Journalistenblatt

4
2020

Die Journalistenverbände informieren | 15. Jahrgang

www.journalistenblatt.de

Herausgeber

Journalistenzentrum DEUTSCHLAND

DPV Deutscher Presse Verband

bdfj: bundesvereinigung der fachjournalisten

Die Journalistin Samira El Ouassil ist Kolumnistin bei *Übermedien* und beim *Spiegel*

Journalisten als Marke

Geschäftsmodelle mit Zukunft ab Seite 12

Leiser Abschied vom Journalismus 4

Gläserne Bürger – Alle Daten dem Staat 8

Soziale Medien als Nachrichtenquelle 36

HAMBURGER STIFTUNG
für politisch Verfolgte

34 Jahre Stimmen für die Freiheit

"Eine informierte Öffentlichkeit macht mündige Bürger"

Ellen Tordesillas,
Journalistin von den Philippinen

Seit über drei Jahrzehnten rettet die Hamburger Stiftung für politisch Verfolgte mutige Menschen wie unsere Stipendiaten.

Für die Einladung neuer Gäste brauchen wir Ihre Unterstützung! Jetzt erst recht!

Jetzt informieren & spenden

www.hamburger-stiftung.de

Ihre Spende ist steuerlich absetzbar.

BIC: HASPDEHHXXX, IBAN: DE 5320 0505 5010 2225 0359

Editorial

Liebe Kolleginnen und Kollegen,
kaum hat man sich an ein bisschen Normalität gewöhnt, schlägt das Covid-19-Virus wieder voll durch. Zwar sollen die Ende Oktober beschlossenen Einschränkungen „nur" bis Ende November gelten. Doch ob das auch tatsächlich so eintreffen wird, bleibt fraglich. Wir alle hoffen das Beste!

Dass es nicht immer nach den eigenen Vorstellungen abläuft, hat der Journalist Birk Meinhardt selbst erfahren. Aufgewachsen in der DDR, hat er sich dort auch die ersten Meriten als Journalist verdient. Nach der Wende arbeitete er für den Berliner *Tagesspiegel* und die *Süddeutsche Zeitung*. Seine Erfahrungen mit den westlichen Blättern unterschieden sich im Kern nicht von denen, die er in der DDR gemacht hatte: Auch hier wurden Themen nicht bearbeitet, weil sie nicht in das Weltbild der Chefredaktionen oder der Verleger passten. Diese Eindrücke hat er in seinem Buch „Wie ich meine Zeitung verlor" veröffentlicht. Ab Seite 4 lesen Sie seine Story.

Wie sich der Staat immer wieder durch die Hintertür Daten seiner Bürger beschafft, hat der Kollege Andrew Weber recherchiert. Seine Analyse „Alle Daten dem Staat" finden Sie auf den Seiten 8 ff.

Stefan Niggemeier und Boris Rosenkranz haben es sich zur Aufgabe gemacht, die Medienlandschaft in Deutschland kritisch unter die Lupe zu nehmen. Mit ihrem Portal *uebermedien.de* berichten sie seit 2016 über unsere Branche. Bettina Schellong-Lammel hat die beiden für das **journalistenblatt** interviewt (Seite 12 ff.).

Photoshop-Experte Doc Baumann zeigt in dieser Ausgabe, wie man mittels Parallax-Effekt mehr Tiefe ins Bild bekommt. Seine Tipps finden Sie ab Seite 28.

Über den schwierigen Umgang mit der Nennung von Personen in den Medien beschäftigt sich unser Rechtsexperte Olaf Kretzschmar. Welche Stolperfallen es gibt, welche Tücken sich in diesem Feld verbergen, erfahren Sie ab Seite 22.

Und natürlich halten wir noch weitere spannende Themen für Sie bereit. Wir stellen die Kolumnistin Samira El Quassil vor (Seite 18), bieten Steuertipps für Alleinerziehende (Seite 25) oder zeigen Ihnen, wie Sie Ihr Zeitmanagement mittels der Tomatentechnik verbessern können (Seite 26). Viel Lesestoff für die kommenden Herbsttage.

Wir wünschen Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre! Und bitte: Bleiben Sie gesund und kommen Sie gut durch diese turbulenten Zeiten!

Ihre Redaktion des **journalistenblatt**

www.journalistenblatt.de

Inhaltsverzeichnis

4 **Leiser Abschied vom Journalismus**
Birk Meinhardt, einst preisgekrönter Reporter der *SZ*, dokumentiert seine Entfremdung vom Journalismus in dem Buch „Wie ich meine Zeitung verlor". Eine Rezension von Lothar Struck

7 **Wie ich meine Zeitung verlor**
Ist Buchautor Birk Meinhardt ein Held der Pressefreiheit, ein Nestbeschmutzer, ein Ankläger oder einfach nur überempfindlich?

8 **Alle Daten dem Staat**
Das Bundesverfassungsgericht befand, dass Strafverfolger und Nachrichtenbehörden zu leichtfertig persönliche Daten abfragen

12 **Mit Übermedien über Medien reden**
Stefan Niggemeier und Boris Rosenkranz haben es geschafft: Sie sind Medienunternehmer. Ihre Seite *Übermedien* trägt sich

18 **Die Kolumnistin**
Samira El Ouassil gehört seit 2018 zum *Übermedien*-Team. Im Interview spricht sie über Podcast-Frauen und wie sie mit ihrer ersten Kolumne durch das „Qualitätsnetz" von *Übermedien* fiel

20 **Rentenkasse mit Programmangebot**
Ab 2021 steigt der Rundfunkbeitrag. Prof. Bernd Gäbler zeigt, wie die Sendeanstalten daraus etwas machen können

21 **PressCreditCard – Sicherheit bei Online-Einkäufen**

22 **Mister X – Wenn die Identität öffentlich wird**
Nach Fehlverhalten sehnen sich Prominente nach Anonymität

25 **Höhere Entlastung für Alleinerziehende**
Wegen der Coronakrise wird der Entlastungsbetrag erhöht

26 **Zeitmanagement für Gründer**
Effektiver und erfolgreicher arbeiten mit der „Pomodoro-Technik"

27 **Impressum**

28 **Bildtiefe per Parallax-Effekt**
Doc Baumann simuliert in Photoshop die Betrachtung einer Szene aus unterschiedlichen Blickwinkeln

34 **Studie: Professioneller Journalismus 2020**
Den Deutschen ist professioneller Journalismus wichtig, besagt eine Studie der Score Media Group

36 **Soziale Medien als Nachrichtenquelle**
Der „Reuters Institute Digital News Report" dokumentiert einen deutlichen Anstieg des Konsums bei den 18- bis 24-Jährigen

38 **Die Datenbank für Medienmacher**
journalisten-im-netz.de – Datenbank für Kontakte zu Journalisten

39 **Engagement – RückBLENDE**

Titelbild: Wolfgang Borrs, Postproduction: Tania Reh

Leiser Abschied vom Journalismus

Von Lothar Struck

Der Journalismus interessiere sich immer weniger für Widersprüche und abweichende Meinungen, es zähle nur noch die richtige Haltung. Birk Meinhardt, einst preisgekrönter Reporter der *Süddeutschen Zeitung*, dokumentiert seine Entfremdung von der einst geliebten Profession. „Wie ich meine Zeitung verlor" trifft den Nerv eines angeschlagenen Journalismus.

Birk Meinhardt war das, was man halb anerkennend, halb verächtlich eine „Edelfeder" nennt: ein Journalist bei einer großen, überregionalen Zeitung mit publizistischem Einfluss und dekoriert mit dem einen oder anderen Preis. Meinhardt hat jetzt ein Buch geschrieben, erschienen im kleinen Verlag *Das Neue Berlin*, einem Unternehmen der *Eulenspiegel Verlagsgruppe*.

„Wie ich meine Zeitung verlor", lautet der pathetische Titel. Es ist ein Abschiedsbuch über das, was er unter Journalismus versteht. Der Untertitel „Ein Jahrebuch" soll das Prozesshafte dieser Entwicklung aufzeigen. Wie konnte es dazu kommen?

Sozialisiert wurde Meinhardt, 1959 geboren, in der DDR. Er war Sportredakteur bei der *Wochenpost*, einer bunten Zeitung für „Politik, Kultur, Wirtschaft, Unterhaltung". Meinhardt war SED-Mitglied – nicht weil er musste, sondern aus Überzeugung. Wie bei vielen wuchsen auch bei ihm im Lauf der Zeit die Zweifel. Immerhin: Ende der 1980er Jahre durfte er auch Sportveranstaltungen im Westen besuchen.

Die Möglichkeit, stellvertretender Chefredakteur der *Wochenpost* zu werden, schlug er aus, weil er keine Lust hatte, die wöchentlichen Anleitungen der Partei seinen Mitarbeitern zu verkünden. Er fühle sich nicht geschaffen für die „Wiedergabe von Borniertheiten". Die Reaktionen waren deutlich: Er wurde von den Kollegen von nun an weitgehend ignoriert. Das geschah also, „wenn man nicht vollzog, was mit einem geplant worden war".

Nach der Wende begann Meinhardt über Außersportliches zu schreiben, ging über den Berliner *Tagesspiegel* zur *Süddeutschen Zeitung* als Reporter. In einer seiner ersten Reportagen schrieb er wenig Schmeichelhaftes über einen „Immobilienmann", dem „halb Westberlin gehört". Dieser stornierte daraufhin seine Anzeigen im Blatt im Wert von rund einer halben Million Mark. Meinhardt rechnete mit dem Schlimmsten. „Der kommt schon wieder", kommentierte sein Chef damals lakonisch. Meinhardt bekam 1999 den Egon-Erwin-Kisch-Preis, 2001 noch einmal den 2. Preis. Es gab Angebote, aber er blieb bei der *Süddeutschen Zeitung*.

2004 begann er über die Deutsche Bank zu recherchieren und schrieb eine zweiteilige Reportage über das (Un-)Wesen des Investmentbankings, die Dominanz des „Zockens", die Risiken von zu geringer Eigenkapitalrendite von Banken. Aber die Reportage wurde nicht abgedruckt. Der Chef des Wirtschaftsressorts der Zeitung hatte ein Veto eingelegt.

> Als die Chefredaktion der *Süddeutschen* seine Recherche über die Deutsche Bank nicht veröffentlichen wollte, fühlte sich Meinhardt an seine Zeit im DDR-Journalismus erinnert.

Meinhardt veröffentlicht die im Angesicht der sich vier Jahre später ereignenden Finanzkrise fast visionäre Reportage in seinem Buch. Und auch Ausschnitte des Mailverkehrs zwischen ihm und der Chefredaktion. Die beharrte auf Änderungen, die

Screenshot

Die *Wochenpost*, DDR-Zeitung für Politik, Kultur, Wirtschaft und Unterhaltung, erschien erstmals 1953 und zum letzten Mal im Dezember 1996

er nicht bereit war vorzunehmen. Am Ende, so sein Befund, standen Meinung gegen Meinung statt Argument gegen Argument. Zum ersten Mal erinnerte er sich an die Situation in der DDR.

Er widmete sich 2008 dem Schreiben eines Romans, was möglich war, weil ihn der Chefredakteur in Ruhe ließ. Er fühlte sich als „Reporter a. D.". 2010 recherchierte er dann wieder. Diesmal zwei Fälle, in denen Rechte bzw. ehemalige Rechte für Straftaten verurteilt wurden, die sie gar nicht begangen hatten. Einmal gab es für den Angeklagten mehr als vier Jahre Haft, bevor sich seine

Unschuld herausstellte. Meinhardt berichtete von dem Richter, der dieses Strafmaß ausgesprochen hatte und der vorher unter erheblichem publizistischen Protesten zweimal mutmaßlich rechtsradikale Angeklagte freigesprochen hatte. Die Reportage wird von der Chefredaktion nicht akzeptiert. Neonazis würden von einer solchen Reportage profitieren und könnten sie als „Testat" für ihre Unschuld nehmen. Meinhardt fühlte sich abermals an die DDR erinnert, wo unbequeme Wahrheiten unterdrückt wurden, weil sie dem „Klassenfeind" Munition liefern könnten.

Sein journalistisches Selbstverständnis ist ein anderes: „Die Realität, wenn es denn eine harte ist, muss geschildert werden, und diese Schilderung soll nicht weichgespült und schon wieder halb zurückgezogen werden durch allseits opportune Relativierungen. Wenn es denn weh tut, die Stücke zu lesen, liegt es nicht an den Stücken, sondern daran, was darin abgebildet wird."

Meinhardt druckt auch diese Reportage in seinem Buch ab. Der Text ist ausgewogen, verharmlost nichts, es sei denn, man versteht Differenzierung bereits als Verharmlosung. Die Chefredaktion der *Süddeutschen* Zeitung war 2010, so muss man heute feststellen, mit der Ablehnung des Textes der Entwicklung zehn Jahre voraus.

> Zeitungen las er fortan nur noch unregelmäßig, immer stärker mit einem Unbehagen.

Eine harmlose Reportage über den einzigen afghanischen Kosmonauten, der jetzt in Deutschland lebt und niedrigere Arbeiten verrichtet, kam durch. Meinhardt traf 2010 eine „Ruhensvereinbarung" mit dem Verlag für insgesamt fünf Jahre. Keine Reportagen mehr, nur noch Glossen. Ansonsten wieder Literatur. Die Verhandlungen mit dem Verlag seiner Romane (Hanser) erstaunen ihn: Man sagte ihm zu, dass nur das gedruckt wird, was er möchte. Das ist ein Unterschied zur Zeitung.

Sein belletristischer Erstling wurde ein Erfolg, bekam sogar einen Preis. Eine Rezension in „seiner Zeitung" gab es nicht, nur einen Text, den er als „Diffamierung" bezeichnet und der eine falsche Inhaltsangabe enthielt, die er dann später in einer anderen Zeitung ebenfalls entdeckte.

„Desillusionierung ist Fortschritt", sagte ihm ein Freund. Er weigerte sich, dies anzuerkennen. Aber 2012 kündigte er bei der *Süddeutschen*. Zeitungen las er fortan nur noch unregelmäßig, immer stärker mit einem Unbehagen. Er entdeckt zu häufig einseitige oder einfach nur unvollständige Darstellungen, das Weglassen, weil etwas nicht in das Bild des Journalisten passt. Er echauffiert sich über einen Artikel in der *Zeit*, der die deutsche Handballnationalmannschaft im rechten Milieu verortet, weil keine Migranten mitspielten. Und das in einem Blatt, in dem mit Giovanni di Lorenzo sein einstiger Mentor aus *Tagesspiegel*-Zeiten der Chefredaktor ist. Was heute zähle, sei eine bestimmte Haltung, nicht mehr die Wirklichkeit. Diese diene nur noch dazu, „die Teile zu reduzieren, die nicht zur Haltung passen, und dafür die Teile über zu betonen, die sich mit der Haltung decken". „Journalisten verhielten sich wie Eisenspäne, die einem Magneten folgen", beobachtet Meinhardt, „und wenn der Magnet, aus welchen Gründen auch immer, seine Lage verändert, folgen die Späne wieder, sie folgen".

> Er will über das berichten, worüber niemand berichtet, weil es unbequem ist und schwierig zu recherchieren.

Aber er versuchte es noch einmal und traf 2017 eine Vereinbarung über drei, vier Texte mit der Chefredaktion der *Süddeutschen*. Er will über das berichten, worüber niemand berichtet, weil es unbequem ist und schwierig zu recherchieren. Man machte eine Ausnahme, da eigentlich nur noch festangestellte Mitarbeiter Reportagen schreiben dürfen. Er begann mit einer Recherche über die amerikanische Airbase Ramstein in Deutschland. Von hier aus werden die Drohnenkriege der USA ermöglicht; rein technisch dient Ramstein als Relaisstation für die Drohnenpiloten, die in den USA sitzen. Es gab vereinzelt Protest. Ein 80-jähriger Rentner, ein Abgeordneter der „Linken", Friedensaktivisten. Das deutsche Grundgesetz, so ihre Argumentation, verbietet, dass von deutschem Boden völkerrechtswidrige Kriegsmaßnahmen ausgehen. Und Ramstein liegt in Deutschland und ist kein exterritoriales Gebiet.

Auch diese Reportage ist im Buch abgedruckt. Ja, sie hat „Schlagseite", das findet nicht nur die Chefredaktion, sondern auch Meinhardt selber. Er versuchte Stellungnahmen von amerikanischen Vertretern zu erhalten. Von deutschen Politikern, dem Verteidigungsministerium. Alle blockierten. Selbst ihre Absagen solle man nicht namentlich zitieren. Meinhardt schrieb ironische Antwortmails auf die Informationsverweigerung. Keine Reaktionen. Wo soll er die Ausgewogenheit hernehmen? Will man den damaligen amerikanischen Präsidenten, Barack Obama, und das transatlantische Verhältnis schonen?

Schließlich bekommt er einen niederschmetternden Bescheid: Nicht nur, dass die Reportage nicht veröffentlicht werden würde. Er durfte „aus juristischen Gründen" ab diesem Moment nicht mehr für die Zeitung schreiben. Welche juristischen Gründe das sind, weiß er bis heute nicht.

Man spürt in Meinhardts Buch immer noch die Verlorenheit, das Fassungslose über das, was sich in den letzten dreißig Jahren im Journalismus vollzogen hat. Besonders empört zeigt er sich, als er nach dem Mord in Chemnitz vom Sommer 2018 in „seiner" Zeitung nur die Schilderung der Ereignisse nach dem eigentlichen Verbrechen, die sogenannten Hetzjagden, thematisiert findet. Die Ursache für die Eskalationen, die Tötung eines 23-jährigen Deutschen durch einen Asylbewerber, wird, so Meinhardt, mit keinem Wort erwähnt. Man konzentrierte sich lediglich auf die Instrumentalisierung der Tat durch rechte Gruppen.

> Meinhardts Furor, der sich in eine immer kleinteiligere Empörung steigert, ist berechtigt.

Wann hatte sich der Journalismus gewandelt? Meinhardt erinnert sich an 1999, als ihm der Leserbriefchef der *Süddeutschen Zeitung* sagte, er sei angewiesen worden, ein bisschen ausgewogener die Meldungen in Bezug auf den Kosovokrieg der NATO zu bringen. Er schlägt im Archiv nach: Im redaktionellen Teil war man ausnahmslos für die kriegerische Intervention (die nicht von den Vereinten Nationen gebilligt war). USA-devote Bellizisten gaben den Ton an. Die Leserbriefe waren zunächst fast alle gegen den NATO-Bombenkrieg in Jugoslawien. So wollte man einen Ausgleich zur unausgewogenen Berichterstattung schaffen. Später dann war man auch hier um Gleichheit bemüht.

Der Ausflug in die Vergangenheit, den Meinhardt hier unternimmt, zeigt: Seine Idealisierung ist fehl am Platz. Jedes politische Medium folgt seit jeher einer redaktionellen Linie. Das bedeutet nicht, dass ab- ▶

weichende Meinungen niemals zu Wort kommen. Aber sie dienen häufig nur als Feigenblätter, werden in hinteren Regionen eines Blatts abgedruckt oder spätabends im Fernsehprogramm in einem Spartensender versteckt. Meinhardts Furor, der sich in eine immer kleinteiligere Empörung steigert, ist berechtigt. Aber er ist mitnichten nur ein Zeichen unserer Zeit. Artikel, die durchsetzt sind mit Tendenzen, Einseitigkeiten und persönlichen Präferenzen des Journalisten, gab es schon immer.

> Legendär ist der fast schon kindische Hass des Spiegel-Gründers und Herausgebers Rudolf Augstein auf den früheren Bundeskanzler Konrad Adenauer.

Beispielsweise beim *Spiegel*. Das deutsche Nachrichtenmagazin mit dem Anspruch, zu „sagen, was ist", führte in seiner Geschichte häufig boulevardeske und verbissene Kampagnen gegen bestimmte politische Politiker und Parteien. Legendär ist der fast schon kindische Hass des Gründers und Herausgebers Rudolf Augstein auf den früheren Bundeskanzler Konrad Adenauer („Der Alte muss weg!") und seinen zeitweiligen Verteidigungsminister Franz-Josef Strauß. In den 1980er Jahren war durchgängig neben der Politik auch die Person des Kanzlers Helmut Kohl Gegenstand von Spott und Häme. Diese Form der Obsession in Bezug auf eine Person trübt den analytischen Blick. Man kann dies beim *Spiegel* bis heute an den teils bizarr überzeichneten Covers zu Donald Trump sehen, die man, wenn überhaupt, bei einem Boulevard-Medium erwarten würde.

Ein anderes Beispiel bietet die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Die „Zeitung für Deutschland" verfolgte in den 1990er Jahren bei der Berichterstattung um die jugoslawischen Sezessionskriege eine streng pro-kroatische Linie, vorgegeben durch den damaligen Mitherausgeber Johann Georg Reißmüller. Alleine in den Jahren 1990 und 1991 hatte Reißmüller „fast 130 Reportagen, Glossen und Leitartikel" mit dieser eindeutigen Tendenz verfasst. Nachträglich blickte die *FAZ* mit Stolz darauf zurück, dass man erfolgreich auf die politischen Entscheidungsträger eingewirkt hatte, Kroation schnellstmöglich diplomatisch anzuerkennen.

Bis heute positionieren sich Medien politisch. Die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* und die *Welt* gelten als eher konservativ, die *Süddeutsche Zeitung* und der *Spiegel* werden deutlich links-liberal eingeschätzt. Publikationen wie die *Tageszeitung* oder das *Neue Deutschland* machen aus ihrer Linkslastigkeit kein Geheimnis. Gleichzeitig sind die Blätter aber auch bemüht, auch ihren Forumscharakter zu betonen; wir sind offen für alle.

> Liegt die Zukunft des Journalismus darin, dass bestimmte Inhalte und Meinungen systematisch ausgeblendet werden?

Inzwischen gibt es sogar Stimmen, die von der zumindest theoretischen Möglichkeit des Meinungspluralismus Abschied nehmen und bestimmte Ansichten aus den Medien verbannen wollen. In diese Richtung weist etwa der von einigen aktivistischen Kolumnisten gelobte Text von Philipp Oehmke auf *Spiegel Online* von Mitte Juni, der ausdrücklich befürwortete, dass bestimmte Inhalte und Meinungen nicht mehr publiziert werden sollen. So goutiert Oehmke ausdrücklich, dass ein leitender Redakteur der *New York Times* demissionieren musste, weil er auf der Meinungsseite eine polarisierende und gegen die „Blattlinie" gerichtete Sicht auf die Einsätze von Soldaten bei den Black-Lives-Matter-Unruhen in den USA vertrat. Der Austausch von Argumenten in den Medien wird damit dezidiert abgelehnt. Gleichzeitig wird damit den Rezipienten die Fähigkeit abgesprochen, sich anhand der vorhandenen Informationen selbstständig ein Bild zu machen.

Denkt man den propagierten „Haltungsjournalismus" konsequent zu Ende, dann würde eine Handvoll Journalisten bestimmen, welche Themen überhaupt medial erwähnt und damit zur Diskussion gestellt werden. Damit einher geht die Dämonisierung des Internets als Quelle von „Hass" und „Hetze". Nur der Journalismus sei in der Lage, dies einzuordnen. Aber wie soll eine solche Einordnung stattfinden, wenn „Haltung" statt Wahrhaftigkeit in den Nachrichten dominieren? Wer bestimmt, was Hass, was Hetze ist? Und was passiert, wenn bestimmte Nachrichten unterdrückt würden, nur, weil man damit eventuell Beifall von der falschen Seite erhielte?

Bestenfalls gibt es für eine abweichende oder ergänzende Ansicht nur noch maximal den separaten Text. So werden beide Seiten zufriedengestellt, ohne dass sie mit dem anderen Standpunkt konfrontiert würden. Es geht nur noch um Selbstvergewisserung. Dialog oder eine dialektische Auseinandersetzung mit dem Anderen ist unerwünscht.

> In seinem Buch nennt Meinhardt keine Namen. Weder von denen, die er kritisiert, noch von seinen Förderern. So muss man sich alles ergoogeln, und man fragt sich, warum.

Meinhardt dokumentiert einen leisen Abschied von einem Ideal, das es vielleicht so nie gegeben hat. Gegen Ende des Buches wird er ein bisschen beckmesserisch, seine Kritik an der Russland-Berichterstattung in deutschen Medien überzeugt nicht durchgängig. Er bleibt jedoch stets besonnen, und in einem Punkt beweist er trotz aller Kritik einen merkwürdigen Korpsgeist: Er nennt keine Namen. Weder von denen, die er kritisiert, noch von seinen Förderern. So muss man sich alles ergoogeln, und man fragt sich, warum.

In der Mitte des Buches erwähnt Meinhardt den Begriff des Leitmediums, der ihm bisher nie besonders aufgefallen war. Er gibt ihm eine neue Bedeutung: „Jetzt denke ich mir, der Folgsame ist doch Teil der Leitmedien, und sein Kollege ist es auch, einer leitet den anderen, und zusammen leiten sie die Leser und nehmen sie mit in ihre verdrehte Welt, ist das der Inhalt des Begriffs?" Ja, so könnte es inzwischen sein: Leitmedien leiten nicht den Diskurs der Nachrichten, sondern über die gefilterten Inhalte den Leser. „Haltungsjournalisten" erklären, was richtig und falsch ist. Und sie machen noch nicht einmal einen Hehl daraus.

Lothar Struck *lebt in Augsburg. Er veröffentlicht Forschungsbeiträge auf Handkeonline, schreibt Artikel und Rezensionen für Medienwoche.ch, manuskripte, Literaturkritik.de, Literaturkritik.at, für den Südwestrundfunk, die Kleine Zeitung und Die Furche. Er ist Redakteur des Online-Literaturmagazins Glanz und Elend und betreibt seit 2006 die Website Begleitschreiben, laut Deutschlandfunk eines der wichtigsten deutschsprachigen Literaturblogs.*

Foto: Peter Hassiepen

Birk Meinhardt – in der DDR Journalist bei der *Wochenpost*, später preisgekrönter Reporter der *Süddeutschen Zeitung*

Wie reflektieren Journalisten das fragil gewordene Verhältnis zu ihren Lesern, zu den Strukturen, in denen sie arbeiten, zu ihren Arbeitgebern, zum Ethos ihres Berufs?

Wie ich meine Zeitung verlor

Gestandene Journalisten, die den Bettel hinwerfen, sie werden mehr. Der ehemalige *SZ*-Redakteur Birk Meinhardt hat dem Thema „Schluss mit Journalismus" nun ein komplettes Buch gewidmet.

Er ist jung und eifrig. Er ist stolz auf sich und auf die große Zeitung, bei der er arbeiten darf. Er genießt es, die Dinge kühl und gegebenenfalls scharf niederschreiben zu dürfen, er genießt es umso mehr, da es in seinem vorherigen journalistischen Leben nicht möglich war; er ist der erste Ostler in der Redaktion. Zunächst arbeitet er im Sportressort, dann als Reporter. Über Jahre geschieht und gelingt alles wie selbstverständlich, weit ist diese Welt hier und offen – bis das Vorherige, das Bedrängende von Neuem aufscheint, in eleganterer Form, mit dramatischen Folgen … „Immer heißt es, wir müssen uns unsere Geschichten erzählen, von Ost nach West und zurück, aber wenn man's tut, und es ist ja schon eine riesige Entblößung, es zu tun, dann wird abgewunken und gesagt: Lass doch dein Moralisieren."

Seine Geschichte führt auch zu der Frage, die sich vielen Lesern bei der Zeitungslektüre stellt: Was denken sich Reporter und Kommentatoren eigentlich bei dem, was sie schreiben? Machen sie routiniert ihren Job, verfolgen sie ein höheres Ziel, sind Ehrgeiz oder Gefallsucht, Recherchelust und Aufdeckungsfreude im Spiel? Ist es von Aufklärungsfuror oder von Interesse, ist es von Vernunft oder der Meinung des Chefredakteurs geleitet? Aus diesen Fragen und Zweifeln speist sich ein seit Jahren wachsendes Misstrauen gegen die Presse, das sich in wütenden Protesten, in rechten Propagandalosungen, in dumpfen Ressentiments ebenso wie in scharfsinniger Kritik und nüchternen wissenschaftlichen Analysen niederschlägt. Wie aber reflektieren die betroffenen Journalisten das fragil gewordene Verhältnis zu ihren Lesern, zu den Strukturen, in denen sie arbeiten, zu ihren Arbeitgebern, zum Ethos ihres Berufs?

Birk Meinhardt, der lange für eine Tageszeitung gearbeitet hat, gehört zu den wenigen, die sich einer genauen Selbstbefragung unterzogen haben und ihre Position auf dem brüchigen Pflaster des Medienbetriebs zu orten versuchen. Seine Geschichte ist die eines leidenschaftlichen Journalisten, der als erster Ostler in der Redaktion eines angesehenen Blattes arbeitet und lange blind bleibt für die Widerstände, auf die seine Arbeit zunehmend trifft. Es ist die Geschichte einer Ernüchterung und – schließlich – einer Entzweiung. Er hat sie aufgeschrieben und stellt sie in die aufgeregten Diskussionen auf dem Feld, wo um Meinungsfreiheit ge- und die vermeintliche „Lügenpresse" bekämpft wird. Ist er ein Held der Pressefreiheit, ein Nestbeschmutzer, ein Ankläger, oder ist er einfach nur überempfindlich?

Birk Meinhardt

Birk Meinhardt, geboren 1959 in Berlin-Pankow, studierte Journalistik an der Karl-Marx-Universität Leipzig und war Sportjournalist bei der *Wochenpost*, der *Jungen Welt*, dem *Tagesspiegel* und von 1992 bis 1996 bei der *Süddeutschen Zeitung*. Für Letztere arbeitete er von 1996 bis 2012 als Reporter. Seitdem lebt er als Schriftsteller am Rande Berlins. Er erhielt den Kisch-Preis 1999 und 2001 sowie den Stahl-Literaturpreis 2013. Im selben Jahr war er für den Preis der Leipziger Buchmesse nominiert. Zuletzt erschienen von ihm die Romane „Brüder und Schwestern. Die Jahre 1973 bis 1989" sowie „Brüder und Schwestern. Die Jahre 1989 bis 2001".

Birk Meinhardt
Wie ich meine Zeitung verlor
Ein Jahrebuch
ISBN 978-3-360-01362-0
Preis: 15 Euro

Alle Daten dem Staat

Von Andrew Weber

Wieder muss das Bundesverfassungsgericht korrigieren, was die Politik verbockt hat. Dieses Mal handelt es sich um die sogenannte „Bestandsdatenauskunft". Die Karlsruher Richter befanden, dass Strafverfolger und Nachrichtenbehörden zu leichtfertig persönliche Daten wie die Anschrift eines Telefonanschlussinhabers, zugewiesene IP-Adressen oder gar Passwörter für E-Mail-Konten abfragen und zum Teil gar an ausländische Institutionen weitergeben.

Besonders eilig hatte es das Bundesverfassungsgericht nicht, die Regelungen zur Bestandsdatenauskunft zur Korrektur an die Politik zurückzuverweisen: Bereits 2013 reichten die Bürgerrechtler Patrick Breyer und Katharina Nocun gegen das bestehende Gesetz Klage ein, das im selben Jahr von der Regierungskoalition „Merkel II" mit den Stimmen der Fraktion von CDU/CSU, FDP und SPD verabschiedet wurde. Erst am 17. Juli 2020 wurde das Gesetz endlich kassiert: „Mit heute veröffentlichtem Beschluss hat der Erste Senat des Bundesverfassungsgerichts § 113 des Telekommunikationsgesetzes (TKG) und mehrere Fachgesetze des Bundes, die die manuelle Bestandsdatenauskunft regeln, für verfassungswidrig erklärt."[1] So das Bundesverfassungsgericht in seiner Presseerklärung.

Zwar beanstandete das Gericht nicht das grundsätzliche Begehren nach Bestandsdaten, jedoch seien die Hürden zur Abfrage viel zu niedrig. Die Bundesrichter entschieden, dass es unzulässig sei, „einen Datenvorrat zu schaffen, dessen Nutzung je nach Bedarf und politischem Ermessen der späteren Entscheidung verschiedener staatlicher Instanzen überlassen bleibt".

Weiter hieß es, dass der Paragraf 113 Abs. 1 Satz 1 TKG das manuelle Auskunftsverfahren sehr weit öffne, indem er „Auskünfte allgemein zum Zweck der Gefahrenabwehr, zur Verfolgung von Straftaten oder Ordnungswidrigkeiten sowie zur Erfüllung nachrichtendienstlicher Aufgaben erlaubt

Demonstration in der Innenstadt von München. Strafverfolgungsbehörden oder der Verfassungsschutz können dabei auch Daten von völlig unbeteiligten Bürgern sammeln

Foto: PIXABAY

Übergabe der Unterschriften zur Verfassungsbeschwerde gegen die Bestandsdatenauskunft im Jahr 2013

Foto: CC BY Michael Brueckner

und dabei keine ihre Reichweite näher begrenzenden Eingriffsschwellen enthält".

Kurz: Ermittler dürfen nicht anlasslos auf die Daten von Internet- und Mobilfunknutzern zugreifen und diese horten. Eine Selbstverständlichkeit, könnte man meinen. Dem ist aber nicht so.

Grundsätzlich zu unterscheiden ist zwischen der automatisierten und der manuellen Bestandsdatenabfrage. So wurden 2018 von den Behörden fast 14 Millionen Bestandsdaten der Bundesnetzagentur zum Inhaber einer Telefonnummer abgefragt. Diese können mehr als 100 staatliche Stellen über verpflichtend zu installierende Schnittstellen bei Telefondienstleistern erfahren – und alles erfolgt automatisch, ohne dass die Unternehmen etwas davon mitbekommen.

2018 wurden von den Behörden fast 14 Millionen Bestandsdaten der Bundesnetzagentur zum Inhaber einer Telefonnummer abgefragt.

Bei der manuellen Bestandsdatenabfrage geht es um zugewiesene IP-Adressen, die Passwörter zum Einloggen in E-Mail-Accounts oder Handy-Pins. Der Zugang zu diesen Informationen muss nun neu geregelt werden.

Was heute bereits möglich ist, sei an einem fiktiven Beispiel erklärt: Stellen Sie sich vor, Sie verbringen als Berliner ein paar Tage in München und möchten jemandem ein Souvenir mitbringen. Sie schauen sich erst am Stachus um, finden nichts, was Ihnen gefällt und schlendern deshalb durch die Fußgängerzone zum Marienplatz. Währenddessen findet eine Demo statt. Nichts Ungewöhnliches in einer Großstadt und der Karlsplatz ist beliebt bei politischen Demonstrationen jeglicher Art. Wir bedienen uns hier bei „Monty Python" und behaupten, die „Volksfront von Judäa" will auf bestimmte Missstände hinweisen.

Während Sie zum Marienplatz spazieren, zieht langsam der Demonstrationszug der „Volksfront von Judäa" hinter Ihnen her. Politisch eint sie überhaupt nichts, beim Schaufensterbummel und mit Kopfhörern im Ohr haben Sie von der Gruppe nichts mitbekommen. Auch nicht, als Sie am Ende ▶

gemeinsam am Isartor stehen, wo Ihnen nach einiger Zeit die politische Vereinigung erstmals auffällt. Man reicht Ihnen einen Flyer, den Sie desinteressiert in Ihre Tasche stecken. Sie gehen weiter zum Viktualienmarkt, wo Sie endlich die passenden Geschenke für die Lieben daheim finden.

Bei der manuellen Bestandsdatenabfrage geht es um zugewiesene IP-Adressen, die Passwörter zum Einloggen in E-Mail-Accounts oder Handy-Pins.

Eine anscheinend völlig belanglose Aneinanderreihung von Zufällen, denken Sie? Dann denken Sie nicht wie Strafverfolgungsbehörden oder der Verfassungsschutz. Denn mittels einer Funkzellenabfrage ist Ihre Handynummer längst erfasst worden, ebenso, dass Sie den gleichen Weg vom Stachus zum Isartor nahmen. Und wenn nun einer der Teilnehmer der Demo im selben Zug von München nach Berlin unterwegs nach Hause ist, braucht es nicht mehr viel, dass Sie Besuch vom Verfassungsschutz bekommen. Schließlich weiß man bereits, wo Sie wohnen. Durch Ihre Social-Media-Aktivitäten ist auch bekannt, dass Sie für die Legalisierung von THC-haltigen Produkten sind. Fällt nun einer Ihrer Nachbarn wegen des Besitzes von Haschisch und oder Sympathien für die „Volksfront von Judäa" auf, könnte es auch an Ihrer Tür klingeln. Hoffentlich haben Sie dann nicht noch den Flyer in der Hosentasche und auch keine Cannabis-Plantage im Schlafzimmerschrank, wenn Besuch von der Staatsmacht kommt.

Zufällige Funde, zum Beispiel von illegalen Substanzen, die gegen geltende Gesetze verstoßen, dürfen in Deutschland, anders als in den USA, zur Anzeige gebracht und gegen Sie verwandt werden. Dumm gelaufen. Zu weit hergeholt, denken Sie? Vielleicht ein wenig. Und doch nicht unmöglich. Diese Art von Rasterfahndung kommt schon seit langem zur Anwendung.

Eines der prominentesten Beispiele ist die Ermordung des Münchner Modedesigners Rudolph Moshammer im Januar 2005. Der exzentrische Boutiquenbesitzer hatte eine gefährliche Marotte, er suchte sich im Münchner Bahnhofsviertel Männer, die er in seinem Luxusauto mit nach Hause nahm, um eine Liebesnacht mit ihnen zu verbringen. Dies ging lange gut, bis er auf Herisch A. traf. Dieser erwürgte Moshammer in der Nacht des 14. Januar 2005, und in weniger als 48 Stunden konnte der Täter gefasst werden. Sensationell und ganz bestimmt eine gute Sache, dass der Mörder so schnell überführt werden konnte, dies würde niemals jemand bezweifeln. Doch wie konnte Herisch A. innerhalb von wenigen Stunden ermittelt und verhaftet werden? Die Polizei bediente sich dazu zweierlei Mittel: Zuerst führte sie eine Funkzellenabfrage in der Nähe des Hauptbahnhofs durch, wo die auffällige Limousine des Krawattenhändlers in der Nähe einer großen Spielhalle gesehen wurde. Dann checkte man, wer von dort nach Grünwald, dem Wohnsitz von Moshammer, fuhr – immer die eingebuchten Mobilfunknummern im Blick. Da war der Kreis möglicher Verdächtiger schon stark eingegrenzt. Doch zum Verhängnis wurde dem Täter eine „Fahrlässigkeit" der Ermittlungsbehörden. Denn, und das ist der zweite, entscheidende Punkt: Herisch A. hatte lange vor dem Mord freiwillig eine Speichelprobe im Zusammenhang mit einer anderen Straftat abgegeben, bei der er sich als unschuldig herausstellte. Obwohl die DNA-Probe hätte gelöscht werden müssen, war dies nicht geschehen. Ein Abgleich seiner DNA mit der, die am Tatort sichergestellt wurde, überführte den Täter, der dann auch unmittelbar das Verbrechen gestand.

Damit hier kein Missverständnis aufkommt: Dass der Mörder von Rudolph Moshammer gefasst und er seiner gerechten Strafe zugeführt wurde, ist gut und richtig. Jedoch soll anhand dieses und des zuvor genannten Beispiels aufgezeigt werden, mit welchen Methoden Strafermittlungsbehörden arbeiten und dass einmal erfasste Daten mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit niemals gelöscht werden. Was Polizei, Verfassungsschutz oder Zoll einmal im System haben, bleibt da drin, wenn irgend möglich.

Es dient ja leider nicht immer der guten Sache, wenn Daten erhoben und gespeichert werden, wie etwa bei den Ermittlungen, die zur Ergreifung des Mörders von Herrn Moshammer führten.

Die Begehrlichkeit nach immer mehr Daten wird zunehmen. So machten jüngst die bayerischen Ermittlungsbehörden wieder auf sich aufmerksam. Sie nutzten die Daten von Gästelisten aus Restaurants, Cafés oder Biergärten – die wegen der Covid-19-Pandemie verpflichtend von den Gaststättenbetreibern erhoben werden müssen –, um vermeintliche Straftäter zu ermitteln.

Neunmal soll die bayerische Polizei (Stand: 8/2020) bisher auf Gästelisten zugegriffen haben, wie Netzpolitik.org berichtet. Netzpolitik wollte Genaueres vom Bayerischen Innenministerium wissen, aus welchem Grund die Daten abgefragt wurden. Dies teilte lapidar mit: „Die Verfahren reichten von gravierenden Eigentumsdelikten bis hin zu Tötungsdelikten (…). Die Polizeidienststellen hätten weder eine Meldeverpflichtung gegenüber dem Ministerium, noch könne dieses detaillierte Auskünfte in laufenden Ermittlungsverfahren erteilen." [2]

Immerhin, die manuelle Bestandsdatenauskunft muss nachgebessert werden. Es ist jedoch sehr wahrscheinlich, dass dies widerwillig und voller Ausnahmen und Hintertüren umgesetzt wird. Patrick Beuth von *Spiegel Online* brachte es zu diesem Thema auf den Punkt: „Es wirkt, als sei die Legislative in Deutschland schlicht unfähig, ein verfassungsgemäßes ‚Sicherheitsgesetz' zu entwerfen und den Schutz der Bürgerinnen und Bürger vor künftigen Regierungen gleichberechtigt mitzudenken."

Die manuelle Bestandsdatenauskunft muss nachgebessert werden. Es ist sehr wahrscheinlich, dass dies widerwillig und voller Ausnahmen und Hintertüren umgesetzt wird.

Was die Umsetzung angeht, war das Bundesverfassungsgericht ohnehin sehr großzügig: Erst bis Ende 2021 muss die Bundesregierung nachbessern. Bis eine neue Regelung in Kraft tritt, dürfen die Behörden weiterhin Daten nach der derzeitigen Regelung abfragen. Dass sie davon Gebrauch machen, ist gewiss.

[1] https://www.bundesverfassungsgericht.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2020/bvg20-061.html
[2] https://netzpolitik.org/2020/bayern-polizei-nutzt-corona-kontaktlisten-fuer-drogenermittlungen

RSF REPORTER OHNE GRENZEN

Dieses Virus infiziert auch die Pressefreiheit

Im Kampf gegen die Covid-19-Pandemie wird die Pressefreiheit in vielen Ländern massiv eingeschränkt. Regierungen erhalten Sondervollmachten, Notstandsgesetze erschweren die Berichterstattung und es drohen hohe Strafen für angebliche Falschnachrichten. Damit Menschen sich und andere effektiv vor der Verbreitung des Virus schützen können, brauchen sie umfassende und unabhängige Informationen.

Erfahre mehr unter reporter-ohne-grenzen.de/corona

Die Medienkritik-Website *Übermedien* von Stefan Niggemeier (rechts) und seinem Kompagnon Boris Rosenkranz startete Anfang 2016

Foto: Bernd Lammel

Mit Übermedien über Medien reden

Stefan Niggemeier und Boris Rosenkranz haben es geschafft: Sie sind zu echten Medienunternehmern geworden. Ihre Seite *Übermedien*, den meisten Lesern wohl als „Uebermedien" bekannt, trägt sich. Ein Redaktionsleiter wurde eingestellt, es gibt einen festen Stamm von freien Mitarbeitern. Medienkritik als Fulltimejob. Ein Interview.

? Kurz nach der Gründung von *Übermedien* haben wir schon einmal ein Interview mit Euch geführt. Damals hattet Ihr den Wunsch, dass Ihr von der Medienkritik-Website gut leben könnt. Ist Euer Wunsch in Erfüllung gegangen?

! **Boris Rosenkranz:** Ja. Wir können davon leben. *Übermedien* ist in den vergangenen – fast – fünf Jahren gewachsen. Wir sind mit der Entwicklung und dem derzeitigen Stand sehr zufrieden.

? Geht es etwas genauer?

! **Boris Rosenkranz:** Wir konnten Anfang 2020 einen Redaktionsleiter fest einstellen, haben inzwischen fast 5 000 Abonnentinnen und Abonnenten und finanzieren uns gut. Das kann so weitergehen.

Stefan Niggemeier: Es reicht für uns, und wir können dem Redaktionsleiter ein ordentliches Gehalt zahlen. Und: Wir zahlen den freien Mitarbeitern Honorare – von Anfang an.

> Als wir mit Übermedien gestartet sind, haben wir sehr bewusst entschieden, dass wir uns mit Abonnenten finanzieren wollen und nicht mit Werbung.

? Wie viele freie Mitarbeiter schreiben für *Übermedien*?

! **Boris Rosenkranz:** Es gibt Autorinnen und Autoren, die häufiger schreiben und die deshalb enger an *Übermedien* angebunden sind, und es gibt welche, die nur ab und an einen Gastbeitrag schreiben. Seit der Gründung sind es etwa hundert Autorinnen und Autoren gewesen.

Stefan Niggemeier: Ich würde sagen, es ist ein gutes Dutzend Autorinnen und Autoren, die zum festen Stamm gehören.

Boris Rosenkranz: Im Moment schreiben einige feste Kolumnistinnen und Kolumnisten für *Übermedien* – zum Beispiel Samira El Ouassil und Michalis Pantelouris, der auch lange die Kolumne „Bahnhofskiosk" geprägt hat. Außerdem gibt es zwei Kollegen, die sich der Podcast-Kritik widmen.

? Fühlt Ihr Euch noch als Journalisten oder schon als Medienunternehmer?

! **Stefan Niggemeier:** Medienunternehmer sind wir schon mit der Unternehmensgründung von *Übermedien* geworden – das fühlte sich auch so an, als wir beim Notar saßen, um die GmbH beurkunden zu lassen. Neu ist tatsächlich, dass wir inzwischen auch Arbeitgeber geworden sind, weil wir einen Redaktionsleiter eingestellt haben. Ich hätte mir nie wirklich vorstellen können, dass ich mal Arbeitgeber sein würde! Jürn Kruse ist aus einer Festanstellung bei der taz zu uns gekommen. Ich fand das einen besonderen Moment der Verantwortung.

? Ihr habt nicht eine Minute gezögert und gedacht, das Risiko könnte zu groß werden, wenn Ihr expandiert?

! **Stefan Niggemeier:** Naja, wir sind ja noch nicht auf dem Weg zu einem Großkonzern. Und dass *Übermedien* mehr sein soll als ein kleines Hobbyprojekt, stand von Anfang an fest.

Boris Rosenkranz: Knapp fünf Jahre nach der Gründung von *Übermedien* war es höchste Zeit, dass jemand in unser Team

Boris Rosenkranz im Juli 2020

Stefan Niggemeier im Juli 2020

Fotos: Bernd Lammel

kommt, der uns unterstützt. Aber ich glaube auch, wenn wir beide in uns gehen, sind wir immer noch mehr Journalisten als Unternehmer. Wir denken lieber über gute Texte und Videos nach als über Zahlen.

Stefan Niggemeier: Wir sind noch mitten im Lernprozess. Wir wollen weiter wachsen und wenn möglich weitere Kollegen – und vor allem Kolleginnen! – einstellen. Und wir wollen noch professioneller arbeiten.

Boris Rosenkranz: Und natürlich werden wir auch ein Verlagshaus für *Übermedien* bauen, weil sich das gerade steuerlich bestimmt gut rechnet.

? Die Medien stecken schon länger in einer großen Krise – besonders die Tageszeitungen, von denen es möglicherweise in vier bis fünf Jahren viele nicht mehr geben wird. Ihr expandiert – geht die Krise an Euch vorbei?

! **Stefan Niggemeier:** Es ist tatsächlich so, dass die Krise an uns vorbeigeht. Als wir mit *Übermedien* gestartet sind, haben wir sehr bewusst entschieden, dass wir uns mit Abonnenten finanzieren wollen und nicht mit Werbung. Was wir nicht auf dem Zettel hatten: dass sich diese Entscheidung knapp fünf Jahre später als Glücksfall in der Krise herausstellt. Wir haben keine Werbeeinbrüche, und unsere Abozahlen wachsen – trotz Krise. Unser Geschäftsmodell ist tatsächlich ein Glücksfall.

Boris Rosenkranz: Im Moment sind wir sehr entspannt und sehr optimistisch, aber wir wissen auch nicht, ob das in Zukunft so weitergeht oder ob wir die Wirtschaftskrise nicht doch noch zu spüren bekommen.

Stefan Niggemeier: Es gibt auch bei uns Leser, die ihr Abo kündigen und uns schreiben: „Kann es mir gerade nicht mehr leisten, ich muss sparen." Aber das ist nicht erst seit Corona so, so etwas gab es vorher auch. Im Moment spüren wir da keine besondere Kündigungswelle.

? Offenbar gibt es genug Themen, die Eure Leser spannend finden?

! **Boris Rosenkranz:** Offensichtlich. Beispielsweise die große Drosten-*BILD*-Auseinandersetzung neulich. Die war Thema in fast allen Medien, aber die Leute kommen zu uns, weil sie unsere Meinung dazu interessiert. Und einige bleiben dann und kaufen ein Abo.

? Niggemeier und Rosenkranz haben *Übermedien* zu einer Marke gemacht?

! **Boris Rosenkranz:** Auf jeden Fall.

? Die Marke *Übermedien* ist inzwischen fest etabliert?

! **Boris Rosenkranz:** Wichtig ist, dass es uns gelungen ist, die Marke *Übermedien* mit relevanten und spannenden Inhalten zu füllen. Und aus der Marke *Übermedien* gehen weitere Marken hervor. Die tolle Kollegin Samira El Ouassil zum Beispiel. Sie hat bei uns angefangen, Kolumnen zu schreiben, und ist inzwischen selbst eine sehr starke und sehr gefragte Marke. Schreibt für den *Spiegel*, wird auf Podien und in Sendungen eingeladen, kürzlich etwa zu Anne Will. Ganz großartig.

Stefan Niggemeier: Wir freuen uns sehr, dass sie die Aufmerksamkeit bekommt, die sie verdient. Sie ist klug, schreibt gut und originell und hat Humor!

? Aber jede Marke braucht auch ein wenig Marketing. Seid Ihr dafür offen?

! **Stefan Niggemeier:** Ein Business-Fachmann würde sicher sagen, dass mehr Marketing gut für uns wäre, und uns vielleicht eine Kampagne empfehlen, auch mehr mit unserer Unabhängigkeit zu werben. Für uns ist immer noch der naheliegendere Gedanke, möglichst viel Energie und Herzblut in unsere Arbeit zu investieren – und dann zu hoffen, dass sich das rumspricht und auszahlt.

? Eure Zielgruppe sind Journalisten oder Medieninteressierte. Gibt es eine Statistik, wer genau eure Leser sind?

! **Stefan Niggemeier:** Unsere Zielgruppe sind definitiv die kritischen Mediennutzerinnen und -nutzer. Bei einer Umfrage unter unseren Abonnenten kam heraus, dass etwa ein Drittel beruflich etwas mit Medien zu tun hat. Wir freuen uns natürlich, wenn uns die Kolleginnen und Kollegen lesen, aber wir verstehen uns nicht als Branchendienst.

? Wenn Ihr Eure Zielgruppe erweitern wolltet, um noch mehr Leser zu erreichen: Würdet Ihr Euch auch anderen Medien öffnen – zum Beispiel Filmkritiken, um ein breiteres Publikum anzusprechen und die Abozahlen zu steigern?

! **Stefan Niggemeier:** Film eher nicht, aber andere Medien auf jeden Fall. Wir wollen uns stärker auch dem widmen, was zum Beispiel auf YouTube, TikTok oder Instagram passiert – über YouTube hatten wir am Anfang schon mal eine Kolumne.

Boris Rosenkranz: Es wäre gut und wichtig, dort die jüngere Generation anzusprechen, um sie für einen kritischen Blick auf Medien zu begeistern.

Stefan Niggemeier: Umso mehr hat es uns gefreut, dass Rezo uns in seinem Video über die Presse empfohlen hat – ein „Shoutout"!

? Bevor wir zu Rezo kommen: Wer entscheidet bei Euch über die Themen? Gibt es Themenkonferenzen? Entscheidet Ihr oder entscheidet der Redaktionsleiter?

! **Boris Rosenkranz:** Jeder bringt Themen mit und dann …

Stefan Niggemeier: … reden wir alle drüber. Wir sind nicht hierarchisch und besprechen alle Themen in der Redaktion. In Corona-Zeiten haben wir im Homeoffice tatsächlich jeden Morgen eine Konferenz gemacht und systematischer als sonst diskutiert: Welches Thema müssen wir exakter abklopfen? Welche Themen haben eine hohe Relevanz? Welche Themen könnten uns Abonnenten bringen? ▶

Boris Rosenkranz: Es gibt auch mal ein Thema, das einem von uns ganz besonders am Herzen liegt, weil er sagt: „Hierfür kann ich mich begeistern" oder: „Darüber ärgere ich mich ganz besonders". Das können auch Themen sein, die vielleicht nicht so viele Leser finden und die sehr wahrscheinlich auch keine Abos generieren, aber wir machen solche Themen trotzdem, wenn sie uns wichtig sind.

? Es ist ein großer Luxus, wenn man das tun kann.

! **Stefan Niggemeier:** Ein sehr großer Luxus, und ich habe fast täglich dieses „Luxusgefühl", wenn ich mir klarmache, welche Freiheiten wir haben, über das zu berichten, was wir für wichtig oder interessant halten.

? Ihr habt es geschafft, unabhängig zu bleiben?

! **Stefan Niggemeier:** Auf jeden Fall. Wir wollten nicht, dass uns ein Verlag sagt, was wir tun dürfen und was nicht. Unabhängigkeit ist ein Luxus – aber auch absolut fundamental für unsere Arbeit.

? Welche Voraussetzungen muss ein Autor haben, der für *Übermedien* schreiben möchte?

! **Stefan Niggemeier:** Erst mal ein interessantes Thema.

Boris Rosenkranz: Und eine Grundkompetenz in „Wie schreibe ich einen Text".

Stefan Niggemeier: Jede interessierte Autorin oder jeder interessierte Autor kann uns gern Vorschläge schicken. Natürlich hilft ein neugieriger oder kundiger Blick auf die Medien: auf ihre Inhalte und wie sie entstehen.

Boris Rosenkranz: Thematisch sind wir zwar nicht festgelegt, aber die Medienthemen müssen schon eine gewisse Relevanz haben und dürfen nicht zu kleinteilig sein. Wir haben zwar kein niedergeschriebenes, aber schon ein inneres Raster, das wir bei der Entscheidung ansetzen.

? Gibt es auch Themen, die Euch von Lesern angeboten werden?

! **Boris Rosenkranz:** Natürlich. Es gibt Leserinnen und Leser, die schreiben uns, sie seien über irgendeine Sache gestolpert, die wir uns mal ansehen sollen, und dann sind daraus schon oft gute Geschichten geworden.

Stefan Niggemeier: Es gibt aber auch Widerstand und Protest von Lesern, die sagen: „Warum schreibt Ihr das auf *Übermedien*, helft Ihr damit nicht der falschen Seite?" Aber wir wollen Medien nicht aus einer bestimmten politischen Position heraus kritisieren. Es soll möglichst vielfältig sein.

Ich habe fast täglich dieses „Luxusgefühl", wenn ich mir klarmache, welche Freiheiten wir haben, über das zu berichten, was wir für wichtig oder interessant halten.

? Trotzdem geht es auch um Haltung.

! **Stefan Niggemeier:** Mit dem Wort Haltung tue ich mich schwer. Oft ist unklar, was damit konkret gemeint ist, und schnell wird es missverstanden. Unter der richtigen „Haltung" würde ich ganz elementare Dinge verstehen, die ein Journalist mitbringen sollte, wenn er für *Übermedien* schreiben möchte: neugierig, offen und kritisch zu sein.

? Und mutig? Ihr habt inzwischen ja einige „Feinde".

! **Stefan Niggemeier:** Natürlich haben wir uns im Laufe der Zeit einige Lieblingsgegner erschrieben. Aber von Mut würde ich da nicht sprechen. Es ist doch einfach die Aufgabe von Journalismus, sich auch mit Leuten anzulegen, und ich habe nicht das Gefühl, dass man dafür bei uns besonders mutig sein muss.

? Journalismus scheint sich immer weniger finanzieren zu lassen. Sogar bei Springer werden mehr als 800 Journalisten „freigesetzt". Die gehen entweder zum Amt oder in die PR. Wie erklärt Ihr Euch die Tatsache, dass nicht mehr Journalisten „vorbeugen" und zum Beispiel kleine Medienunternehmen gründen, um sich ein zweites Standbein zu schaffen? Dass es mit dem Journalismus bergab geht, war ja schon seit Jahren sichtbar.

! **Boris Rosenkranz:** Wer über Jahre mit Festgehalt angestellt war, musste kein Risiko eingehen, und viele denken vielleicht: So schlimm wird es schon nicht werden. Natürlich ist es schon auch ein Schritt: einen Blog aufzusetzen, ihn mit Inhalt zu füllen, das kann jeder relativ schnell machen. Aber ein Medienangebot professionell und profitabel zu betreiben, ist etwas völlig anderes. Manche haben nicht den Mut, sich selbstständig zu machen, oder einfach keine Lust. Völlig okay. Als wir damals gründeten, sagten mir die Kollegen: „Dass du etwas Eigenes gründest, das würde ich mir nicht zutrauen." Aber warum eigentlich nicht?

Stefan Niggemeier: Klar war es auch für uns riskant zu sagen, wir verlassen die festen Strukturen eines Verlages oder Senders und machen unser eigenes Ding. Nur ist es inzwischen fast risikoreicher, irgendwo festangestellt zu sein und nicht zu wissen: Gibt es meinen Job morgen noch? Und in den vergangen zehn Jahren hat sich das Risiko weiter verschärft. Wer früher eine Festanstellung bei der *FAZ* hatte, ging davon aus, dass er die bis zur Rente sicher hat. Inzwischen glaube ich, dass selbst bei der *FAZ* viele Kollegen dieses Gefühl der Sicherheit heute nicht mehr haben.

? Bleiben wir noch bei der Finanzierung des Journalismus. Tichy oder Steingart sind zwei Medienunternehmer, die offenbar mit Journalismus Geld verdienen.

! **Boris Rosenkranz:** … und Steingart hat jetzt ein Schiff und hoffentlich immer eine Handbreit Wasser unter dem Kiel.

Stefan Niggemeier: Steingart ist ja offenbar ziemlich erfolgreich mit seinen Podcasts und Newslettern. Ich verstehe nicht ganz, warum Leute das lesen oder hören wollen, aber das muss ich ja auch nicht. Ich habe Respekt davor, dass er etwas Eigenes aufbaut. Aber der nötige Mut und das Risiko sind natürlich deutlich kleiner, wenn sich herausstellt, dass sein Medienunternehmen von Springer mitfinanziert wird.

? Es hat ein „Gschmäckle", wenn man Geld von Springer nimmt?

! **Stefan Niggemeier:** Vor allem hat es dann nicht die von ihm behauptete Unabhängigkeit. Schlimmer finde ich vor die-

---

Stefan Niggemeier, *Jahrgang 1969, hat BILDblog gegründet und als Redakteur die Medienseite der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung aufgebaut. Er hat unter anderem für Friedrich Küppersbuschs Tagesschaum und den Spiegel gearbeitet. Seit 2017 kommentiert er mittwochs auf Radio Eins und redet mit Sarah Kuttner im Podcast „Das Kleine Fernsehballett" über Fernsehserien.*

Boris Rosenkranz, *Jahrgang 1980, war Redakteur bei der taz, hat beim Norddeutschen Rundfunk volontiert und für verschiedene NDR-Redaktionen gearbeitet, insbesondere für das Medienmagazin ZAPP. Seit 2016 ist er regelmäßiger Autor bei Extra 3 und moderiert gelegentlich das Kultur-Ressort der Tagesschau24.*

sem Hintergrund, wie abfällig sich Steingart über werbefinanzierten Journalismus äußert, als disqualifiziere der sich von selbst. Man kann mit gutem Recht über die Probleme der Werbefinanzierung diskutieren, allerdings nicht, wenn man wie er aus einer fremdfinanziellen Luxus-Position kommt. Springer spart bei der „Welt" und gibt das Geld Steingart. Das finde ich keine gute Position, um anderen vom hohen Ross Vorträge zu halten, wie man unabhängigen Journalismus betreiben muss.

? Auch der Medienunternehmer Tichy scheint Geld mit Journalismus zu verdienen. Immerhin soll die gedruckte Ausgabe von Tichys Einblick eine Auflage von 70 000 Exemplaren haben.

! **Stefan Niggemeier:** Ich weiß nicht, wie viel Geld er damit verdient, aber auch nicht, wie viel das kostet. Zumindest online zahlt er, soweit ich weiß, den Autoren nicht unbedingt Honorare.

Boris Rosenkranz: Behält er das ganze Geld für sich?

Stefan Niggemeier: Ich weiß gar nicht, ob es „das ganze Geld" gibt. Ist das wirklich ein großes Geschäft? Oder eher ideologisch getrieben? Gut, das schließt sich nicht aus: Es gibt eine Zielgruppe dafür, immer wieder und immer wütender gegen beliebte rechte Feindbilder zu schießen.

? Kommen wir zu Rezo, der kein Journalist ist, aber ein Geschäftsmodell hat, das immer öfter den Journalismus berührt – er ist ja inzwischen Autor bei der Zeit. Im Mai hat er sich medienwirksam mit dem Qualitätsmedium *FAZ* angelegt. Könnt Ihr Euch erklären, warum die *FAZ* auf die Kritik von Rezo zehn Tage später mit einem Antwortvideo regiert hat, das viele für wenig souverän hielten?

! **Stefan Niggemeier:** Ich würde es nicht so beschreiben. Aus Sicht der *FAZ* haben die sich total lockergemacht. Die wollten mit Rezo auf Augenhöhe diskutieren und haben das mit einem Video versucht. Früher wäre die klassische Reaktion der *FAZ* gewesen, einen Rezo komplett zu ignorieren und überhaupt nicht zu antworten. Von daher fand ich es gut, dass sie in die Auseinandersetzung gegangen sind – nur fehlte ihnen natürlich Übung.

? Was erstaunlich ist, weil der Redakteur, der die Antwort an Rezo eingesprochen hat, sehr jung ist.

! **Stefan Niggemeier:** Im Kern fand ich die Auseinandersetzung wichtig und gut, denn die *FAZ* versuchte, mit Rezo ins Gespräch zu kommen – mit Rezos Mitteln.

Foto: Bernd Lammel

Boris Rosenkranz (links) und Stefan Niggemeier beim Interview

Dass Rezo dabei besser aussah in der Produktion von YouTube-Videos ist keine wirkliche Überraschung, aber es kam Bewegung in die Diskussion. Im Nahkampf um einzelne Formulierungen, der in langen Excel-Tabellen geführt wurde, sah dann keiner wirklich gut aus.

? Wir können nicht über Medien reden, ohne auch die öffentlich-rechtlichen Sender zu thematisieren. Das peinlichste Beispiel, wie Journalisten in öffentlich-rechtlichen Sendern ihren Job möglichst nicht machen sollten, ist das Sommerinterview des *rbb* mit Andreas Kalbitz von der AfD. Es gab von vielen Seiten herbe Kritik, weil sich ein Rechtsextremist in der „Wohlfühlzone" am See als Opfer des Verfassungsschutzes darstellen konnte. Macht man solche Leute mit solchen „journalistischen Formaten" im öffentlich-rechtlichen Fernsehen salonfähig?

! **Stefan Niggemeier:** Ich finde, die grundsätzliche Frage ist schwierig zu beantworten: Sollen die Öffentlich-Rechtlichen, und in diesem Fall der *rbb*, mit Kalbitz, der ein vom Verfassungsschutz bestätigter Rechtsextremist ist, ein Interview führen? Er ist immerhin auch der Oppositionsführer im Landtag. Aber wenn man die Frage mit „Ja" beantwortet, muss natürlich das „Wie" geklärt werden. Dem Sender hätte klar sein müssen, dass ein Interview mit Kalbitz in der Wohlfühloase an einem See unangebracht ist. Ich würde mir wünschen, dass es ein Anlass wäre, diese Formate grundsätzlich zu hinterfragen, nicht nur bei AfD-Politikern. Auch im Hinblick auf die Bundestagswahl im nächsten Jahr.

? Wie stellt Ihr Euch die nächsten Jahre bei *Übermedien* vor?

! **Stefan Niggemeier:** Wir wollen wachsen und vielfältiger werden.

Boris Rosenkranz: Auf jeden Fall vielfältiger. Wir werden in letzter Zeit öfter gefragt, warum in unserem Team so wenige Frauen sind.

? Warum sind bei Euch so wenige Frauen?

! **Boris Rosenkranz:** Gute Autorinnen und Autoren zu finden, die Medienkritik machen wollen, ist generell nicht so leicht. Wir sind sehr daran interessiert, mehr Autor*innen bei *Übermedien* zu haben. Deshalb sagen wir bei fast jeder Gelegenheit und gern auch in diesem Interview: Schickt uns Themen, schickt uns Angebote, schreibt für uns!

? Gibt es etwas, was Ihr Euch als Medienunternehmer und Journalisten in den nächsten fünf Jahren wünscht?

! **Boris Rosenkranz:** Guten Journalismus und dass *Übermedien* weiter so erfolgreich ist.

Stefan Niggemeier: Allerdings möchte ich das nicht auf fünf Jahre begrenzen.

Das Interview führte
Bettina Schellong-Lammel

Samira El Ouassil ist seit 2018 Kolumnistin bei *Übermedien*

Foto: Quirin Leppert

Die Kolumnistin

Samira El Ouassil ist seit 2018 fester Bestandteil des *Übermedien*-Teams und verantwortet dort ihre eigene Kolumne namens „Wochenschau". Stefan Niggemeier über seine Mitarbeiterin: „Samira El Ouassil ist aus der Marke *Übermedien* selbst als Marke hervorgegangen." Die Münchnerin studierte Kommunikationswissenschaft und absolvierte an der „München Film Akademie" eine Schauspielausbildung mit erfolgreicher Bühnenreifeprüfung. Mit dem journalistenblatt sprach sie über Podcast-Frauen und erzählte, wie sie mit ihrer ersten Kolumne durch das „Qualitätsnetz" von Stefan Niggemeier und Boris Rosenkranz fiel.

? Samira, Sie sind ungemein vielseitig: Journalistin, Schauspielerin, politische Ghostwriterin, Kanzlerkandidatin der PARTEI zur Bundestagswahl 2009, Zeitungswissenschaftlerin und Kolumnistin bei *Übermedien* und inzwischen auch beim *Spiegel*. Was trifft von all diesen Bezeichnungen am ehesten auf Sie zu?

! Schwierig zu beantworten. Wenn mich jemand nach meinem Beruf fragt, sage ich meist, ich verdiene mein Geld mit Schreiben. Inzwischen sage ich immer öfter: Autorin.

? Sie sind aber auch eine der wenigen Kolumnistinnen von *Übermedien.de*. Seit wann arbeiten Sie mit Stefan Niggemeier und Boris Rosenkranz zusammen, und wie kam es zu dieser Zusammenarbeit?

! Ich arbeite seit 2018 für *Übermedien*. Ich lernte Stefan Niggemeier auf der re:publica kennen, wo ich mit ihm auf einem Panel saß. Das hatte der Journalist Friedemann Karig zusammengestellt, und es ging um 50 Jahre 1968er-Bewegung, alte Linke, neue Rechte und das Internet. Die Diskussion war spannend und anregend zugleich, und ich blieb mit Stefan in Kontakt. Kurze Zeit später fragte er mich, ob ich mir vorstellen könnte, regelmäßig für *Übermedien* zu schreiben. Ich freute mich über das Angebot, und wenn ich heute zurückdenke, bekam ich von Stefan und Boris einen sehr großen Vertrauensvorschuss, schließlich hatten sie noch nie etwas Längeres von mir gelesen. Für die beiden und auch für mich war es ein Wagnis und ein publizistisches Experiment, was zum Glück voll aufgegangen ist.

? Können Sie sich an Ihre erste Kolumne erinnern?

! Sehr gut sogar. Mein erstes Stück ist bei Stefan und Boris glatt durchgefallen und wurde gar nicht veröffentlicht.

? Was war das Thema?

> In einer Medienkolumne geht es nicht nur um gegenwartsanalytische Einordnung, sondern auch darum, die Wirklichkeit unterhaltsam abzubilden.

! Ich wollte über etwas mit Relevanz schreiben. Die Abbildung des Wutbürgers in den Medien.

? Ein spannendes Thema und hochaktuell.

! Natürlich, aber es war viel zu lang und viel zu überladen. Ich hatte versucht, Elias Canettis „Masse und Macht" unterzubringen. Am Ende habe ich einen langen chaotischen Text abgeschickt. Zu meiner Erleichterung haben die beiden gesagt: „Lass den Text eine Weile liegen, und starte nächste Woche mit einem anderen Thema."

? Nachdem Sie mit dem ersten Versuch durch das „Qualitätsnetz" von Boris und Stefan gefallen sind, klappte es anschließend offenbar besser. Denn inzwischen sind Sie nicht nur Stammkolumnistin, sondern ein Bestandteil von *Übermedien*. Sie sind offenbar zusammengewachsen.

! Wir sind gemeinsam gewachsen. Stefan und Boris, und seit Beginn dieses Jahres auch der hinzugekommene Jürn Kruse, haben mir durch Lektorat, handwerkliches Können, Geduld und Zeit und durch kluges Redigieren geholfen, eine Form und eine „Stimmlage" für die wöchentliche Medienkolumne zu finden. Es geht nicht nur um gegenwartsanalytische Einordnung, sondern auch darum, die Wirklichkeit unterhaltsam abzubilden.

? Stefan und Boris sagten im Interview dem journalistenblatt: „*Übermedien* ist eine Marke geworden, und aus unserer Marke *Übermedien* ist eine zweite Marke hervorgegangen – Samira El Ouassil."

! Es ist toll, dass die beiden es so sehen. Ich habe natürlich gemerkt, dass ich professionalisierter geworden bin, seit ich für *Übermedien* schreibe – was die Reichweite oder die Leserzahlen angeht. Und ich bin auch handwerklich und qualitativ gewachsen. Ich muss allerdings noch einmal darüber nachdenken, ob ich mich selbst schon als Marke bezeichnen würde.

? Stefan und Boris möchten mit ihrer Marke *Übermedien* diverser werden und weitere Frauen wie Sie an *Übermedien* binden, denn leider sind Frauen in den Medien immer noch unterpräsentiert…

! Das ändert sich gerade bei den Podcasts. Nele Heise hat dazu diese fantastische Analyse mit dem Titel „Das Beste, was Podcasts passieren konnte" gemacht. Darin hat sie nachgewiesen, dass Frauen damit beginnen, die Medienlandschaft komplett aufzurollen. Und das klappt bei Podcasts unter anderem deshalb, weil die autark sind und systemisch sehr unabhängig. Podcast-Frauen müssen sich nicht in einem wie auch immer gearteten redaktionellen, strukturellen System durchsetzen, um ihre Podcasts zu veröffentlichen, denn es gibt theoretisch kaum Hierarchien.

? Was würden Sie sich für den Journalismus in den nächsten Jahren wünschen, abgesehen von mehr Frauen?

! Mehr Volontäre und Praktikanten, die sehr viel besser bezahlt beziehungsweise überhaupt bezahlt werden. Journalisten müssen angemessen honoriert werden, damit Redaktionen diverser, strukturell heterogener werden und Menschen aus allen Milieus Zugang haben.

Das Interview führte Bettina Schellong-Lammel

Rentenkasse mit Programmangebot

Von Bernd Gäbler

Der Rundfunkbeitrag wird ab 2021 auf 18,36 Euro monatlich steigen. Dass die Sender etwas daraus machen, ist kaum zu erwarten, denn Trends werden woanders gesetzt. Drei Thesen zur Besserung.

Foto: Karolin Seinsche

Der Beitrag für die öffentlich-rechtlichen Sender wird von bisher 17,50 auf 18,36 Euro im Monat erhöht werden. Das hat die dafür zuständige KEF in ihrem Bericht vorgeschlagen – die Ministerpräsidenten der Länder haben am 17. Juni 2020 für einen höheren Rundfunkbeitrag gestimmt. Sie hatten das letzte Wort.

Diese Entscheidung hat Murmeltiercharakter. Lange vorher war die Summe bekannt und auch die ersten Reaktionen fielen aus wie immer. Die Sender jammerten, die Summe sei eigentlich zu gering. Alle, die dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk an den Kragen wollen, hoben zum lautstarken Zetern an. Alle, die gegenteiliger Ansicht waren und sind, es also irgendwie in Ordnung finden, dass sich die bundesdeutsche Gesellschaft *ARD, ZDF* und Deutschlandradio leistet, können mit der Erhöhung leben. Der Betrag ist bezahlbar und für die Sender ist es allemal genug, was da zusammenkommt.

Mehr als 8 Milliarden Euro

Aus dieser Haushaltsabgabe werden sich im Zeitraum von 2021 bis 2024 mehr als acht Milliarden Euro jährlich ergeben. Um sich die Dimension vor Augen zu halten: Das ist in der Summe ungefähr doppelt so viel, wie der gesamte deutsche Profifußball der vergangenen Saison umsetzte, und kaum weniger als der Bundesetat für die Entwicklungshilfe.

Die Sender sollten nicht klagen, sondern daraus etwas machen und loslegen. Dazu drei Ideen, wie sie dem Murmeltiereffekt entgegentreten können.

Erstens stünde es *ARD, ZDF* und *Deutschlandradio* gut zu Gesicht, etwas bescheidener aufzutreten. Damit ist nicht das Geld gemeint, sondern die Legitimation. Von teuren PR-Beratern und Framing-Experten dazu gedrängt, erklären sie neuerdings, sie seien „der Kitt" der Gesellschaft (*WDR*-Intendant Tom Buhrow am 20. Januar 2020 als *ARD*-Vorsitzender), ihr Auftrag sei es, die Gesellschaft zusammenzuhalten. So kann ein Bundespräsident sprechen. Die Idee aber, dass Medien von oben her eine plurale Gesellschaft homogenisieren könnten, ist verwegen. Daraus resultiert logischerweise immer ein Überhang von Didaktik gegenüber dem Handwerk. Verlässlich zu informieren, den Tatsachen wieder Respekt zu verschaffen, womöglich noch niveauvoll zu unterhalten und gelegentlich auch kulturell Wertvolles zu bieten, das würde als Legitimation völlig ausreichen.

Zweitens sollten sich die Sender ernsthaft die Frage vorlegen: Wann haben wir zuletzt in der Welt der Worte und Bilder einen Trend gesetzt? Als der *Tatort* erfunden wurde, die *Lindenstraße* oder die *heute show*? Die neue Lust an Serien, Podcasts oder Newslettern – nichts davon hat in öffentlich-rechtlichen Sendern seinen Ursprung. Es gibt keinen öffentlich-rechtlichen Rezo und keine feministische Bloggerin.

Innovation ist zuerst eine Frage der Ideen, der Inhalte, dann erst der Technik. Wenn die großen Sender nur noch sich verwaltende Institutionen sind und nicht Inkubatoren, können sie noch eine Zeit lang als solide Rentenkassen mit angeschlossenem Programmangebot weiterexistieren, aber auf Dauer werden sie auf der Strecke bleiben.

Drittens braucht es natürlich einen viel größeren, viel entschiedeneren Aufschlag in der Onlinekommunikation. Für alles Aktuelle könnte die *Tagesschau* auch im Netz unschlagbar führend sein. Sie ist es aber nicht. *ARD* und *ZDF* könnten das tollste Onlinearchiv anbieten. Wer heute nochmal Kommissar Haferkamp sehen will oder das legendäre Gespräch von Günter Gaus mit Hannah Ahrendt, muss auf YouTube gehen. Bei *ARD* oder *ZDF* schaut er in die Röhre. Sie reden von einer europäischen Plattform, aber bekommen es nicht einmal hin, ihre eigenen Mediatheken zu koordinieren. Sie sind kompliziert, unvollständig und wenig benutzerfreundlich. Schon gar nicht bieten *ARD* und *ZDF* im Netz Foren klug moderierter Kanäle der öffentlichen Kommunikation an. Wenn sie sich hier nicht engagieren, verlieren sie die jüngere Generation endgültig.

Es ist also viel zu tun. Das Geld ist da. Wir zahlen gern, wenn die Sender sich bewegen. Jetzt kommt es nicht auf pathetische Worte an – wie die Behauptung, die Gebühr sei eine „Demokratieabgabe", sondern auf energisches Handeln.

Bernd Gäbler *ist ehemaliger Geschäftsführer des Adolf-Grimme-Instituts. Seit 2011 lehrt er als Professor für Journalismus und Krisenkommunikation an der FHM Bielefeld.*

PressCreditCard

Mehr Sicherheit bei Online-Einkäufen

Musteransicht der Karte

Immer mehr Menschen kaufen Waren über das Internet ein. In der Regel benutzen sie dazu ihre Kreditkarte. Da dies ein Bereich ist, in dem sich auch immer wieder Kriminelle tummeln, hat die EU versucht, deren Treiben u. a. bei der Bezahlung mit Kreditkarten neue Grenzen zu setzen. Seit September 2019 gibt es beispielsweise die Verpflichtung der sogenannten „starken Kundenauthentifizierung". Dies bedeutet für den Karteninhaber mehr Sicherheit im Zahlungsverkehr. Online- und Kartenzahlungen müssen seitdem grundsätzlich durch zwei unabhängige Merkmale aus den Kategorien Wissen, Besitz und Inhärenz bestätigt werden (z. B. Wissen = PIN, Besitz = Handy, Karte, TAN-Generator, Inhärenz = Fingerabdruck). Das bedeutet, dass der Karteninhaber beim Bezahlen neben der Eingabe von Benutzerkennung (z. B. Kartennummer und PIN) zukünftig auch eine Transaktionsnummer (TAN) wie beim Online-Banking eingeben muss.

Bei Onlinekäufen erhalten die Käufer heute bei der Bezahlung häufig einen SMS-Code, mit dem nach der Eingabe der Onlinekauf abgeschlossen werden kann. Ab dem 1. Januar 2021 wird zusätzlich nach einem neuen Transaktionscode verlangt. Dieser Transaktionscode ist immer gleich und wird vom Karteninhaber in seinem Online-Kundenportal bei der für die PressCreditCard ausgebenden Advanzia-Bank für seine eigene Verbandskreditkarte selber festgelegt.

Bei künftigen Online-Transaktionen wird stets nach diesem Transaktionscode zur Bestätigung gefragt. Erst nach dessen Eingabe wird der Kauf verifiziert. Da diese Umsetzung gesetzlich festgeschrieben wurde, gibt es bei Onlinekäufen ab 1. Januar 2021 keine Alternative.

Die genauen Schritte zur Einrichtung des Transaktionscodes finden Sie unter **www.presscreditcard.de**

Mister X
Wenn die Identität öffentlich wird

Von Olaf Kretzschmar

Haltet den Dieb! Dieses geflügelte Wort steht symbolisch für das gesteigerte Interesse der Öffentlichkeit daran, zu erfahren, wem etwas besonders Außergewöhnliches zugestoßen ist oder wer etwas besonders Verwerfliches getan hat.

Foto: Mark Zetkin

Auch bei Personen des öffentlichen Lebens – hier Günter N. und Gerd D. – darf nicht immer der volle Klarname erscheinen

Geht es um die Darstellung besonders herausragender Leistungen einer Person, können es die betreffenden Personen naturgemäß kaum abwarten, dass über sie in allen Medien berichtet wird und diese Berichterstattung zur Mehrung ihres Ruhmes auch möglichst oft über einen möglichst langen Zeitraum wiederholt wird, damit sie auf eine positive Weise in der öffentlichen Wahrnehmung verbleiben und nicht als so genannter „C-Promi" ihre Freizeit in einem Urwald am anderen Ende der Welt verbringen und sich bei ihrem täglichen Leben zusehen lassen müssen.

Ist Gegenstand der medialen Berichterstattung hingegen ein Fehlverhalten in der Vergangenheit oder der Gegenwart oder das tägliche Leben prominenter Persönlichkeiten, entdeckt so mancher Prominente oder auch „Otto Normalverbraucher" seine Sehnsucht nach Anonymität und strengt in diesem Zusammenhang nicht selten deutsche Gerichte zur Wahrung seiner Rechte an. Die Medien nutzen dabei im Rahmen der Berichterstattung oft den vollen richtigen Namen, den so genannten Klarnamen einer Person, um die Berichterstattung auch für jeden Leser, Zuseher oder Zuhörer erlebbar und spannend zu gestalten.

Wie sollen Medienschaffende bei der Berichterstattung mit den Persönlichkeitsrechten der Protagonisten ihrer Story umgehen, wenn dabei die Identität der Betroffenen offengelegt werden soll? Solche Fälle werden im Juristen-Deutsch als „identifizierende Berichterstattung" bezeichnet und sollen im Folgenden einer genaueren Betrachtung unterzogen werden.

Wann liegt eine so genannte „identifizierende Berichterstattung" im Rechtssinn vor?

Nicht nur, wenn Presse und Rundfunk den wahren Namen eines Betroffenen bekannt geben, kann von identifizierender Berichterstattung ausgegangen werden. Eine solche kann schon dann gegeben sein, wenn nur der jeweilige Vorname, die Herkunft oder Beruf des Betroffenen genannt werden (vgl. LG München, ZUM-RD 2011, 705 (706)). Das Kriterium der Identifizierbarkeit wurde von Gerichten schon bei Nennung des Vornamens und des ersten Buchstabens des Nachnamens angenommen, wenn darüber hinaus zusätzliche individualisierende Gesichtspunkte hinzutreten (vgl. OLG Frankfurt a. M. GRUR-RS 2016, 00856 Rn. 22). Denn für die Beurteilung der Identifizierbarkeit des Betroffenen kommt es nach Auffassung des Bundesverfassungsgerichts nicht auf das Verständnis eines „Durchschnittsempfängers" an (vgl. BVerfG NJW 2004, 3619, 3620), vielmehr ist es ausreichend und notwendig, dass die Erkennbarkeit für einen – mehr oder minder großen – Bekanntenkreis gegeben ist (vgl. BGH GRUR 1979, 732 (733)). Bei strenger Anwendung dieses Grundsatzes ist eine Identifizierung deshalb schon bei der isolierten Mitteilung der beruflichen Stellung eines Protagonisten denkbar.

Außerdem kann eine Identifizierung des Betroffenen auch durch Abbildung einer Fotografie erzielt werden. In diesem Zusammenhang ist besonders darauf hinzuweisen, dass die bloße Verwendung von Augenbalken oder anderer Retuschen, nicht die Erkennbarkeit aufheben (vgl. LG Saarbrücken, Urteil vom 16.07.2015 – Az.: 4 O 152/15 –, juris).

Ist identifizierende Berichterstattung generell zulässig?

Die Frage, ob identifizierende Berichterstattung zulässig ist oder nicht, kann nicht pau-

schal beantwortet werden. Vielmehr ist eine Einzelfallbetrachtung anzustellen, wobei es in jedem Einzelfall auch immer zu einer Abwägung der widerstreitenden und sich diametral gegenüberstehenden Grundrechtspositionen kommen muss. Das macht die identifizierende Berichterstattung zum riskanten Unterfangen in der Medienwelt.

Verwendung identifizierender Fotos

Erfolgt die identifizierende Berichterstattung unter Verwendung eines Bildes ohne Einwilligung des Abgebildeten im Sinne von § 22 KunstUrhG, verletzt dies grundsätzlich das Recht des Betroffenen am eigenen Bild und damit letztlich auch sein allgemeines Persönlichkeitsrecht aus Art. 2 Abs. 1 iVm Art. 1 Abs. 1 GG.

Ein solcher Eingriff ist nach § 23 Abs. 1 Nr. 1 KunstUrhG unter anderem aber dann zulässig, wenn es sich um Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte handelt. Schon die Beurteilung dieser Frage erfordert nach dem BGH aber eine Abwägung zwischen den Rechten des Abgebildeten und den Rechten der Presse (vgl. BGH GRUR 2010, 1029).

Für die Presse streiten dabei vor allem das Informationsinteresse der Öffentlichkeit und die Pressefreiheit aus Art. 5 I GG. Zunächst gehört es zum Kern der Pressefreiheit, dass die Medien im Grundsatz nach ihren eigenen publizistischen Kriterien entscheiden können, was sie des öffentlichen Interesses für wert halten und was nicht (BGH, GRUR 2008, 1020).

Im Rahmen der Abwägungsentscheidung sind dabei auch der Anlass der Bildberichterstattung und die Umstände der Informationsgewinnung mit einzubeziehen (vgl. BeckOK UrhR/Engels, § 23 KunstUrhG, Rn. 3). Muss der Betroffene beispielsweise nicht damit rechnen, dass er in den Medien abgebildet wird, wird seinem Persönlichkeitsrecht in der Regel ein stärkeres Gewicht zukommen. Ist die Fotografie allerdings im Rahmen einer öffentlichen Veranstaltung angefertigt worden, kann wiederum das öffentliche Interesse überwiegen. Auch wenn der Betroffene stets die Öffentlichkeit sucht und sich für gewöhnlich damit einverstanden zeigt, dass als privat geltende Angelegenheiten öffentlich gemacht werden, kann dies zur Zulässigkeit der Bildveröffentlichung führen (vgl. BVerfG GRUR 2000, 446 ff.).

Zudem kann eine Veröffentlichung unter dem Gesichtspunkt der Unterhaltung gerechtfertigt sein, gerade wenn dies im Zusammenhang mit der Darstellung des Lebens prominenter Persönlichkeiten zusammenhängt. Nach dem BGH kann die Normalität des Alltagslebens eines Prominenten zur Meinungsbildung beitragen und daher vom öffentlichen Interesse sein (vgl. BGH NJW 2009, 757)). Dabei sei allerdings ein möglichst behutsamer Ausgleich mit dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht des Betroffenen vorzunehmen (vgl. BGH, BeckRS 2010, 28333; NJW 2010, 1029; NJW 2010, 3025).

Wortberichterstattung

Bei „bloßen" personenbezogenen Wortberichten kommt eine Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts unter dem Gesichtspunkt des Rechtes auf informationelle Selbstbestimmung in Betracht. Hinter dem Recht auf informationelle Selbstbestimmung verbürgt sich die Befugnis des Einzelnen, selbst darüber zu entscheiden, ob, wann und innerhalb welcher Grenzen seine persönlichen Daten in die Öffentlichkeit gebracht werden (vgl. BGH, GRUR 2014, 1228 Rn. 6).

Aber auch in diesem Zusammenhang wiegt die Meinungs- und Pressefreiheit der Medien schwer. Höchstrichterlich wird bei der Einschränkung dieser daher große Zurückhaltung geübt. So entschied sowohl der BGH als auch das BVerfG, dass Art. 2 Abs. 1 iVm Art. 1 Abs. 1 GG nicht davor schütze, überhaupt in einem Bericht individualisierend benannt zu werden (vgl. BGH, GRUR 2011, 261; BVerfG, NJW 2012, 1500).

Zudem müssten wahre Tatsachenbehauptungen in der Regel hingenommen werden (vgl. BGH, GRUR 2014, 693). Einschränkungen ergeben sich unter anderem aber dann, wenn unwahre Tatsachen verbreitet werden (vgl. BGH, GRUR 2014, 693) und/oder eine Stigmatisierung bzw. „Prangerwirkung" für den Betroffenen zu befürchten ist. Eine solche Prangerwirkung kommt nach dem BVerfG in Betracht, wenn ein beanstandungswürdiges Verhalten einer breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht wird und sich dies schwerwiegend auf Ansehen und Persönlichkeitsentfaltung des Betroffenen auswirkt (vgl. BVerfG, GRUR 2010, 544 Rn. 25).

Eine „Prangerwirkung" darf durch die Berichterstattung nicht erfolgen. Das Bundesverfassungsgericht hat hier enge Grenzen festgelegt.

Auch hier sind die Gerichte streng. So entschied der BGH beispielsweise in seinem Urteil vom 13.01.2015 -VI ZR 386/13-, dass dies nicht der Fall sei, wenn dem Betroffenen in der Berichterstattung keinerlei Vorwürfe gemacht werden. Geklagt hatte ein prominenter Promifriseur, der namentlich in einer Berichterstattung über seinen verhafteten Angestellten erwähnt wurde. Obwohl der BGH grundsätzlich von einem Eingriff in das Recht auf informationelle Selbstbestimmung ausging, sah es diesen dennoch als gerechtfertigt an. Neben dem Argument, dass dem Kläger selbst keinerlei Vorwürfe gemacht worden seien, führte er weiter aus, dass sich der Eingriff auch nur auf die berufliche Sphäre auswirke und damit weniger schwerwiegend sei. Dass über die Festnahme grundsätzlich auch ohne Bezugnahme auf den Kläger berichtet hätte werden können, lässt das Ergebnis nach Auffassung des BGH unberührt. Zurückzuführen sei dies auf das Beurteilungs- und Entscheidungsermessen der Medien bei der Gestaltung ihrer Artikel.

Identifizierende Berichterstattung über Straftäter

Andere Maßstäbe sind unter Umständen bei der identifizierenden Berichterstattung über Straftäter anzusetzen. Ausgangspunkt ist in der Regel der selbige, denn auch hier muss eine Abwägung der Interessen des Straftäters an Geheimhaltung/Integrität mit dem Informationsinteresse der Öffentlichkeit erfolgen. Gerade unter dem Gesichtspunkt des Resozialisierungsgedankens sind hier aber strengere Anforderungen einzuhalten. Denn der Schutzbereich des allgemeinen Persönlichkeitsrechts wird in seiner Reichweite stärker betroffen sein, da neben der Sozialsphäre häufig auch die Privatsphäre des Betroffenen tangiert ist.

Schon in seiner Lebach-Entscheidung hatte das Bundesverfassungsgericht festgestellt, dass Straftaten zum Zeitgeschehen gehören, welches durch die Medien vermittelt werden soll. Es führt weiter aus, dass die Verletzung der Rechtsordnung und die Beeinträchtigung individueller Rechtsgüter, die Sympathie mit den Opfern, die Furcht vor Wiederholungen solcher Straftaten und das Bestreben, dem vorzubeugen, grundsätzlich ein anzuerkennendes Interesse der Öffentlichkeit an näherer Information über Tat und Täter begründen. ▶

Dieses sei umso stärker, je mehr sich die Tat in Begehungsweise und Schwere von der gewöhnlichen Kriminalität abhebe. Bei schweren Gewaltverbrechen sei in der Regel ein über bloße Neugier und Sensationslust hinausgehendes Interesse an näherer Information über die Tat und ihren Hergang, über die Person des Täters und seine Motive sowie über die Strafverfolgung anzuerkennen (BGH, Urteil vom 19. März 2013 – VI ZR 93/12 –, Rn. 18, juris).

Aber nicht nur schwere Straftaten können nach der Rechtsprechung ein berechtigtes Informationsinteresse begründen. Leichte Verfehlungen sind ebenso ausreichend, wenn durch Besonderheiten in der Person des Täters oder des Tathergangs ein gesteigertes Interesse der Öffentlichkeit an Information besteht (vgl. BVerfG, NJW 2006, 2835). Dies liegt auch daran, dass die Folgen der Berichterstattung bei weniger schwerwiegenden Gesetzesübertretungen geringer sind (vgl. BVerfG, NJW 2012, 1500).

Das Vorangegangene ist im Kontext der aktuellen Berichterstattung zu sehen. Liegt die Straftat hingegen einige Zeit zurück, bedarf es einer erneuten Begründung des öffentlichen Interesses durch den Berichterstatter. Hat die das öffentliche Interesse veranlassende Tat mit der Verfolgung und Verurteilung die gebotene rechtliche Sanktion erfahren und ist die Öffentlichkeit hierüber hinreichend informiert worden, lassen sich wiederholte Eingriffe in das Persönlichkeitsrecht des Täters im Hinblick auf sein Interesse an der Wiedereingliederung in die Gemeinschaft nicht ohne weiteres rechtfertigen. Hiermit ist allerdings keine vollständige Immunisierung vor der ungewollten Darstellung persönlichkeitsrelevanter Geschehnisse gemeint. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht vermittelt Straftätern keinen Anspruch darauf, in der Öffentlichkeit überhaupt nicht mehr mit ihrer Tat konfrontiert zu werden. Selbst die Verbüßung der Straftat führt nicht dazu, dass ein Täter den uneingeschränkten Anspruch erwirbt, mit der Tat „allein gelassen zu werden" (Vgl. BGH, Urteil vom 09. Februar 2010 – VI ZR 243/08 –, Rn. 19, juris).

Dies führt letztlich zu der Frage, inwiefern identifizierende Berichterstattungen in Online-Archiven hinterlegt werden dürfen. Eine allgemein gültige Aussage, dass die Beiträge beispielsweise nach 5 Jahren zu entfernen seien, lässt sich nicht treffen.

In der Rechtsprechung zeichnet sich jedoch wiederum eine medienfreundliche Lösung der Problematik ab. Der BGH urteilte beispielsweise, dass ein anerkennenswertes Interesse der Öffentlichkeit nicht nur an der Information über das aktuelle Zeitgeschehen besteht, sondern auch an der Möglichkeit, vergangene zeitgeschichtliche Ereignisse anhand der unveränderten Originalberichte in den Medien zu recherchieren.

Dementsprechend nähmen die Medien ihre Aufgabe, in Ausübung der Meinungsfreiheit die Öffentlichkeit zu informieren und an der demokratischen Willensbildung mitzuwirken, auch dadurch wahr, dass sie nicht mehr aktuelle Veröffentlichungen für interessierte Mediennutzer verfügbar halten (vgl. BGH, Urteil vom 13. November 2012 – VI ZR 330/11 –, Rn. 18, juris).

Auch einer Anonymisierung bedürfe es nach dem EGMR nicht, da dies einer vollständigen Entfernung bestimmter Informationen entspräche, was wiederum mit der Meinungs- und Informationsfreiheit nicht in Einklang gebracht werden könne.

Identifizierende Berichterstattung über Nicht-Straftäter

Nach Auffassung des Bundesgerichtshofs ist aber sogar eine mediale Berichterstattung über ein nicht strafbares Verhalten einer der Öffentlichkeit unbekannten Person unter Bekanntgabe des vollen Namens und/oder Bebilderung des Beitrags mit entsprechenden Fotos zulässig.

Zwar – so der BGH – sei bei einer identifizierenden Bildberichterstattung über ein Fehlverhalten, insbesondere ein strafbares, zu berücksichtigen, dass eine solche in das Recht des Abgebildeten auf Schutz seiner Persönlichkeit eingreife, „weil sie sein Fehlverhalten öffentlich bekannt macht und seine Person in den Augen der Adressaten von vornherein negativ qualifiziert".

Aufgabe der Presse als „Wachhund der Öffentlichkeit" sei es aber, über Themen von gesellschaftlichem Interesse zu berichten. Dabei sei die Presse bei Berichten über Fehlverhalten nicht darauf beschränkt, nur Straftaten aufzudecken, sondern sie darf auch über „ähnliche Verfehlungen" berichten. Denn auch nicht strafbares (nur illegales) Fehlverhalten könne Zeitgeschehen sein, so die Richter, und somit könne das Informationsinteresse der Öffentlichkeit das Recht am eigenen Bild überwiegen. Derjenige, der den Rechtsfrieden breche und durch diese Tat und ihre Folgen Rechtsgüter der Gemeinschaft angreife oder verletze, müsse grundsätzlich dulden, dass das von ihm selbst hervorgerufene Informationsinteresse der Öffentlichkeit durch die Presse befriedigt werde. Auch eine der Öffentlichkeit unbekannte Person müsse identifizierende Bildberichterstattung dulden, wenn sie durch ihr rechtswidriges, wenngleich auch nicht strafbares Verhalten den Bereich rein privater Betätigung verlassen und sich selbst zum Gegenstand des Informationsbedürfnisses gemacht habe.

FAZIT

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Zulässigkeit der identifizierenden Berichterstattung im Ergebnis eine Abwägungsentscheidung im Einzelfall ist. Kriterien für die Beurteilung sind dabei das öffentliche Interesse an der Berichterstattung, Art und Schwere der Beeinträchtigung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts, die Aktualität oder auch das Verbreitungsmedium. Häufig wird sich mit einer guten Argumentation eine Rechtsverletzung begründen lassen. Sollte eine Rechtsverletzung festgestellt werden, ist der Betroffene nicht schutzlos gestellt, sondern kann beispielsweise im Wege des einstweiligen Rechtsschutzes gegen die identifizierende Berichterstattung bzw. Namensnennung in der Presse vorgehen. Auf jeden Fall sollte schnellstmöglich gehandelt werden, um Schäden oder eine Schadensvertiefung durch Berichterstattung der Medien zu vermeiden.

Olaf Kretzschmar *ist der Spezialist für Medien- und Presserecht im Journalistenzentrum Deutschland. Er steht den Mitgliedern von DPV und bdfj auch innerhalb der kostenfreien Rechtsberatung für Fragen zur Verfügung. Der Journalist und Hausjustiziar verfasst im „Brennpunkt Recht" regelmäßig Fachartikel.*

Zweites Corona-Steuerhilfegesetz

Höhere Entlastung für Alleinerziehende

Von Gabriele Krink

Der Entlastungsbetrag für Alleinerziehende („Steuerklasse II“) betrug bislang 1.908 € pro Jahr. Aufgrund der Coronakrise wird er nun für 2020 und 2021 um jeweils 2.100 € erhöht. Den Vorteil gibt es bereits vorab im laufenden Lohnsteuerabzugsverfahren.

Alleinstehende können einen besonderen Entlastungsbetrag steuerlich geltend machen, wenn zu ihrem Haushalt mindestens ein Kind gehört, für das ihnen Kindergeld oder der Kinderfreibetrag zusteht. Insoweit wird regelmäßig darauf abgestellt, ob das Kind in der Wohnung des Steuerpflichtigen gemeldet ist.

Der Entlastungsbetrag von 1.908 € erhöht sich für jedes weitere Kind um 240 €/Jahr.

Rückwirkende Erhöhung

Im Rahmen des Ende Juni verabschiedeten Zweiten Corona-Steuerhilfegesetzes wurde der Entlastungsbetrag für Alleinerziehende nun deutlich erhöht. Die bisherigen 1.908 € steigen für die Jahre 2020 und 2021 jeweils um 2.100 €, sodass der Freibetrag dann insgesamt 4.008 € beträgt. Die Erhöhung von jeweils 240 €/Jahr für jedes weitere Kind bleibt erhalten. Die Neuregelung gilt quasi rückwirkend bereits für das ganze Jahr 2020.

Mit der Erhöhung will der Gesetzgeber gezielt darauf reagieren, dass die Betreuungsmöglichkeiten für die Kinder in Zeiten der Corona-Pandemie eingeschränkt sind – was mit besonderen Herausforderungen für Alleinerziehende verbunden ist.

Wie kommt das Geld beim Steuerpflichtigen an?

Der (bisherige) Freibetrag von 1.908 € wird über die Steuerklasse II automatisch berücksichtigt und wirkt sich damit bereits im Lohnsteuerabzugsverfahren aus. Für die temporäre Erhöhung hingegen war das offenbar ursprünglich nicht angedacht. Stattdessen sollte sie über den Eintrag eines (zusätzlichen) Freibetrags auf der Lohnsteuerkarte (Lohnsteuerabzugsmerkmale!) erfolgen.

Zwischenzeitlich haben sich aber bereits mehrere Landesfinanzbehörden zu Wort gemeldet und mitgeteilt, dass auch der Erhöhungsbetrag ohne gesonderten Antrag bei den Lohnsteuerabzugsmerkmalen berücksichtigt werden soll. Spätestens bei der Lohnabrechnung für Oktober sollten Sie über die neuen Abzugsmerkmale verfügen. Ist die steuerliche Entlastung dann immer noch nicht bei der Lohnabrechnung enthalten, sollte das zuständige Finanzamt (Service-Center) darum gebeten werden, die elektronischen Lohnsteuerabzugsmerkmale zu überprüfen und anzupassen.

Übrigens: Alleinerziehende, die keine Arbeitnehmer sind, können den Erhöhungsbetrag natürlich in ihrer Einkommensteuererklärung geltend machen.

Voller Jahresbeitrag für ausstehende Monate?

Der zusätzliche Entlastungsbetrag kann sich im laufenden Lohnsteuerabzugsverfahren zunächst nicht mehr auf sämtliche Lohnzahlungszeiträume des Jahres 2020 auswirken, weil bereits sieben Monate vergangen sind. Wenn ein Freibetrag eingetragen wird, müsste das Finanzamt den Jahresbetrag von 2.100 € deshalb eigentlich auf alle ausstehenden Monate verteilen, die auf den Monat der Antragstellung folgen. Im Ergebnis würde sich damit der volle Jahresbetrag zumindest innerhalb der verbleibenden Monate 2020 auswirken und deshalb in dieser Zeit zu einem deutlich verminderten Lohnsteuerabzug führen – z. B. auch beim Weihnachtsgeld.

Foto: Maria Sbytova

Mit der Steuererleichterung will der Bund Alleinerziehenden besser durch die Corona-Krise helfen

Ob die Finanzämter das bei der Anpassung der Lohnsteuerabzugsmerkmale genauso umsetzen, bleibt abzuwarten.

Dipl.-Kffr. Gabriele Krink *ist seit langem als Steuerberaterin etabliert. Die Tätigkeits- und Interessenschwerpunkte ihrer Kanzlei liegen u. a. auf der Betreuung von freien Berufen und dem engagierten Beistand für fest angestellte Journalisten & Kommunikationsfachleute. Sie leitet federführend das Team, welches den Mitgliedern von DPV und bdfj im Rahmen der kostenfreien Steuerberatung kompetent zur Seite steht.*

Zeitmanagement für Gründer

So arbeiten Sie effektiver und erfolgreicher

Von Walther Bruckschen

Grundsätzlich macht die Arbeit Spaß - wenn nicht immer so viele unterschiedliche Projekte zu bewältigen wären! Viele bekommen Zeitprobleme, weil sie immer wieder wichtige Dinge aufschieben und sich zu leicht ablenken lassen. Mit der Pomodoro-Technik lassen sich beide Probleme gleichzeitig lösen.

Foto: Erato

Die sogenannte Pomodoro-Technik geht auf den italienischen Studenten Francesco Cirillo zurück. Dieser quälte sich in den 1980er-Jahren durch sein Studium. Die ständigen Deadlines und Aufgaben setzten ihn so stark unter Druck, dass er den Beginn einer Tätigkeit immer weiter vor sich her schob – und damit alles nur noch schlimmer machte. Eines Tages beschloss er: So kann es nicht weitergehen. Er holte seine Küchenuhr (diese war rot und in Tomatenform – Pomodoro ist das italienische Wort für Tomate) aus dem Schrank und stellte sie auf genau 25 Minuten. So lange wollte er mit voller Konzentration und ohne Ablenkungen lernen. Danach würde er sich wieder eine Pause gönnen. Warum nur 25 Minuten? Nun, länger traute er sich erst mal nicht zu, voll konzentriert bei einer Sache zu bleiben.

Das Ergebnis seines Experiments überraschte ihn dann doch selbst: In dieser knappen halben Stunde schaffte er mehr als sonst an einem Tag! Mittlerweile ist die „Pomodoro-Technik" eine beliebte und weit verbreitete Zeitmanagement-Technik.

Der heute übliche Ablauf der Pomodoro-Technik funktioniert so:

1. Aufgabe schriftlich formulieren
2. Handy, Telefon und Posteingang auf lautlos stellen, alle anderen Fenster im Computer schließen
3. Uhr auf 25 Minuten stellen (der Handy-Wecker tut's natürlich auch)
4. Aufgabe mit voller Konzentration bearbeiten
5. Kurze Pause machen (wenn es sein muss, Handy und Posteingang kontrollieren; besser ist es, sich in der Pause zu bewegen)
6. Nächste Pomodoro-Einheit à 25 Minuten anschließen
7. Nach vier Pomodori eine längere Pause einlegen (15 bis 20 Minuten)

Eine wichtige Basis für diese Technik ist ein Arbeitsplan, der am Morgen die Arbeit in kleine Einheiten teilt und priorisiert. So kann nach jeder Pomodoro-Einheit ein Arbeitsschritt abgehakt werden. Das motiviert ungemein. Schafft man die Arbeit nicht in dieser Einheit, wird man in Zukunft anders planen und lernt so eine realistischere Zeiteinteilung.

Mittlerweile gibt es natürlich zahlreiche Apps und andere Anwendungssoftware. Cirillo, der Erfinder der Pomodoro-Technik, schwört jedoch nach wie vor auf seine tickende Küchenuhr: Allein ihr Aufziehen würde die Entschiedenheit unterstreichen, diese bevorstehende Aufgabe jetzt anzugehen. Und das Ticken und Klingeln sorgen für eine andere Wahrnehmung von Zeit.

Welche Tätigkeiten lassen sich am besten mit der Pomodoro-Technik abarbeiten?

Mails checken und bearbeiten: Am besten schon morgens eine Pomodoro-Einheit mit dem Lesen und Bearbeiten der Mails verbringen. Wenn erforderlich, mittags und nach Feierabend ebenfalls einen Slot dafür reservieren.

Telefonate mit Redaktionen oder Partnern: In einem Zeitabschnitt lassen sich ein längeres Telefonat inklusive Protokoll oder mehrere kurze Telefonate führen.

Team-Meetings/Jour fixe: Wer sich regelmäßig in seinem Team oder mit einzelnen Kollegen bespricht, sollte sich auch hier die Pomodoro-Technik zunutze machen. Wenn alle mitmachen, sind die Besprechungen kürzer und effizienter.

Erstellen von Konzepten und Leitfäden: Auch solche komplexen Aufgaben lassen sich komprimiert in einem (oder mehreren) Pomodoro-Intervallen erledigen.

Beiträge schreiben: Für Journalisten tägliches Brot – mal ausprobieren, ob die Tomate nicht auch hier die Zeit verkürzt?

Papierkram: Egal ob Rechnung schreiben oder Ablage machen – am besten diese Aufgaben in einer Pomodoro-Einheit bündeln.

Übrigens: Wer keine Pomodoro-Küchenuhr zur Hand hat, kann auch zur digitalen Variante greifen. Unterschiedliche Webseiten bieten hier kostenlos das Pomodoro-Feeling: *Tomato.es, tomatotimer.com, pomodoro-tracker.com* – oder doch das Original von Francesco Cirillo und die (kostenpflichtige) Software downloaden? (Gibt's auf seiner Webseite: *francescocirillo.com*).

Walther Bruckschen *(Jahrgang 1961), Diplom-Kaufmann und Unternehmensberater, besitzt langjährige Erfahrungen als Chefredakteur von Fachzeitschriften und ist als freiberuflicher Journalist, Agenturgründer und Geschäftsführer sowie PR- und Marketingberater tätig. Als Q-plus-zertifizierter Gründungsberater ist er in der Beraterbörse der KfW gelistet und hat sich auf Gründer- und Führungskräftecoaching in der Medienbranche spezialisiert. Er betreut seit Januar 2013 federführend die Existenzgründungsberatung des Journalistenzentrum Deutschland.*

IMPRESSUM

Herausgeber
Journalistenzentrum Deutschland
Trägerverbände sind der DPV Deutscher Presse Verband – Verband für Journalisten sowie die bdfj Bundesvereinigung der Fachjournalisten. Der DPV ist die tariffreie Spitzenorganisation der hauptberuflichen Journalisten in Deutschland. Die bdfj ist die größte Interessenvertretung exklusiv für zweitberuflich tätige Journalisten in Deutschland.

Redaktion
Journalistenzentrum Deutschland
Red. journalistenblatt
Stresemannstr. 375
D-22761 Hamburg
Tel. 040/8 99 77 99
Fax 040/8 99 77 79
redaktion@journalistenblatt.de
www.journalistenblatt.de

Chefredaktion
Christian Laufkötter
Stellv. Chefredakteur
Guido M. Sdrenka
Ständige redaktionelle Mitarbeiter
Walther Bruckschen, Mirjam Büttner, Martina Haan, Nicole Herrmann, Olaf Kretzschmar, Gabriele Krink, Shams Ul-Haq, Christian Zarm. Freie Redakteure sind in ihren jeweiligen Artikeln gekennzeichnet.

Mantelproduktion Verlag
Berliner Journalisten Verlagsgesellschaft
Schönhauser Allee 122
D-10437 Berlin
Tel. 030/28 50 43 33
Fax 030/28 50 43 34

Fotos
siehe jeweiliger Bildnachweis.

Mediadaten
Das Medienmagazin journalistenblatt veröffentlicht keine gewerblichen Werbeanzeigen.

Erfüllungsort, Gerichtsstand
Hamburg

V.i.S.d.P.
Andreas Christensen

Erscheinungstermine
Das Medienmagazin journalistenblatt erscheint jedes Jahr im Februar, Mai, August und November. Bei besonderen Anlässen kann der Erscheinungstermin abweichen.

Bezug/Preis
Der Bezug ist in der Mitgliedschaft von DPV und bdfj ohne Aufpreis enthalten. Adressänderungen sind den Berufsverbänden bitte umgehend mitzuteilen.

Archiv und Nachbestellung
Unter www.journalistenblatt.de sind alle Ausgaben des Medienmagazins archiviert und, wenn nicht vergriffen, für Mitglieder als Print kostenfrei nachbestellbar.

www.journalistenblatt.de

Die Veröffentlichungen externer Autoren geben nicht unbedingt die Meinung von Redaktion und Herausgeber wieder. Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte oder Bilder und Illustrationen kann keine Haftung übernommen werden. In diesem Medienmagazin werden die weibliche und die männliche Form gleichzeitig gemeint, wenn nicht anders gekennzeichnet. Der Nachdruck ist, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung der Redaktion gestattet.

Kunsthistorisches Museum Wien, Foto: Wiki Commons

Der bekannte Daumensprung zeigt das Prinzip der Parallaxe: Vordergrundobjekte ändern je nach Betrachtungswinkel ihre Position vor dem Hintergrund (oben: rechtes Auge)

Auch frühe Stereogramme (hier mit Aufnahmen des Kolosseums um 1900) nutzen schon die Differenz zweier Betrachtungswinkel

Bildtiefe per Parallax-Effekt

Zugegeben – als Standbild wirkt der Parallax-Effekt nicht sonderlich eindrucksvoll. Dennoch ist es spannend, einmal in Photoshop die Betrachtung einer Szene aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu simulieren. Ein Workshop von Doc Baumann

Wahrscheinlich ist Ihnen der Effekt aus Fernsehdokumentationen vertraut: Sie sehen ein altes Gemälde oder einen Kupferstich, und plötzlich bewegt sich die Kamera seitwärts und das Bild erwacht zu dreidimensionalem Leben. Wie in einer realen Szene verschieben sich die unterschiedlich weit entfernten Bereiche relativ zueinander. So werden zuvor von Vordergrundobjekten verdeckte Teile von Personen im Hintergrund sichtbar. Wie kann das sein? Woher kommen die Informationen, um uns etwas zu zeigen, was im ursprünglichen Bild gar nicht vorhanden war?

Die Parallaxe

Um das besser zu verstehen, hilft es, den Begriff der Parallaxe einzuführen. Sie kennen das: Streckt man den Arm mit erhobenem Daumen aus und betrachtet ihn einmal mit dem linken, dann mit dem rechten Auge (Abbildungen oben), so springt der Daumen vor dem Hintergrund hin und her, weil er jeweils von einem anderen Punkt aus und so unter einem abweichenden Winkel angeschaut wird. Diese scheinbare Verschiebung heißt Parallaxe.

Natürlich sehen Sie dabei auch den Daumen selbst unter verschiedenen Winkeln, mal leicht von links, mal von rechts. Beim zweidimensionalen Parallax-Effekt wird das nur simuliert: Das Bild des Daumens bleibt unverändert, lediglich seine Position vor dem Hintergrund ändert sich.

Der Parallax-Effekt

Das ist wie bei den alten Zeichentrickfilmen, bei denen man Figuren und gestaffelte Hintergrundebenen auf transparente Folien zeichnete, die dann leicht gegeneinander verschoben und fotografiert wurden und schließlich im Film die Illusion von Tiefenstaffelung und Bewegung erweckten. Ähnlich war es bei frühen Videospielen.

Dies ist nicht Raffaels Gemälde „Madonna im Grünen" (1505/06). Vergleichen Sie es mit dem Original gegenüber. Hier kommt der Blick von weiter links

Doch während beim Animationsfilm die kompletten Bilder der Hintergrundebenen vorhanden waren, müssen diese beim Parallax-Effekt erst einmal geschaffen werden.

Eigentlich wollten wir hier ein Studio vorstellen, das diesen Effekt für TV-Dokumentationen produziert. Aber in Corona-Zeiten sind Reportagen schwierig geworden, sodass wir Ihnen hier zunächst nur das Prinzip erläutern.

Schritt eins: Festlegen der unterschiedlichen Ebenen der Tiefenstaffelung, sorgfältiges Auswählen der dort vorhandenen Personen und Objekte und Duplizieren auf neue Ebenen (bei dem „parallaxierten" Raffael-Gemälde oben sind das acht Ebenen, das Original sehen Sie links).

Schritt zwei: Bestimmung eines neuen Blickwinkels und passendes seitliches Verschieben der einzelnen Ebenen gemäß der Parallaxe.

Schritt drei: Und jetzt wird's wirklich mühsam: Retuschieren der Bildstellen, die hinter Vordergrundobjekten lagen und daher „leer" sind. „Inhaltsbasiert füllen" hilft nur selten, meist sind Stempelwerkzeug und Pinsel gefragt. Da man das alles bei einem Foto mit mehreren Aufnahmen faken könnte, zeigen wir es an einem Gemälde. (Vielleicht bekommen die Profis bei diesem Schritt Unterstützung durch künstliche Intelligenz, wir werden es irgendwann herausfinden.)

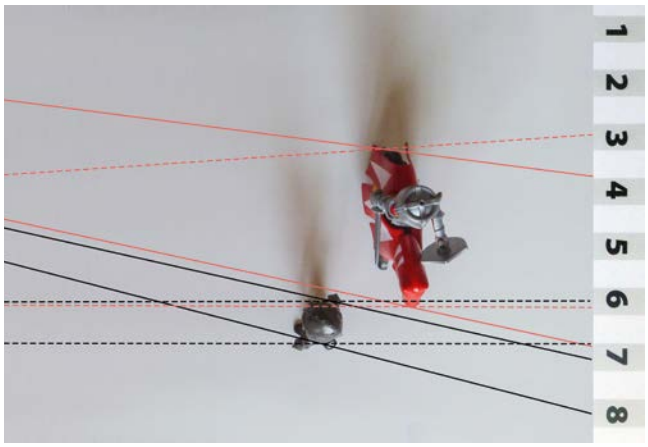
Und schließlich müssen diese Phasen natürlich noch animiert werden, erst dann entfalten sie ihre Wirkung. ▶

01 Zwei Tiefenebenen vor Hintergrund

Um das Prinzip der Parallaxe besser zu verstehen, schauen wir uns ein einfaches Beispiel an, das aus drei Ebenen der Tiefenstaffelung besteht. (Ebene ist hier zwar nicht ganz das Gleiche wie in Photoshop, aber das können wir vernachlässigen, weil sich bei der Parallaxen-Simulation die Objekte einer zusammengehörigen Tiefenebene auf einer Photoshop-Ebene befinden.) Am weitesten vorn steht die Spielzeugfigur rechts, hinter ihr nach links versetzt der Ritter zu Pferde, noch weiter im Hintergrund ein Streifenmuster mit Zahlen, an dem sich die relative Position der Objekte ablesen lässt. Abbildung 3 zeigt Ihnen die Aufsicht dieser Szene mit dem Streifen-Hintergrund rechts.

02 Veränderter Blickwinkel

Bewegen Sie Kopf (oder Kamera) ein wenig nach rechts, so verschieben sich die Objekte scheinbar nach links – die Figuren im Vordergrund relativ zueinander sowie beide zum Hintergrund. Beim binokularen – also beidäugigen – Sehen beträgt der Abstand etwa 7 bis 8 Zentimeter. Dieser geringe Winkelunterschied reicht aus, um Szenen bis zu einer Entfernung von wenigen Metern räumlich wahrnehmen zu können; je größer der Abstand der beiden Betrachtungspositionen, um so stärker die resultierende Tiefenwirkung. (So kann man im Extremfall durch Triangulation die Entfernung zu nahen Sternen messen, die von entgegengesetzten Punkten der Erdumlaufbahn vor dem Hintergrund sehr weit entfernter Sterne aus betrachtet werden und sich minimal verschieben.)



03 Blickwinkel in der Aufsicht

Betrachten wir dieselbe Szene in der Aufsicht: Die durchgehenden roten und schwarzen Linien repräsentieren die Blickwinkel, wie sie in Abbildung 1 wiedergegeben werden – die unterbrochenen Linien stellen die aus Abbildung 2 dar, also von einem Betrachtungspunkt weiter rechts. Sie sehen, dass diese Linien rechts an den Stellen enden, die dem Streifenhintergrund der beiden Szenen entsprechen. Die hier gezeigte Bilddatei geht nach links eigentlich noch sehr viel weiter; die durchgehenden Linien treffen dort alle in einem Punkt zusammen, ebenso die unterbrochenen. Eine so aufgebaute (Re-)Konstruktionszeichnung kann Ihnen dabei helfen, für den Parallax-Effekt abzuschätzen, wie sich Vordergrundobjekte relativ zum Hintergrund verschieben müssen.

04 Viele Ebenen der Tiefenstaffelung

Mit nur zwei Objekten vor einem Hintergrund, wie oben beschrieben, ist das Ganze noch relativ einfach zu handhaben. In der Praxis aber bestehen viele Szenen aus deutlich mehr Objekten in unterschiedlicher Entfernung vom Betrachterstandort. In dieser Szene sind es zwar nur drei „Schichten" plus Hintergrund, dennoch wirkt das Bild sehr viel komplexer. Ursprünglich wurden diese Figuren, wie in den folgenden Abbildungen zu sehen, vor weißem Hintergrund aufgenommen und erst später vor die Burg montiert. Für eine Bearbeitung mit dem Parallax-Effekt müssten Sie bei einem solchen Bild als Ausgangsmaterial aber zum einen jede Figur freistellen und dann zum anderen all das rekonstruieren, was hier von weiter vorn stehenden Figuren abgedeckt wird.

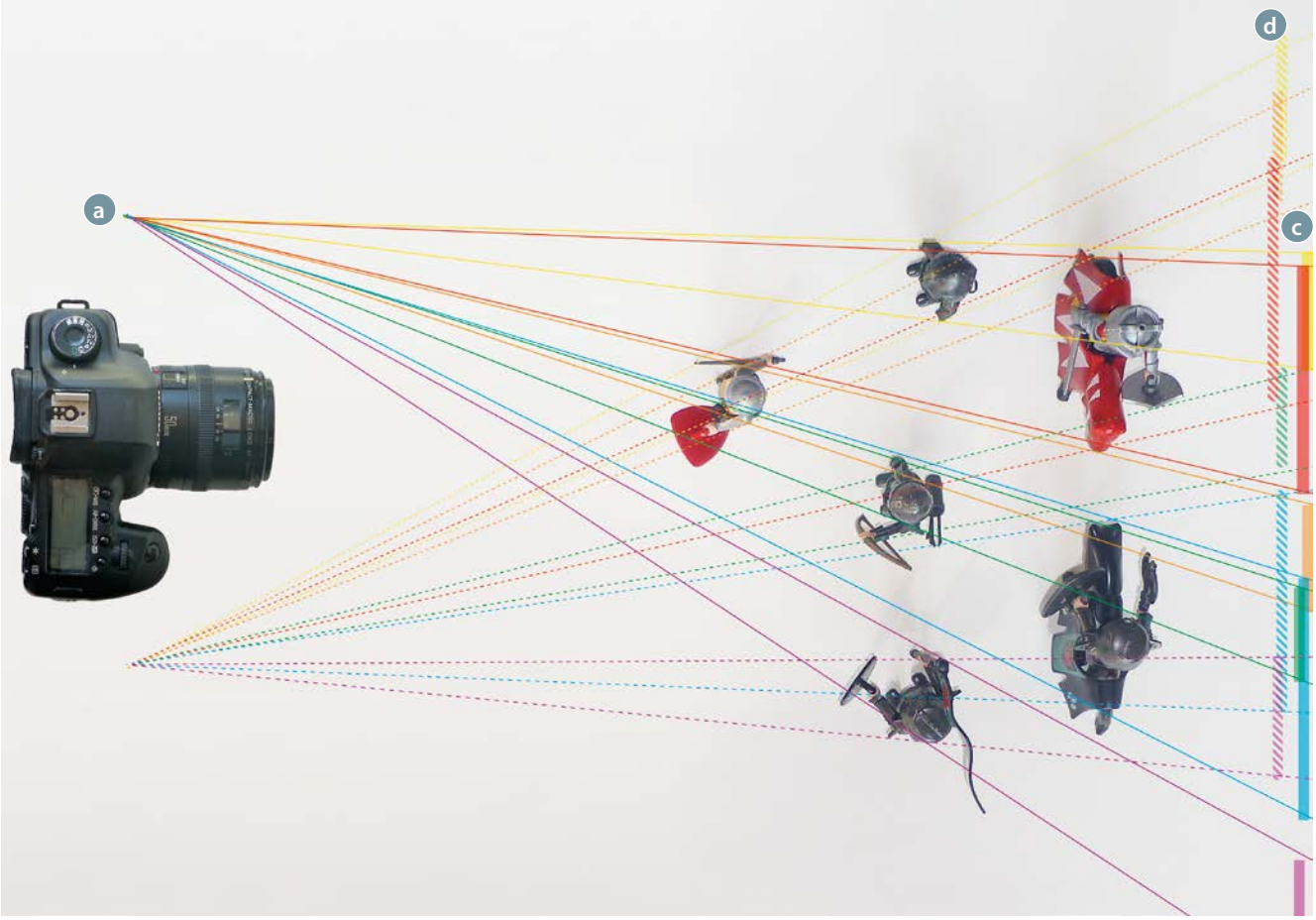
05 Figuren aus unterschiedlichen Winkeln ►

So sah das Foto aus, bevor die Gruppe in die Burg-Szene montiert wurde (a). Natürlich ist es sehr viel einfacher, zwei Aufnahmen dieser Figuren zu machen (b) und diese dann vor der Burg einzusetzen. Aber eben diese Möglichkeit hat man ja bei einem Gemälde – wie der gezeigten Raffael-Madonna –, einem Stich oder einem alten Foto nicht, da gibt es nur eine einzige Ansicht. In der Praxis wird der Parallax-Effekt allerdings mitunter auch gefakt, was man merkt, wenn man die verwendeten Vorlagen zufällig kennt. Dann werden zwar Einzelfiguren aus einem Bild freigestellt, aber ihr Hintergrund nicht mühsam rekonstruiert, sondern einfach ein zweites Bild genommen, das inhaltlich und stilistisch passt und als neuer Hintergrund verwendet wird.

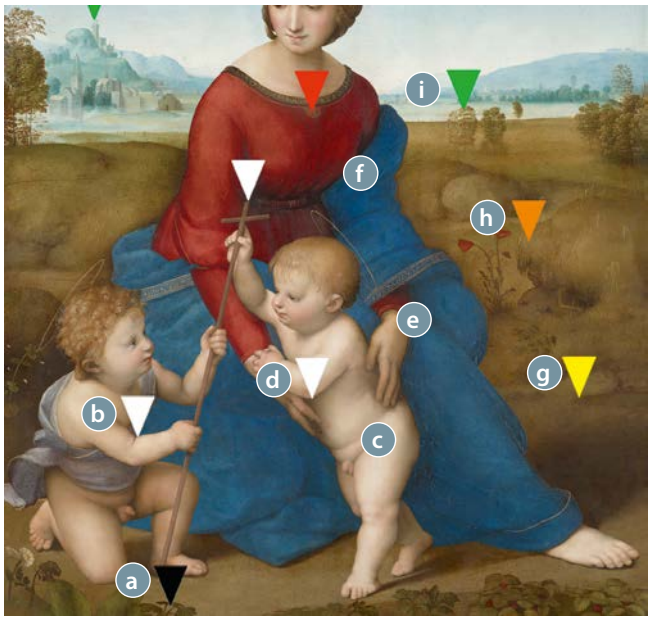
06 Aufsicht bei drei Tiefenebenen ▼

Diese Aufsicht ist ähnlich aufgebaut wie die in Abbildung 3; abweichend habe ich hier rechts die Bereiche der Hintergrundabdeckung in denselben Farben eingefügt wie die ihrer „Sehstrahlen". Die Kamera gibt lediglich die Blickrichtung an. Die voll gefärbten senkrechten Balken rechts (c), die sich teilweise halbtransparent überlagern, repräsentieren die gegenseitige Abdeckung und die des Hintergrunds von Aufnahmepunkt (a) aus – die unterbrochenen (d) von Punkt (b). (Die Rekonstruktion ist nicht ganz exakt, weil auch hier die Entfernung der Aufnahmepunkte (a) und (b) von den Figuren eigentlich größer war und sich so leicht abweichende Winkel ergeben.) Die Verlagerung der Balken rechts zeigt ungefähr, wie sich weiter hinten liegende Objekte relativ zueinander verschieben.

Das Arbeitsmaterial zum Tutorial sowie zwei Animationen der Szenen finden Sie unter www.docma.info/21823, und viele weitere spannende Beiträge zum Thema Bildbearbeitung gibt es im Magazin DOCMA und auf www.docma.info.



►

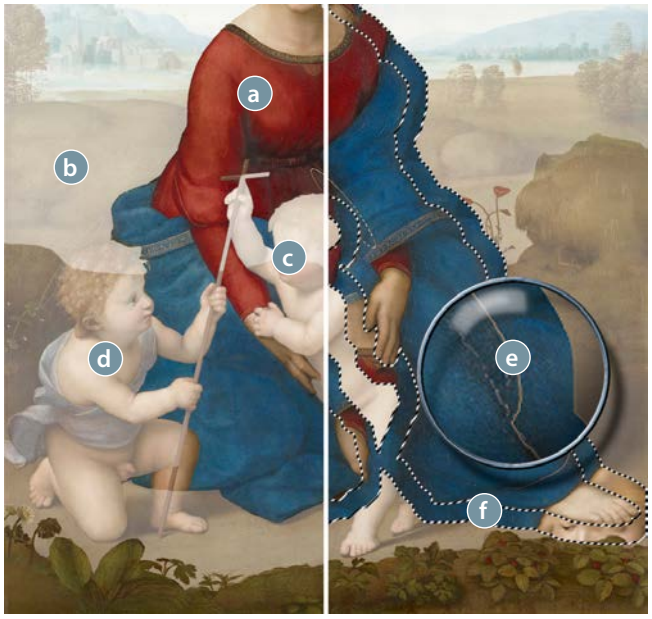


07 Gemälde-Projekt: Festlegung der Ebenen

Auf dieser Doppelseite möchte ich Ihnen Schritt für Schritt demonstrieren, wie ich die Blickwinkelveränderung beim Gemälde von Raffaels Madonna realisiert habe. Damit Sie etwa abschätzen können, welcher Aufwand damit einhergeht: Die Bearbeitung hat rund anderthalb Arbeitstage gedauert. Was Sie auf diesem Bild sehen, ist eigentlich nicht das Originalgemälde – auch, wenn es so aussieht –, sondern der Anblick aller Ebenen, nachdem die einzelnen Tiefenschichten ausgewählt und auf neue Ebenen dupliziert wurden. Damit Sie am Ende die parallaktische Verschiebung besser nachvollziehen können (vergleiche Bild 11), habe ich für – fast – jede dieser Schichten an markanter Stelle einen Pfeil hinzugefügt. Es gibt die folgenden Ebenen: Pflanzen am unteren Bildrand (schwarzer Pfeil) (a), Johannes (b), Jesus (c), dessen linker Arm und der obere Teil des Kreuzes (weiß) (d), Hände und Unterarme Marias (ohne Pfeil) (e), Maria (rot) (f), Hintergrund vorn (gelb) (g), Hintergrund Mitte (orange) (h) und Hintergrund hinten (grün) (i).

08 Problematische Zone

Ein schwierig zuzuordnender Bereich sind die Hände und Unterarme Marias. Vorn und unten umfassen die Hände das Kind, weiter hinten und oben gehören sie aber zur Maria-Ebene. Und da wir es nur mit zwei Dimensionen zu tun haben und die dritte lediglich simuliert wird, gibt es eigentlich kein vorn und hinten. Ich habe mich schließlich entschlossen, die Hände und Arme als eigene Ebene anzulegen (die dann noch wegen der Tiefenstaffelung teilweise hinter den Armen des Kindes verschwinden müssen). Im Bild liegen die beiden Knaben, das Kreuz (und eben teilweise Marias Hände und Unterarme) auf ein und derselben Tiefenebene. Da die Freistellungsarbeit aber dieselbe war, habe ich sie dennoch separat ausgewählt und dann auf neue Ebenen dupliziert. »Motiv auswählen« aus Photoshop CC erleichtert diese Arbeitsschritte etwas, letztlich bleibt aber sehr viel Handarbeit, um exakte Auswahlen anzulegen. Ich verwende dazu am liebsten den Maskierungsmodus und nutze die daraus abgeleitete Auswahl für das Duplizieren.

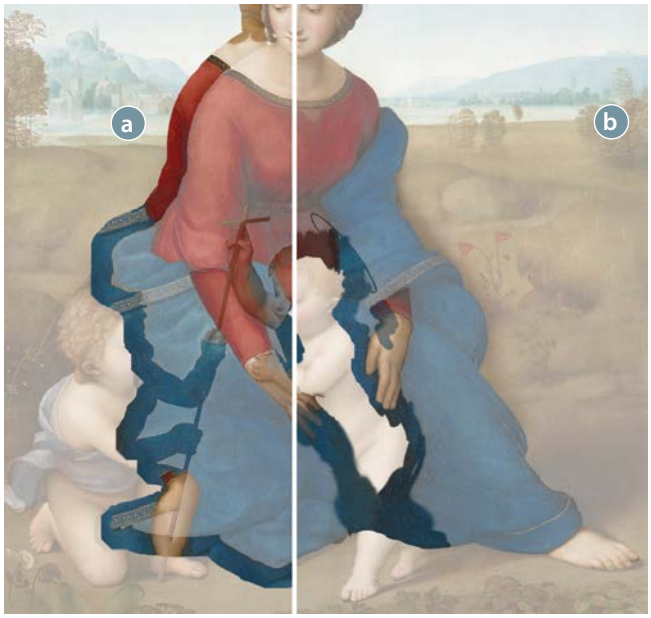


09 Retusche der verdeckten Bereiche

Das Wichtigste bei der Anwendung des Parallax-Effekts ist das seitliche Verschieben weiter hinten liegender Ebenen. Dabei werden unvermeidlich Zonen sichtbar, die im Originalbild zuvor durch Vordergrundobjekte verdeckt waren – dort gibt es also zunächst nur transparente Bereiche. Auf der linken Seite sehen Sie die zur Maria-Ebene gehörenden Pixel deckend (a), die anderen Ebenen erscheinen hier halbtransparent (b). Natürlich fehlen nun die Teile des Kleides, vor denen Jesus (c) und Johannes (d) platziert sind. Ein erster Schritt kann »Inhaltsbasiert füllen« sein: Laden Sie die Pixel dieser Ebene als Auswahl und sichern Sie sie in einem Alphakanal. Erweitern Sie die Auswahl (etwa 20 Pixel). Subtrahieren Sie die im Alphakanal gespeicherte Auswahl (»Strg/Befehl-Alt«-Klick auf die Kanal-Miniatur); es verbleibt eine 20-Pixel-Auswahl außerhalb der Figur auf der Ebene. Erweitern Sie diese um 1 Pixel, um eine sichtbare Bruchkante (e) zu vermeiden. Wenden Sie »Bearbeiten > Fläche füllen > Inhaltsbasiert« an (f) und setzen Sie die Auswahl auf eine neue Ebene (»Strg/Befehl-Shift-J«) (f).

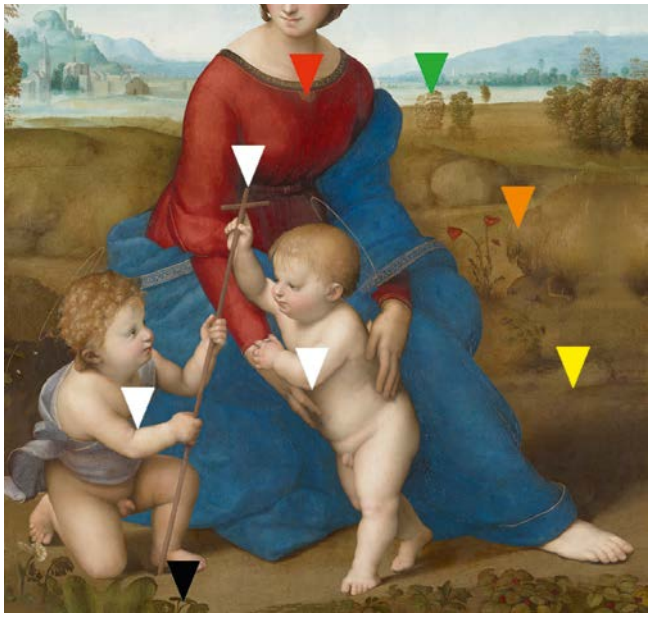
10 Retuschen der inhaltsbasierten Füllung

Das beste Werkzeug für Überarbeitungen der inhaltsbasierten Füllung (Bild 9 um Marias Fuß etwa) ist der Stempel. Dort, wo er allein zu keinen befriedigenden Ergebnissen führt, können Sie auch einen Teil des Ausgangsbildes mit einer weichen Lasso-Auswahl selektieren, kopieren und an der problematischen Stelle einfügen. (In unserem Gemälde bin ich so etwa rechts von dem bräunlichen Haus im Hintergrund (a) sowie bei der Baumgruppe hinten rechts (b) vorgegangen.) Wie mein Kollege Olaf Giermann immer wieder betont, kann man sich übrigens viel Arbeit sparen, wenn man nur notwendige Retuschen vornimmt – also erst nach dem parallaktischen Verschieben der Hintergrundschichten. Da hier alles nach links rückt (mit Ausnahme des Vegetationsstreifens am unteren Bildrand), könnte man sich die Mühe sparen, auf der linken Seite der freigestellten Ebeneninhalte zu retuschieren, weil diese ohnehin nicht sichtbar sein werden. Da ich jedoch vorher nicht wusste, nach welcher Seite ich den Blickwinkel verlagere, habe ich dennoch beide Seiten ergänzt.



11 Parallaktische Verschiebung

Der nächste Schritt besteht darin, die diversen Ebenen (oder Gruppen, wenn Sie vorsichtshalber Ihre Retuschen auf neuen Ebenen angelegt haben) angemessen zu verschieben. Dabei hilft ein Blick auf die Abbildungen 3 und 6. Bewegen Sie den Kopf oder die Kamera seitlich in eine Richtung, dann bewegen sich die Tiefenschichten in dieselbe Richtung. Es kann sinnvoll sein, ein Vordergrundobjekt beziehungsweise eine Tiefenschicht dabei unverändert zu lassen. Ich habe das hier mit der Gruppe der beiden Kinder und Marias Händen so gehandhabt (und zusätzlich den Vegetationsstreifen unten leicht in die Gegenrichtung verlagert). Die fiktive Position der Kamera wurde hier nach links geschoben, entsprechend müssen die Tiefenschichten ein Stück nach links gerückt werden. Wie die Abbildungen 3 und 6 zeigen, verschieben sich nahe Objekte vor dem Hintergrund stärker als weiter entfernte, was auch an den beiden Vergleichsfotos des Daumensprungs auf Seite 28 gut abzulesen ist.



12 Problemzone

Wie anfangs erwähnt, stellten vor allem die Hände und Unterarme Marias ein gewisses Problem dar, da sie teils vor, teils hinter dem Körper ihres Sohnes liegen. Eine wirklich befriedigende, rein zweidimensionale Lösung ist hier also kaum möglich, auch wenn der Winkelunterschied nur gering ist. Da ich die beiden Kinder als unveränderte Fixpunkte definiert habe und die Hände vor dem Körper positioniert sind, habe ich sie wie den Vegetationsstreifen unten leicht in die Gegenrichtung, also nach rechts verlagert. Weil der – im Bild rechte – Arm der Mutter praktischerweise unterhalb einer Gewandfalte zum Vorschein kommt, liegt die Lösung hier nahe: Hand und Handgelenk lassen sich unter dieser Falte leicht nach rechts rücken, ohne dass ein visueller Widerspruch entstehen würde.

Eigentlich wollte ich Ihnen die Vorgehensweise ergänzend an einem Foto zeigen. Aber da gibt es keinen Unterschied beim Workflow – und wie die Bilder auf der vorhergehenden Doppelseite zeigen, ließe sich so etwas ohnehin mühelos faken, indem man einfach mehrere leicht versetzte Fotos aufnimmt und kombiniert.

Zeitungsfacetten 2020

Für die Deutschen ist professioneller Journalismus essenziell

Die vierte Ausgabe der Gattungsstudie der Score Media Group beschäftigt sich mit der Bedeutung von unabhängigem Journalismus, der Glaubwürdigkeit sozialer Netzwerke sowie den Unterschieden in der Print-, Online- und E-Paper-Nutzung regionaler Tageszeitungsmarken. Weiter widmen sich die Zeitungsfacetten 2020 der Nutzung und den Nutzungsmotiven von Anzeigenblättern.

QUALITÄT, DIE ZÄHLT!

70%
der Befragten und sogar

75%
der Leser regionaler Tageszeitungen finden professionellen Journalismus unerlässlich, um vollständig informiert zu sein.

Starke Rolle! Die letzten Monate und die breite Durchdringung von Verschwörungstheorien machen einmal mehr deutlich, wie wichtig und notwendig eine fundierte Medienberichterstattung für Information und Aufklärung einer Gesellschaft ist. Die Forscher von Dentsu Aegis Resolutions haben im Auftrag des Crossmedia-Vermarkters Score Media die Deutschen Anfang des Jahres zu ihren Einstellungen und zu ihrer Meinung über die Rolle und die Bedeutung von Qualitätsjournalismus befragt.

Die Ergebnisse der repräsentativen Studie sind eindeutig: Laut Zeitungsfacetten 2020 halten 70 Prozent der Befragten und 75 Prozent der Leser regionaler Tageszeitungen professionellen Journalismus für unerlässlich, um umfänglich über das aktuelle Geschehen in der Welt, in Deutschland und in der Region informiert zu sein. 60 Prozent der Befragten und 68 Prozent der Leser regionaler Tageszeitungen bezeichnen dabei die hinter einer Tageszeitung stehende Redaktion als Garanten und Gütesiegel für die Qualität der Inhalte.

Schließlich arbeiten in den Medienhäusern kompetente Experten, die ihren Beruf erlernt haben, echte und verlässliche Fakten liefern und die Themen entsprechend profund einordnen – das sagen 57 Prozent der Bevölkerung und 66 Prozent der Leser. Die Hälfte der Bevölkerung und 57 Prozent der Leser finden außerdem, dass man sich auf die Inhalte einer Tageszeitung verlassen kann, da sie von der Redaktion auf ihre Korrektheit geprüft sind.

Regionale Tageszeitungsmarken: starker Absender – starke Abstrahleffekte

Diese hohe Glaubwürdigkeit und dieses Vertrauen strahlen auch auf die Online-Angebote der regionalen Tageszeitung – Stichwort Trusted Mediabrands – ab: So vertrauen 51 Prozent der Bevölkerung (57 Prozent der Leser) Online-Nachrichten eher, wenn diese

„Die hinter einer Tageszeitung stehende Redaktion garantiert die Qualität der Inhalte."

sagen ...

60%
der Befragten

68%
der Leser regionaler Tageszeitungen

von einer vertrauenswürdigen Quelle wie einer Tageszeitung stammen.

Wesentlich kritischer werden dagegen soziale Netzwerke beurteilt. Nur knapp jeder fünfte Befragte (22 Prozent) und rund jeder vierte Zeitungsleser (24 Prozent) ist der Ansicht, dass die in den sozialen Netzwerken angebotenen Nachrichten ausreichen, um gut informiert zu sein. Nur elf Prozent der Bevölkerung und 15 Prozent der Leser verlassen sich darauf, dass die Nutzer dort nur korrekte Inhalte posten.

Print ist beliebteste Nutzungsform – E-Paper das Produkt der Zukunft

Befragt nach der Häufigkeit der Nutzung regionaler Tageszeitungsangebote, geben 80 Prozent der Bevölkerung an, im letzten Jahr die regionale Tageszeitung gelesen zu haben. Knapp zwei Drittel (65 Prozent) lesen mindestens wöchentlich ihre Abozeitung. Beliebteste Nutzungsform ist mit 47 Prozent unverändert die gedruckte Zeitung, 39 Prozent nutzen die Online-Angebote und 19 Prozent das noch junge, aber mit einem Plus von 36 Prozent gegenüber der Vorjahresumfrage stark wachsende Segment der E-Paper.

Digitale Angebote werden häufiger genutzt und gesnackt, und Print wird intensiver gelesen

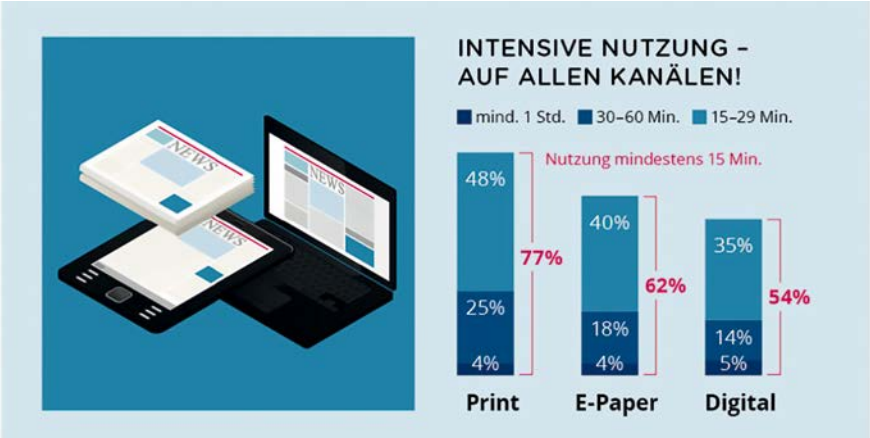
Wie die Zeitungsfacetten 2020 des Crossmedia-Vermarkters weiter belegen, bestehen zwischen der Nutzung von Print und Digital Unterschiede: Auf die digitalen Angebote wird häufig zugegriffen – 41 Prozent der Nutzer besuchen (mehrmals) täglich das Webangebot ihrer regionalen Tageszeitung (Print 37 Prozent, E-Paper 35 Prozent). Die gedruckte Ausgabe wird als Genussmedium wiederum besonders intensiv gelesen – 77 Prozent der Leser studieren die Inhalte mindestens 15 Minuten lang, ein Viertel sogar bis zu einer Stunde. Im Vergleich dazu werden die digitalen Angebote eher gesnackt (54 Prozent der Nutzer lesen online mindestens 15 Minuten), in der Mitte – quasi als Hybrid – positioniert sich das E-Paper (62 Prozent der Nutzer vertiefen sich mindestens eine Viertelstunde in die Inhalte).

Anzeigenblätter: Nicht hip, aber beliebt

Ein weiterer Fokus der Zeitungsfacetten liegt auf der Nutzung und den Nutzungsmotiven von Anzeigenblättern, die knapp neun von zehn Personen (88 Prozent) regelmäßig kostenlos erhalten. Die zentralen Erkenntnisse: Mehr als jeder Zweite (53 Prozent) nutzt sie regelmäßig (mindestens wöchentlich). Dabei gehören für 71 Prozent Anzeigenblätter einfach zum Alltag dazu, knapp zwei Drittel (65 Prozent) würden sie vermissen, und ein Viertel gibt sein Wochenblatt sogar an andere weiter. Über beide Angebote hinweg lesen 79 Prozent der Bundesbürger zwischen 15 und 64 Jahren (42,4 Millionen Menschen) mindestens wöchentlich eine regionale Tageszeitung oder Anzeigenblätter.

Befragt nach den Nutzungsmotiven geben 60 Prozent der Leser an, in ihren Anzeigenblättern immer wieder interessante Anregungen zu finden. Weiter achtet mehr als die Hälfte (57 Prozent) bewusst auf Anzeigen, und 48 Prozent nutzen die Anzeigenblätter, um ihre Einkäufe zu planen.

„Sei es in Bezug auf Nachrichten, Informationen und deren Einordnung wie auch als praktischer Ratgeber für Konsumentscheidungen: Die diesjährigen Zeitungsfacetten belegen aufs Neue die bedeutende Rolle der regionalen Tageszeitungen wie auch der Anzeigenblätter für den Alltag der Menschen", so Carsten Dorn, Geschäftsführer der Score Media Group. „Die vergangenen Monate, in denen Corona die Welt fest im Griff hatte, dürften das Bewusstsein der Menschen in Bezug auf Verlässlich- und Glaubwürdigkeit wie auch auf die Notwendigkeit von professionellem Journalismus und validierter Berichterstattung noch einmal deutlich geschärft haben. So sind regionale Tageszeitungen und Anzeigenblätter in unserer komplexen globalisierten Welt für die Menschen mehr denn je eine wesentliche Konstante und erreichen sie genau dort, wo sie leben, konsumieren und zuhause sind."



Studiensteckbrief

Methode: Repräsentative Online-Befragung von 5.527 Personen zwischen 15 und 64 Jahren

Zeitraum: Januar 2020

https://score-media.de/pressemitteilung/zeitungsfacetten-2020-fuer-die-deutschen-ist-professioneller-journalismus-essenziell/

Abbildungen: Score Media Group

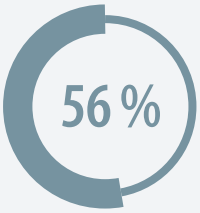
Soziale Medien als Nachrichtenquelle für Jüngere immer wichtiger

Von Anne-Kathrin Sonnenberg

Aus einer aktuellen Studie von YouGov in Kooperation mit dem Reuters Institute for the Study of Journalism geht hervor, dass soziale Medien bei jungen Erwachsenen in Deutschland eine immer bedeutendere Quelle für Nachrichten werden.

Soziale Medien werden für junge Erwachsene in Deutschland bei ihrem Nachrichtenkonsum offensichtlich immer bedeutender. Das geht aus dem aktuellen „Reuters Institute Digital News Report" hervor. Demnach geben 30 Prozent der befragten 18- bis 24-Jährigen an, dass die sozialen Medien ihre wichtigste Nachrichtenquelle seien. Das ist ein deutlicher Anstieg: Bei der Befragung im Jahr 2019 hatte der Wert noch bei 22 Prozent gelegen. Zudem gaben dieses Mal 9 Prozent in dieser Altersgruppe an, Nachrichten ausschließlich über soziale Medien zu beziehen – 2019 waren es noch 5 Prozent. Zu den sozialen Medien zählt die Studie Plattformen, auf denen Nutzer selbst Inhalte einbringen können, wie zum Beispiel Facebook, Instagram und auch Messenger wie WhatsApp sowie die Videoplattform YouTube. In den vergangenen Jahren haben in Deutschland viele Medien, darunter Tageszeitungen, Rundfunk und Zeitschriftenmarken ihre Verbreitungswege auf soziale Medien ausgeweitet. Sie haben zum Beispiel Accounts auf Facebook oder YouTube.

sehen die sozialen Medien als wichtigste Nachrichtenquelle.

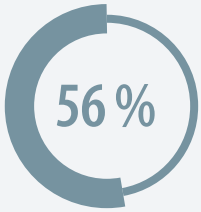


finden, das unabhängiger Journalismus für das Funktionieren einer Gesellschaft wichtig ist.

Weitere Auffälligkeit in der Studie:
Die Relevanz von unabhängigem Journalismus für die Gesellschaft ist innerhalb der Altersgruppen unterschiedlich stark ausgeprägt. Während es unter den Befragten ab 55 Jahren 88 Prozent sind, für die ein unabhängiger Journalismus für das Funktionieren einer Gesellschaft wichtig ist, sind es in der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen mit 56 Prozent deutlich weniger, die der Unabhängigkeit des Journalismus eine große gesellschaftliche Bedeutung zuschreiben.

Sorge über Fehlinformationen („Fake News")
Die internationalen Ergebnisse der Studie zeigen, dass die Weltöffentlichkeit über Fehlinformationen sehr besorgt ist: 56 Prozent der mehr als 80 000 Befragten sagen, sie seien besorgt über den Wahrheitsgehalt von Nachrichten im Internet – und besonders besorgt, wenn es um falsche Aussagen von Politikern geht.

US-Amerikaner machen sich häufiger Sorgen über Online-Fehlinformationen durch ihre politischen Führer als der weltweite Durchschnitt. In Brasilien und auf den Philippinen, also in zwei Ländern mit ebenso „starken" Präsidenten, machen sich die Bevölkerungen ebenfalls häufiger Sorgen über Fake News als die restliche Weltbevölkerung. Auch die Südafrikaner sind



sind besorgt über den Wahrheitsgehalt von Nachrichten im Internet.

Foto: YouGov

der Befragten weltweit sind am meisten besorgt über Fehlinformationen durch Aktivisten.

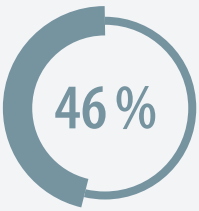
häufiger besorgt: Mehr als die Hälfte der Befragten (52 Prozent) sagt, dass die Nachrichtenmedien darüber berichten sollten, wenn führende Politiker unwahre Dinge über das Internet verbreiten. Nur drei von zehn Südafrikanern (29 Prozent) sind der Ansicht, dass dies nicht betont werden sollte, um dem Verfasser nicht noch mehr Aufmerksamkeit zu verschaffen.

Abgesehen von der Sorge über Fake News durch Politiker sind die Befragten weltweit am meisten besorgt über Fehlinformationen durch Aktivisten (14 Prozent), Journalisten (13 Prozent) und normale Bürger (13 Prozent). Nur einer von zehn (10 Prozent) ist am häufigsten darüber besorgt, dass ausländische Regierungen Fake News verbreiten.

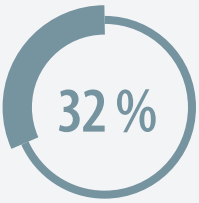
Der Bericht zeigt, dass das Vertrauen in die globalen Medien weiter abnimmt. Weniger als vier von zehn (38 Prozent) geben an, den meisten Nachrichten die meiste Zeit über zu vertrauen – ein Rückgang von vier Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr –, während weniger als die Hälfte (46 Prozent) den Nachrichten vertraut, die sie selbst konsumieren. Drei von zehn (32 Prozent) misstrauen meistens Online-Recherchen, und ein Fünftel (22 Prozent) misstraut sozialen Medien.

Zur Studie

Die im Bericht vorgestellten Ergebnisse basieren auf repräsentativen Umfrageergebnissen der Data & Analytics Group YouGov, die im Januar 2020 erhoben wurden. Die aktuelle Nachrichtennutzung unter der derzeitigen Corona-Situation lässt sich wegen des Befragungszeitraums im Januar 2020 nur bedingt wiedergeben.



vertrauen den Nachrichten, die sie selbst konsumieren.



misstrauen meistens Online-Recherchen und 22 % misstrauen sozialen Medien.

Die jährliche Studie wird unter Koordination des in Großbritannien ansässigen Reuters Institute for the Study of Journalism zeitgleich in zahlreichen Ländern erstellt. Seit 2012 werden generelle Trends und nationale Besonderheiten der Nachrichtennutzung herausgearbeitet – für die jetzige Studie sind mehr als 80 000 Konsumenten von Online-Nachrichten in rund 40 Ländern auf sechs Kontinenten befragt worden.

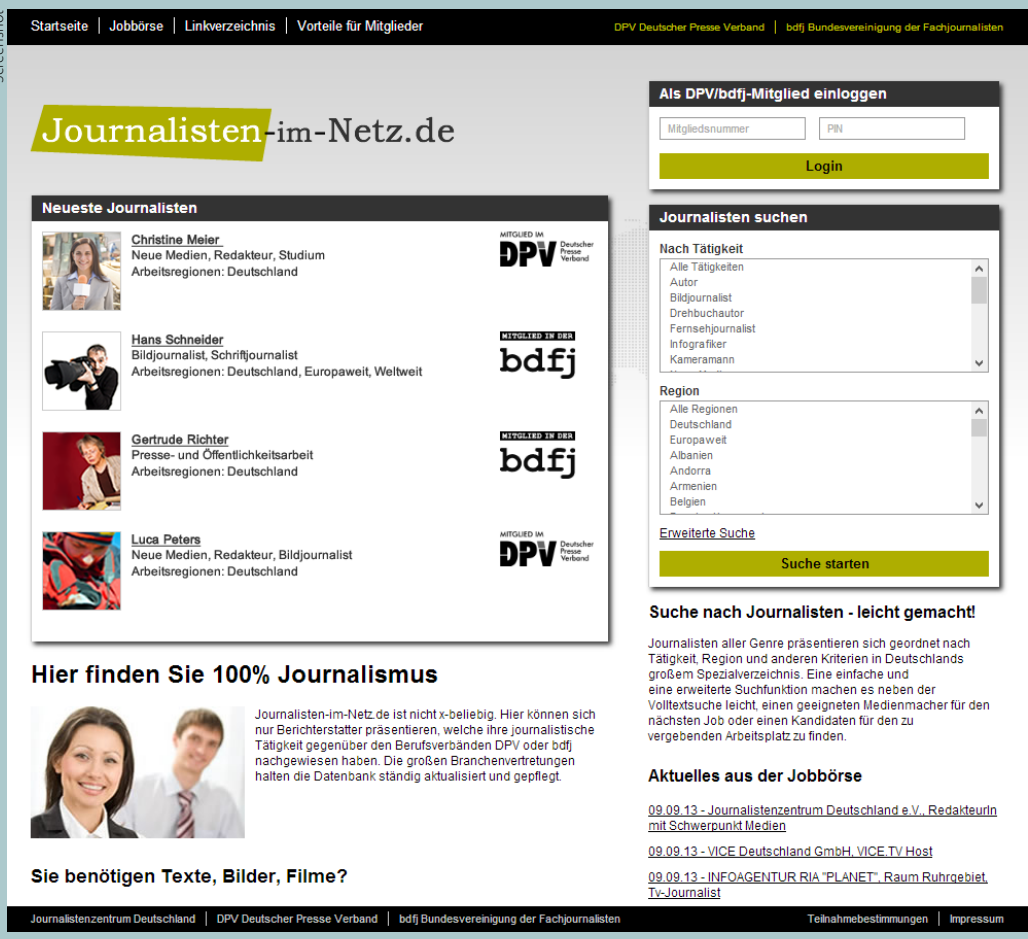
Quelle: *www.yougov.de*
http://www.digitalnewsreport.org

+ + + VERBANDSINFORMATIONEN + + +

www.journalisten-im-netz.de
Die Datenbank für Medienmacher

Die Plattform *journalisten-im-netz.de* bot schon in der Vergangenheit Redaktionen, Presseabteilungen und Unternehmen die Möglichkeit, einfach und bequem den Kontakt zu Journalisten herzustellen. Potenzielle Auftrag- und Arbeitgeber sind hier seit langem richtig, wenn Aufträge erteilt oder Arbeitsverhältnisse geschaffen werden sollen.

Screenshot



Den Mitgliedern des Journalistenzentrum Deutschland bietet sich die Eintragung in eine technologisch aktuelle Datenbank. Anschauliche Arbeitsproben in Form von Wort und Bild, Ton oder Film können ganz einfach hinterlegt werden und geben den Besuchern einen vielfältigen Eindruck zum Leistungsportfolio des Medienschaffenden. Noch einmal erheblich verbessert wurden die Suchfunktionen. Deren zielgenaue Ergebnisse erleichtern es den Auftraggebern, einen passenden Experten zu finden.

In der Mediendatenbank können sich ausschließlich akkreditierte Journalisten von DPV und bdfj präsentieren, womit ein hoher Grad an Qualität und Sicherheit der Inhalte gewährleistet wird. Egal ob als Freiberufler oder Festangestellter – in dieser hervorragenden Form der Präsentation für Journalisten können sich alle registrierten Nutzer ihren potentiellen Auftrag- und Arbeitgebern vorstellen, um sich beruflich zu verbessern und freie Arbeiten oder bisher nicht veröffentlichte Reportagen unterzubringen.

Über einen Relaunch wurde der Internetauftritt inhaltlich und grafisch komplett aktualisiert. Die Thematiken wurden komplett überarbeitet und warten mit einem Spezialverzeichnis „Wissensnetzwerk" sowie Linkverzeichnissen mit wertvollen Informationen zu Spezialthemen auf.

Kostenfrei nach dem geeigneten Journalisten suchen

Trotz aufwendiger Konzeption steht dieses Portal allen Nutzern weiterhin ohne zusätzliche Kosten und Verpflichtungen zur Verfügung. Redaktionen und andere Interessierte können die Datenbank also jederzeit und beliebig häufig zur qualifizierten Mitarbeitersuche nutzen, indem sie die Datenbank durchsuchen.

Die aktive Eintragung in die Datenbank *journalisten-im-netz.de* kann nur durch die Journalisten von DPV und bdfj vorgenommen werden und ist im Mitgliedsbeitrag ohne Aufpreis enthalten.

Besuchen Sie *journalisten-im-netz.de*, nehmen Sie teil und profitieren Sie von der großen Datenbank für Medienschaffende.

Schnellzugriff
www.journalisten-im-netz.de

Login: Mitgliedsnummer und PIN bereithalten! Es gelten die unter www.journalisten-im-netz.de veröffentlichten Teilnahme- und Datenschutzbestimmungen. Änderungen jederzeit vorbehalten.

Engagement – RückBLENDE

Oktober 2020

DPV und bdfj erstellen Eingabe, um Verschlechterung von Arbeitsbedingungen in den USA zu verhindern

Die Vereinigten Staaten von Amerika planen eine Einschränkung der Arbeitsbedingungen von ausländischen Journalisten. Nach einer vom Heimatschutzministerium vorgeschlagenen Regelung sollen auswärtige Medienschaffende zukünftig nur noch maximal für 240 Tage in den USA arbeiten dürfen. Eine einmalige Verlängerung um weitere acht Monate soll – nach Ermessen der Grenzbeamten – möglich sein. Bisher ist es für Journalisten regelmäßig so, dass sie sich so lange vor Ort aufhalten dürfen, wie es für ihre Tätigkeit erforderlich ist.

Das Journalistenzentrum Deutschland mit den Berufsverbänden DPV und bdfj kritisiert diese Verschärfung der Arbeitsbedingungen für Angehörige ausländischer Medien. Journalisten werden bei dem geplanten Verfahren des Immigration and Customs Enforcement Bureau mit anderen Visa-Gruppen gleichbehandelt, obwohl bei der bisherigen Verfahrensweise rund um das sogenannte I-Visum keine Probleme bekannt sind. „Jede Einschränkung der Berichterstattungsfreiheit kann von Diktaturen und Drittländern als Blaupause verwendet werden" sagt Christian Laufkötter, Sprecher von DPV und bdfj. „Und es besteht die Gefahr, dass auch demokratische Regierungen derartige Regelungen als Druckmittel gegenüber unliebsamen Kollegen missbrauchen könnten und diese zu einem Mittel der Abschreckung werden." Dementsprechend könnten US-Journalisten mittelfristig ebenfalls nicht mehr ohne Einschränkungen in anderen Ländern arbeiten. Für eine sachkundige Berichterstattung ist es aber erforderlich, dass sich Medienarbeiter beruflich nicht nur für einen kurzen Zeitraum in einem großen Land wie den Vereinigten Staaten aufhalten dürfen.

DPV und bdfj appellieren an die zuständigen Stellen, die bisherige Regelung beizubehalten. Die Berufsverbände haben dies in einer Stellungnahme gegenüber dem Heimatschutzministerium und dem Haushaltsbüro des Weißen Hauses ausgeführt.

Forschungszentrum der Deutschen Bundesbank setzt Studie mit ausgewählten Institutionen fort

Das Forschungszentrum der Deutschen Bundesbank führt seine Studie mit ausgewählten Institutionen fort. Bereits im Juli unterstützte das Journalistenzentrum Deutschland die Untersuchungen und nahm an den ersten Befragungswellen teil. Diese beschäftigten und beschäftigen sich mit den außergewöhnlichen Herausforderungen, welche aus den aufgrund von Corona getroffenen Maßnahmen resultieren. Der Veränderung der wirtschaftlichen Lage und deren Einfluss auf die Beschäftigungssituation wird nachgegangen. Neben der Abfrage bisheriger Daten spielen auch die Zukunftserwartungen eine Rolle. DPV und bdfj machen auf die negativen Folgen für die Medienwirtschaft insgesamt und den einzelnen Journalisten aufmerksam.

Gerichte stärken (Foto-)Journalisten den Rücken

In der aktuellen Ausgabe des Medienmagazins *NITRO* berichtet der Hausjustiziar von DPV und bdfj ausführlich über erfreuliche Entscheidungen deutscher Gerichte zugunsten der Rechte von (Bild-)Berichterstattern. Denn als Journalist steht man nicht nur ständig unter dem Druck, neue und interessante Themen zum Gegenstand seines Artikels zu machen oder aussagekräftiges und ansprechendes Bildmaterial zu produzieren. Hinzu kommt, dass man ständig die Rechte Dritter im Auge behalten muss. Mitarbeiter von Redaktionen und insbesondere Freiberufler kennen das leidige Thema „Drittrechte" nur allzu gut.

September 2020

IPI World Congress 2020 gestartet

Der IPI World Congress 2020 hat begonnen. Er wird innerhalb von vier Wochen online auf Zoom jeden Dienstag und Donnerstag stattfindet. Zum Auftakt des Eröffnungstages werden Gary Liu, CEO der *South China Morning Post*, und Lauren Williams, Vizepräsidentin und Chefredakteurin von *Vox Media Network*, über den Aufbau nachhaltiger Nachrichtenmedien im digitalen Zeitalter sprechen. Espen Egil Hansen von *Schibsted* wird zusammen mit Wolfgang Krach, Chefredakteur der *Süddeutschen Zeitung*, und Ferial Haffajee von *Daily Maverick* über Publikum und Journalismus Produkte in der Aufmerksamkeitswirtschaft diskutieren.

Als Höhepunkt am ersten Tag spricht der scheidende CEO der *New York Times*, Mark Thompson, mit IPI-Vorstandsmitglied und Chefredakteurin Beata Balogová (SME) über die Erfahrungen der *New York Times*. Die vollständige Liste der Redner und das Programm finden Sie online unter www.ipi.media. Wir hoffen, dass Sie die Gelegenheit nutzen können, an interessanten Diskussionen kostenlos von Ihrem eigenen Büro oder Zuhause aus teilnehmen zu können. Vertreter von DPV und bdfj gehören dem dreiköpfigen Vorstand von IPI-Deutschland an.

Umfrage: Folgen der Corona-Maßnahmen für freiberuflich tätige Journalisten

Das Gros der freiberuflichen Journalisten muss durch die aufgrund des Coronavirus getroffenen Maßnahmen mit wesentlichen Umsatzeinbußen kämpfen. Viele von ihnen sind nie zuvor durch eine solche Krise herausgefordert worden und anders als große Unternehmen wenig abgesichert. Daher müssen im Mittelpunkt der politischen Sicherungsmaßnahmen in den nächsten Wochen kleine und mittlere Unternehmen stehen, an denen die Freiberufler einen hohen Anteil haben. Damit sie von den Maßnahmen der Bundesregierung vollumfänglich profitieren können, müssen die wirtschaftlichen Folgen bekannt sein, welche freie Journalisten treffen. Um uns gemeinsam mit dem Institut für Freie Berufe und dem Bundesverband der Freien Berufe (BFB) für die Freiberufler in DPV und bdfj stark machen zu können, wird eine ausreichende Datenbasis als Argumentationsgrundlage benötigt. Deswegen bitten wir alle Freiberufler, sich an der Umfrage zu beteiligen, zu der wir die Mitglieder angeschrieben haben.

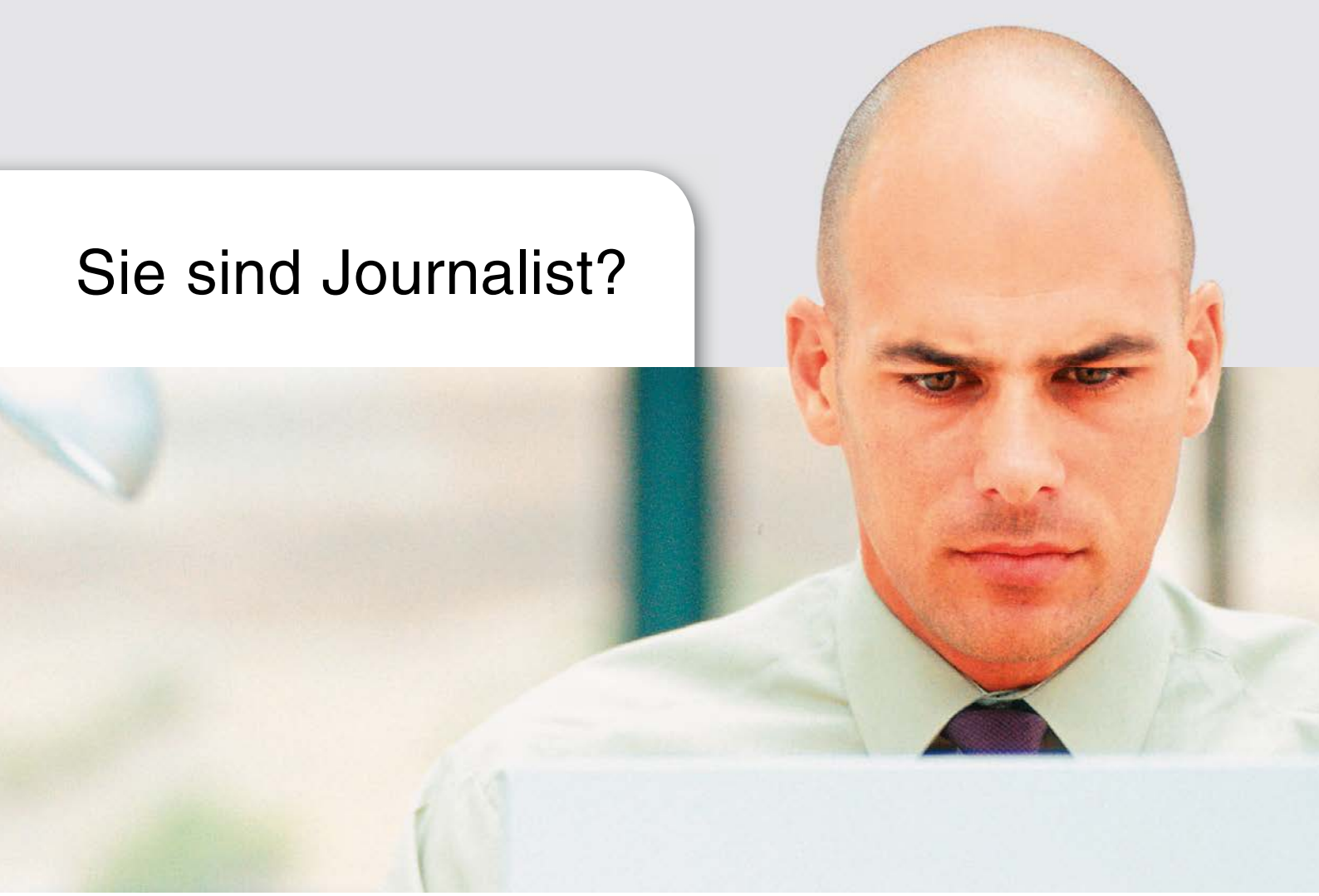
August 2020

Journalisten sind systemrelevant für die Meinungsbildung

Stellvertretend für das Journalistenzentrum Deutschland berichtet der DPV in der Zeitschrift „der freie beruf" über die Probleme von Journalisten in Folge der Covid19-Maßnahmen. Im Corona-Special geben führende Kammern, Verbände und Institutionen neben verschiedenen Ministern ihre Sicht auf Probleme sowie ihre Hoffnungen auf Chancen wieder. Die Positionen der dem DPV und der bdfj angeschlossenen Journalisten finden hier eine öffentliche Reichweite. Der Bundesverband der Freien Berufe (BFB) vertritt als einziger Spitzenverband der freiberuflichen Kammern und Verbände die Interessen der Freien Berufe in Deutschland. Die Gemeinwohlorientierung ist ein Alleinstellungsmerkmal der Freien Berufe.

Aktuelle Hinweise zum Engagement des Journalistenzentrum Deutschland finden Sie unter www.berufsvertretung.de

Sie sind Journalist?



Profitieren Sie von hervorragendem Service, Fachinformationen, qualifizierter Beratung, Presseausweis, wirksamem Engagement, Medienversorgung und zahlreichen weiteren Leistungen.

Die Journalistenverbände informieren Sie gerne:

Journalistenzentrum DEUTSCHLAND

DPV Deutscher Presse Verband

bdfj: bundesvereinigung der fachjournalisten

Journalistenzentrum Deutschland
Stresemannstr. 375
D-22761 Hamburg
Tel. 040 / 8 99 77 99
info@journalistenverbaende.de

www.journalistenverbaende.de