich die Erkenntnis durchgesetzt hatte, dass es journalistische Arbeit nicht gratis geben kann, zeigt sich, dass die Bezahlschranke bei weitem nicht die im Print verlorenen Einnahmen kompensieren kann.

Bleibe das Aufwerten der Printprodukte mittels verstärkten journalistischen Angeboten – in der Hoffnung, wieder ein größeres Publikum anzusprechen

oder wenigstens das bisherige zu halten. Doch für zusätzliche Recherchen fehlt schlicht das Personal, zu stark sind die Redaktionen ausgedünnt.

Zeitungsverband kündigt Kollektivvertrag

Wie groß die Verzweiflung ob des ständigen wirtschaftlichen Abschwungs bei den Verlagen mittlerweile zu sein scheint, zeigte deren Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ). Aus heiterem Himmel kündigte er Ende September den Kollektivvertrag für Journalist*innen – ohne zuvor mit der Journalist*innengewerkschaft Verhandlungen aufzunehmen.

Es folgten flächendeckend Betriebsversammlungen in den Redaktionen der Tages- und Wochenzeitungen sowie bei deren Online-Ausgaben, auch ein Streikbeschluss der Gewerkschaft ließ nicht lange auf sich warten. Das zeigte Wirkung: Der VÖZ zog die Kündigung des Tarifvertrages wieder zurück – und zwar ohne Vorbedingungen.

Jetzt wird verhandelt. Dabei wollen die Unternehmer massive Verschlechterungen für die Arbeitnehmer*innen durchsetzen. Öffentlich stellten sie bereits wesentliche Bestandteile des Journalist*innen-Kollektivvertrages in Frage wie Gehaltsschema und Gehaltsstufen (Senioritätsprinzip), aber sie wollen auch Urlaubsansprüche reduzieren, Kündigungsfristen verkürzen und verlangen Einschnitte in das Urheberrecht.

FPÖ droht Medienschaffenden

Dabei ist Qualitätsjournalismus in Zeiten „sozialer Medien“ wichtiger denn je. Wichtig zum Entlarven von fake news, wichtig, um Zusammenhänge differenziert darzustellen und wichtig, um Themen aufzudecken, die manche im Verborgenen halten wollen.

Journalist*innen in Österreich sind verstärkt Angriffen ausgesetzt – das zeigte sich während der Coronapandemie und mittlerweile in heftigen verbalen Attacken politischer Gruppen, allen voran der rechtspopulistischen FPÖ. So lobte der stellvertretende Obmann der Bundespartei und Landeshauptmann-Stellvertreter in Oberösterreich, Manfred Haimbuchner, seinen Chef Herbert Kickl öffentlich mit den Worten: „Unter einem freiheitlichen Kanzler Kickl werden so einige wieder das Benehmen lernen: vom Journalisten bis zum Islamisten.“

Unabhängiger Journalismus in Österreich braucht einen verlässlichen Rahmen, eine gesicherte wirtschaftliche Basis sowie Raum und Umfeld, in dem sich Kreativität und kritisches Denken unbeeinflusst entfalten können. Die Entwicklungen der jüngeren Vergangenheit zeigen leider in die gegenteilige Richtung – hin zu einem Abgesang auf Qualitätsjournalismus.

Eike-Clemens Kullmann <<



Foto: Christoph Boeckheler

Ganz großes Kino

Für Tariflöhne über dem Mindestlohn

Das Jahr 2024 wird ein besonderes Kinojahr. Nicht nur, weil viele durch die Streiks in den USA verschobenen Filme nun nach und nach an den Start gehen, sondern weil ver.di im kommenden Jahr in drei der größten deutschen Multiplex-Kinokonzernen Entgelt-Tarifverhandlungen parallel führen wird. Die Forderung: 14 Euro Einstiegsgehalt.

Da es weder einen Branchen- noch Verbands-tarifvertrag gibt, werden mit den drei Konzernen eigene Tarifverträge verhandelt. Dass es nun gelungen ist, die Laufzeiten der Tarifverträge zu synchronisieren hilft in den Verhandlungen enorm. Denn dort, wo die Arbeitgeber in Konkurrenz um das Publikum treten, an gemeinsamen Standorten wie Hamburg oder Berlin, zieht die Gewerkschaft nun an einem Strang und fordert denselben Einstiegslohn für alle Servicekräfte.

Trotz starker Tarifverträge liegen die Einstiegsgehälter bei CineStar und CinemaxX nämlich bislang nur knapp über dem derzeitigen gesetzlichen Mindestlohn von 12 Euro pro Stunde. Nur bei UCI ist es durch intensive Streiks im Frühjahr 2023 gelungen, 12,90

Euro als Untergrenze für den tariflichen Lohn bei Servicekräften festzuschreiben. Wenn im kommenden Jahr der gesetzliche Mindestlohn auf 12,41 Euro angehoben wird, kratzt das gewaltig an den Eingangs-Tariflöhnen bei CinemaxX und CineStar. Außerdem gleicht diese geringe Erhöhung kaum die inflationsbedingten Kostenerhöhungen, bei Lebensmitteln oder Wohnen, aus. Deswegen fordert ver.di für die insgesamt rund 4.000 Kinobeschäftigten 14 Euro Einstiegslohn ab dem 1. Januar 2024 bei einer Laufzeit eines Tarifvertrages von 12 Monaten.

Die Mehrheit der Mitarbeiter*innen im Kino ist entweder als Minijobber*in, studentisch angestellt oder in Teilzeit beschäftigt. Zwar ist ein Großteil der Beschäftigten nicht länger als fünf Jahre im Betrieb. Eine echte Perspektive soll es aber auch für diejenigen geben, die über ihr Studium hinaus weiterhin in Voll- oder Teilzeit im Kino arbeiten möchten. ver.di achtet darauf, dass die Einsteiger*innen nicht gegen „alte Hasen“ ausgespielt werden. In den jüngsten Umfragen zu den anstehenden Tarifrunden betonten Kolleg*innen aller Altersgruppen, dass vor allem die kollegiale Zusammenarbeit im Team sie im Kino halte.

Martha Richards <<



Zusammen geht mehr

Der Tarifvertrag des öffentlichen Dienstes der Länder wird aktuell neu verhandelt.

Auch Kolleg*innen an Theatern und Bühnen sowie Musikschulen fallen unter diesen Tarifvertrag, wenn die Institutionen vom jeweiligen Bundesland (bis auf Hessen) verantwortet werden. In den vergangenen Wochen organisierten ver.di-Mitglieder Warnstreiks an verschiedenen Kulturorten.

Die Kolleg*innen fordern 10,5 Prozent mehr Lohn, mindestens 500€ bei einer Laufzeit von 12 Monaten.

Mehr Infos:

<https://zusammen-geht-mehr.verdi.de/>

Schauspieler*innen Faire Drehs für Filmschaffende

Es geht um Geld, Arbeitszeit und Künstliche Intelligenz (KI). Die zweite Tarifverhandlungsrunde für die rund 25.000 Filmschaffenden fand im November in Berlin statt. Zahlreiche Schauspieler*innen- und Filmschaffende begleiteten die Gespräche zwischen ver.di, der Schauspielergewerkschaft BFFS und dem Arbeitgeberverband Produzentenallianz. ver.di fordert eine Vier-Tage-Woche mit maximal elf Stunden Arbeitszeit je Arbeitstag und einen Zeitausgleich sowie Zuschläge für Wochenendarbeit oder Arbeit in Nachtzeiten.

„Wir brauchen ein zukunftsfähiges Arbeitszeitmodell, das die Attraktivität der Branche für junge Fachkräfte erhält. Deshalb setzen wir uns für einen Ausgleich von einerseits langen Drehtagen, Nachtdrehs oder notfalls unvermeidbarer Wochenendarbeit durch weniger Drehtage pro Arbeitswoche ein. Die Vereinbarkeit von Filmarbeit mit einem Privatleben, auch mit Familienverpflichtungen, soll dadurch besser ermöglicht werden. Es ist Zeit für einen grundlegenden Wandel“, erklärte ver.di-Verhandlungsführer Matthias von Fintel.

Die Filmbranche ist im Fokus der Förderinstitutionen und Auftraggeber aus Rundfunkanstalten und Streamingdiensten, die auf Arbeitsstandards, geschlechtergerechte Bedingungen an Filmsets und generell auf Sozialstandards zunehmend Wert legen. „Wir wollen daher in den Tarifverhandlungen die Grundlagen für bessere Filmarbeit, ein neues Arbeitszeitmodell und nachhaltige Beiträge zur Alterssicherung legen“, so von Fintel.

Daneben geht es bei den Verhandlungen auch um die Eindämmung des Einsatzes von generativer KI, also dem Ersetzen von menschlicher Kreativität und menschlichen Ausdruck durch maschinelle Prozesse. [red <<](#)

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk Starke Tarifforderungen

Bis Mitte Oktober hatte ver.di in allen Rundfunkanstalten bundesweit gefragt: Was wollen die Beschäftigten in der kommenden Tarifrunde gemeinsam durchsetzen? Die Ergebnisse sind deutlich. Die Befragten wollen einen Mix aus starker Prozentsteigerung und angemessener Mindesthöhung für niedrigere Tarifgruppen. 10,5 Prozent mehr Geld und deutliche Verbesserungen für Berufseinsteiger*innen. Für den Öffentlich-rechtlichen Rundfunk fordert ver.di daher eine prozentuale Steigerung der Effektivhonorare und Gehälter. Für alle Gehaltsstufen, in denen das weniger als 500 Euro Steigerung pro Monat ausmacht, soll dieser Mindestbetrag gelten. Für Auszubildende und Volontär*innen fordert die Gewerkschaft eine Mindesthöhung von 250 Euro. Zusätzlich sollen für Freie und niedrige Tarifgruppen Verbesserungen je nach Sender erreicht werden. [red <<](#)

Neuer ver.di-Standort in Berlin

Presseausweise bleiben an der Spree

Der ver.di-Landesbezirk Berlin-Brandenburg und der ver.di-Bezirk Berlin sind an einen neuen Standort umgezogen: Am Bahnhof Westend 3, 14059 Berlin. Die Ausstellung der Presseausweise erfolgt fast am alten Standort, direkt an die Spree in der ver.di-Bundesverwaltung Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin, 2. Etage Zimmer 2 C 05. Bitte im Eingang beim Empfang melden! [red <<](#)

Impressum

M 4/2023 Jhg. 72.

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.verdi.de>

Herausgeber: ver.di Bundesvorstand, Frank Werneke, ver.di-Vorsitzender, Christoph Schmitz, Leiter Ressort 7

Redaktion: ver.di Bundesverwaltung M Redaktion, Julia Hoffmann (verantwortl.), Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin. Tel: 030 / 69 56 23 26 Fax: 030 / 69 56 36 57 Julia.Hoffmann@verdi.de twitter.com/Mx3_Online www.facebook.com/menschenmachenmedien – www.instagram.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, 10783 Berlin, Fax 030/740 73 16 54. anzeigen@ask-berlin.de. Ansprechpartnerin: Simone Roch. Tel. 030/740 73 16 32. Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 28 gültig ab 1.1.2023.

Abonnement: Verlagsgesellschaft W.E. Weinmann mbH, Postfach 1207, 70773 Filderstadt. Tel 0711/700 15–30, 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.

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

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

Redaktionsschluss M:
M 04.2023: 20.11.2023
M 01.2024: 13.03.2024

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

36. JOURNALISMUSTAG #JT24

1/2024

PRODUZIEREN BIS ZUM UMFALLEN? MENTAL HEALTH IM JOURNALISMUS

**Am Samstag, 27. Januar 2024,
im ver.di-Haus in Berlin**

Als Journalist*in zu arbeiten ist für viele ein Traumjob!

Dass der Arbeitsalltag oft mit Stress einhergeht, gehört zum Berufsbild.

Doch Personalkürzungen und Arbeitsverdichtung, Konkurrenz und mangelnde Wertschätzung, Anfeindungen von außen, Existenzangst oder die ständige Beschäftigung mit belastenden Themen erzeugen einen Druck, unter dem der Arbeitsalltag nicht nur häufig glanzlos ist – sondern sogar gesundheitsschädlich.

Gerade unter jungen festen oder freien Journalist*innen ist das Risiko für psychische Erkrankungen wie Depression oder Burn-out hoch.

Unter welchen Bedingungen können Journalist*innen qualitativ hochwertig arbeiten – mit Spaß am Job und ohne dabei die Gesundheit aufs Spiel zu setzen?

Welche Unterstützungsangebote und Strategien zur gegenseitigen Stärkung gibt es?

Was müssen Arbeitgeber leisten?

Geht in den Austausch, diskutiert und vernetzt Euch auf dem 36. Journalismustag von ver.di!

Infos und Anmeldung unter

dju.verdi.de/journalismustag

