Journalistenblatt

3
2021

Die Journalistenverbände informieren | 16. Jahrgang

www.journalistenblatt.de

Herausgeber

Journalistenzentrum DEUTSCHLAND

DPV Deutscher Presse Verband

bdfj: bundesvereinigung der fachjournalisten

ARD-Mediathek vs. Netflix & Co.

Channel-Manager Florian Hager über die Zukunft der ARD-Mediathek, ab Seite 4

27. Bildband Fotos für die Pressefreiheit 17

Datenschutz und Bürgeridentifikationsnummer 28

Geistiges Eigentum 32

HAMBURGER STIFTUNG
für politisch Verfolgte

35 Jahre Stimmen für die Freiheit

„Unser Mut ist ungebrochen!

Mein Ziel: Ein rechtsstaatliches Belarus.“
Tatsiana Tkachova, Fotojournalistin aus Belarus

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,
Öffentlich-Rechtliche gegen Private: Der vermeintlich ewigwährende Kampf nimmt kein Ende. Allerdings sieht Florian Hager, Channel-Manager der *ARD-Mediathek*, in seinem Metier Streamingdienste wie Amazon oder *Netflix* nicht direkt als Konkurrenz. Sondern eher als Ansporn, den Nutzern der Altersgruppe zwischen 30 und 49 Jahren ein weiteres Angebot zu machen. Nämlich das eines umfassenden Archivs. Mit Filmen, Serien und Magazinen. Eine anspruchsvolle Aufgabe, wie der 45-Jährige selbst findet. Lesen Sie das Interview mit ihm auf Seite 4 – es lohnt sich!

Um die Öffentlich-Rechtlichen dreht sich auch der nächste Beitrag. Stefan Stuckmann blickt auf deren Strukturen – und kommt zu dem Schluss: Die Frage ist nicht, ob sich der Rundfunk radikal verändern muss. Sondern nur: wie? Seine Einschätzungen finden Sie auf Seite 8 ff.

Öffentlich-Rechtlich, der Dritte: Martina Zöllner, Leiterin des Programmbereichs Dokumentation, Fiction und Serien beim *Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb)*, zollt den Streamingdiensten ihren Respekt. Und sieht sie künftig auch als mögliche Partner. Mit dem Streamingdienst *joyn* hat sie bereits eine Kooperation abgeschlossen. Das Interview mit ihr finden Sie ab Seite 12.

In der Weltrangliste der Pressefreiheit steht Deutschland auf Rang 13. Noch vor einem Jahr belegte die Bundesrepublik Rang 11. Reporter ohne Grenzen sieht die Angriffe der Verschwörungstheoretiker auf Vertreter der Presse als eine Ursache dafür. Andrew Weber geht der Sache ab Seite 16 auf den Grund. Und ab Seite 17 finden Sie die wichtigsten Bilder des jährlich erscheinenden Jahrbuchs „Fotos für die Pressefreiheit".

Natürlich haben wir noch viele weitere spannende Themen für Sie zusammengestellt: Gründungsberater Walther Bruckschen zeigt die häufigsten Ursachen für das Scheitern einer Gründung auf (Seite 30 ff), Rechtsexperte Olaf Kretzschmar macht sich Gedanken um eine Welt ohne gewerbliche Schutzrechte (Intellectual Properties, Seite 32). Doc Baumann zeigt, wie man bei der Retusche von Fotos den Hautton anpassen kann (Seite 34). Und unsere Steuerexpertin Gabriele Krink hat wertvolle Tipps, wie Sie als Soloselbständiger die Neustarthilfe des Bundes für Pandemieopfer in Anspruch nehmen können (Seite 38).

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 ***ARD-Mediathek* gegen *Netflix*, Amazon und Co.**
Florian Hager ist Channel-Manager der *ARD-Mediathek* – er sagt im Interview, wie er die *ARD-Mediathek* in die Zukunft führen will

8 **Die Zukunft von *ARD* und *ZDF***
ARD und *ZDF* sollen drastisch schrumpfen. Dabei ist die Frage nicht, ob sie sich radikal ändern müssen, sondern nur: wie

11 **In den Urlaub mit der PressCreditCard**

11 **Impressum**

12 ***Netflix* und Co haben die Branche belebt**
Martina Zöllner leitet beim *rbb* den Programmbereich Doku, Fiction und Serien. Darüber sprach sie mit dem **journalistenblatt**

16 **Ausgebremst – World Press Freedom Index '21**
Deutschland steht in der Weltrangliste für die Pressefreiheit auf Platz 13. Doch diejenigen, die eine fehlende Meinungsfreiheit beklagen, versuchen, diese mit Gewalt zu beseitigen

17 **Fotos für die Pressefreiheit 2021**
Politische Krisen, Konflikte und das Coronavirus wurden im neuen Buch „Fotos für die Pressefreiheit" thematisiert

24 **Medienvertrauen 2020**
Vertrauen in die Medien steigt am Ende des Corona-Jahres 2020. „Lügenpresse"-Vorwurf in Mainzer Langzeitstudie auf Tiefstand

28 **Drohender Kummer mit der Nummer**
Zur Bekämpfung der Covid-Pandemie wird der Datenschutz aufgeweicht. Nun setzt die Regierung auf die Bürgeridentifikationsnummer

30 **Erfolgreich selbstständig – Fehler vermeiden**
Wer sich selbstständig macht oder eine Firma gründet, sollte unsere Tipps beherzigen, um erfolgreich zu sein

32 **Eine Welt ohne gewerbliche Schutzrechte?**
Viel zu oft werden immaterielle Vermögenswerte, wie Rechte oder Monopol-Ansprüche, nicht berücksichtigt, weil sie gar nicht als solche erkannt oder aber unterschätzt werden

34 **Hautton anpassen**
Wie man ein Foto bearbeitet, bei dem die Hand nicht zum Rest des Körpers passen will, erklärt Doc Baumann

36 **Urteile in Sachen Medien- und Presserecht**
Exemplarisch wegweisende Urteile aus dem journalistischen Alltag

38 **Bund stellt Neustarthilfe für Soloselbständige zur Verfügung**
Journalisten, die in der Corona-Pandemie große Umsatzeinbußen erlitten haben, erhalten nochmals staatliche Unterstützung

39 **Engagement – RückBLENDE**

Titelbild: SWR/Alexander Kluge

ARD-Mediathek
gegen Netflix, Amazon und Co.

Florian Hager ist Channel-Manager der *ARD-Mediathek*. Zuvor war er Chef des Online-Netzwerks *funk*, dem Jugendangebot von *ARD* und *ZDF*. *funk* wurde zur Erfolgsgeschichte und Hager zum Hoffnungsträger, der die *ARD* fit für die Zukunft machen kann. Diese Zukunft begann für Hager 2020, als er Channel-Manager für die *ARD-Mediathek* und stellvertretender Programmdirektor des Ersten wurde. Eine steile Karriere, aber auch ein anspruchsvoller Job – denn die Erwartungen sind groß und die Konkurrenz von *Netflix*, *Amazon Prime* und Co. gewaltig. journalistenblatt hat mit Florian Hager über die Herausforderung gesprochen, wie er die *ARD-Mediathek* in die Zukunft führen will, warum er einige Denker und Macher von *funk* für die Mediathek begeistern konnte und warum er vom Netzwerkgedanken überzeugt ist, mit dem er schon bei *funk* erfolgreich war.

? Sie waren als Chef von *funk*, dem gemeinsamen Jugendangebot von *ARD* und *ZDF*, sehr erfolgreich, obwohl *funk* mit einer vergleichsweise geringen finanziellen Ausstattung auskommen musste. Was hat Sie an der Aufgabe gereizt, *funk* zu übernehmen und danach nahtlos Channel-Manager der *ARD-Mediathek* zu werden? Da ist ja die Bandbreite schon sehr unterschiedlich.

! Mich reizte die Fallhöhe, die damit verbunden war. Bei *funk* hatte ich die Aufgabe, für *ARD* und *ZDF* ein Angebot für 14- bis 29-Jährige zu machen. Damals sagten viele: So etwas klappt nie im Leben! Das ist ja in etwa so, wie ein Altersheim an eine Disko anzuschließen, um die Enkel anzulocken. Aber gerade das war es, was mich am Projekt *funk* gereizt hat.

? Und der Erfolg hat Ihnen recht gegeben…

! Auf jeden Fall. *funk* ist nicht nur enorm erfolgreich, es ist auch inhaltlich anspruchsvoll.

? Dann sind Sie vor einem Jahr aus *funk* quasi „herausgewachsen", und es reizte Sie die *ARD-Mediathek*?

! Richtig, denn ich bin jetzt Teil der mittleren Zielgruppe, der 30- bis 49-Jährigen, deren Mediennutzung inzwischen auch immer stärker von Streaming-Plattformen geprägt ist. Ich bin davon überzeugt, und das ist mein Anspruch, dass es die *ARD* schaffen kann, ein eigenes Angebot komplementär aufzubauen – also nicht nur als „Sendung verpasst"-Funktion von dem, was im Linearen läuft, sondern wirklich als eigenständiges Programm.

? Sie sagten gerade, dass die Nutzer Streaming-Plattformen wie *Netflix*, Amazon und Co. richtig klasse finden. Die sind der *ARD* allerdings einen großen Schritt voraus, denn sie bieten an, was die Zuschauer bei den Öffentlich-Rechtlichen vermissen, und die Nutzer zahlen dafür.

> Wir müssen ein inhaltliches Angebot für eine Zielgruppe machen, die über Amazon und *Netflix* ihren Medienkonsum sozialisiert hat. Das ist das Setting.

! Wir sind ja nicht in Konkurrenz um das Geschäftsmodell der Streaming-Plattformen, wir müssen auch keine Abos verkaufen. Aber wir müssen ein inhaltliches Angebot für eine Zielgruppe machen, die über Amazon und *Netflix* ihren Medienkonsum sozialisiert hat. Das ist das Setting. Mir ist klar, die Fallhöhe ist enorm, aber es ist die Zukunft der *ARD*, die Zukunft der Öffentlich-Rechtlichen.

? Das klingt, als würde die *ARD-Mediathek* künftig kein reines Archiv mehr sein und das lineare Fernsehen würde zweitrangig. Ein Paradigmenwechsel?

! Das würde ich komplett so unterschreiben. Ich bin nicht angetreten, um zu sagen: Die *ARD* ruft das Ende der Linearität aus. Ich bin überzeugt, das Lineare wird es weiter geben. Ich weiß, dazu gibt es unterschiedliche Diskussionen…

? Was sagen Sie den „linearen Menschen" in der Diskussion?

! Im Moment profitieren wir von beidem. Aktuell ist die Mediathek eher ein Instrument mit Verpasst-Funktion. Da gehen Menschen rein, die im Linearen was verpasst haben.

? Genau das wollen Sie ändern?

! Richtig. Wir wollen diese Nutzungsform um ein eigenständiges Programmangebot erweitern. Unser Vorteil ist die Verbindung von beidem. Wenn wir es schaffen, Highlights sowohl erfolgreich linear anzubieten und nonlinear andere Zielgruppen zu erreichen, wäre das ein positiver Anfang. Gute Beispiele, dass wir auf dem richtigen Weg sind, sind die Serien „Die Toten von Marnow" oder „Das Geheimnis des Totenwalds". Dort haben wir nachweislich non-linear ein anderes Zielpublikum erreicht als linear. Ich weiß, es klingt etwas unbescheiden, aber bei solchen Projekten haben wir gegenüber *Netflix* und Amazon ganz andere Chancen, ein viel breiteres Publikum zu erreichen. Das hat Auswirkungen auf das Lineare und wird es auf jeden Fall verändern.

? Die *ARD-Mediathek* zukunftsfähig zu machen, ist sicher auch deshalb schwierig, weil ein schwerfälliges, föderales System, in dem Sie sich bewegen müssen, einer schnellen Umsetzung im Weg steht. Ist es eines Ihrer größten Probleme, diese verschiedenen Sendeanstalten der *ARD* zusammenzuführen?

! Aus meiner Sicht bietet die dezentrale Aufstellung der *ARD* eine große Chance, wenn wir es als Chance begreifen. Es ist sogar ideal für eine dezentrale Internetwelt, wo einfach nichts zentral ist. Wir können näher dran und viel schneller sein, denn wir haben viele Zulieferer. Wir sind nicht nur eine Archiv- und Fiktionsplattform, sondern

Florian Hager ist Channel-Manager der *ARD-Mediathek*

Foto: © ARD/ANKE KRISTINA SCHAEFER

auch eine Plattform für Dokumentationen, die uns extrem wichtig sind. Hinzu kommt der aktuelle Bezug, denn auch Informationsinhalte sind ein wichtiger Bestandteil der Mediathek. Aktuelle Ereignisse findet man in der *ARD-Mediathek*, aber nicht bei *Netflix* oder Amazon, was ein großer Vorteil ist. Ich bin vom Netzwerkgedanken überzeugt. Damit waren wir auch schon bei *funk* erfolgreich. Wenn wir es schaffen, in diesem dezentralen System eine klare Rollenverteilung zu ermöglichen, dann sind wir viel schneller als andere.

? Klingt im Moment allerdings noch nach Zukunft…

! Da gebe ich Ihnen recht, im Moment spreche ich von der Zukunft. Momentan ist die Struktur noch schwierig. Deshalb ist das *ZDF* an vielen Stellen auch besser aufgestellt als die *ARD-Mediathek*.

? Das liegt woran?

! Wir haben in der *ARD* ganz andere Abstimmungsschleifen. Aber nach meinem ersten Jahr kann ich klar sagen, wir haben es geschafft, dass alle mit an Bord sind.

? Nach Ihrem ersten Jahr, in dem Sie sich erstmal in die neue Herausforderung hineindenken mussten, stellt sich die Frage: Welches Zeitfenster haben Sie sich gemeinsam mit der *ARD* gesetzt, die *ARD-Mediathek* zukunftsfähig zu machen?

! Am 1. Mai wird Christine Strobl in der Programmdirektion in München meine neue Chefin. Dann gilt nicht mehr: Die einen machen das Lineare und die anderen das Nonlineare. Wir werden das gemeinsam denken und beide Seiten komplementär aufbauen. Unser Ziel ist es auf jeden Fall, im Jahr 2022 das Produktionsvolumen merklich anzuheben und für die Mediathek produzierte Inhalte in einer monatlichen Mindestmenge anzubieten.

? Haben Sie aus Ihrer Zeit bei *funk* junge Denker und Macher für die *ARD-Mediathek* an Bord geholt? Also Vertraute, die keine, ich sage es mal salopp, betonierte öffentliche Sicht haben?

! Intern hatte ich die Möglichkeit, tatsächlich ein paar Macher reinzuholen. Und das war und ist auch extrem wichtig. Ich mache keinen Hehl daraus, dass es mir auch schon bei *funk* extrem wichtig war, Menschen mit an Bord zu haben, die in der Lebenswelt der Zielgruppe zu Hause sind. Wir alle verbringen große Zeitbudgets auf Streaming-Plattformen, und dann brauche ich Macher, die diese Streaming-Plattformen verstehen, die sie selber nutzen und die sich damit beschäftigen, um ein Angebot aufbauen zu können.

? Es ist eine Verständnisfrage?

! Absolut. Es geht darum, dass Menschen, die eine Aufgabe denken, diese auch selber leben. Also wer keinen Bock auf Streaming-Plattformen hat, mit dem ist es schwierig, etwas zu entwickeln, was für diese Zielgruppe sinnvoll ist.

? Der Hype um die Streaming-Plattformen, vor allem *Netflix* und Amazon, ist ja enorm. Was können Sie diesen Giganten, die global agieren, mit der *ARD-Mediathek* entgegensetzen – nicht nur inhaltlich, sondern auch in puncto Vermarktungsstrategien?

! Es geht um drei Punkte: Vermarktungsstrategie, Inhalte und Technologie, also auch um die Nutzungsform. In allen drei Feldern müssen wir aufholen. Auf der anderen Seite glaube ich, dass der Inhalt am Ende entscheidet. Wir werden nie in die Lage kommen – und das ist auch nicht unser Auftrag – wie *Netflix* oder Amazon für die Vermarktung so hohe Summen für Marketing einzusetzen. Aber wir haben die Möglichkeit, uns mit einem guten inhaltlichen Angebot gegenüber *Netflix* und Amazon unterscheidbar zu machen.

? Auf welchem Gebiet können Sie *Netflix* und Amazon die Stirn bieten?

! *Netflix* und Amazon sehen sich mit zwei, drei Dokus im Jahr als Retter der Dokumentarfilmkunst in Deutschland. Das ist falsch. Die *ARD* produziert hunderte Dokus im Jahr, und genau das ist eine Riesenchance, denn ▶

gerade im Dokumentarischen können wir einen Gegenpol setzen.

? *Netflix* und Amazon kaufen allerdings auch Serien von der *ARD*, die dann in deren Portfolio besonders gute Einschaltquoten haben. Sägt sich die *ARD* da nicht den Ast ab, auf dem sie sitzt?

! Wer für *Netflix* produziert, lässt sich auf ein Total Buyout ein. Das heißt, alle Rechte gehen an *Netflix*, und wer die Rechte hat, kann damit tun, was er möchte. Das ist kein Modell, das die Öffentlich-Rechtlichen fahren, weder aus finanziellen noch aus rechtlichen Gründen gegenüber den Produzenten. Wir haben da klar den Auftrag, für Vielfalt zu sorgen und das würde bedeuten, wir könnten viel, viel weniger Inhalte machen. Unsere Modelle sind meist so vereinbart, dass bestimmte Rechte beim Produzenten verbleiben, der die Rechte anderweitig verwerten kann. Deswegen können wir an vielen Stellen gar nichts dagegen tun, dass Streaming-Plattformen diese Rechte einkaufen. Es ist eine schwierige und komplizierte Situation, wovon *Netflix* und Amazon profitieren.

? Zumal die Öffentlich-Rechtlichen dem Gebührenzahler verpflichtet sind und es genug Leute gibt, die sie kritisieren. Sind Sie in Kontakt mit den Konkurrenten für inhaltliche zukünftige Produktionen oder Kooperationen, von denen die Mediathek ebenso profitieren kann wie die Streaming-Dienste selbst?

! Das ist zwar nicht unser Hauptziel, aber es gibt diese Kooperationen bereits: Die Serie „Oktoberfest 1900" lief nach der *ARD* bei *Netflix*, und die Produktion „Mapa" produzierte der *rbb* zusammen mit *Joyn*. Also ja, wir sind im Kontakt mit Streaming-Plattformen.

? Es gibt prominente Politiker, wie kürzlich der Ministerpräsident aus Thüringen, die fordern, *ARD* und *ZDF* sollten endlich in den *Netflix*-Modus schalten. Wie reagieren Sie auf solche Forderungen?

! Wenn damit gemeint ist, dass wir uns klarmachen müssen, dass wir mit dem momentanen inhaltlichen Angebot und mit der Darreichungsform Linearität bestimmte Zielgruppen in der Bevölkerung nicht mehr erreichen, sehe ich das genauso. Sollte damit aber gemeint sein, dass wir all unsere Kraft in eine Streaming-Plattform investieren, dann widerspreche ich. Denn *ARD* und *ZDF* sind keine reinen Streaming-Plattformen, selbst wenn wir die Linearität mal weglassen, werden in diesem Jahr natürlich auch die aktuellen Ereignisse ihren Widerhall in der Mediathek haben – neben der klaren inhaltlichen Fokussierung auf den nationalen und regionalen Markt sicher eines der größten Unterscheidungsmerkmale zu Streaminganbietern.

> Wir sind nicht nur eine Archiv- und Fiktionsplattform, sondern auch eine Plattform für Dokumentationen, die uns extrem wichtig sind.

? Sie erwähnten bereits, dass Sie ab dem 1. Mai mit Christine Strobl zusammenarbeiten, die sehr erfolgreich mit „Babylon Berlin" war. Die Serie war mit 40 Millionen die bisher teuerste Produktion der *ARD* – wenn die Zahl stimmt. „Babylon Berlin" lief aber zuerst auf *Sky*, was viele Gebührenzahler kritisiert haben. War die Entscheidung Ihrer Meinung nach trotzdem richtig?

! Ich möchte in diesem Fall ganz einfach auf den Erfolg der Serie verweisen. „Babylon Berlin" war das absolute Highlight in der Mediathek, was die Abrufzahlen betrifft, obwohl die Serie zuvor bei *Sky* lief. Bei allen bisherigen Staffeln. Wir haben über 20 Millionen Abrufe generiert. Mit „Babylon Berlin" hat die *ARD* gezeigt, dass wir als Öffentlich-Rechtliche sowohl in Deutschland als auch über Deutschland hinaus in der Lage sind, einen solchen Stoff zu realisieren. Wir konkurrieren ja auf dem deutschen Markt mit den internationalen Playern, und bestimmte Budgets lassen sich nur mit Koproduktionen realisieren. Da ist *Sky* kein unlauterer Partner.

? Viele Nutzer haben ja inzwischen ein *Netflix*- oder *Amazon-Prime*-Abo und stellen sich ihr eigenes Fernsehprogramm zusammen. Wie wollen Sie die traditionellen Fernsehzuschauer dazu bringen, ihren Fernsehkonsum zu ändern und das Angebot der Mediathek anzunehmen?

! Wir haben hier zwei Zielpublika für die Mediathek. Die einen, die bestimmten Sendeplätzen verhaftet sind und die lineare Fernsehnutzung in ihren Tagesablauf einbeziehen, und die anderen, die sich schon jetzt flexibel ihr eigenes Programm in der Mediathek zusammenstellen. Immer mehr Menschen haben inzwischen auch einen Fernseher mit Internetanschluss, mit dem es sehr leicht ist, die Mediathek aufzurufen. Einfach die rote Taste auf der Fernbedienung drücken, und schon werden die Inhalte der Mediathek aufgerufen. Das ist für uns eine riesen Chance.

? Ähnlich wie bei der *Netflix*-Taste zu *Netflix*, gelangt man über die rote *ARD*-Taste zur Mediathek?

! Ja, mit der roten Taste auf der Fernbedienung eines connected TVs komme ich in den Abrufbereich des jeweiligen Senders, mit der blauen kann ich das laufende Programm von Anfang an schauen, wenn ich zu spät gekommen bin – es muss einfach sein, damit die Nutzer es annehmen. Wer die Taste für die Mediathek drückt, kann ganz flexibel ein Programm sehen, nutzt aber bereits die Mediathek. Wir erweitern damit quasi den Bereich der linearen Nutzung. Es geht ja vor allem darum, den richtigen Inhalt zum richtigen Nutzer zu bringen. Es ist unser Job, die Plattform und den Inhaltekatalog so zu gestalten, dass jeder leicht findet, was ihn interessiert.

? Die Aktualität und das Fernsehprogramm flexibel zu gestalten und zusammenzubringen?

! Absolut, aber es ist mehr als nur das Programm und die Aktualität. Bestimmte Themengebiete wie Geschichte oder Wissenschaft funktionieren non-linear besser als im Linearen. Es geht also auch hier um eine komplementäre Erweiterung.

? Der *ARD*-Vorsitzende Buhrow soll der Frage der Zusammenlegung der Mediatheken von *ARD* und *ZDF* offen gegenüberstehen. Halten Sie das für eine gute und praktikable Idee?

! Diese Frage wird gerade politisch überall diskutiert, weil es Zielgruppen gibt, die nicht mehr in der Lage sind zu erklären, was der Unterschied zwischen *ARD* und *ZDF* ist. Dem müssen wir irgendwann Rechnung tragen. Ob das unbedingt in einem gemeinsamen inhaltlichen Angebot münden muss? Ich halte das für falsch, weil das *ZDF* ein anderes Profil hat, einen anderen Auftritt und andere Inhalte. Und unser Auftrag ist, möglichst viele Programme für viele Menschen zu machen. Aber wir sollten uns technologisch mehr vernetzen und müssen uns auch inhaltlich gegenseitig als Netzwerk verstehen.

? Wo sehen Sie die *ARD-Mediathek*en in Zukunft, perspektivisch in fünf Jahren?

! Als einer der Bestandteile des „relevant sets" bei den Nutzerinnen und Nutzern von Online-Videoplattformen – neben den Streaming-Plattformen. Ich bin gespannt, welche es dann noch sein werden.

Das Interview führte Bettina Schellong-Lammel

HAUPTSTADT.TV

PRÄSENTIERT

PRESSEBALL BERLIN

~ TRADITION SEIT 1872 ~

30. OKTOBER 2021

HOTEL BERLIN CENTRAL DISTRICT

www.presseball.de

Die Zukunft von ARD und ZDF

Wer einen starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk will, muss ihn radikal umbauen

Von Stefan Stuckmann

Es ist ein über die Jahre etabliertes Ritual: Irgendeine politische Gruppierung, meist rechts der Mitte, fordert, *ARD* und *ZDF* drastisch zu schrumpfen. Als Reaktion gibt es Beifall von der einen Seite, routiniertes ironisches Abwinken von der anderen. Dabei ist die Frage nicht, ob sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk radikal ändern muss, sondern nur: wie.

Im März hat die Mittelstandsvereinigung von CDU und CSU eine Fusion von *ARD* und *ZDF* ins Spiel gebracht. Schon 2016 hatte Horst Seehofer die Zusammenlegung gefordert – damals noch ohne weitergehendes Konzept und vor allem als politischer Schreckschuss gedacht, gerichtet an die kurz darauf tagenden Intendanten der öffentlich-rechtlichen Sender. Die AfD schwankt in ihren Wünschen, je nach Jahreszeit, zwischen kompletter Abschaffung des öffentlich-rechtlichen Systems und bloßer Radikalkürzung auf vermeintlich neutrale Informationen. Und die FDP – klar – wünscht sich eine „Schlankheitskur".

Es wäre unfair, sie alle in den gleichen Topf zu werfen, aber viele Forderungen nach einem Radikalumbau der Öffentlich-Rechtlichen sind klar politisch motiviert, die Sorgen um schlecht ausgegebene Beitragszahlungen fast immer nur vorgeschoben.

Doch der Spott und die Ironie, die sich auch jetzt wieder über die konservativen Möchtegern-Reformer ergoss, sind vor allem auch naiv, weil sie verkennen, wie geschickt hier politische, im Falle der AfD sogar antidemokratische Wünsche in Argumente verkleidet werden, denen man schwer widersprechen kann. „Zu teuer, die Strukturen veraltet, der Aufgabenzuschnitt überholt", schreibt das *MittelstandsMagazin* der Union gleich im ersten Satz seiner Zusammenfassung des Reformkonzepts – und benennt damit Probleme, die selbst den meisten Menschen in den Sendern längst bewusst sind.

Der viel kontroversere, weil schwer quantifizierbare Vorwurf, *ARD* und *ZDF* würden außerdem nicht mehr ausgewogen berichten, folgt im Text gleich als Nächstes, hat aber nun den Vorteil, flankiert von den anderen, tatsächlich stichhaltigen Argumenten, in eine Medienlandschaft loszuziehen, in der sich viele Menschen in den letzten Jahren genug scheinbar legitime Gründe gesucht habe, von den Öffentlich-Rechtlichen enttäuscht zu sein.

Gemacht für eine Welt, die es nicht mehr gibt

Ein Großteil der Kritik an *ARD* und *ZDF* ist unfair, weil wir es hier mit zwei über Jahrzehnte gewachsenen, riesigen Organisationen zu tun haben, exakt hineingewachsen in ein bestimmtes Aufgabenprofil – das sich nun innerhalb weniger Jahre um 180 Grad gedreht hat. Denn das ist zumindest innerhalb der Branche den meisten inzwischen bewusst: Der Wechsel von einer analogen, linearen Medienlandschaft in eine digitale, nichtlineare, verlangt viel mehr als das bloße Verfügbarmachen herkömmlicher Inhalte in Mediatheken – es ist ein kompletter Paradigmenwechsel, mit weitreichenden inhaltlichen Auswirkungen.

> Was wäre so schlimm an einem öffentlich-rechtlichen System, das sich radikal neu aufstellt? Das mit gleichem Geld weniger produziert, aber Besseres, und komplett fokussiert auf nichtlinearen Konsum?

So irrwitzig eine Forderung wie die nach der Fusion von *ARD* und *ZDF* also zunächst klingen mag: Ist es nicht andersherum fahrlässig zu glauben, dass dieser Paradigmenwechsel, der seit mehr als zehn Jahren einen internationalen Medienkonzern nach dem anderen umkrempelt – dass dieser Wechsel nicht auch eine grundsätzliche Neuaufstellung von *ARD* und *ZDF* notwendig macht? Ist in einer Medienwelt, in der immer mehr Produzenten immer weniger und fast ausschließlich private Plattformen bespielen, die Frage nicht zentral, wie öffentlich-rechtliche Sender ihre Inhalte verteilen – und unter welcher Marke? Sollte man als Befürworter eines starken öffentlich-rechtlichen Rundfunks die Debatte um einen Radikalumbau deshalb nicht eher als Chance sehen denn als Bedrohung?

Schon die Aufgabe, die wir den Sendern in ihrer jetzigen Form zumuten, klingt unmöglich: Sie sollen zum einen den bewährten Apparat am Laufen halten und zum anderen digital durchstarten, gegen *Netflix* und *Disney* und Amazon. Internationalen Milliarden-, im Fall von Amazon sogar Billionenunternehmen, die völlig befreit

von analogen Verpflichtungen Inhalte produzieren können, maßgeschneidert für die digitale Welt.

Bestens geeignet für die neue Zeit

„Klar", könnte man jetzt sagen, „der Zug ist abgefahren. Mainz gegen Los Angeles: was hat man da erwartet?" Doch das Absurde an den Problemen, die die öffentlich-rechtlichen Sender mit der Umstellung auf die nichtlineare Medienzeit haben, ist die Tatsache, dass eigentlich niemand besser auf sie vorbereitet ist.

Inhaltlich, weil in einer entbündelten Medienwelt nicht mehr wichtig ist, welcher Wochentag ist und wie viel Uhr und ob vorher Sport gelaufen ist oder Kultur und wie sich deshalb das Publikum fühlt – sondern nur noch, ob ein Werk für sich stehen kann. Beste Voraussetzungen für öffentlich-rechtliches Idealprogramm!

Und auch personell, weil der öffentlich-rechtliche Rundfunk seit jeher ein Powerhouse ist, was die Ausbildung junger Medienmenschen betrifft. Das *Kleine Fernsehspiel* des *ZDF* stemmt gemeinsam mit ein paar mutigen *ARD*-Redaktionen praktisch die komplette Nachwuchsauslese im deutschen Regie- und Drehbuchhandwerk: Fast alle deutschen *Netflix*-Produktionen werden von Menschen hergestellt, die sich vorher mit öffentlich-rechtlichem Geld ihr Know-how erarbeiten durften. Ein großer Teil der Leute, die heute in Deutschland erfolgreich kommerziell Podcasts produzieren, hat sein Handwerk bei der *ARD* oder beim *DeutschlandRadio* gelernt.

> Es ist ja nicht so, dass es gutes Streaming-taugliches Programm von ARD und ZDF nicht schon längst gäbe. Es wird nur viel zu schlecht verkauft.

Nirgends sonst zeigt sich das Drama der Öffentlich-Rechtlichen besser: Seit Jahrzehnten gibt es kaum jemanden in Deutschland, der so viel Geld und Zeit in Nachwuchs investiert, aber so wenig daraus macht. Und das oft völlig unverschuldet: All die jungen Menschen mit guten Ideen, die jedes Jahr nachkommen, sie zerschellen oft nicht an der Inkompetenz irgendwelcher Vorgesetzter. Sie zerschellen vor allem an einem System, in dem es nie darum geht, das beste Programm zu machen, sondern immer nur das beste Programm für einen bestimmten Sendeplatz.

Kleinster gemeinsamer Nenner

In den fünfziger Jahren war das lineare Fernsehen mit seiner Notwendigkeit des kleinsten gemeinsamen Nenners ein guter Kompromiss, um möglichst viele Menschen mit Programm zu versorgen. In der heutigen Zeit ist es ein Anachronismus, der den meisten Formen mehr schadet als nutzt. Nachrichten und Shows sind zwei der wenigen Ausnahmen, weil bei ihnen, anders als zum Beispiel bei Serien oder Dokumentationen, die Zeit der Ausstrahlung zentraler Teil ihrer Form ist: Ereignis X passiert jetzt in Berlin ▶

Anzeige

oder Köln oder München, und dazu verhalten wir uns gemeinsam. Aber: Wie viele Sender bräuchte man dafür? Definitiv weniger als jene 18, an denen allein die *ARD* gerade beteiligt ist.

Und es ist ja nicht so, dass es gutes Streaming-taugliches Programm von *ARD* und *ZDF* nicht schon längst gäbe. Es wird nur viel zu schlecht verkauft. Wie muss sich das anfühlen für all die öffentlich-rechtlichen Redakteure, die seit Jahrzehnten tolle Dokumentationen in Auftrag geben, wenn es jetzt überall heißt, *Netflix* hätte das Genre wachgeküsst? Was denken all die jungen Menschen bei *funk*, der öffentlich-rechtlichen Jugendplattform, über ihren Stellenwert in den Sendern, wenn sie zwar gutes Programm machen dürfen – aber für Budgets, für die man bewährte *Tatort*-Regisseure nicht mal zur Buchbesprechung fahren könnte?

Sie alle scheitern an und in einem System, das auf einen großen, aber inzwischen faulig geworden Kompromiss gebaut ist: den Zwang, möglichst viele Menschen wie Schafe durch Programmschienen zu leiten – immer unter der Maßgabe, niemand zu sehr zu überfordern, zu sehr zu verschrecken, zu sehr zu langweilen.

Keine Bedrohung, eine Befreiung

Die große Umwälzung, die den Sendern die Digitalisierung und Entbündelung einbrockt, ist deshalb eigentlich keine Bedrohung, sondern eine Befreiung. Denn über all die Freude an Qualitätspodcasts, -serien und -dokus, die wir auf privaten Plattformen feiern, darf man ja nicht vergessen, dass wir es hier mit Formen zu tun haben, die in ihrer gesamten vorherigen Geschichte praktisch konstant zu Grabe getragen wurden: Weil sie auf linearen Verbreitungswegen nie ein ausreichend großes Publikum gefunden haben. Die in ihrer Konzentriertheit auf sich selbst und ihre Geschichten – und eben nicht auf die Frage, was das alles für den Audience Flow zum Beispiel von der *heute show* bedeutet – eigentlich öffentlich-rechtliches Programm in Idealform sind.

Was wäre also so schlimm an einem öffentlich-rechtlichen System, das sich radikal neu aufstellt? Das mit gleichem Geld weniger produziert, aber Besseres, und komplett fokussiert auf nichtlinearen Konsum? Das nicht mehr 20 verschiedene Krimis für 15 Sendeplätze produziert, von denen jeder dreißigmal im Jahr frische Ware braucht – sondern nur noch Krimis, die wirklich eine

Sollte man als Befürworter eines starken öffentlich-rechtlichen Rundfunks die Debatte um einen Radikalumbau deshalb nicht eher als Chance sehen denn als Bedrohung?

Daseinsberechtigung haben? Das also nicht mehr Dinge produziert, nur weil 24/7 ein Signal auf den über 20 TV- und über 60 Radiosendern liegen muss – sondern nur, weil jemand eine gute Idee hatte?

Bestimmte Teile des öffentlich-rechtlichen Programms haben längst nicht mehr nur mit Konkurrenz zu kämpfen, sondern wurden streng genommen bereits überflüssig gemacht. Musik zum Beispiel war jahrzehntelang der vielleicht wichtigste Grund, einen bestimmten Radiosender einzuschalten, wurde aber längst entbündelt von Diensten wie *Spotify* oder *Apple Music*, die sich mit kuratierten Playlisten oder klugen Empfehlungsalgorithmen viel individueller an die eigenen Hörvorlieben anschmiegen als selbst der kleinste, bestgeführte Nischensender.

Warum also nicht überlegen, ob die eigentliche Stärke aller *ARD*-Radiosender, nämlich ihre regionale Berichterstattung, nicht in anderer Form besser zur Geltung käme? Warum nicht die über 60 Radiosender zusammenstreichen auf eine Handvoll Kernprogramme mit regionalen Fenstern – und das restliche Geld in sehr gute Podcasts investieren, die Journalismus dort stärken, wo das Zeitungssterben ihn in den letzten 20 Jahren geschwächt hat?

Überschätzte Sendermarken

Genauso muss man fragen, ob sich ein öffentlich-rechtlicher Rundfunk in einer entbündelten, nichtlinearen Medienwelt, in der er immer weniger Einfluss auf die Plattformen hat, auf denen er seine Inhalte verteilt, nicht auch in seiner Außenwirkung viel effektiver aufstellen muss – und ob nicht die einzelnen Sendungsmarken in dieser Welt viel wichtiger sein werden als die Sendermarken. Schon jetzt wird man kaum einen normalen Menschen finden, der die Bezeichnung *ARD* nicht synonym für *Das Erste* benutzt. Und was ist wichtiger: die Erkenntnis über den Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – oder das Wissen darüber, welche Organisationseinheit die *„Tagesschau"* produziert?

Selbst *funk*, das in vielerlei Hinsicht als Blaupause für das öffentlich-rechtliche Fernsehen der Zukunft gedacht ist, zeigt am Ende jedes Formats ganze drei Logos: von sich selbst, von der *ARD* und vom *ZDF*. Zusammen mit der eigentlichen Formatmarke hat man es also mindestens mit vier Marken zu tun – bei Programmen, die oft nur wenige Minuten lang sind. Denkt man dann noch all die Dritten und digitalen Programme hinzu, all die Kooperationssender und Webprojekte, ist schwer vorstellbar, dass es hier nicht nur Einsparpotential gäbe – sondern dass man mit diesem Weniger am Ende sogar deutlich mehr erreichen würde.

Eines der wenigen inhaltlichen Argumente, das gegen die Fusionsforderungen angeführt wird, ist das der bedrohten Meinungspluralität in solch einem Szenario. Diese Angst scheint angesichts der großen Vielfalt an Stimmen allein innerhalb einer durchschnittlichen *ARD*-Anstalt eher übertrieben, ist aber auch nicht komplett fehl am Platze, eben weil die politische Einflussnahme oft das eigentliche Ziel hinter den kursierenden Positionspapieren ist. Umso wichtiger ist es daher, dass angesichts der immer konkreter werdenden Reformvorschläge aus konservativ/liberalen und rechten Kreisen endlich auch die Befürworter eines starken öffentlich-rechtlichen Rundfunks mutiger werden in ihren Ideen – und sich stärker als bisher mit der Möglichkeit auseinandersetzen, dass an einem radikalen Umbau früher oder später kein Weg vorbeiführt.

Eine grundsätzliche Neuaufstellung von *ARD* und *ZDF* kann sehr viel kaputtmachen, wenn wir den falschen Leuten mit den falschen Beweggründen dabei die Federführung überlassen. Aber mit den richtigen Argumenten begleitet und aus idealistischeren Gründen begonnen, kann der gleiche Prozess die Sender am Ende sogar stärken: weil am Ende besseres Programm entsteht.

Stefan Stuckmann *hat unter anderem für „Switch Reloaded", „Pastewka", die „heute-show" und „Kroymann" geschrieben. Er war Autor und Showrunner der ZDF-Serie „Eichwald MdB". Ende 2017 hat er für Übermedien einen Horrortrip in die Mediatheken von ARD und ZDF gemacht.*

PressCreditCard

Sicher und bequem in den Urlaub – mit der PressCreditCard

Musteransicht der Karte

Auch wenn die Pandemie noch nicht vorüber ist, geben die zuletzt gesunkenen Inzidenzzahlen doch einen Grund zur Freude: Das Reisen ist weitgehend wieder möglich. Das Auswärtige Amt hat die Reisewarnung in nahezu allen europäischen Ländern aufgehoben. Die explodierenden Buchungszahlen bei Reisebüros bestätigen den Wunsch nach Abwechslung, nach Urlaub.

Wer für seinen bevorstehenden Urlaub oder die nächste Dienstreise noch keine Kreditkarte hat, sollte jetzt schnellstmöglich die verbandseigene PressCreditCard beantragen. Sie bietet zahlreiche exklusive Vorteile für Mitglieder von DPV und bdfj. So kostet sie dauerhaft keine Jahresgebühr, auch für die Verwendung im Ausland werden keine gesonderten Gebühren erhoben. Mit ihr ist eine kontaktlose Bezahlung möglich, und die Pay-Dienste von Google oder Apple können ebenso integriert werden. Werden Reisen oder Mietwagen bei ausgewählen Partnern gebucht, gibt es fünf Prozent Rabatt. Zudem sind zahlreiche Versicherungsleistungen bereits inkludiert.

Da die Bearbeitungszeit der Anträge derzeit etwa zwei bis drei Wochen dauert, sollte man sich möglichst zeitnah um die Karte bemühen. Am einfachsten ist dies über die Website **www.presscreditcard.de**. Dort stehen auch viele weitere nützliche Informationen rund um die Verbandskreditkarte.

Der Antrag kann sowohl direkt online gestellt als auch auf herkömmlichem Wege ausgedruckt und eingeschickt werden. In beiden Fällen muss eine Kopie des Personalausweises beigefügt werden. Der Antragsteller erhält nach erfolgreicher Bearbeitung die Karte automatisch zugesendet.

Weitere Informationen finden Sie im Netz unter **www.presscreditcard.de**

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

Chefredakteur
Christian Laufkötter
Stellv. Chefredakteur
Guido M. Sdrenka
Chefredakteur Digital
Shams Ul-Haq
Ständige redaktionelle Mitarbeiter
Walther Bruckschen, Mirjam Büttner, Martina Haan, Nicole Herrmann, Olaf Kretzschmar, Gabriele Krink, 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, die männliche sowie die diverse Form gleichzeitig gemeint, wenn nicht anders gekennzeichnet. Der Nachdruck ist, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung der Redaktion gestattet.

Netflix und Co. haben die Branche belebt

Die öffentlich-rechtlichen Sender müssen sich in den kommenden Jahren enormen Veränderungen stellen. Sparzwänge und die On-Demand-Herausforderungen gehen auch am Hauptstadtsender *rbb* nicht vorbei, der sich zu einer spannenden Adresse für Dokumentationen, Fiction und Serien gewandelt hat. Martina Zöllner ist die Leiterin dieses Programmbereichs, die gleichzeitig die erste Zusammenarbeit mit *Joyn* bei der Serie „Mapa" verantwortet. Seit 1.4. ist sie auch zuständig für die Kultur. Mit dem journalistenblatt sprach Martina Zöllner über die Kultserie „Warten auf'n Bus", die neue Produktion „Legal Affairs", die vom Medienanwalt Christian Schertz inspiriert wurde, und über die *ARD-Mediathek*, die zunehmend an Bedeutung gewinnt.

? Frau Zöllner, Sie sind seit 2017 Leiterin Dokumentationen, Fiction und Serien im *rbb*. In einem Interview sagten Sie: „Der *rbb* will mit fiktionalen Produktionen ein starker Faktor innerhalb der *ARD* werden." Gibt es bereits erste Erfolge?

! Ich würde sagen, wir sind mit einigen Produktionen aufgefallen. Die erste war „Unterwerfung" nach dem Roman von Michel Houellebecq – eine Mischung aus Theater und Film. Das ist eher ungewöhnlich, aber wir fanden gerade das reizvoll und waren über die Reaktionen, auch die der inhaltlichen Auseinandersetzung, sehr froh. Ein anderes Wagnis war der Fernsehfilm „Die Getriebenen", da ging es um Angela Merkels Flüchtlingspolitik. Inszenierte Szenen wurden kombiniert mit dokumentarischen Elementen aus dem Archiv. Mir sind politische Stoffe, auch politisch relevante Auseinandersetzungen mit den Themen, die uns gegenwärtig in der Gesellschaft umtreiben, wichtig, und gern auch umgesetzt in einer formal ungewöhnlichen Weise. Meines Erachtens ist es eine besondere Aufgabe der Öffentlich-Rechtlichen, jedenfalls begreife ich es so, nicht nur etwas Ungewohntes oder Neues zu erzählen, sondern auch in der Form zu überraschen, statt eine formale Gewohnheit und eine stereotype Dramaturgie zu bedienen, die die Leute schon kennen.

? *Netflix*, Amazon und Co. prägen immer mehr die Sehgewohnheiten der Menschen und bedienen maßgeschneidert das, was der Zuschauer sich wünscht. Das wollen Sie nicht?

! Sie haben völlig recht, die großen Streamingplattformen fordern uns in Form und Erzählweise heraus. Wir sehen diese Konkurrenz, und mit deren Budgets können wir nicht mithalten. Andererseits haben die Streamer die Branche ungeheuer belebt. Es ist auch aus Deutschland heraus eine Vielzahl an neuen erzählerischen Formaten entstanden. Noch vor vier, fünf Jahren hätte niemand gedacht, dass aus Deutschland heraus so viele gute Serien kommen können. Und die können international mithalten in der Differenziertheit des Erzählens, in der visuellen Modernität, der Ambivalenz der Charaktere.

? Die von den großen Streamingplattformen beauftragt…

! …und in deren Portfolio aufgenommen werden.

? Stichwort Plattformen. Wie kam es zur Zusammenarbeit zwischen dem *rbb* und *Joyn* bei „Mapa"?

! Die Produzentin Laura Bull von Readymade kam mit dem Stoff „Mapa" zu uns und hatte *Joyn* bereits als Partner. Sie suchte nach einem weiteren Kooperationspartner, der sich auch finanziell einbringt. Uns hat die Berliner Serie sofort interessiert, deshalb sind wir eingestiegen und zweiter Co-Produzent geworden.

> Noch vor vier, fünf Jahren hätte niemand gedacht, dass aus Deutschland heraus so viele gute Serien kommen können.

? Produzenten und Kreative orientieren sich immer mehr Richtung *Netflix*, Amazon und Co. Es heißt, sie stehen bei den großen Plattformen Schlange, weil Serien, Filme und Dokumentationen viel unkomplizierter und zügiger umgesetzt werden. Wie wollen Sie Produzenten und Drehbuchautoren davon überzeugen, dass Sie bei einem öffentlich-rechtlichen Sender wie dem *rbb* genauso gut oder besser aufgehoben sind?

! Sie haben natürlich recht, dass Produzenten und Kreative gern für amerikanische Plattformen Stoffe umsetzen. Wenn wir Kreative aktiv ansprechen, hören wir jetzt öfter, sie hätten keine Zeit, weil sie für eine große Plattform arbeiten. Es erreichen uns aber auch Erfahrungsberichte, die nicht nur positiv sind. Ich habe den Eindruck gewonnen, dass die Begleitung der Redakteurinnen und Redakteure aus den Rundfunkanstalten doch sehr geschätzt wird. Wir versuchen Drehbuchautoren oder Produzenten ein Partner zu sein, indem wir ihre künstlerischen Eigenheiten und Bedürfnisse ernst nehmen und ihnen Raum geben. Und wir gehen immer wieder auch ins Risiko mit einer Stoffentwicklung, versuchen, ein Gegengewicht zu setzen.

? Das bedeutet, dass der *rbb* viel für Stoffentwicklungen und Drehbuchumsetzungen tut, auch wenn das bedeutet, Risiken einzugehen?

Martina Zöllner, Leiterin des Programmbereiches Dokumentation, Fiction und Serien beim *rbb*, verantwortete die erste Kooperation mit dem Streamingdienst *Joyn*
Foto: rbb/Thomas Ernst

! Absolut. Nehmen Sie „Warten auf'n Bus". Das war ein Risiko. Es ist eine Serie – in einer Zeit der Serienopulenz – in der praktisch nichts passiert. Es wird nur geredet, an einer Bushaltestelle – mit einer ganz eigenwilligen Poesie und ein bisschen skurril…

? …es hat fast etwas Theaterhaftes und Minimalistisches.

! Ja genau.

? „Warten auf'n Bus" hat sehr viel Beachtung gefunden – mit negativen wie positiven Reaktionen. Können Sie sich erklären, warum die Serie ein Erfolg wurde?

! Wir hatten gehofft, dass sie Kult wird, aber das weiß man ja nicht vorher. Oliver Bukowskis wunderbare Drehbücher haben uns umgehauen. Seine Fähigkeiten, die Figuren sprachlich reich auszustatten, hat man schon im ersten Exposé gesehen. Aber dann nimmt ein Regisseur oder eine Regisseurin den Stoff in die Hand, und man überlässt ihn der Vision und der kreativen Kraft anderer. Am Ende war ich sehr glücklich über das, was dabei herausgekommen ist.

? Bei „Warten auf'n Bus" dachte ich: Wann passiert hier eigentlich mal was? Hat die Serie bundesweit funktioniert oder nur in Berlin und Brandenburg?

! Die Abrufzahlen in der Mediathek waren bundesweit überzeugend. Deswegen hat *Senator Film* gerade mit der Produktion der zweiten Staffel für uns begonnen.

? Ihr neuestes Projekt ist die Serie „Legal Affairs", die von dem Medienanwalt Christian Schertz inspiriert wurde. Sie sagten im Medienmagazin von Inforadio sinngemäß: „Es geht in ‚Legal Affairs' um das Medienrecht und natürlich um die Digitalisierung, wo mit einem Post die Karriere von Menschen beschädigt werden kann, weil Persönlichkeitsrechte verletzt werden." Wie kam es zu dieser Zusammenarbeit?

! Ich lernte Christian Schertz kennen, als ich mit anderen Kollegen und Kolleginnen zusammen den Dreiteiler „Mitten in Deutschland: NSU" redaktionell betreute. Er war der Gutachter der Produzentin Gabriela Sperl. Wenn man sich mit den Tätern Zschäpe, Mundlos und Böhnhardt filmisch beschäftigt – und damals lief der Prozess gegen Beate Zschäpe noch – muss im Drehbuch jedes Wort juristisch auf Belegbarkeit geprüft werden. Ich saß eines Tages mit Christian Schertz in seiner Kanzlei, und er sagte: „Ich erlebe hier Sachen in meinem Metier, die wären Stoff für eine Serie." Das war der Anfang.

In „Legal Affairs" wollten wir aber keine wahre Geschichte erzählen, sondern erfundene Geschichten auf wahrem Grund, im Sinne von Glaubwürdigkeit, Realismus, typischen Fallgeschichten. Christian Schertz ist schließlich auch seinen Mandanten gegenüber zur Verschwiegenheit verpflichtet. Es wurde dann bei der *UFA* ein junger und ambitionierter Writers Room gebildet, der hat sich sehr ausführlich mit dem beschäftigt, was ▶

Die erfolgreiche Serie „Warten auf'n Bus" des *rbb* geht in die zweite Staffel. In der ersten beschäftigen sich die beiden arbeitslosen End-Vierziger Hannes (Ronald Zehrfeld) und Ralle (Felix Kramer) mit einer Vielzahl an Themen, während sie auf den Bus warten: Jobsuche, Selbstachtung, Identität, Familie und der Kampf mit den Nazis. Aktuell entstehen aus der Feder von Oliver Bukowski die Drehbücher für sieben neue Folgen. Die Ausstrahlung in der *ARD*-Mediathek und im *rbb*-Fernsehen ist für Herbst 2021 geplant Foto: rbb, Maor Waisburd

Christian Schertz als Anwalt tut. Es wurden viele juristische Fragen recherchiert, und im Austausch mit Christian Scherz entstanden peu à peu die Drehbücher.

? Die Hauptrolle in der Serie „Legal Affairs" wurde aber nicht mit einem Anwalt besetzt, sondern mit einer Anwältin, die sich mit Persönlichkeitsrechtsverletzungen beschäftigt? Warum fanden Sie das Thema so spannend?

! Was im Internet auf Facebook oder Twitter gepostet wird, Behauptungen, die existenzbedrohend sein können, ist ein großes Thema, und natürlich Fake News. „Legal Affairs" ist aber auch eine Serie über das nervöse Berlin, über die Auswirkungen der Digitalisierung auf unser ganz persönliches Leben, Geschwindigkeitszunahme und Stress. Die Zuschauer sollen die Hauptstadt in ihrem Tempo spüren, die Hinterzimmer, die politischen Ränkespiele, die Welt der Celebrities.

Foto: Zohre Kurç

? Wie viele Folgen haben Sie gedreht?

! Acht.

? Wann werden die laufen?

! Wir starten voraussichtlich zum Jahresende in der *ARD-Mediathek* und dann 2022 linear im *Ersten*. Partner ist übrigens auch die Degeto.

? Wenn Sie bei der Entwicklung von Dokumentation, Fiction und Serien sind, haben Sie immer auch internationale Plattformen und Vermarkter im Hinterkopf?

! Daran denken wir natürlich, aber das ist zweitrangig. Das vorderste Interesse ist es, zuerst unsere eigenen Ausspielwege zu bedienen und die entsprechenden Rechte

Unter der Regie von Randa Chahoud („Deutschland 89“) und Stefan Bühling laufen in Berlin die Dreharbeiten zur achtteiligen Anwaltsserie „Legal Affairs“ mit Lavinia Wilson in der Hauptrolle als Medienanwältin Leo Roth. Inspiriert ist die Figur der Leo Roth von Deutschlands bekanntestem Medienrechtsanwalt Prof. Dr. Christian Schertz, der gemeinsam mit Martina Zöllner, Film- und Dokuchefin des *rbb*, sowie Benjamin Benedict, Produzent der UFA Fiction, die Serie initiierte und ihr Chefberater ist Foto: rbb, Kerstin Jacoben

zu halten. Zuvorderst für die *ARD-Mediathek*.

? Die *ARD-Mediathek* wird immer wichtiger?

! Auf jeden Fall.

? Wenn Sie in die Zukunft schauen – was meinen Sie, wie lange wird es lineares Fernsehen noch geben?

! Das ist schwer zu sagen. Für Nachrichten oder etwa Sportereignisse ist die Ausspielung zu bestimmten Uhrzeiten entscheidend. Vorstellbar ist, dass der Live-Effekt sich irgendwann auch auf unsere Plattformen verlagert. Die Öffentlich-Rechtlichen garantieren umfassende, regelmäßige Aktualität im Free TV und stehen für Glaubwürdigkeit, das muss auch so bleiben. Es ist unser Auftrag, mit Information, Bildung und Kultur allen ein Angebot zu machen, jeden Tag und zu bestimmten Zeiten, dafür sind lineare Programme günstig – Linearität begünstigt die Verabredung mit den Zuschauern oder -hörern.

? Im Gespräch sagte Florian Hager, dass die *ARD* viel in die Weiterentwicklung der Mediathek investiert, weil die Öffentlich-Rechtlichen ein Gegengewicht bilden müssen. Besteht sonst die Gefahr, dass die Sehgewohnheit der großen Masse nur noch von großen Plattformen bestimmt wird?

> Wenn wir noch jüngere Zielgruppen mit unseren Angeboten erreichen wollen, die linear nicht mehr unterwegs sind, müssen wir mehr ins Marketing investieren.

! Ich bin da optimistisch. Die Abrufzahlen in der *ARD*-Mediathek steigen, und wir werden das gemeinsam hinkriegen, dass die *ARD*-Mediathek als unsere große Plattform genutzt und nicht mehr mit dem Image „Sendung verpasst“ behaftet sein wird. Das Handling der Mediathek ist viel besser geworden. Es werden täglich neue Highlights oben gestaged, es werden Kategorien angeboten, die auf bestimmte Interessen zugeschnitten sind. In der Mediathek wird auch nicht mehr unterschieden zwischen Doku und Fiction, weil die Nutzer und Nutzerinnen nach Themen suchen. Wenn wir noch jüngere Zielgruppen zwischen 30 und 50 mit unseren Angeboten erreichen wollen, die linear nicht mehr unterwegs sind, müssen wir auch noch mehr ins Marketing investieren, und zwar sehr stark ins Social-Media-Marketing.

? Wenn Sie an Dokumentation, Fiction oder Serien denken – wo haben Sie das meiste Herzblut?

! Wenn ich ganz ehrlich bin, doch ein wenig mehr beim Dokumentarischen. Wird eine wahre Geschichte dokumentarisch packend erzählt, bin ich noch unmittelbarer dabei. Die Authentizität etwa von Archivmaterialien und so weiter, die Nähe, die durch das Dokumentarische entstehen kann, finde ich manchmal aufregender als die spannendste Fiction.

Das Interview führte Bettina Schellong-Lammel

Demonstration für Pressefreiheit in Berlin-Mitte.
Foto: Bernd Lammel

Ausgebremst

Von Andrew Weber

Die Rangliste der Pressefreiheit (englisch Press Freedom Index) ist eine Bewertung der Pressefreiheit in fast allen Staaten der Welt und wird jährlich von der Nichtregierungsorganisation Reporter ohne Grenzen auf der Grundlage von Fragebögen erstellt.

Deutschland steht in der Weltrangliste für die Pressefreiheit also auf Platz 13. Ist das schlimm? Ob nun Platz 13 oder Platz 11, ist doch egal. Oder nicht? Das Recht auf Pressefreiheit hat zunächst gefühlt für den Bürger keinerlei Auswirkungen, so wie eine Pandemie – solange man nicht selbst davon betroffen ist. Schon wird die Rangliste relevant, denn genau an diesem Punkt treffen sich zwei: die einen, die sich von den Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie in ihrer Freiheit beraubt fühlen und dafür auf die Straße gehen und die anderen, die über diesen Protest berichten wollen. Ausgerechnet Letztere werden aber an der Ausübung ihres Berufs gehindert, weil die Protestierenden den Journalisten unterstellen, nicht objektiv zu sein.

„Lügenpresse!", „Meinungsdiktatur!"
Es ist schon bemerkenswert, dass diejenigen, die eine fehlende Meinungsfreiheit beklagen, versuchen, diese mit Gewalt zu beseitigen. Denn genau das ist ein Punkt,

> Die ROG beklagen nicht nur die Gewalt gegen Mitarbeiter von Medien, die weltweit zugenommen hat. Sie sehen auch den Meinungspluralismus in Gefahr. Grund ist der Niedergang der Tageszeitungen, besonders im Lokalen.

den Reporter ohne Grenzen (ROG) beklagt. Zitat: „2020 war ein besonders gewalttätiges Jahr für Journalisten, vor allem während der Proteste gegen die Covid-19-Einschränkungen, als einige Reporter angegriffen wurden. Es herrscht ein Klima des Misstrauens, das populistische Politiker systematisch am Leben zu erhalten versuchen."

Bereits im Januar 2021 kam nach einer kleinen Anfrage der Grünen an das Bundesinnenministerium zutage, dass im Jahr zuvor 252 Übergriffe auf Journalisten und Journalistinnen verzeichnet wurden. Mehr als doppelt so viele wie noch 2019. Doch die ROG beklagen nicht nur die Gewalt gegen Mitarbeiter von Medien, die weltweit zugenommen hat. Sie sehen auch den Meinungspluralismus in Ge-

fahr. Grund ist der Niedergang der Tageszeitungen, besonders im Lokalen. Auch dies ist – genau wie die Angriffe auf Berichterstatter – leider kein rein deutsches Problem, in den USA etwa ist der Konzentrationsprozess der Tageszeitungen im vollen Gange. Dort ist zwischen 2004 und 2018 jede fünfte Zeitung (etwa 1 800 Blätter) dichtgemacht worden (siehe auch **journalistenblatt** 3-2020).

In Deutschland sind wir weiterhin mitten in einem Konzentrationsprozess, der sich bereits seit Jahrzehnten hinzieht: Immer weniger Lokalblätter werden von wenigen Verlagen mit immer weniger Mitarbeitern erstellt. Das liegt nicht an den renditeverwöhnten Verlagen allein, auch die jeweiligen Landesregierungen in der Bundesrepublik tragen zum Zeitungssterben mit bei, wenn auch indirekt. Der Grund: Sie verhindern die nachhaltige Umsetzung der Informationsfreiheits- und Transparenzgesetze, was im Endeffekt die Arbeit der Journalisten ausbremst.

Während etwa die Hansestadt Hamburg mit dem Hamburgischen Transparenzgesetz (HmbTG) bereits seit 2006 das Land verpflichtet, amtliche Informationen öffentlich und kostenlos im Internet zugänglich zu machen, haben sich Bayern, Niedersachsen und Sachsen bis heute zu null Prozent (in Ziffern: 0 %) geöffnet. In anderen Bundesländern sieht es nur bedingt besser aus.[1] Wenn also Journalisten ihre Arbeit nicht machen können, weil gewählte Volkvertreter die Karten nicht auf den Tisch legen, dann haben wir alle ein Problem. Siehe Wirecard.

Im Zuge dieses sich anbahnenden Finanzskandals wurde von der Aufsichtsbehörde BaFin 2019 Strafanzeige gegen die ermittelnden Journalisten von der *Financial Times* erstattet. Ein Jahr später kommt heraus, dass 85 Mitarbeiter der BaFin fast 500 Geschäfte mit Wirecard machten.[2] Kann man sich nicht ausdenken.

Zurück zum Ranking von ROG: „Zufriedenstellend" – lautet Deutschlands Note in puncto Pressefreiheit für das Jahr 2020 also. „Passabel" würde die Situation besser beschreiben, denn ein 13. Platz ist für die „führende Wirtschaftsnation" in Europa ein Armutszeugnis. Überhaupt schneiden ausgerechnet viele G20-Länder im Ranking um die Pressefreiheit schlecht ab: So landet „The Land of the Free" (USA), die Nummer 1 nach Bruttosozialprodukt, auf Platz 44, aber auch Frankreich erreicht nur einen peinlichen Platz 34. Geld ist offenbar nicht der Garant für einen Platz in den Top Ten der Liste für die Pressefreiheit. Dann müsste Saudi-Arabien auch dabei sein, die stehen aber noch weiter unten, nämlich unter den letzten zehn, auf Platz 170 von 180. Das Land, dessen Führungsriege die Tötung des Journalisten Jamal Khashoggi zugegeben hat. Konsequenzen? Keine. Stattdessen treffen sich die G20-Staaten 2020 in Riad, um über wirtschaftliche Zusammenarbeit zu plaudern. Was das nun mit Rangliste zur Pressefreiheit zu tun hat? Fragen Sie doch mal die „wertvollsten Unternehmen der Welt". Google zum Beispiel mit seinem lukrativen Portal *YouTube*. Oder Facebook. Algorithmus-getrieben werden dort die Nutzer von einem Superlativ zum Nächsten gejagt, um diese so lange wie möglich auf der Seite zu halten, damit sie möglichst viel Werbung konsumieren. Wir alle sind schon lange das Objekt, das Produkt, um das es geht.

Nicht wir kaufen, wir werden gekauft, und ein Teil von uns landet demonstrierend auf der Straße, um „Lügenpresse" zu skandieren. Zu weit hergeholt? Vielleicht. Und doch konsumiert ein immer größer werdender Anteil der Bürger seine Nachrichten über Gruppen in Facebook, Twitter oder WhatsApp. Da kann es dann passieren, dass ein selbsternanntes Opfer sich auf einer „Querdenker"-Demo mit Sophie Scholl vergleicht und überrascht ist, weil ihre Meinung nicht auf die erwartete Gegenliebe stößt.

Was kann man dagegen tun? Zum Beispiel eine neue, lokale Tageszeitung gründen, wie es *Katapult.de* gerade in Mecklenburg-Vorpommern vormacht. Zitat: „Viele Menschen in Mecklenburg-Vorpommern haben in ihrer Region nur eine einzige Regionalzeitung. Wenn's schlecht läuft, ist es der fremdenfeindlich arbeitende *Nordkurier*. Wir wollen die Monopolstellung dieser Zeitung brechen und die dringend notwendige journalistische Vielfalt in die Region zurückholen! Deshalb gründen wir die neue Lokalzeitung *KATAPULT MV*." Es werden noch Unterstützer gesucht.[3]

Fußnoten
1 https://transparenzranking.de
2 https://www.tagesschau.de/wirtschaft/boerse/hr-boerse-story-24655.html
3 https://katapult-mv.de

Politische Krisen, Konflikte und die weltweite Verbreitung des Coronavirus haben das Jahr 2020 geprägt. Auch die Presse- und Meinungsfreiheit ist im Zuge der Pandemie in vielen Teilen der Welt neuen Angriffen ausgesetzt gewesen. Die 27. Edition des Buches „Fotos für die Pressefreiheit" von Reporter ohne Grenzen (RSF) beleuchtet die wichtigsten Brennpunkte aus rund 20 Ländern sowie bewegende Hintergründe des Nachrichtengeschehens. Die neue Ausgabe ist am 3. Mai, dem Internationalen Tag der Pressefreiheit, erschienen.

Ein Schwerpunkt liegt in diesem Jahr auf den Protesten in Belarus, wo zehntausende Menschen nach der offenkundig gefälschten Präsidentenwahl von Alexander Lukaschenko im Sommer 2020 monatelang auf die Straße gegangen sind. Mutige Journalistinnen und Journalisten setzten sich für ihre Berichte der Gefahr aus, Opfer der massenhaften Verhaftungen zu werden oder Schläge der berüchtigten Spezialeinheiten zu erleiden.

Weitere Fokusländer sind Brasilien, Libyen, Griechenland, die Türkei, Südafrika, Nordkorea und die USA. Rund 20 Fotografinnen und Fotografen sowie Autorinnen und Autoren haben Reporter ohne Grenzen ihre Werke für das diesjährige Fotobuch zur Verfügung gestellt. RSF finanziert sich neben Spenden und Mitgliedsbeiträgen auch mit Hilfe des Fotobuchs. Der Erlös fließt vollständig in Pressearbeit und Nothilfe, wie Anwaltskosten und medizinische Hilfe für verfolgte Journalistinnen und Journalisten.

Fotos für die Pressefreiheit 2021
Herausgeber: Reporter ohne Grenzen
ISBN 978-3-937683-90-4
Preis: 14 Euro zzgl. Versand
www.reporter-ohne-grenzen.de/shop

▲ **USA**
Eine Frau in der 300 000-Einwohnerstadt Cincinnati im Bundesstaat Ohio trägt ein Kleid mit den „Stars and Stripes" der US-Flagge. Im Vorwahlkampf zur Präsidentschaftswahl 2020 in den USA bereiste der deutsche Fotograf Jens Schwarz die amerikanische Provinz. Dort traf er sich mit politisch engagierten Anhängern der Demokraten und der Republikaner. An der Basis der beiden Parteien fand er eine Gesellschaft vor, die sich ihm weit weniger gespalten darstellte, als sie oft in der Trump-Ära beschrieben wurde.
© Foto: Jens Schwarz

► **Türkei**
Unabhängige Journalistinnen und Journalisten geraten in der Türkei immer mehr unter Druck. Die Regierung unter Präsident Recep Tayyip Erdogan geht mit Hilfe der Justiz hart gegen sie vor. Auch der Cumhuriyet-Journalist Kadri Gürsel wurde wegen seiner journalistischen Arbeit strafrechtlich verfolgt und zu einer Haftstrafe verurteilt. Bei seiner Haftentlassung entstand ein besonderes Bild, das viele Menschen in der Türkei berührte: Seine Frau empfing ihn am Gefängnistor und beide küssten sich innig. Der Fotograf Yasin Akgül erzählt: „Seitdem werden Häftlinge nicht mehr vor dem Gefängnistor freigelassen, (...) sondern auf einer abgelegenen Autobahnraststätte. Das ist die Kehrseite dieses erfolgreichen Bildes."
© Yasin Akgül/ AFP/ Getty Images

► **Griechenland**
Auf der griechischen Insel Lesbos waren tausende Flüchtlinge lange Zeit notdürftig in der Zeltstadt von Moria untergebracht, dem bis dato größten Flüchtlingscamp der Europäischen Union. Im September 2020 wurde es durch ein Großfeuer zerstört. So verloren die Geflüchteten ihre letzten verbliebenen Habseligkeiten und mussten auf der Straße kampieren. Zurück blieben Menschen ohne Perspektive, mit nur geringen Chancen auf Asyl oder Weiterreise in andere EU-Länder. Viele wurden von der Insel weggebracht und mit Reisebussen in andere Landesteile gefahren.
© Louisa Gouliamaki/ AFP/ Getty Images

Fotos für die Pressefreiheit 2021

Pop
Corn

◄ **Libyen**
Auf dem Märtyrerplatz im Zentrum der libyschen Hauptstadt Tripolis verkauft ein Händler Zuckerwatte und Popcorn. Als der irische Fotojournalist Ivor Prickett im Jahr 2011 das erste Mal in Libyen war, hatte der Arabische Frühling gerade den einstigen Diktator Muammar al-Gaddafi hinweggefegt. Prickett: „Wie viele Kollegen damals hatte ich Anfang 2011 etwas blauäugig gehofft, dass auf die Revolution ein demokratischer Übergangsprozess folgen würde." Es folgten neun Jahre Bürgerkrieg. Heute versucht eine international anerkannte Einheitsregierung ihren schwachen Einfluss im ganzen Land auszubauen, während der Warlord General Haftar den Osten für sich beansprucht. Bei seiner zweiten Reise traf Prickett mit seiner Kamera in Bengasi auf viele Menschen, deren Hoffnungen zerstoben sind.
© Ivor Prickett/ Panos Pictures

◄ **Libyen**
Im ersten Stock brennt Licht, das einzige in der Straße. Denn nur wenige Menschen trauen sich nach den Jahren des Krieges in die gefährlichen Hausruinen von Bengasis Altstadt zurück. Die Gegend ist voller Minen und Blindgänger.
© Ivor Prickett/ Panos Pictures

▲ **Südafrika**
In Südafrika hat die Corona-Pandemie bestehende Ungleichheiten verschärft und vertieft. Der südafrikanische Fotograf Lindokuhle Sobekwa zeigt in seinen Bildern die Nöte der Menschen in seinem Township Thokoza bei Johannesburg: Wassermangel, marode Infrastruktur und schlechte Hygienebedingungen. Im Township gibt es kaum Grün. Neben einer Deponie blühen ein paar Rosensträucher. Für die Anwohner ist dieses wenige Stück Natur besonders wichtig.
© Lindokuhle Sobekwa/ Magnum Photos/ Agentur Focus

▲ **Südafrika**
Proteste in Thokoza haben ihre Spuren hinterlassen. Die Stadtverwaltung von Johannesburg ließ erst danach die zusammengebrochene Stromversorgung wieder reparieren.
© Lindokuhle Sobekwa/ Magnum Photos/Agentur Focus

▶ **Brasilien**
Obdachlose Menschen unter einer Brücke in Sao Paulo, wo sie mit nichts als ein paar Decken versuchen, Schlaf zu finden. Die Bilder des Fotografen Lalo de Almeida aus Brasilien zeigen eindringlich, dass die Corona-Pandemie auch eine globale soziale Krise ist. In Sao Paulo fotografierte er Menschen, die für ihre Kinder nicht genügend zu essen hatten. An ausreichende Hygiene und angemessene Mundschutzmasken gegen das Coronavirus war für sie nicht zu denken.
© Lalo de Almeida/ Panos Pictures

▶ **Brasilien**
Brasilien hat weltweit die drittmeisten Todesfälle wegen Covid-19 zu beklagen. Präsident Jair Bolsonaro ergriff so gut wie keine landesweiten Maßnahmen, um die Seuche einzudämmen. Der brasilianische Fotograf Lalo de Almeida zeigt in seinen Bildern eindringlich, wie die Krise besonders die Armen trifft. Lalo de Almeida: „Die Lage armer Menschen wurde nicht nur hinsichtlich ausbleibender Löhne noch prekärer, für Jobs, die viele von ihnen informell bestreiten. Auch die Gesundheitsangebote waren kaum zugänglich."
© Lalo de Almeida/ Panos Pictures

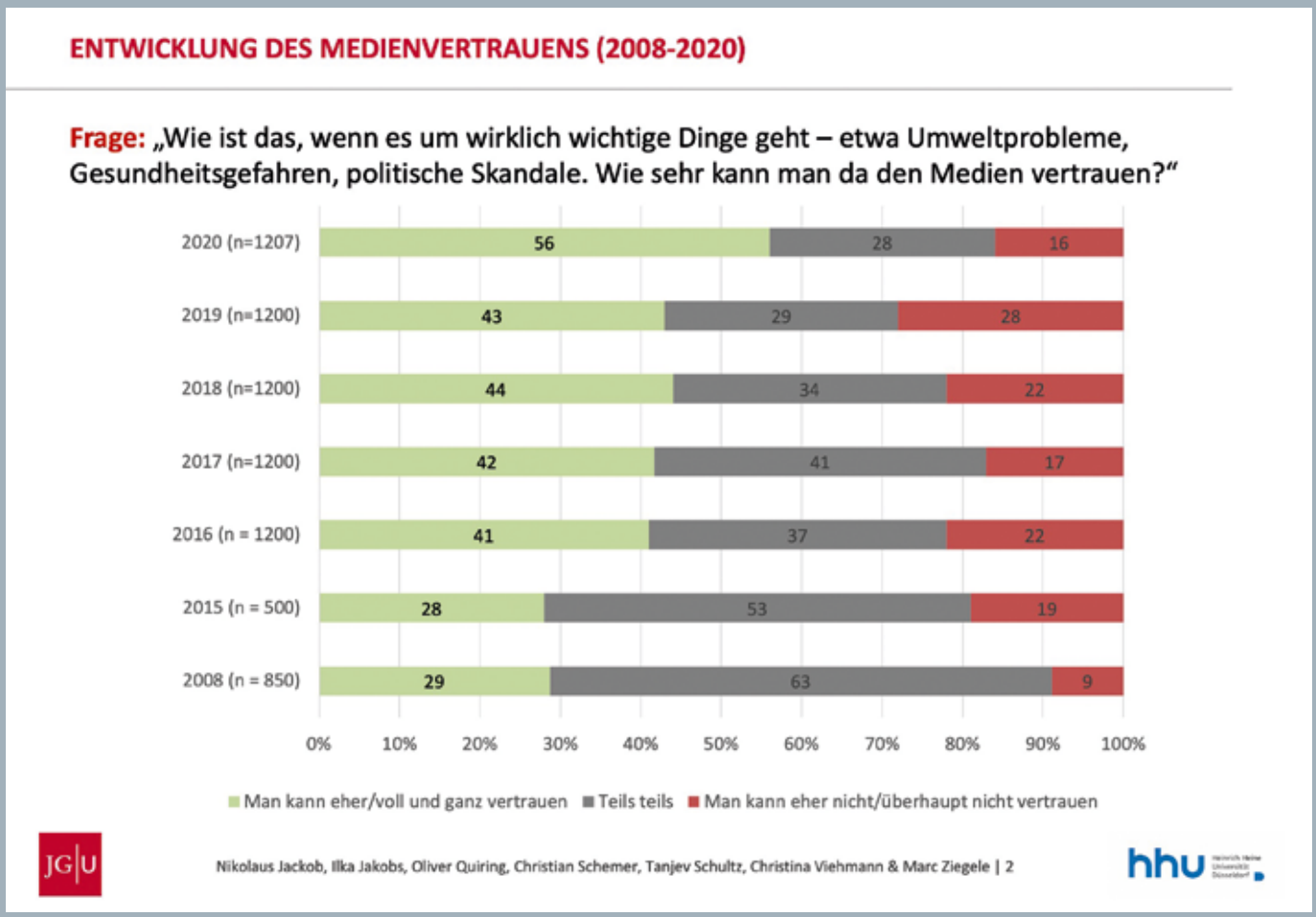
GUESS

Studie Medienvertrauen 2020

Vertrauen in Medien steigt am Ende des Corona-Jahres 2020, einzelne Mediengattungen profitieren davon allerdings kaum

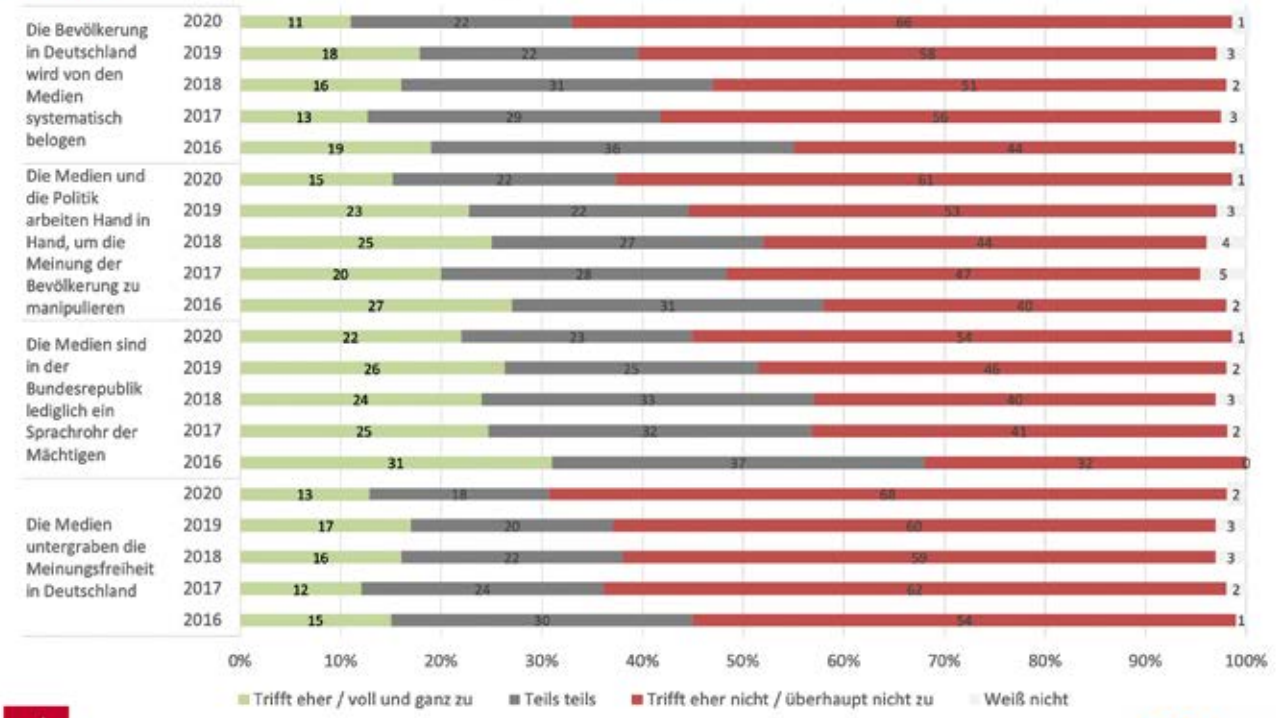
Zustimmung zu „Lügenpresse"-Vorwurf in Mainzer Langzeitstudie bisher auf niedrigstem Stand – Mehrheit zufrieden mit Corona-Berichterstattung, ein Viertel hält sie jedoch für übertrieben und vermisst Informationen

In der Corona-Krise ist das Vertrauen der deutschen Bevölkerung in die Medien gestiegen. Zugleich ist der Anteil derjenigen gesunken, die den Medien vorwerfen, die Bevölkerung systematisch zu belügen. Das zeigen repräsentative Befunde der Langzeitstudie „Medienvertrauen", die am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz und am Institut für Sozialwissenschaften der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf durchgeführt wird. Die Befragung fand im November und Dezember 2020 statt. Erste Ergebnisse aus dieser jüngsten Erhebungsrunde sind jetzt in der Fachzeitschrift „Media Perspektiven" (3/2021) erschienen. Ob es sich hierbei um ein nachhaltiges Vertrauensplus handelt, muss sich erst noch zeigen. Es ist möglich, dass sich die Stimmung in den folgenden Wochen erneut verändert hat, parallel zur wachsenden Unzufriedenheit mit dem politischen Krisenmanagement. Am Ende des Jahres 2020 stimmten 56 Prozent der Befragten der Aussage zu: „Wenn es um wirklich wichtige Dinge geht – etwa Umweltprobleme, Gesundheitsgefahren, politische Skandale und Krisen – kann man den Medien vertrauen." In den Vorjahren lag dieser Wert zwischen 41 und 44 Prozent, im Jahr 2015 sogar nur bei 28 Prozent. In der Corona-Krise ging der Informations- und Orientierungsbedarf in der Bevölkerung offenbar mit wachsendem Vertrauen in die Medien einher. Nur 16 Prozent der Deutschen sagten im Jahr 2020, man könne den Medien „eher nicht" oder „überhaupt nicht" vertrauen, 28 Prozent äußerten sich ambivalent („teils, teils").



MEDIENZYNISMUS (2016-2020)

Frage: „Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?"



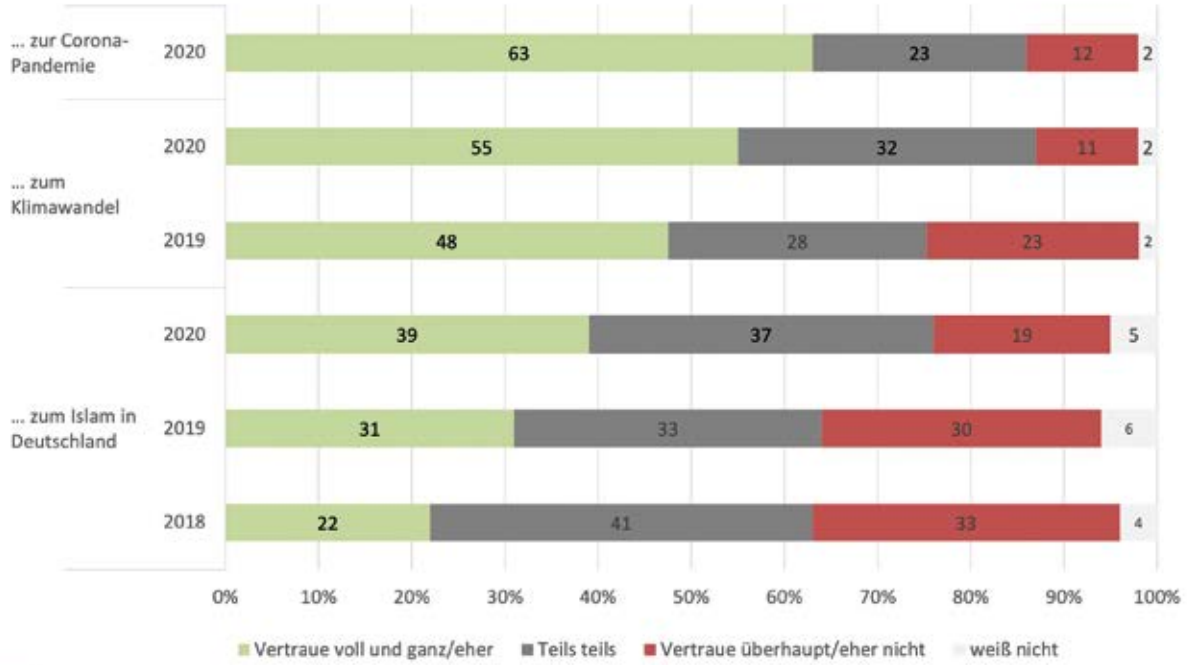
JG|U

Nikolaus Jackob, Ilka Jakobs, Oliver Quiring, Christian Schemer, Tanjev Schultz, Christina Viehmann & Marc Ziegele | 3

hhu

VERTRAUEN IN DIE BERICHTERSTATTUNG ZU VERSCHIEDENEN THEMEN (2018-2020)

Frage: „Wie sehr vertrauen Sie den etablierten Medien bei der Berichterstattung…"



JG|U

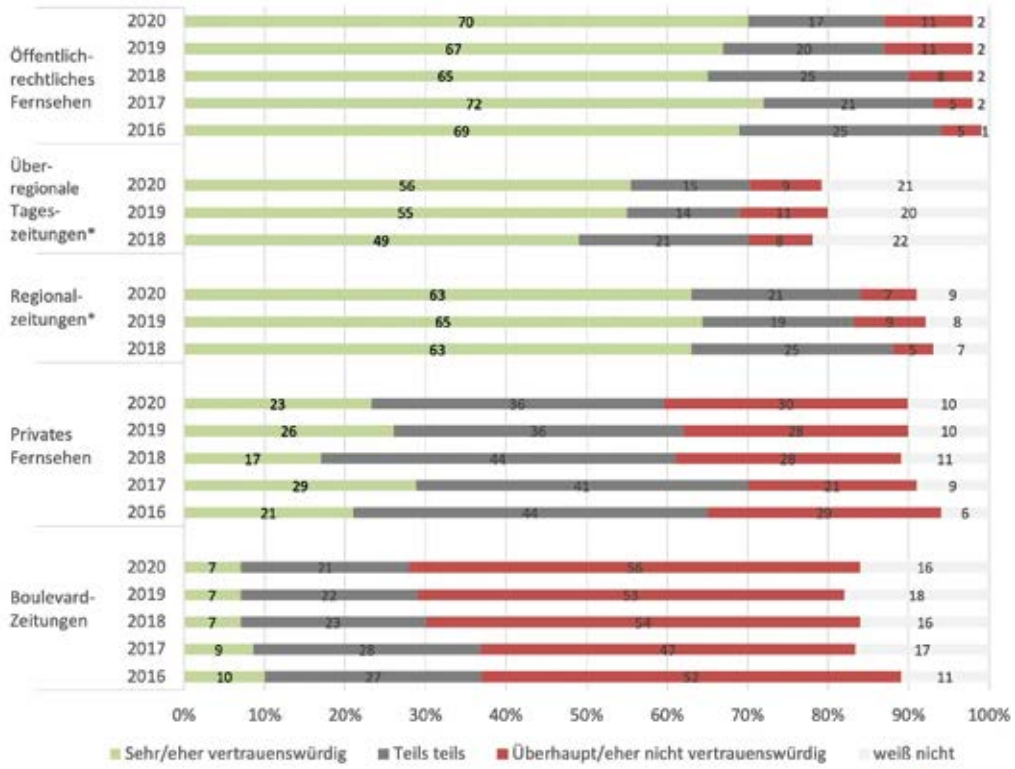
Nikolaus Jackob, Ilka Jakobs, Oliver Quiring, Christian Schemer, Tanjev Schultz, Christina Viehmann & Marc Ziegele | 4

hhu

VERTRAUEN IN MEDIENGATTUNGEN (2016-2020)

Frage: „Wie vertrauenswürdig finden Sie diese Angebote?“

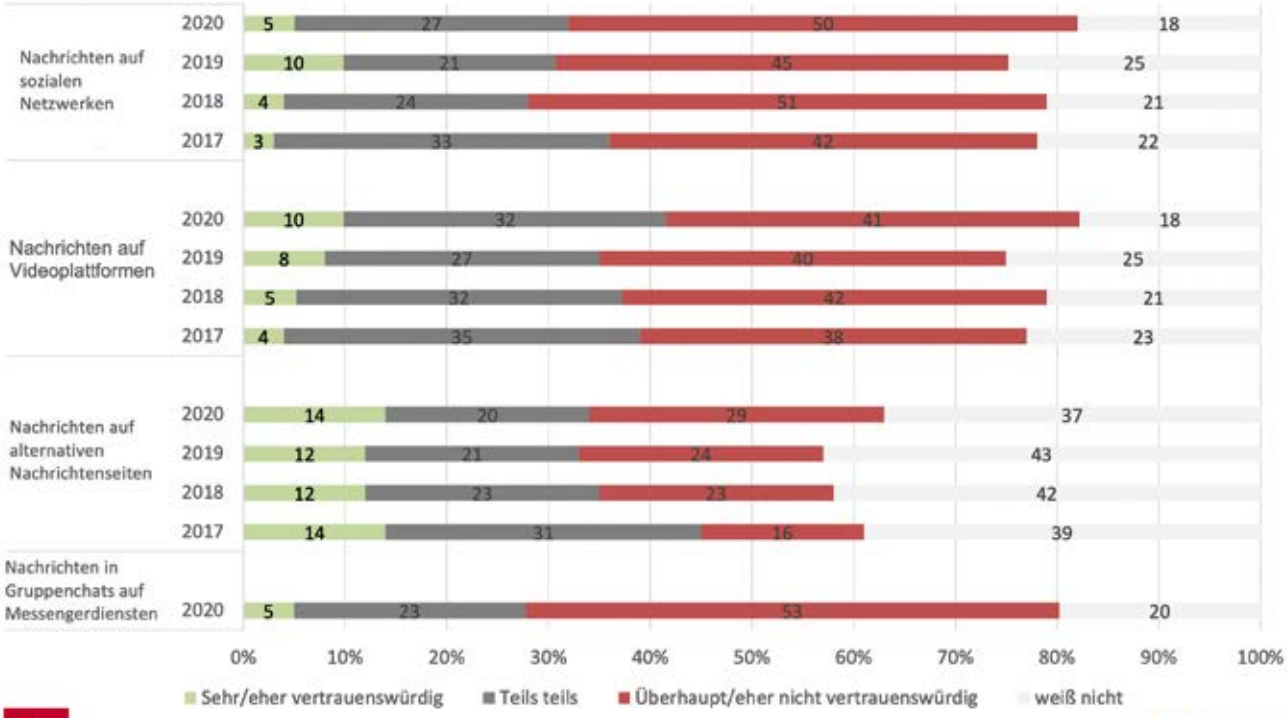
* 2016 & 2017 anders abgefragt, daher liegen hier keine vollständigen Vergleichswerte vor



Nikolaus Jackob, Ilka Jakobs, Oliver Quiring, Christian Schemer, Tanjev Schultz, Christina Viehmann & Marc Ziegele | 6

VERTRAUEN IN INTERNETQUELLEN (2017-2020)

Frage: „Wie vertrauenswürdig finden Sie diese Angebote?“ Basis: 1.040 Internetnutzer



Nikolaus Jackob, Ilka Jakobs, Oliver Quiring, Christian Schemer, Tanjev Schultz, Christina Viehmann & Marc Ziegele | 7

Gesunken ist der Anteil an Menschen, die extrem kritisch bis feindselig auf die etablierten Medien blicken: Insgesamt bejahten elf Prozent der Deutschen die Aussage, dass die Bevölkerung in Deutschland von den Medien systematisch belogen werde. In den Vorjahren lag die Zustimmung zwischen 13 und 19 Prozent. Zwei Drittel weisen den „Lügenpresse"-Vorwurf in der neuen Befragung zurück – dies ist der bisher höchste gemessene Wert in der Langzeitstudie. Eine ähnliche Tendenz zeigt sich bei anderen Aussagen. So stimmten im Jahr 2020 nur noch 15 Prozent der Aussage zu: „Die Medien arbeiten mit der Politik Hand in Hand, um die Meinung der Bevölkerung zu manipulieren." 2019 waren es 23 Prozent. Insgesamt weisen mehr Menschen als in den vergangenen Jahren Aussagen zurück, die den Medien absichtliche Manipulation vorwerfen.

Die Ergebnisse basieren auf einer repräsentativen Telefon-Umfrage, die das Meinungsforschungsinstitut IFAK im November und Dezember 2020 im Auftrag der beteiligten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler durchgeführt hat. Befragt wurden 1.207 Bürgerinnen und Bürger ab 18 Jahren. Die statistische Fehlertoleranz beträgt maximal 2,8 Prozent.

Zufriedenheit mit Corona-Berichterstattung

Der Berichterstattung der etablierten Medien zur Corona-Pandemie bringen 63 Prozent der Deutschen großes Vertrauen entgegen. Lediglich zwölf Prozent schätzen die Berichterstattung als nicht vertrauenswürdig ein, 23 Prozent ordnen sich in der Mitte ein.

Fast zwei Drittel (65 Prozent) der Befragten gaben an, die Medienberichterstattung helfe ihnen dabei, zu verstehen, was gerade passiert. Nur 16 Prozent stimmten dieser Aussage nicht zu. Allerdings finden 26 Prozent, dass Informationen fehlen, und 21 Prozent haben den Eindruck, dass Medienberichte den Informationen widersprechen, die sie aus anderen Quellen erhalten haben. Ein Viertel der Deutschen findet die Berichterstattung zu Corona übertrieben. Diesen stehen 47 Prozent gegenüber, die das nicht so sehen. Bei vielen Menschen zeigt sich allerdings ein Überdruss am Thema und der medialen Berichterstattung: 40 Prozent finden, dass die Medien zu viel über Corona berichteten, 34 Prozent teilen diesen Eindruck nicht, 25 Prozent beziehen hier keine klare Position („teils, teils").

Vertrauen in Mediengattungen stabil

Beim Vertrauen in unterschiedliche Mediengattungen zeigen sich in der Corona-Krise die gleichen Muster wie in den Vorjahren. Das Vertrauen in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist mit 70 Prozent am größten (in den Vorjahren lag es zwischen 65 und 72 Prozent). Danach folgen Regionalzeitungen – diesen vertrauen rund zwei Drittel der Deutschen (Vorjahre: 63 bis 65 Prozent). Überregionalen Tageszeitungen vertrauen 56 Prozent der Bevölkerung (Vorjahre: 49 bis 55 Prozent). Das private Fernsehen (23 Prozent) und Boulevardzeitungen (7 Prozent) werden auch in der Corona-Krise nicht als besonders vertrauenswürdige Medien wahrgenommen.

Zwar genießen auch in der Corona-Zeit dieselben Mediengattungen wie in den vergangenen Jahren das Vertrauen der Menschen, anders als beim allgemeinen Vertrauen in die Medien (siehe oben) zeigt sich aber kein großer Vertrauenssprung. Dieser Befund spricht dafür, dass die Orientierungsleistung der Medien in unsicheren Krisenzeiten zwar als Ganzes gewürdigt wird, einzelne Angebote oder Gattungen dabei aber nicht hervortreten.

Geringes Vertrauen in Social-Media-Angebote

Social-Media-Angebote werden von den meisten Deutschen auch in der Corona-Krise nicht als vertrauenswürdige Nachrichtenquellen angesehen. Nur fünf Prozent der Befragten vertrauen Nachrichten auf sozialen Netzwerken (Vorjahre: 3 bis 10 Prozent). Nachrichten auf Videoportalen finden zehn Prozent vertrauenswürdig (Vorjahre: 4 bis 8 Prozent). Und alternative Nachrichtenseiten halten 14 Prozent der Bürgerinnen und Bürger für vertrauenswürdige Nachrichtenquellen (Vorjahre: 12 bis 14 Prozent). Auch geschlossene Gruppen auf Messenger-Diensten, deren Rolle in der Corona-Pandemie kontrovers diskutiert wird, halten nur fünf Prozent der Bevölkerung für vertrauenswürdige Nachrichtenquellen. Mit 53 Prozent weisen diese unter den Social-Media-Angeboten den höchsten Anteil an Befragten auf, die diese Nachrichtenquelle als nicht vertrauenswürdig empfinden.

Zur Studie

Die langfristig angelegte Studie zum Medienvertrauen basiert auf mehr als einem Jahrzehnt kommunikationswissenschaftlicher Vertrauensforschung am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Im Mittelpunkt stehen regelmäßige repräsentative Befragungen, die die Entwicklungen, Ursachen und Folgen des Medienvertrauens erheben. Schwerpunkte der Studie sind die Verbreitung von funktionaler und dysfunktionaler Medienkritik (u.a. „Lügenpresse"-Vorwürfe) und die Beziehungen zwischen Medienvertrauen, Mediennutzung, politischen und gesellschaftlichen Einstellungen und Persönlichkeitseigenschaften. Im Krisenjahr 2020 wurde die Langzeiterhebung um Fragen zur Corona-Situation ergänzt.

Zum Forschungsteam gehören: PD Dr. Nikolaus Jackob, Dr. Ilka Jakobs, Prof. Dr. Oliver Quiring, Prof. Dr. Christian Schemer, Prof. Dr. Tanjev Schultz, Dr. Christina Viehmann und Prof. Dr. Marc Ziegele.

Die Studie hat keinen Auftraggeber. Erste Ergebnisse der 2020er-Erhebung der Langzeitstudie Medienvertrauen sind in der Zeitschrift Media Perspektiven erschienen.

Kontakt:
Priv.-Doz. Dr. Nikolaus Jackob
Institut für Publizistik
Johannes-Gutenberg-Universität Mainz
E-Mail: nikolaus.jackob@uni-mainz.de

Prof. Dr. Tanjev Schultz
Journalistisches Seminar/
Institut für Publizistik
E-Mail: tanjev.schultz@uni-mainz.de

Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen
https://medienvertrauen.uni-mainz.de

Drohender Kummer mit der Nummer

VON ALBRECHT UDE

Zur Bekämpfung der Covid-19-Pandemie wird der Datenschutz aufgeweicht, etwa durch den Einsatz der Luca-App, wie der Chaos-Computer-Club nachwies. Nun setzt die Bundesregierung einen drauf, es folgt die „Bürgeridentifikationsnummer". Datenschutzexperten warnen schon jetzt vor Missbrauch, es drohe „Identitätsdiebstahl."

Digitalisierung tut not. Das hat während der Pandemie wohl jeder begriffen, sogar die Verwaltung und die Politik, die das Thema bisher mit großer Ausdauer verschleppt haben. Auch mehr als ein Jahr nach Beginn der Pandemie arbeitet die Verwaltung noch mit dem Telefax. Das Robert Koch-Institut stellt seine Lageberichte als PDF-Dateien ins Netz, statt Datenjournalisten und anderen Interessierten Zugriff auf maschinell zu verarbeitende Daten zu gewähren, so wurde es kürzlich in einem Interview beklagt [1].

Politik und Ämter agieren planlos, reaktiv statt aktiv und wenig koordiniert, so der Eindruck, der sich aufdrängt. Und das Schlimmste: Sie verschwenden wertvolle, lebenswichtige Zeit! Man mag eine bange Frage stellen: Wenn das der Krisenmodus ist, wie gut oder schlecht muss dann der Normalmodus sein, in dem dieser Staat betrieben wird? Ist das noch weit runter bis zum „failed state"? Egal, welcher Nation der Ausländer ist, mit dem man spricht: Deutschlands Reputationsverlust ist außerordentlich – außerordentlich groß.

Digitalisierung tut not. Jeder, der auch nur einen Tag im Home-Office verbracht hat, weiß das. Alle Familien, deren Kinder Home Schooling ertragen mussten, wissen das. Alle Menschen, die digital mit Behörden Kontakt hatten (oder das auch nur versucht haben), wissen das.

Digitalisierung tut not. Aber nicht jede Form der Digitalisierung ist unbedingt ein Fortschritt. Das kann man gerade beispielhaft an der sogenannten „Luca-App" erkennen. Diese Software von einem privaten Hersteller soll dazu dienen, Kontakte zu „tracen", also nachvollziehbar (rückverfolgbar) zu machen. Dadurch soll der Zettelkram ersetzt werden, mit dem Restaurants und Veranstalter Anwesenheitsdaten für die Gesundheitsämter sammeln. Das ist sinnvoll, um die Epidemie zu bekämpfen. Das ist aber auch heikel, denn wer wann wo mit wem Kontakt gehabt hat, sind ja sensible Daten – und das nicht nur, wenn es um den letzten Puffbesuch geht. Das ist immer auch eine Gratwanderung zwischen Funktionieren einerseits und Respektieren des Datenschutzes andererseits.

Die Luca-App scheitert an beidem, glaubt man dem Chaos Computer Club (CCC), der im April 2021 eine vernichtende Stellungnahme zu der Software veröffentlicht hat [2].

Schon vor über einem Jahr hatte der CCC, der in Fragen des Datenschutzes und der Kommunikationssicherheit hohe Autorität und große Fähigkeiten hat, zehn Prüfsteine für die Beurteilung von „Contact Tracing"-Apps publiziert [3].

Die zehn Forderungen lauten:

1. *Epidemiologischer Sinn und Zweckgebundenheit*
2. *Freiwilligkeit und Diskriminierungsfreiheit*
3. *Grundlegende Privatsphäre*
4. *Transparenz und Prüfbarkeit*
5. *Keine zentrale Entität, der vertraut werden muss*
6. *Datensparsamkeit*
7. *Anonymität*
8. *Kein Aufbau von zentralen Bewegungs- und Kontaktprofilen*
9. *Unverkettbarkeit*
10. *Unbeobachtbarkeit der Kommunikation*

Jeder Punkt dieser Liste ist selbsterklärend. Man kann sagen, das diese zehn Punkte eigentlich von allen Digitalisierungsmaßnahmen erfüllt werden sollten (sieht man vom Spezialfall „epidemiologischer Sinn" ab und verkürzt ihn auf „Sinn").

In seiner Stellungnahme stellt der CCC klar, dass die Luca-App keinem einzigen (!) dieser Prüfsteine genügt. Die Luca-App funktioniert unzureichend, sie ist unsicher, und sie stellt ein massives Datenschutzproblem für jeden ihrer Nutzer dar.

Aber für eben diese Software haben mehrere Bundesländer und weitere staatliche Organisationen Jahreslizenzen erworben. Für bislang mehr als 20 Millionen Euro, zum Teil ohne öffentliche Ausschreibung – wohlvermerkt, Steuergelder. In Mecklenburg-Vorpommern ist der Einsatz der Luca-App für bestimmte Zwecke gar schon vorgeschrieben! In der Corona-Landesverordnung Mecklenburg-Vorpommern (Corona-LVO M-V) vom 23. April 2021 heißt es „Die verpflichtende Dokumentation zur Kontaktnachverfolgung soll in elektronischer Form landeseinheitlich mittels Luca-App erfolgen." [4]

Ein Bundesland verpflichtet seine Bürger, eine Software einzusetzen, deren Funktionalität zweifelhaft und deren Gefahren groß sind?

Digitalisierung tut not. Aber nicht so. Nicht so, dass man am Ende den Untersuchungsausschuss schon ahnen kann. Oder das Urteil des Bundesverfassungsgerichts aus Karlsruhe.

Ähnliches ist aber gerade auf den Weg gebracht worden: Nach Zustimmung von Bundestag und Bundesrat wurde am 6. April das „Gesetz zur Einführung und Verwendung einer Identifikationsnummer in der öffentlichen Verwaltung und zur Änderung

weiterer Gesetze" verkündet. Es trägt auch den Kurznamen „Registermodernisierungsgesetz" und die Abkürzung „RegMoG".

Im Kern geht es darum, dass die seit 1. Juli 2007 eingeführte „steuerliche Identifikationsnummer" (abgek. IdNr. oder auch Steuer-IdNr.) künftig nicht mehr nur von den Finanzämtern, sondern von vielen Behörden verwendet werden soll. So eine Steuer-IdNr. hat jeder Bewohner Deutschlands. Staatsbürger bekommen sie kurz nach der Geburt, Ausländer bei ihrer Anmeldung. Sie gilt ein Leben lang und kann nach d em Tod noch längstens zwanzig Jahre weiter gelten. Zugeteilt wird sie vom Bundeszentralamt für Steuern (BZSt). Neben der Nummer speichert das Amt in seiner Datenbank: Familienname (mit Namensbestandteilen), frühere Namen, Vornamen, Doktorgrad, Ordensnamen/Künstlernamen, Tag und Ort der Geburt, Geschlecht und gegenwärtige Anschrift.

Gegen ein solches lebenslang gültiges, bundesweit einheitliches Personenkennzeichen gab es schon vor seiner Einführung harsche Kritik. Peer Steinbrück, damals Bundesfinanzminister und damit federführend für die Einführung der Steuer-Id-Nummer zuständig, wurde im selben Jahr mit einem BigBrotherAward in der Kategorie Politik „ausgezeichnet". Der Preis ist auch als „Oscar für Datenkraken" bekannt. Am 12. Oktober 2007 wies Werner Hülsmann, Laudator des Preises, auf einen Spruch des Bundesverfassungsgerichtes hin:

„Bereits 1969 erklärte das Bundesverfassungsgericht im Mikrozensusurteil: ‚Mit der Menschenwürde wäre es nicht zu vereinbaren, wenn der Staat das Recht für sich in Anspruch nehmen könnte, den Menschen zwangsweise in seiner ganzen Persönlichkeit zu registrieren und zu katalogisieren'."[5]

Dieser Spruch hat ein großes Kaliber. Denn die Menschenwürde ist das oberste Schutzgut diese Staates, so steht es im schon ersten Paragraphen des Grundgesetzes.

Peter Schaar, der damalige, sehr aktive Datenschutzbeauftragte des Bundes, wies hellsichtig auf das Risiko hin, eine solche Einheitsnummer könne auch für andere Zwecke verwendet werden, also zu einem Personenkennzeichen werden.

Klagen gegen die Steuer-IdNr. gab es vor verschiedenen Gerichten, jedoch keine Verfassungsbeschwerde. Befürworter der Nummer wiesen auf deren Zweckgebundenheit hin. Der Bundesfinanzhof beschied damals, die Steuer-ID sei nicht verfassungswidrig – weil sie zweckgebunden sei und nur Finanzämter sie verwendeten. Eben das wurde gerade geändert.

Genau das, wovor Peter Schaar 2007 warnte, ist jetzt passiert. Die Zweckentfremdung der Steuer-Identifikationsnummer ist Geschichte. Das Registermodernisierungsgesetz ist ein sogenanntes „Artikelgesetz", das heißt, durch dieses Gesetz werden einzelne Artikel zahlreicher weiterer Gesetze geändert. Betroffen sind unter anderem die Abgabenordnung, das Bundesmeldegesetz, das Personenstandsgesetz, das Pass- und das Personalausweisgesetz, das elD-Karte-Gesetz, das 5., 6., 7., 10. und 11. Buch des Sozialgesetzbuches, das Berufsbildungsgesetz, die Handwerksordnung… Eine kleine Änderung ist die Umstellung der Steuer-Identifikationsnummer zur Bürger-Identifikationsnummer nicht.

Auch betroffen ist das Onlinezugangsgesetz, womit Bürger künftig Dienstleistungen der Verwaltung online nutzen können. Durch das Registermodernisierungsgesetz kommt das „Once-Only"-Prinzip, sodass Daten, die schon in Registern gespeichert sind, nicht mehr neu vorgelegt werden müssen. Teil des Gesetzes ist ein „Datenschutzcockpit": Bürger können damit prüfen, welche ihrer Daten zwischen Ämtern ausgetauscht wurden. Damit soll Transparenz hergestellt und Vertrauen geschaffen werden.

Digitalisierung tut not. Aber so ganz bestimmt nicht. Der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI), Professor Ulrich Kelber, lehnt die Nutzung der Steuer-Identifikationsnummer als übergreifendes Ordnungsmerkmal ab. In einem Hintergrundpapier seiner Behörde heißt es, das Registermodernisierungsgesetz sei „leider eher ein Beispiel für einen politischen Willen, der zu spät gebildet wird und dann zu rasch umgesetzt werden soll". [6]

Weiter stellt der oberste deutsche Datenschützer fest, dass allein schon die Verwendung eines einheitlichen Personenkennzeichens viele Risiken mit sich bringt, etwa die Kompromittierung der Register durch Angriffe oder Missbrauch. Beispiele aus anderen Ländern lehren zudem, dass eine zentrale Identitätsnummer am Ende in der gesamten Privatwirtschaft als zentrales Ordnungsmerkmal genutzt wird. Ebenso beklagt er, dass „die Schaffung solcher einheitlichen und verwaltungsübergreifenden Personenkennzeichen beziehungsweise Identifikatoren gefährlich sein könne, weil personenbezogene Daten in großem Maße leicht verknüpft und zu einem umfassenden Persönlichkeitsprofil vervollständigt werden können". Auch lege das Gesetz keine ausreichenden Sicherheitsmechanismen fest.

Paradoxerweise könnte durch eine Bürger-ID der Identitätsdiebstahl („Identitiy Theft") sogar leichter werden; denn die Nummer ist ja beileibe nicht geheim. Und je mehr Behörden sie nutzen, desto weniger wird sie es sein. Mit Kenntnis der ID eines Bürgers könnte es dann umso leichter fallen, in dessen Namen zu handeln, Waren zu bestellen – kurz: die Identität zu übernehmen.

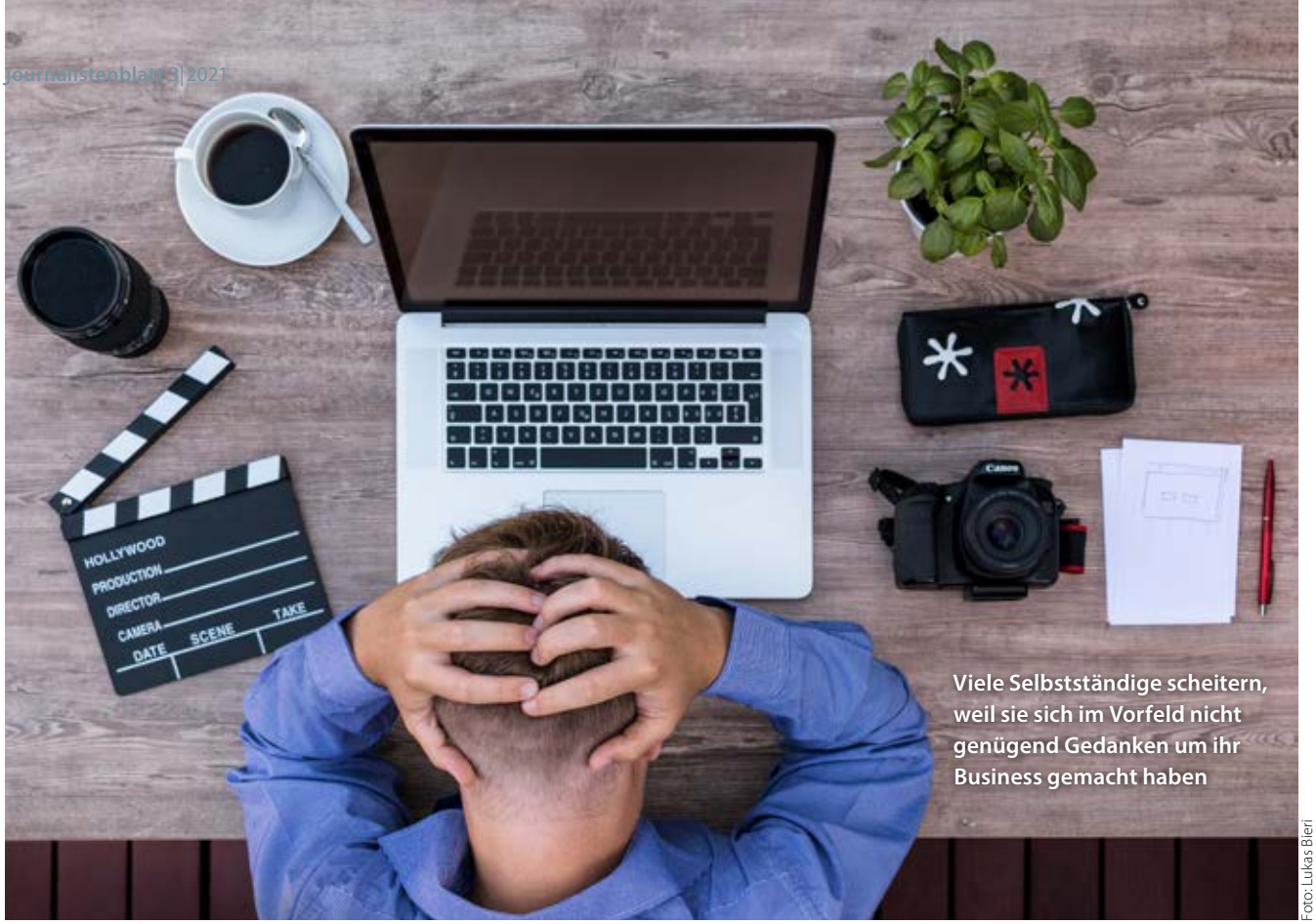
Die Steuer-Identifikationsnummer ist als Bürger-Identifikationsnummer ungeeignet, sie ist unsicher, sie ist nicht verfassungskonform.

Und noch eines: Mit der Einführung einer lebenslang geltenden, eindeutigen Identifikationsnummer stellt sich die Bundesrepublik Deutschland, die sich (soweit bekannt) als liberaler Rechtsstaat versteht, in eine unselige Tradition. Einheitliche Personenkennziffern gab es auf deutschem Boden nämlich schon zweimal: noch 1944 führte das Nazi-Regime die „Reichspersonalnummer" ein. Sie sollte helfen, „Kräfte" (Menschen!) für den „totalen Krieg" zu mobilisieren. Seit 1970 gab es in der DDR die „Personenkennzahl" (PKZ). Ohne diese beiden Regime gleichstellen zu wollen – in beiden Fällen war es das Ziel, die Interessen des Staates besser durchzusetzen, nicht die der Bürger.

Noch einmal der oberste Datenschützer Professor Ulrich Kelber: „Ich hoffe, dass uns nicht wieder erst das Bundesverfassungsgericht vor einem zu neugierigen Staat schützen muss." Diese Hoffnung wird hoffentlich nicht enttäuscht werden. Aber eine solide Digitalisierung Deutschlands wird dadurch noch länger dauern.

[1] Der aktuelle Zustand ist sehr bitter: Warum sich Datenjournalisten über das RKI und die Politik ärgern; Interview von Henning Kornfeld mit Christina Elmer (Spiegel) und Johannes Schmidt-Johannsen (SWR), kress.de, 16.03.2021 [2] Luca-App: CCC fordert Bundesnotbremse (vom 13.04.2020) [3] 10 Prüfsteine für die Beurteilung von „Contact Tracing"-Apps [4] Corona-Landesverordnung Mecklenburg-Vorpommern (Corona-LVO M-V) vom 23. April 2021 [5] Der BigBrotherAward 2007 in der Kategorie „Politik" geht an den Bundesminister der Finanzen, Herrn Peer Steinbrück. Lautadtio von Werner Hülsmann [6] Hintergrundpapier zur Registermodernisierung und Schaffung eines einheitlichen Personenkennzeichens; Bundesbeauftragter für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI), 28. August 2020 (PDF, 11 S., 509 KB)

Albrecht Ude *ist Journalist, Researcher und Recherche-Trainer. Einer seiner Arbeitsschwerpunkte sind die Recherchemöglichkeiten im Internet. www.ude.de*



Viele Selbstständige scheitern, weil sie sich im Vorfeld nicht genügend Gedanken um ihr Business gemacht haben

Foto: Lukas Bieri

Erfolgreich selbstständig – Fehler vermeiden

Von Walther Bruckschen

Wer sich selbstständig macht oder gar ein Unternehmen gründet, sollte folgende Tipps beherzigen, um auch in fünf Jahren noch erfolgreich zu sein. Denn: Erfahrungsgemäß zeigt sich in den ersten fünf Jahren nach Gründung, ob eine Idee trägt und alle Eventualitäten bedacht wurden.

Mehr als die Hälfte aller Unternehmensgründungen sehen sich innerhalb der ersten fünf Jahre gezwungen, ihre Selbstständigkeit wieder aufzugeben. Oft sind es die finanziellen, wirtschaftlichen und organisatorischen Herausforderungen, die einen Gründer zur Aufgabe zwingen. Sie suchen sich dann (wieder) eine Festanstellung. Zum Glück kommen viele dabei mit einem blauen Auge davon: Nur 15 Prozent aller Geschäftsaufgaben sind mit einem Insolvenzantrag verbunden. Wer kurz davor ist, sich selbstständig zu machen, sollte daher nicht nur auf die oft und gerne erzählten Erfolgsgeschichten schauen, sondern sich auch die Gründe näher ansehen, warum eine Selbstständigkeit auf Dauer nicht funktioniert hat.

Die wichtigsten Ursachen, warum Gründer scheitern, lassen sich an einer Hand abzählen:

Ungenügende Kundenorientierung

Eine Studie des DIHK hat herausgefunden, dass viele Gründer den Fehler machen, sich zu stark an ihre (wenigen) Kunden zu binden. Knapp die Hälfte der untersuchten Gründer sind nicht in der Lage, ihre Kundenzielgruppe genau einzugrenzen, was das Marketing dann vor erhebliche Probleme stellt.

Viele der untersuchten Gründer gaben an, neue Produkte und Dienstleistungen angeboten zu haben, die aber von den Kunden nicht gewünscht wurden. Sie hatten nicht genug Zeit damit verbracht, mit der Zielgruppe zu sprechen. Das Produkt oder der Service war also ein Ladenhüter, niemand wollte Geld dafür bezahlen.

Gerade im kreativen Bereich findet man diese Ich-Orientierung besonders häufig: Ich finde meine Beiträge, meine Filme, meine Bücher grandios – nur leider gibt es nicht genügend Käufer, Leser, Verlage, Produktionsgesellschaften, die das genauso sehen. Hier hilft eine möglichst genaue Marktrecherche vor der Gründung, viele Gespräche mit (potenziellen) Kunden können frühzeitig die „Produktentwicklung" in die richtige Richtung lenken.

Kein Alleinstellungsmerkmal

Genauso wichtig wie ein existierender Markt für ein Angebot ist es, sich von anderen Anbietern abzuheben. Deshalb sollte mehr Zeit darauf verwendet werden, ein Alleinstellungsmerkmal (USP = Unique Selling Proposition) zu definieren. Im Journalismus kann das beispielsweise bedeuten: Weg vom Wald-und-Wiesen-Schreiber hin

zum Spezialisten für ein ganz bestimmtes Thema, ein spezielles Medium oder eine genau definierte Region. Nur wer eine Nische findet, die so leicht kein anderer füllen kann, kann sicher sein, die Preise mit der erbrachten Leistung zu erwirtschaften, die man benötigt und gleichzeitig das Angebot erfolgreich zu machen.

Mangelnde kaufmännische Kenntnisse

Gerade kreative Gründer stehen mit der Betriebswirtschaft auf Kriegsfuß. Dabei sind mangelnde BWL-Kenntnisse sehr oft der Grund, warum Jung-Unternehmer in die Pleite steuern. Betriebswirtschaftliches Know-how ist eine wichtige Grundlage, um ein Unternehmen erfolgreich zu gründen und zu steuern. Die zündende Idee oder die kreative Schreibe reichen alleine nicht aus. Wer selbst mit Buchhaltung nichts am Hut haben will, sollte sich zumindest einen Profi mit an Bord holen – ein Gründungsberater am Anfang und einen Steuerberater als ständigen Begleiter.

Liquiditätsengpässe

Vielen der untersuchten Startups ging an einem frühen Punkt schlichtweg das Geld aus. Dabei geht es nicht unbedingt um teure Maschinen, die erforderlich sind, ein bestimmtes Produkt zu erzeugen. Ein Journalist, der in Zukunft vom „Schreiben" leben will, muss neben seinen Produktionsmitteln (Computer, Drucker, Kamera etc.) in erster Linie seinen Lebensunterhalt verdienen – Miete, Ernährung, vielleicht ein Auto…

Oft wird hier bereits die Anfangsphase unterschätzt: Bis die ersten Einnahmen auf dem Konto sind, kann es leicht ein paar Monate dauern. Hinzu kommt die schlechte Zahlungsmoral, gerade von großen Auftraggebern. Ein Finanzplan ist deshalb ein absolutes Muss für jeden Jung-Unternehmer! Darin werden Investitionen und Kredite geplant. So können drohende Liquiditätsengpässe frühzeitig erkannt und eine Pleite verhindert werden.

Wichtig ist es, schon zu Beginn der selbstständigen Tätigkeit einen Puffer aufzubauen, damit auch diese Durststrecken überwindet werden können. Eine Möglichkeit, um dieses Problem zu umgehen, ist es, erst nebenberuflich zu starten, die Stundenzahl in seinem bisherigen Hauptjob sukzessive zu reduzieren und so die Fixausgaben zunächst mit der Festanstellung zu finanzieren.

Rückhalt von Familie und Freunden

Wer sich ohne den Rückhalt seiner Familie selbstständig macht, hat es schwer. Denn ein neues Unternehmen braucht – gerade in der Anfangszeit – die volle Aufmerksamkeit des Gründers. Eine 60-Stunden-Woche ist da keine Seltenheit, und es gibt keine Gewerkschaft, die für einen kämpft. Die Entscheidung für die Selbstständigkeit sollte deshalb mit Familie und Freunden abgestimmt werden. Wenn man einen Partner oder eine Partnerin hinter sich weiß, kann man ruhigen Gewissens auch die eigene Firma voranbringen.

Wer noch weitere Unterstützung beim Umsetzen einer Geschäftsidee oder im Laufe der ersten Jahre einer Selbstständigkeit benötigt: Die Politik unterstützt Gründer, indem sie Gründercoaching fördert und zinsverbilligte Kredite über die KfW bereitstellt.

Ein erster Schritt für Mitglieder von DPV und bdfj kann übrigens ein Anruf bei der kostenfreien Existenzgründungsberatung des Journalistenzentrum Deutschland sein.

Foto: Darko Djurin

Wer bereits in der Gründungsphase schlecht kalkuliert, steht oft nach kurzer Zeit schon mit leeren Taschen da

Foto: Gerd Altmann

Oft droht schon nach wenigen Jahren die Insolvenz, wenn man sich nicht ausreichend auf sein Geschäftsmodell vorbereitet hat

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.*

Eine Welt ohne Gewerbliche Schutzrechte (Intellectual Property)

ein ziemlich trauriger Ort

Von Olaf Kretzschmar

Ist es möglich, dass etwas Immaterielles, nicht Greifbares, tatsächlich am meisten Wert sein kann? Viel zu oft werden immaterielle Vermögenswerte, wie Rechte oder Monopol-Ansprüche, entweder nicht berücksichtigt, weil sie gar nicht als solche erkannt oder aber unterschätzt werden. Man denke nur an den Schutz durch eine Gebäudeversicherung, die meist erst schmerzlich als Wert erkannt wird, wenn der Versicherungsschaden eintritt.

So wird der wahre Wert von gewerblichen Schutzrechten, dem so genannten Geistigen Eigentum, oft auch erst in Not- und Krisenzeiten wahrgenommen, nämlich dann, wenn eine Nachahmung durch die Konkurrenz stattfindet und sich der Nachgeahmte aufgrund des Fehlens entsprechender ausschließlicher Rechte nicht dagegen wehren kann oder – viel schlimmer – selbst die Nutzung eines Namen, eines Logos oder einer Erfindung einstellen muss.

Als Intellectual Property (IP) oder Gewerbliche Schutzrechte wird das Eigentum an innovativen Ideen bezeichnet, die sich durch einen Schöpfungsakt konkret materialisiert haben. Geistiges Eigentum, wie die Gewerblichen Schutzrechte auch genannt werden, umfasst etwa Erfindungen in Form von Gebrauchsmustern oder Patenten, Herkunftszeichen in Form von Marken, das Gesamterscheinungsbild von Industrieprodukten, geschützt durch Geschmacksmuster, durch Pflanzenzüchter entwickelte Sortenschutzrechte, Schaltungsanordnungen auf Mikrochips oder einfach nur Betriebsgeheimnisse.

Gewerbliche Schutzrechte (IP) sind ein bemerkenswerter Vermögenswert, da sie vor Angriffen von Mitbewerbern schützen, es ermöglichen, aktiv zu verhindern, dass Dritte die eigene Idee kommerziell verwerten, und weil sie eine jahrelang laufende Einnahmequelle aus Lizenzgebühren schaffen, die im Gegenzug für die Zustimmung zur Kommerzialisierung von Ideen zu zahlen sind.

Es gibt Stimmen, die fordern, Ideen und darauf aufbauende Schöpfungen nicht zu monopolisieren, weil niemand in der Lage sein sollte, Wörter, Slogans, Logos, Erfindungen und dergleichen für sich allein zu nutzen und andere von der Nutzung auszuschließen. Aber würde das wirklich zu Wachstum oder zumindest zu einem nachhaltigen Fortschritt für die Gesellschaft führen? Zunächst einmal klingt es einerseits sicherlich nach einem großartigen Gedanken, wenn wir alle Ideen oder Ergebnisse von Schöpfungsprozessen frei und fair miteinander teilen. Man denke an die derzeitige Diskussion um die Freigabe von Patenten auf COVID19-Impfstoffe. Andererseits ist der Mensch von Natur aus auf Wettbewerb getrimmt.

Sozialistische Gesellschaftsideen oder sogar das Ideal des Kommunismus, die auf einer bewussten gleichberechtigten Verteilung des Reichtums beruhen, waren aus genau diesem Grund in letzter Zeit nicht allzu erfolgreich gewesen.

Aber stellen wir ein Gedanken-Experiment an und denken wir an eine Gesellschaft, in der es keine Rechte an geistigem Eigentum gibt und in der tatsächlich jede geschaffene Innovation sofort gemeinfrei wird, also von allen anderen Menschen kopiert und genutzt werden dürfte.

Wäre es nicht schön, wenn wir alle die Ideen anderer Menschen einfach für uns und unser eigenes Wohl und das unserer Familie verwenden könnten? Die Antwort liegt auf der Hand, sobald man sich in die Lage des Schöpfers versetzt. Ohne Monopolrechte, die einem Erschaffer gehören können, existiert nur wenig bis überhaupt keine Belohnung und damit kein Anreiz für den Schöpfer. Mit anderen Worten: Ohne Marken, Urheberrechte, Designrechte oder Patente gäbe es keine monetäre Motivation, Neues zu erschaffen. Ein Streben nach Verbesserung findet nicht oder kaum mehr statt, was dazu führt, dass Innovation verlangsamt wird.

Foto: Spencer Davis

Gerade an der Frage zur Freigabe der Patente für die verschiedenen Impfstoffe gegen Covid-19 hat sich eine neue Debatte um den Schutz des Geistigen Eigentums entfacht

Foto: TheDigitalWay

Wer als Journalist Artikel verfasst, möchte sein geistiges Eigentum auch gesichert und geschützt sehen

Wo keine Innovation möglich ist, weil niemand aufgrund fehlenden Anreizes den Wunsch verspürt, innovativ zu sein, ist es schwer vorstellbar, dass es weiterhin Betriebssysteme von Computern gibt oder auch Pharmazeutika, weil alle diese Produkte auf jahrelanger Forschung und Entwicklung basieren. Forscher und Entwickler müssen in der Lage sein, mit ihren Forschungsergebnissen und Entwicklungen ihren Lebensunterhalt zu bestreiten. Genau das wäre aber nicht länger gewährleistet, weil alle Investitionen, die zur Herstellung eines Impfstoffs oder Medikaments erforderlich sind, letztendlich „verloren" wären und nicht durch Lizenzgebühren des Erfinders refinanziert werden könnten.

Eine Welt ohne Wissenschaft und Technik

Abgesehen davon, dass es keine wirksamen Medikamente zur Bekämpfung der gefährlichsten Krankheiten der Welt, wie der aktuellen COVID-19-Krankheit gäbe, würden die technologischen Innovationen in den fortschrittlichsten Bereichen aufgrund fehlender monetärer Anreize in einer Welt ohne die gebotenen Schutzmaßnahmen stagnieren, gäbe es keine Urheberrechte, Patente oder keine Markenschutzrechte.

Wo es keine Forschung und Entwicklung gibt, gibt es keinen Fortschritt und keine Fortschritte in Wissenschaft und Technik. Innovative Köpfe verlieren, wenn der Markt mit billigen Kopien überschwemmt wird. Produktqualität würde zu einem Fremdwort, weil sich Unternehmen fortan auf die Massenproduktion konzentrieren würden, um in irgendeiner Form noch Gewinne zu erzielen.

Kunst und Literatur wären in dieser Welt kaum existent

Plötzlich würde jegliche Kunst und Literatur verschwinden, sobald das Urheberrecht nicht mehr existierte. Ohne eine Möglichkeit, kreative Arbeit wie Kunst oder Literatur zu monetarisieren, um sich ein Einkommen zu verschaffen, würden viele Künstler dem Bauen, Zeichnen, Malen und Komponieren den Rücken kehren und lieber einen „Job" suchen, der ein Einkommen generiert, von dem die täglichen Lebenshaltungskosten gedeckt werden können.

Schließlich hängt die Bestreitung des eigenen Lebensunterhalts vollständig von der Fähigkeit ab, ein Einkommen aus der eigenen Arbeit zu erwirtschaften. Ohne die Existenz gewerblicher Schutzrechte würden auch Bücher, Gemälde, Musik und jede andere Kunstform langsam verschwinden. Und obwohl ein paar Künstler und Autoren allzu enthusiastisch wären und weiterhin basteln, bauen, kreieren, komponieren und texten würden, wären alle Verlage längst insolvent, und mit ihrem Verschwinden würden die Einnahmen all dieser verbleibenden kreativen Enthusiasten verloren gehen.

Geschäftliche Betätigung im Allgemeinen würde zum Erliegen kommen

Urheberrechte, Patente und Marken bieten Unternehmen, unabhängig von ihrer jeweiligen Größe Instrumente zur Bekämpfung von Rechtsverletzungen durch konkurrierende Unternehmen. Ohne IP würde die ohnehin schon extrem wettbewerbsintensive Geschäftswelt noch rücksichtsloser werden. Unternehmen müssten unglaublich schnell handeln, um den Vorteil zu nutzen, den sie durch die Erfindung oder Innovation von etwas Neuem gerade erst gewonnen haben. Wenn sie ihren Vorsprung nicht schnell genug nutzen würden, könnte und würde die Konkurrenz sie einfach kopieren und überholen, indem sie Investitionen in Innovation einspart und damit den Kostenvorteil im Wettbewerb ausnutzte.

Wenn eines Tages alle Rohstoffe und natürlichen Ressourcen aufgebraucht wären, müssten wir vom Planeten fliehen, hätten aber kein Raumschiff geschaffen, das uns in eine neue Welt bringen könnte.

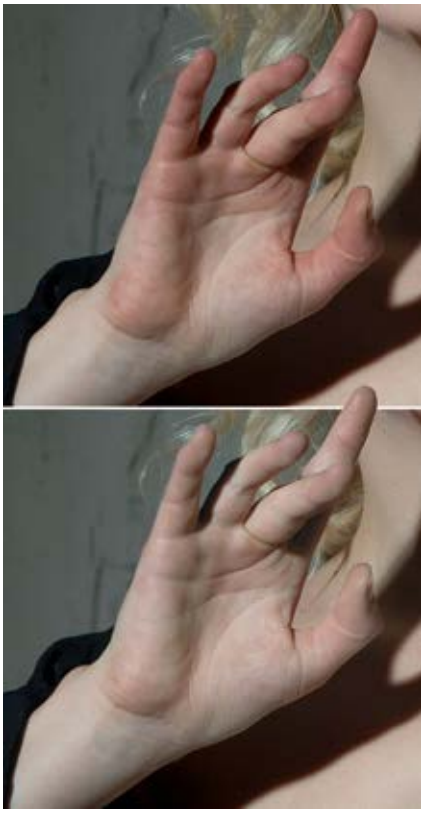
Obwohl Patente, Urheberrechte und andere wichtige Aspekte des IP-Rechts für diejenigen, die ihren Zweck nicht vollständig verstehen, abstrakt und sogar unnötig erscheinen mögen, sind sie unvermeidliche Elemente unserer Gesellschaft. Die Gewährleistung bestimmter Monopole durch den Schutz von Rechten des Geistigen Eigentums ermöglicht einen gesunden Marktwettbewerb, der der Motor für kreative, wissenschaftliche und wirtschaftliche Innovationen ist und gleichzeitig diejenigen schützt, die innovativ sind. Daraus folgt natürlich, dass geistiges Eigentum bestehen bleiben muss. Dies wird durch das mittlerweile berühmte Zitat von Mark Getty, dem Gründer und Inhaber von Getty Images, gut illustriert: „Geistiges Eigentum ist das Öl des 21. Jahrhunderts."

Stellen wir sicher, dass wir innovativ genug sind, um einen neuen Ort zum Leben zu finden, wenn diese Erde zu Ende geht.

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.*

Hautton anpassen

Wie bearbeitet man ein Foto, bei dem die Hand nicht zum Rest des Körpers passen will? Doc Baumann erklärt nach einer Leseranfrage, wie es funktioniert, die Hand an die Tonalität des Körpers anzugleichen.



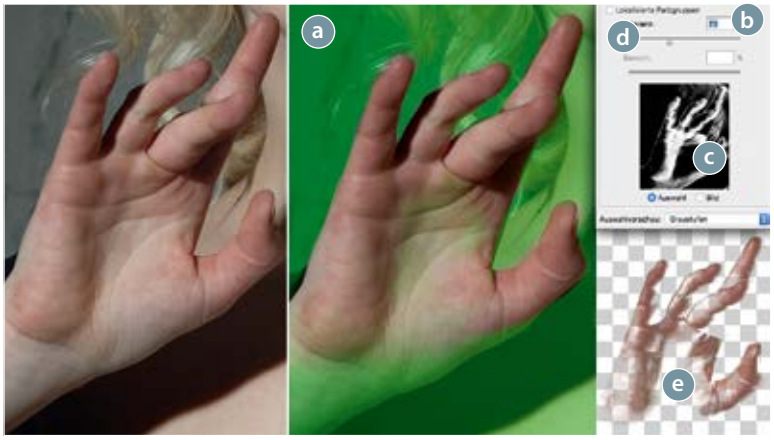
01 Das Ausgangsmaterial | Farb-Pinsel

In der Porträtaufnahme von Joachim Badura sind die Finger und Teile der Handinnenfläche so stark gerötet, dass sie im Bild stören. Um die gewünschte Anpassung vorzunehmen, gibt es in Photoshop – und anderen Bildbearbeitungsprogrammen – zahlreiche Möglichkeiten. Eine recht einfache, die ohne große Vorbereitungen auskommt, besteht darin, eine neue Ebene anzulegen, sie auf den Mischmodus »Farbe« zu setzen, eine geeignete Farbe aus dem Bild aufzunehmen und damit die geröteten Hautstellen zu übermalen (rechts am Daumen).

Foto: Joachim Badura

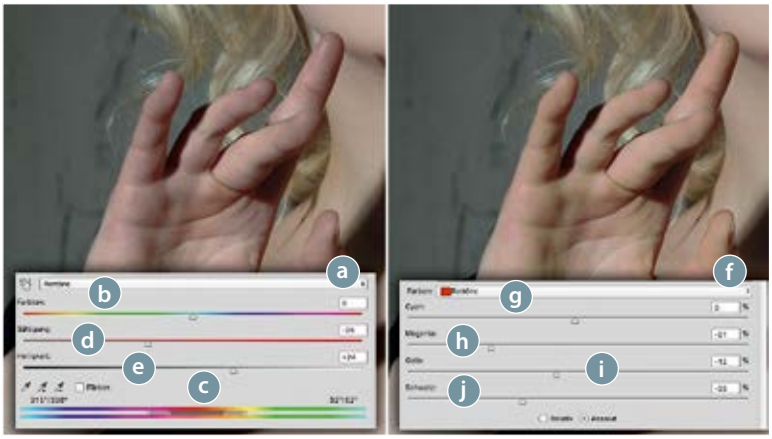
02 Auswahl vorbereiten

Bei sehr einfachen Problemzonen mag das ein geeigneter Weg sein, in der Regel reicht diese Behandlung aber nicht aus. Das Arbeiten mit Farbreglern ist vielversprechender. Dazu müssen allerdings die geröteten Hautstellen erst einmal ausgewählt werden. Gehen Sie dafür in zwei Schritten vor: Legen Sie einen neuen Kanal an und malen Sie dort die – einigermaßen genaue – Maske für die Hand (a). Laden Sie die hellen Bereiche des Kanals als Auswahl und wenden Sie »Auswahl > Farbbereich« an (b). Mit eingeblendeter »Graustufen«-Voransicht (c) regeln Sie die »Toleranz« so (d), dass nur die geröteten Zonen selektiert werden (e).



03 Sättigung und Farbkorrektur

Nach der OK-Bestätigung der nun exakteren Farbauswahl sichern Sie diese erneut als Kanal für spätere Verwendungen. Laden Sie sie als Auswahl und duplizieren Sie den Bereich auf eine neue Ebene. Nun bieten sich zwei Vorgehensweisen: Sie legen eine Einstellungsebene vom Typ »Farbton/Sättigung« an (a), rufen die »Rottöne« auf (b), erweitern gegebenenfalls den Rot-Bereich unten (c), reduzieren die Rot-Sättigung (d) und verstärken die »Helligkeit« (e). Oder Sie legen eine »Selektive Farbkorrektur«-Einstellungsebene an (f), gehen zu »Rottöne« (g), senken »Magenta« ab (h), heben »Gelb« an (i) und hellen »Schwarz« auf (j).



04 Camera Raw

Eine weitere Alternative bietet der »Camera-Raw«-Filter. Hier eignen sich die drei Reiter der »HSL-Einstellungen«: »Farbton« (a), »Sättigung« (b) und »Luminanz« (c). In jedem dieser Bereiche verschieben Sie die Regler der »Rot-« und »Orangetöne« nach Sicht, bis die geröteten Hautzonen weitestgehend dem sonstigen Hautton angepasst sind.

Übertreiben Sie es aber nicht, ein wenig Rötung sollte schon übrig bleiben, sonst wirkt das Ergebnis künstlich und unrealistisch.

05 Lab-Farbe

Da sich Bilddateien in Photoshop verlustfrei vom RGB- in den Lab-Modus (und zurück) umwandeln lassen, lohnt es sich, auch diesen Weg auszuprobieren. Nehmen Sie also zunächst die Konvertierung unter »Bild > Modus > Lab-Farbe« vor (a). Achten Sie darauf, bei der erscheinenden Warnmeldung anzuklicken, dass die Ebenen nicht reduziert werden sollen. Wechseln Sie bei aktivierter Ebene der roten Hautstellen zu den »Gradationskurven« (b), die nun anders als gewohnt mit »Helligkeit«, »a« und »b« benannt sind. Gleichen Sie die Kurven in allen drei Kanälen nach Sicht an, bis Sie das Ergebnis zufriedenstellt.

06 Mischung

Das Lab-Ergebnis dürfte wie Camera Raws HSL-Einstellungen gut geeignet sein, da hier Farbe unabhängig von Helligkeit geregelt wird. Kehren Sie in den RGB-Modus zurück. Hat eine der Vorgehensweisen ein Resultat ergeben, das völlig Ihren Vorstellungen entspricht, verwenden Sie es. Ist das eine Ergebnis unter bestimmten Aspekten gut und ein zweites unter anderen, mischen Sie die beiden – oder mehr –, wobei Sie jeweils die Wahl haben, welche Deckkraft und welchen Mischmodus Sie den einzelnen Ebenen zuweisen.

Arbeitsmaterialien finden Sie unter:
www.docma.info/21987

Im Namen des Volkes

Urteile in Sachen Medien- und Presserecht

Oft bringt erst ein letztinstanzlicher Gerichtsentscheid Klarheit in den journalistischen Alltag. Hier exemplarisch einige wegweisende Urteile.

OLG Köln: Programmzeitschrift darf nicht ohne Grund Bild eines Prominenten mit Frage nach Krebserkrankung in Zusammenhang bringen

Überragender Markt- und Werbewert des Klägers führt zu hohem Anspruch aus Lizenzanalogie

Eine Programmzeitschrift muss einem bekannten Fernsehmoderator 20.000 Euro bezahlen, weil sie unerlaubt sein Bild als „Klickköder" verwandt hat. Dies entschied das Oberlandesgericht Köln.

Die Zeitschrift hatte auf ihrem Facebook-Profil vier Bilder von Prominenten veröffentlicht, verbunden mit dem Text: „Einer dieser TV-Moderatoren muss sich wegen KREBSERKRANKUNG zurückziehen." Durch Anklicken der Meldung wurden die Leser auf die Internetseite der Zeitschrift weitergeleitet, wo wahrheitsgemäß über die Erkrankung eines der abgebildeten Moderatoren berichtet wurde. Informationen über den unstreitig hiervon nicht betroffenen Kläger fanden sich dort nicht. Nach öffentlicher Kritik löschte die Redaktion den Text nach kurzer Zeit.

OLG Köln bestätigt Anspruch auf Zahlung wegen unzulässiger kommerzieller Nutzung des Bildes

Das Oberlandesgericht Köln bestätigte die Entscheidung des Landgerichts Köln, wonach dem Kläger ein Anspruch gegen den Zeitschriftenverlag zusteht, und setzte die zu zahlende Summe auf 20.000 Euro fest. Das Bild des Klägers sei unzulässig kommerziell genutzt worden. Mit der Veröffentlichung sei keinerlei Informationswert mit Blick auf den Kläger verbunden gewesen. Die haltlosen Spekulationen über eine mögliche Krebserkrankung bezogen auf den Kläger hätten an der Grenze zu einer bewussten Falschmeldung gelegen. Die redaktionelle Berichterstattung im Zielartikel habe keinen Bezug zum Kläger gehabt. Das Bild des Klägers habe weder den Teaser noch den Zielbericht ergänzt.

„Traffic" auf Website sollte mit „Klickköder" erhöht werden

Insgesamt handele es sich um ein Beispiel für einen „Klickköder" („Clickbaiting"), bei dem die reißerische Überschrift in Verbindung mit Bildern Prominenter bei den Lesern eine „Neugierlücke" öffne. Die Nachricht gebe einerseits genug Informationen aus einem emotionsbehafteten Bereich, um die Leser neugierig zu machen, andererseits als bloßer „Informationsschnipsel" nicht genug, um diese Neugier vollends zu befriedigen. Um die Leser gezielt zum Weiterklicken zu animieren, sei bewusst in Kauf genommen worden, dass die verlinkte Meldung im Zielartikel keinerlei Bezug zu drei der vier Abgebildeten gehabt habe. Vielmehr sei die Beliebtheit der Abgebildeten gezielt zu dem (einzigen) Zweck ausgenutzt worden, möglichst viel „Traffic" auf die eigene Internetseite umleiten zu können, den eigenen Internetauftritt bekannter zu machen und durch die so erzeugten „Klicks" dort Werbemehreinnahmen zu erzielen.

Kläger hat Anspruch aus sog. „Lizenzanalogie" geltend gemacht

Rechtlich hat der Kläger die Forderung nicht – wie häufig in anderen Fällen unzulässiger Verwendung von Bildern – als Geldentschädigungsanspruch und damit als besondere Form des Schmerzensgeldes begründet. Er hat vielmehr einen Anspruch aus dem Gesichtspunkt der sog. „Lizenzanalogie" geltend gemacht. Danach muss der Verlag den Betrag bezahlen, den er dadurch „gespart" hat, dass er vom Abgebildeten keine Lizenz für die Abbildung erworben hat. Ein solcher Betrag wird vom Gericht geschätzt und muss auch dann gezahlt werden, wenn der Abgebildete überhaupt nicht bereit gewesen wäre, sein Bild für die fragliche Nutzung lizenzieren zu lassen. Der Zahlungsanspruch fingiert nämlich nicht die Zustimmung zur Veröffentlichung, sondern er stellt einen Ausgleich für einen rechtswidrigen Eingriff dar. Bei der Bestimmung der angemessenen Lizenzgebühr hat der Senat insbesondere berücksichtigt, dass der Kläger einen überragenden Markt- und Werbewert hat und außergewöhnlich beliebt ist und dass es sich bei der in den Raum gestellten Krebserkrankung des Klägers um ein sensibles Thema handelte.

Revision zum BGH wegen grundsätzlicher Bedeutung zugelassen

Der Senat hat die Revision zugelassen, da die rechtliche Behandlung von „Klickködern" grundsätzliche Bedeutung hat und eine klärende und richtungsweisende Entscheidung des Bundesgerichtshofes erfordert.

Oberlandesgericht Köln, Urteil vom 28.05.2019 Az.: 15 U 160/18

Vollstreckung eines ausländischen Gerichtsurteils

Aussage in ZDF-Dokumentation stellt seinem Inhalt nach eine Meinungsäußerung dar

Der Bundesgerichtshof hatte sich mit den Voraussetzungen zu befassen, unter denen ein ausländisches Gerichtsurteil nicht für im Inland vollstreckbar erklärt werden kann, weil hiermit ein offensichtlicher Verstoß ge-

gen das Grundrecht auf Meinungs- und Medienfreiheit verbunden wäre.

Dem Fall lag folgender Sachverhalt zugrunde: Die Antragsgegnerin, das ZDF, hatte im Jahr 2013 eine Dokumentation über die Befreiung der Konzentrationslager Ohrdruf, Buchenwald und Dachau angekündigt, in der die Lager Majdanek und Auschwitz als „polnische Vernichtungslager" bezeichnet waren. Aufgrund einer Beanstandung dieser Formulierung durch die Botschaft der Republik Polen in Berlin änderte die Antragsgegnerin den Text seinerzeit in „deutsche Vernichtungslager auf polnischem Gebiet". Der Antragsteller, ein polnischer Staatsangehöriger und ehemaliger Häftling der Konzentrationslager Auschwitz-Birkenau und Flossenbürg, hatte damals gegenüber dem ZDF ebenfalls die ursprüngliche Formulierung beanstandet, die Verletzung seiner Persönlichkeitsrechte geltend gemacht sowie u. a. die Veröffentlichung einer Entschuldigung verlangt. Das ZDF hatte sich daraufhin 2013 in zwei Schreiben an den Antragsteller entschuldigt und sein Bedauern ausgedrückt; im Frühjahr 2016 veröffentlichte es zudem eine Korrekturnachricht, mit der es sein Bedauern über die „unachtsame, falsche und irrtümliche Formulierung" ausdrückte und alle Menschen, die sich hierdurch in ihren Gefühlen verletzt sähen, um Entschuldigung bat. Der Antragsteller erwirkte aufgrund einer von ihm 2014 in Polen erhobenen Klage Ende 2016 in zweiter Instanz ein Urteil des Appellationsgerichts Krakau, das die Antragsgegnerin verpflichtet, für die Dauer eines Monats auf der Startseite ihres Internetauftritts eine Entschuldigung zu veröffentlichen, in der sie bedauert, dass in der streitgegenständlichen Veröffentlichung aus dem Jahre 2013 „eine inkorrekte und die Geschichte des polnischen Volkes verfälschende Formulierung" enthalten ist. Die Antragsgegnerin veröffentlichte den durch das Urteil vorgegebenen Text von Dezember 2016 bis Januar 2017 auf ihrer Internetseite. Der Antragsteller, der diese Veröffentlichung für unzulänglich hält, will das Urteil des Appellationsgerichts in Deutschland vollstrecken lassen.

Das Landgericht Mainz erklärte das Urteil für vollstreckbar. Die sofortige Beschwerde des ZDF blieb vor dem Oberlandesgericht Koblenz erfolglos.

Vollstreckung würde der öffentlichen Ordnung offensichtlich widersprechen

Auf die Rechtsbeschwerde der Antragsgegnerin hob der Bundesgerichtshof die Entscheidungen der Vorinstanzen auf und wies den Antrag auf Erteilung der Vollstreckungsklausel ab. Nach den maßgeblichen europarechtlichen Vorschriften wird eine ausländische Gerichtsentscheidung dann nicht für vollstreckbar erklärt, wenn ihre Vollstreckung der öffentlichen Ordnung („ordre public") des Mitgliedsstaats, in dem sie geltend gemacht wird, offensichtlich widersprechen würde. Die ausländische Entscheidung darf hierbei nicht inhaltlich überprüft werden; es kommt allein darauf an, ob das in ihr niedergelegte Ergebnis der Anwendung ausländischen Rechts im konkreten Fall in einem nicht tragbaren Widerspruch zu den wesentlichen Grundgedanken der Rechtsordnung des Vollstreckungsstaats und den darin enthaltenen Gerechtigkeitsvorstellungen steht.

Vollstreckung des Urteils würde gegen Recht auf freie Meinungsäußerung und Medienfreiheit verstoßen

Das ist hier der Fall, weil die Ausübung staatlichen Zwangs zur Veröffentlichung der im Urteil des Appellationsgerichts Krakau vorformulierten Erklärung offenkundig gegen das Recht der Antragsgegnerin auf freie Meinungsäußerung und gegen die Medienfreiheit (Art. 5 Abs. 1 GG) verstoßen würde. In diesem Zusammenhang hat der Bundesgerichtshof zunächst klargestellt, dass eine Aussage des Inhalts, die Lager Majdanek und Auschwitz seien von Polen betrieben worden, eine nicht durch Art. 5 Abs. 1 GG geschützte unrichtige Tatsachenbehauptung darstelle. Grundlage der rechtlichen Prüfung im Verfahren der begehrten Vollstreckbarerklärung sei aber nicht die ursprüngliche Äußerung, die Gegenstand des Rechtsstreits in Polen war, sondern die Erklärung, zu deren Abgabe die Antragsgegnerin durch die ausländische Entscheidung verurteilt worden sei. Diese stellt seinem Inhalt nach eine Meinungsäußerung dar. Die zu vollstreckende Erklärung – die die Antragsgegnerin nach dem Urteil des Appellationsgerichts Krakau als ihre eigene Äußerung abgeben müsse – besage, dass sie eine inkorrekte und die Geschichte des polnischen Volkes verfälschende Formulierung bedauere und sich beim Kläger für die Verletzung seiner Persönlichkeitsrechte, insbesondere seiner Nationalidentität (Gefühl der Zugehörigkeit an das polnische Volk) und seiner Nationalwürde, entschuldige. Die Antragsgegnerin könne jedoch nach deutschem (Verfassungs-)Recht nicht dazu gezwungen werden, die darin liegende Bewertung der vom Antragsteller beanstandeten Formulierung im damaligen Zusammenhang als eigene Meinung zu veröffentlichen. Der Eingriff in das Grundrecht der Antragsgegnerin aus Art. 5 Abs. 1 GG, der hierdurch bewirkt würde, verstoße zudem gegen den verfassungsrechtlichen Grundsatz der Verhältnismäßigkeit. Die Antragsgegnerin habe die beanstandete Formulierung „polnische Konzentrationslager", die vier Tage lang abrufbar gewesen sei, noch am Tag der Beanstandung durch die Botschaft der Republik Polen berichtigt. Noch vor dem Urteil des Appellationsgerichts habe sie in zwei Briefen den Antragsteller persönlich um Entschuldigung gebeten und außerdem eine erläuternde Korrekturnachricht mit einer an alle Betroffenen gerichteten Bitte um Entschuldigung veröffentlicht.

Art. 5 Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland

(1) Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.

(2) Diese Rechte finden ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre.

Art. 34 der Verordnung (EG) Nr. 44/2001 des Rates vom 22. Dezember 2000 über die gerichtliche Zuständigkeit und die Anerkennung und Vollstreckung von Entscheidungen in Zivil- und Handelssachen

Eine Entscheidung wird nicht anerkannt, wenn

1. die Anerkennung der öffentlichen Ordnung (ordre public) des Mitgliedstaats, in dem sie geltend gemacht wird, offensichtlich widersprechen würde.

Art. 45 VO (EG) Nr. 44/2001

(1) Die Vollstreckbarerklärung darf von dem mit einem Rechtsbehelf nach Art. 43 oder Art. 44 befassten Gericht nur aus einem der in den Artikeln 34 und 35 aufgeführten Gründe versagt oder aufgehoben werden. […]

(2) Die ausländische Entscheidung darf keinesfalls in der Sache selbst nachgeprüft werden.

Bundesgerichtshof Az.: IX ZB 10/18

Mit freundlicher Unterstützung von www.ra-online.de, Quelle: kostenlose-urteile.de

Bund stellt Neustarthilfe für Soloselbständige zur Verfügung

Von Gabriele Krink

Foto: Alexas Fotos

Viele Journalisten, Fotografen, Reiseberichterstatter etc. haben in den vergangenen Monaten infolge der Corona Epidemie große Umsatzeinbußen erlitten. Ihnen wird nun mit der sogenannten Neustarthilfe nochmals staatliche Unterstützung gewährt.

Die Neustarthilfe unterstützt Soloselbständige mit bis zu 7.500 Euro. Sie wird als Vorschuss für die Zeit von Januar bis Juni 2021 gezahlt. Die Anträge können bis zum 31.10.2021 gestellt werden.

Was ist die Neustarthilfe?

Die Neustarthilfe unterstützt Soloselbständige aller Branchen, die im Zeitraum Januar bis Juni 2021 durch Corona hohe Umsatzeinbußen erlitten, aber nur geringe Fixkosten haben und für die daher die Überbrückungshilfe III nicht zum Ansatz kommt. Sie wird als Vorschuss für die Monate Januar bis Juni gezahlt. Soloselbständige mit Umsatzeinbußen ab 60 % müssen den Vorschuss nicht zurückzahlen.

Wer ist antragsberechtigt?

- Der Antragsteller übt seine freiberufliche oder gewerbliche Tätigkeit im Haupterwerb aus,
- beschäftigt weniger als eine(n) Vollzeitangestellte(n),
- wird bei einem deutschen Finanzamt geführt,
- hat keine Überbrückungshilfe III beantragt und
- hat seine Tätigkeit vor dem 1.5.2020 begonnen.

Antragstellung

Die Beantragung erfolgt direkt im eigenen Namen ohne die Unterstützung durch sogenannte prüfende Dritte (z.B. Steuerberater) online über ein zentrales Formular. Zur Identifizierung wird das für Steuererklärungen bekannte ELSTER-Zertifikat genutzt. Sollte ein solches noch nicht vorliegen, kann man es jederzeit über das Elster-Portal beantragen. Eine nachträgliche Änderung von Anträgen ist zurzeit nicht möglich. Es ist daher größte Sorgfalt geboten. Auf Aufforderung muss der Antragsteller seine Angaben durch geeignete Unterlagen belegen.

Berechnung

Der Antragsberechtigte kann 50 % des im Vergleichszeitraum erwirtschafteten Referenzumsatzes, maximal 7.500 Euro, erhalten. Vergleichszeitraum ist das Jahr 2019.

Beispiel: Ein Journalist erzielte im Jahr 2019 einen Umsatz in Höhe von 60.000 Euro. Der durchschnittliche monatliche Umsatz betrug somit 5.000 Euro. Der Referenzumsatz beträgt 5.000 Euro x 6 (Monate Januar- Juni 2021) = 30.000 Euro. Der Vorschuss beträgt 50 % des Referenzumsatzes, also eigentlich 15.000 Euro. Da die maximale Förderhöhe 7.500 Euro beträgt, werden auch nur 7.500 Euro bewilligt.

Auszahlung

Die Neustarthilfe wird als Vorschuss gezahlt, bevor die tatsächlichen Umsätze des Förderzeitraumes feststehen. Die Auszahlung erfolgt in der Regel wenige Tage nach Antragstellung.

Endabrechnung

Spätestens bis zum 31.12.2021 muss der Soloselbständige eine Endabrechnung erstellen. Hierzu wird im Online-Tool die Summe der tatsächlich erwirtschafteten Umsätze eingeben. Daraus wird dann die endgültige Höhe der Neustarthilfe berechnet, auf die ein Anspruch besteht. Bei einem Umsatzrückgang von 60 % und mehr, muss der Vorschuss nicht zurückgezahlt werden. Liegt der in der Zeit von Januar bis Juni 2021 erzielte Umsatz bei 90 % und mehr des Referenzumsatzes, muss die Neustarthilfe vollständig zurückgezahlt werden.

Bei einem Umsatz von 40 bis 90 % des Referenzumsatzes ist der Vorschuss anteilig zurückzuzahlen. Eine Rückzahlung ist bis zum 30.6.2022 zu leisten.

Achtung: Der Antrag sollte nur gestellt werden, wenn der Umsatzrückgang tatsächlich in Zusammenhang mit Corona steht.

Der Umsatzrückgang muss mindestens 60 % betragen, um die volle Förderung zu erhalten. Dies muss nicht für jeden einzelnen Monat erfüllt sein. Entscheidend ist die Summe der Umsätze in der Zeit von Januar bis Juni 2021.

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.*

Engagement – RückBLENDE

August 2021

Vertreter der Journalistenverbände DPV und bdfj im Gespräch mit unabhängigen Filmemachern

Das Standalone Awards Festival ist eine in dieser Form einzigartige Veranstaltung für unabhängige Filmemacher. Denn für viele Teilnehmer gibt es keine Barriere bei Sprachen und Genres. Filmemacher aus der ganzen Welt bieten eine Präsentation der Kinematografie. Dabei geht es immer auch um die Entdeckung neuer Talente. Ein aus Mitgliedern der Filmindustrie bestehendes Komitee begutachtet die vorab eingereichten Filme, um dann die besten Werke zu nominieren. Besucher und Gäste aus der ganzen Welt können die Dokumentationen online miterleben und darüber abstimmen. Vertreter der Journalistenverbände DPV und bdfj diskutieren mit den Kollegen, wie die Mittel optimiert werden können, um auch in Zukunft filmische Tatsachenberichte zu erstellen. Dabei geht es beispielsweise um die Wege dahin, Quellen des Authentischen zu schaffen und diese dem Medienkonsumenten zu vermitteln.

Journalistenverbände DPV und bdfj geben neuen Presseratgeber heraus

Die Mitarbeiter der Bundesgeschäftsstelle von DPV und bdfj erfassen täglich die Bedürfnisse und Nöte der Mitglieder. Unser Beruf bringt es mit sich, dass eine hohe Zahl von Kollegen beruflich für längere oder kürzere Aufenthalte in das Ausland reisen. Der neue Presseratgeber „Als Journalist beruflich im Ausland" enthält daher jene Informationen, die sich als wichtig für Reisende unserer Berufsgruppe herausgestellt haben. Wer nun plant, in einem Land journalistisch zu arbeiten, welches eine entsprechende Arbeitserlaubnis voraussetzt, benötigt regelmäßig ein Pressevisum. Unabhängig davon, ob Sie als Korrespondent für Film & Fernsehen, Radio, eine Zeitung oder Online-Medien tätig sind – ohne eine entsprechende Aufenthalts- und damit Arbeitsgenehmigung ist Ihnen als Ausländer in nicht wenigen Staaten eine Recherche untersagt. Beispiele der behandelten Themen: Das Journalisten-Visum: ausführliche Beratung zum I-Visum der USA, zu Kanada, Ukraine, Türkei, Bahrain, China und anderen Ländern. Wieweit können Visa-Dienste helfen? Wie nehme ich mein (Kamera-)Equipment zolltechnisch am besten mit ins Nicht-EU-Ausland? Nutzen und Sinn des Internationalen Presseausweises. Professionelle Vorbereitung bei Fahrten in Krisenregionen. Spesen und Reisekosten niedrig halten – die Pressekonditionen geschickt nutzen. Wo finde ich Informationen zu Pressereisen. Welche Fachliteratur berät mich? Checkliste für Langzeitreisen und vieles mehr. Mit diesem Presseratgeber stellen wir Medienschaffenden eine ausführliche Handlungshilfe zur Verfügung.

Juli 2021

Wieweit findet sich die Zusammensetzung der Berufsgruppe Journalisten in der Gesellschaft wieder?

Über das Institut für Journalistik an der Technischen Universität Dortmund findet eine Forschungsarbeit statt, an welcher sich Vertreter des Journalistenzentrum Deutschland beteiligen. Im Rahmen der Studie soll herausgefunden werden, wie sich die Berufsgruppe der Journalisten zusammensetzt und ob dadurch die deutsche Gesellschaft auch entsprechend widergespiegelt wird. Der Fokus richtet sich dabei auf die Parameter Geschlecht, Alter, Migration, soziale Herkunft, Ausbildung und der geographischen Verteilung innerhalb Deutschlands. Die erhobenen Daten werden anschließend mit Daten des statistischen Bundesamtes zur deutschen Gesamtbevölkerung verglichen.

Spionagesoftware gegen Journalisten untergräbt Grundprinzipien der freien Berichterstattung

Die Journalistenverbände DPV und bdfj treten ebenso wie das International Press Institute (IPI) und Reporter ohne Grenzen, deren Unterstützer sie sind, entschieden gegen das Abhören von Medienschaffenden mit der Spyware Pegasus ein. Das globale Netzwerk im Engagement für die Pressefreiheit ist entsetzt über das potenzielle Hacken der Telefone von 180 Journalisten in mindestens 10 Ländern. Die durchgesickerten Daten wurden von einem Konsortium sowie von einer auf Pegasus spezialisierten Forschungsgruppe der Universität von Toronto analysiert. In den Jahren 2016 bis heute wird das Cyber-Überwachungstool von der Firma NSO an Regierungen verkauft, um angeblich terroristische Aktivitäten zu überwachen. Diese Informationen basieren auf dem Durchsickern einer Liste von 50.000 Telefonnummern, die mutmaßlich mit Personen in Verbindung stehen, die für NSO-Kunden von Interesse sind. Die Telefonnummern von mehr als 180 Journalisten, die durch das Leck bekannt wurden, gehören oder gehörten Journalisten und Redakteuren führender Medienorganisationen wie Reuters, CNN, der New York Times, France 24 und der Financial Times. „Über den Einsatz von vorgeblicher Anti-Terror-Spionagesoftware Journalisten auszuspähen, stellt eine ernsthafte Bedrohung für die betroffenen Kollegen und ihre Quellen dar und untergräbt ganz wesentlich die Grundprinzipien der freien Berichterstattung.", sagte der Sprecher von DPV und bdfj, Christian Laufkötter. „Behörden und Institutionen, bei denen festgestellt wurde, dass sie Journalisten ausspioniert haben, müssen dringend Antworten auf den Missbrauch von NSO-Technologie geben. Das Journalistenzentrum Deutschland fordert die Vereinten Nationen und zwischenstaatliche Gremien mit Menschenrechtsmandat nachdrücklich auf, umfassende und rasche Ermittlungen zu diesen Enthüllungen durchzuführen und Regierungen, die in diesen Missbrauch einer Cyber-Überwachungswaffe gegen Journalisten verwickelt sind, zur Rechenschaft zu ziehen." Eine forensische Analyse der bekannt gewordenen Daten deutet darauf hin, dass Saudi-Arabien und die Vereinigten Arabischen Emirate (VAE) die Spyware nutzten, um Zugang zu den privaten Gesprächen und Nachrichten enger Mitarbeiter des Washington Post-Journalisten Jamal Khashoggi zu erhalten – Monate nach seiner Ermordung in der saudi-arabischen Botschaft in Istanbul. NSO sowie einige der betroffenen Regierungen dementierten die Informationen.

Juni 2021

Treffen mit Fachgruppenleitern und Kollegen zwecks Erfahrungsaustausch

Mitarbeiter der Bundesgeschäftsstelle reisen zwecks Erfahrungsaustausch durch Deutschland und treffen sich mit Kollegen und Fachgruppenleitern. Im Vordergrund steht dabei, Informationen zu erhalten, welche es DPV und bdfj ermöglichen, noch besser und schneller auf die Bedürfnisse der angeschlossenen Mitglieder – gerade unter Covid 19 Bedingungen – zu reagieren. Mit einem speziellen Presseratgeber sowie zahlreichen Unterstützungsleistungen haben die Berufsverbände bereits vieles umgesetzt. Weiterhin fällt es vielen – speziell freien – Journalisten schwer, unter den herrschenden Bedingungen ein vernünftiges Auskommen zu erzielen. Deshalb gilt auch in Zukunft, für Medienschaffende aufzubereiten, wie und wo sie Corona-Hilfen geltend machen können – mit Tipps und allen wichtigen Ansprechpartnern.

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