Journalistenblatt

1 2022

Die Journalistenverbände informieren | 17. Jahrgang

www.journalistenblatt.de

Herausgeber

Journalistenzentrum DEUTSCHLAND

DPV Deutscher Presse Verband

bdfj: bundesvereinigung der fachjournalisten

Eva Quadbeck, stellvertretende Chefredakteurin des *RND* und Leiterin der Hauptstadtredaktion

Die Macht der Reichweite

Besuch beim *RedaktionsNetzwerk Deutschland*

Bayerischer Rundfunk: KI im Journalismus 20

Digitalisierung ist kein Selbstzweck 23

FragDenStaat fragt den Staat 26

HAMBURGER STIFTUNG
für politisch Verfolgte

36 Jahre Stimmen für die Freiheit

© Andriy Dubchak/RFERL

„Dem Bösen einen Namen geben -

Schluss mit den Kriegsverbrechen im Donbass."

sagt Stanislav Aseyev, Journalist aus der Ukraine

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,
der Wandel der Medienlandschaft ist unaufhaltsam. Auch wenn es derzeit in Deutschland noch etwas über 300 Tageszeitungen gibt, erscheinen doch viele Inhalte gleichgeschaltet. Sinkende Anzeigenerlöse und andere wirtschaftliche Gründe lassen Verleger lieber fertige Texte (oder sogar ganze gestaltete Seiten) von extern kaufen, als dafür eine eigene Redaktion aufrecht zu erhalten. Dies sorgt dafür, dass Nachrichtennetzwerke wie das *RedaktionsNetzwerk Deutschland (RND)* prosperieren. Für das **journalistenblatt** haben sich Bettina Schellong-Lammel und Bernd Lammel in den beiden Stützpunkten Berlin und Hannover einen Einblick in die Arbeit verschaffen können. Ihren umfangreichen Bericht inklusive Interviews mit RND-Chefredakteur Marco Fenske und der stellvertretenden Chefredakteurin Eva Quadbeck finden Sie ab Seite 4.

Dmitri Muratow und Maria Ressa – zwei Namen, die bis vor knapp einem Jahr nur die Wenigsten kannten. Seit Anfang Oktober sind ihre Namen weltbekannt: Das schwedische Nobelpreiskomitee verlieh den beiden Journalisten den Friedensnobelpreis 2021 für ihren Einsatz für die Meinungsfreiheit. Den Kommentar von Autor Thoralf Cleven zur Preisvergabe an die beiden Journalisten finden Sie auf Seite 19.

Was haben Journalismus und Künstliche Intelligenz (KI) miteinander zu tun? Eine ganze Menge. Beim *Bayerischen Rundfunk* kümmert sich Uli Köppen mit ihrem Team vom „AI+ Automation Lab" um dieses spannende Thema. Gunter Becker stellt sie und ihre Arbeit ab Seite 20 vor.

Digitalisierung – um der Digitalisierung willen? Nein. Sagt zumindest Albrecht Ude. Warum, lesen Sie auf Seite 23 ff.

Wenn unerwünschte Meinungen aus dem Netz gelöscht werden (sollen), spricht man gern von „Cancel Culture". Die ist aber nicht neu. Es gab sie schon lange, bevor überhaupt jemand das Wort Computer erfunden hat. Eine Geschichtsstunde der etwas anderen Art bietet uns Hans D. Baumann ab Seite 28.

Natürlich haben wir auch noch weitere spannende Themen für Sie. Gründungsberater Walther Bruckschen zum Beispiel gibt Anregungen zur Kalkulation des eigenen Stundenlohns (S. 36 ff.). Und Steuerexpertin Gabriele Krink sagt Ihnen, was sich 2022 im Steuerrecht so alles ändert (S. 38).

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre – und bleiben Sie gesund!
Ihre Redaktion des **journalistenblatt**

www.journalistenblatt.de

Inhaltsverzeichnis

4 Die Macht der Reichweite
Disruptiver Medienwandel ist das Wort der Zeitungsbranche und das Gespenst Zeitungssterben macht die Runde. Das *RedaktionsNetzwerk Deutschland (RND)* hat die Herausforderung der digitalen Transformation angenommen. Ein Redaktionsbesuch in Hannover und Berlin

17 PressCreditCard
Lastschriftverfahren ist jetzt im neuen Kundenportal möglich

18 Friedensnobelpreis 2021
Das International Press Institute (IPI) ist stolz auf die Journalisten Maria Ressa (Vorstandsmitglied des IPI) und Dmitri Muratov

19 Friedensnobelpreis für Journalisten
Ein Signal für die Wahrung der Presse- und Meinungsfreiheit

20 KI im Journalismus
Künstliche Intelligenz wird in Sendeanstalten Einzug halten und der Automation der Redaktionsarbeit dienen. Stoßen wir damit an journalistische und ethische Grenzen? Für das **journalistenblatt** hat Gunter Becker mit der Leiterin des AI + Automation Lab des *Bayerischen Rundfunks* und Co-Lead von *BR* Data, Uli Köppen, gesprochen

23 Digitalisierung ist kein Selbstzweck
Nicht billiger, sondern besser: Das muss das Ziel von Digitalisierung sein. Und es muss echte Wahlfreiheit geben. Erzwungene Digitalisierung ist eine Sackgasse

25 Impressum

26 *FragDenStaat* fragt den Staat
Journalisten können über die Plattform *FragDenStaat* bei Bundesbehörden IFG-Anträge stellen (IFG = Informationsfreiheitsgesetz). Wie funktioniert das?

28 Kulturkampf – Von der damnatio memoriae zur Cancel Culture
„Ob jemand Wechsel fälscht, sagt nichts über sein Geigenspiel", hat Oscar Wilde geschrieben. Die Cancel Culture sieht das anders. – Ein Essay von Doc Baumann

34 Die Spuk-Montagen von Leif Geiges
Der Fotograf Leif Geiges arbeitete Mitte des 20. Jahrhunderts für das „Institut für Grenzgebiete der Psychologie und Psychohygiene". Seine Fotomontagen visualisieren Spuk-Zeugen

36 Alles wird teurer – Sie auch?
Steigende Energie- und Spritkosten machen sich auch für Medienschaffende bemerkbar. Im 1. Teil unserer Mini-Serie geht es um das Zieleinkommen

38 Steuerliche Änderungen 2022 – Was Sie beachten müssen
Ein Überblick über die für freiberufliche und angestellte Journalisten wichtigen Änderungen

39 Engagement – RückBLENDE

Titelbild: Bernd Lammel

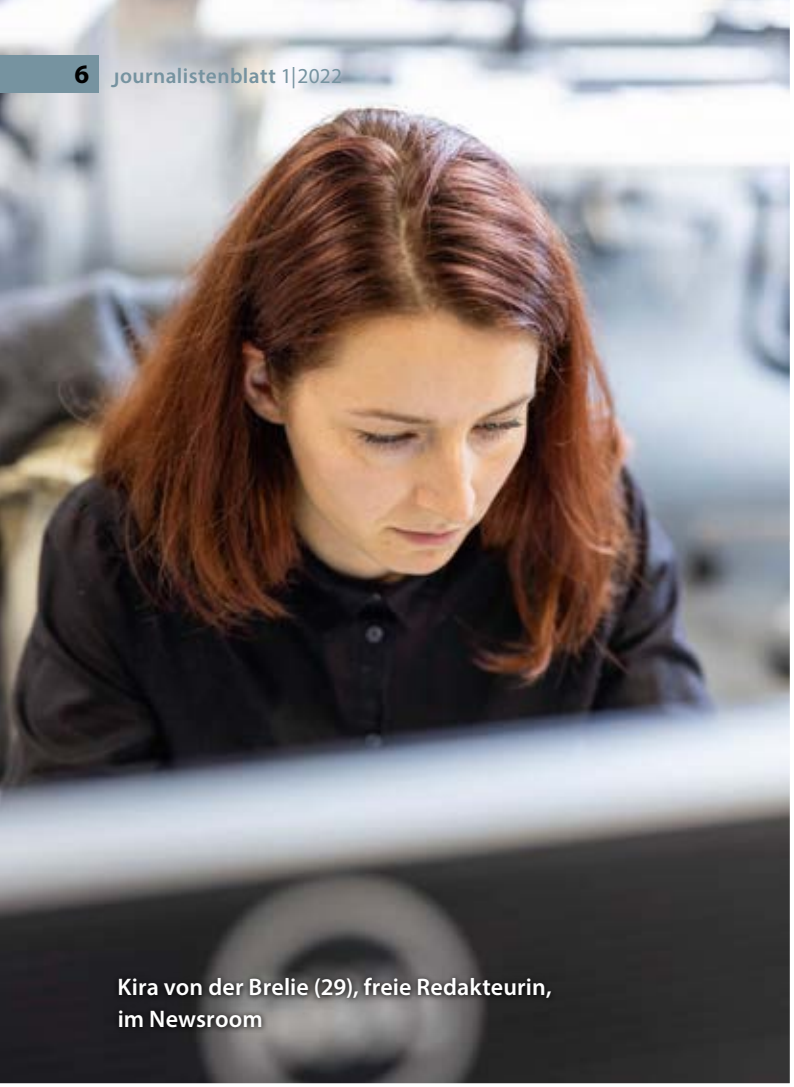
Die Macht der

Ein Besuch beim *RedaktionsNetzwerk Deutschland* in Hannover und Berlin

Reichweite

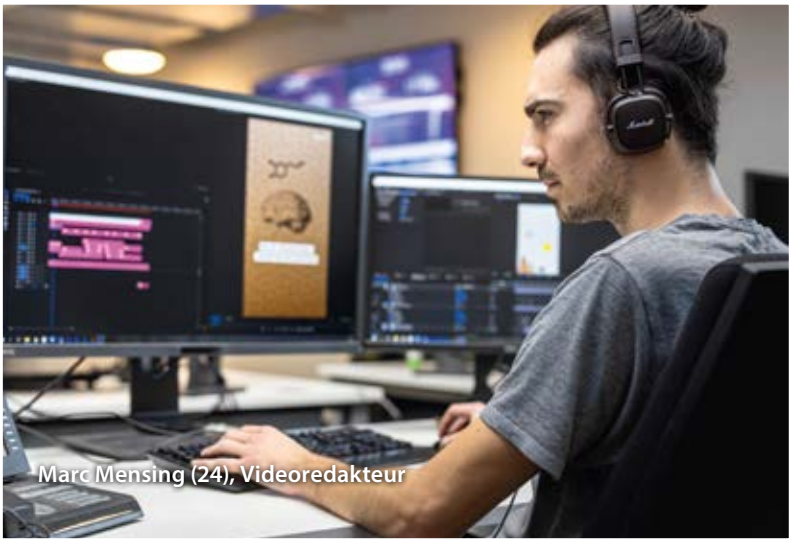
Dany Schrader (45, links), Mitglied der Chefredaktion und Manuel Becker (41, rechts), Leiter Partnermanagement, im Newsroom des *RedaktionsNetzwerk Deutschland* in Hannover

Foto: Bernd Lammel



Kira von der Brelie (29), freie Redakteurin, im Newsroom

Ken Kullik (28) Mediengestalter



Marc Mensing (24), Videoredakteur

Disruptiver Medienwandel ist das Wort der Zeitungsbranche. Kein anderes Medium ist davon so betroffen wie die gedruckte Tageszeitung. Sinkende Abonnentenzahlen bedeuten schwindende Auflagen. Diese wiederum haben schrumpfende Anzeigenerlöse zur Folge. Ein Dominoeffekt, der die Zukunft der Tageszeitungen infrage stellt – das Wort Zeitungssterben macht die Runde.

Von Bettina Schellong-Lammel, Fotos Bernd Lammel

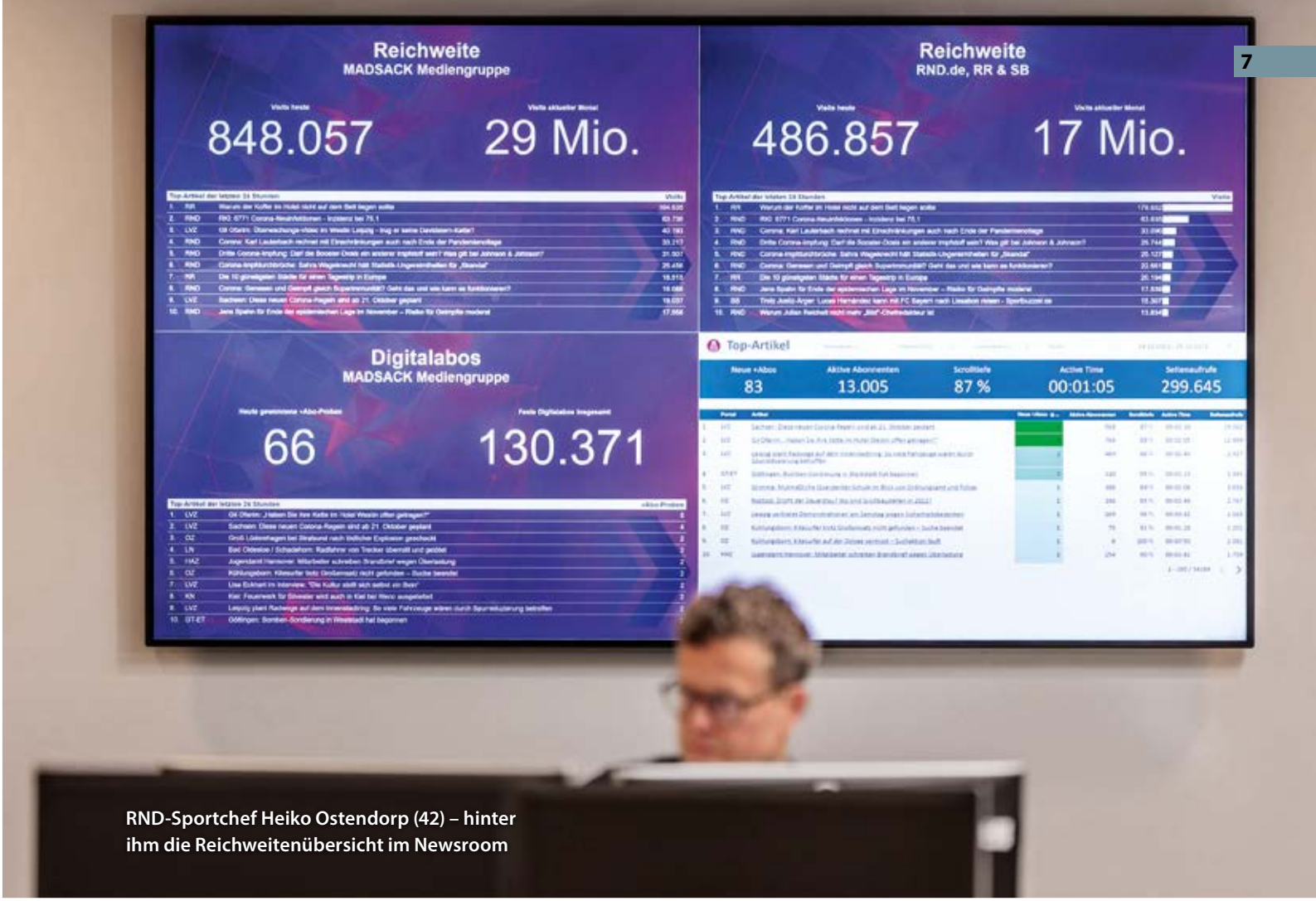
Dabei haben Tageszeitungen eine lange Tradition. Die erste Tageszeitung erschien 1634 in Leipzig als wöchentliche Zeitung, zunächst ohne Titel, ab 1635 als „Ordentliche Wöchentliche Zeitungen", mit Nachrichten von Kriegsschauplätzen. 1650 erwarb der Drucker Timotheus Ritzsch während der schwedischen Besatzung in Leipzig eine schwedische Zeitungslizenz und gab die „Wöchentlichen Zeitungen" heraus. Das ist 387 Jahre her. Heute erscheinen in Deutschland täglich mehr als 330 Tageszeitungen. Die Frage ist: Wie lange noch?

Gedruckte Tageszeitungen verlieren zunehmend ihren Status als Leitmedium und haben ihr Informationsmonopol längst verloren. Obwohl immer noch rund 38 Millionen Menschen in Deutschland täglich eine gedruckte Tageszeitung lesen, scheint der klassische Zeitungsredakteur eine aussterbende Spezies. Die Branche ist in einem tiefgreifenden Strukturwandel. Tageszeitungen büßen seit mehr als 15 Jahren massiv an gedruckter Auflage ein.

Elektronisch verbreitete Medien bestimmen die Themen, die Erzählformen, den Bildstil und das Storytelling – sie sind vor allem viel mehr als eine Digitalkopie der gedruckten Zeitungen. Das hat Konsequenzen für Journalisten in Tageszeitungsredaktionen, denn die klassischen Ressorts müssen flexibel und ressortübergreifend arbeiten. Der Ressortleiter bestimmt nicht mehr allein den Redaktionsablauf, sondern neben den Redakteuren sind Programmierer und Infografiker, Bildbearbeiter, Webdesigner und Mediengestalter gefragt. Online-News sind ein Non-Stop-Service, und Redakteure können mit dem Zugang zum gesamten Content – Text, Video, Audio, Bild, Grafik, User Generated Content – auf alle Informationen aus erster Hand zugreifen.

> Neben der Umstellung auf Online-Angebote mit Bezahlschranken ist die größte Herausforderung der Zeitungsbranche, jüngere Leserschichten zu erreichen.

Neben der Umstellung der Redaktionen auf Online-Angebote mit Bezahlschranken ist die größte Herausforderung der Zeitungsbranche, jüngere Leserschichten zu erreichen, die sich ihre News aufs Smartphone oder Tablet über Social-Media-Kanäle holen. Es geht nicht mehr um Auflagen, es geht um Klicks, um Daten, um Seitenaufrufe und um die Zeit, die User auf den Seiten verbringen. Es gibt einen kleinen Lichtblick: Die Zeitungsverlage verkaufen inzwischen täglich fast 800 000 Ex-



RND-Sportchef Heiko Ostendorp (42) – hinter ihm die Reichweitenübersicht im Newsroom

emplare als E-Paper, und die Zahlen der Digital-Abos steigen stetig. Medienwandel heißt Strukturwandel. Die deutschen Zeitungsverlage können sich diesen Herausforderungen stellen oder sie werden perspektivisch mit der „alten Zeitungswelt" untergehen.

Aktualitäts- und Kostendruck führen zu einer Medienkonzentration, die von den Verlagen ein hohes Verantwortungsbewusstsein verlangen. Steigende Produktionskosten und explodierende Papierkosten zwingen zur Rationalisierung, um die Titel zu erhalten. Man kann es wie der Axel-Springer Verlag machen und seine Tageszeitungen als Ballast abstoßen oder die Herausforderungen der digitalen Transformation annehmen.

Die *MADSACK Mediengruppe* gründete vor acht Jahren das *RedaktionsNetzwerk Deutschland* und ging 2019 mit *RND.de* digital an den Start. Heute ist das *RND* nach eigenen Angaben eines der meistzitierten Mediennetzwerke Deutschlands. Mittlerweile liefert es überregionale Inhalte für 62 Tageszeitungen in ganz Deutschland. Die Gesamtauflage aller Titel beträgt mehr als zwei Millionen Exemplare. Mit seinen digitalen Angeboten erreicht das *RND* rund 100 Millionen Visits pro Monat, die Zahl der Digitalabos liegt inzwischen bei mehr als 130 000 – es sind Reichweiten, die Marktmacht entfalten.

Das *RND* arbeitet an zwei Standorten. Der Multi-Channel-Newsroom in Hannover ist für 180 Redakteure, Layouter und Producer ausgelegt und bildet das Herz des *RND*. Hier arbeiten auch Experten für Web-Development, TV-Studio, Vermarktung und Technik.

Im Hauptstadtbüro arbeiten 15 Journalisten unter der Leitung von Eva Quadbeck, die Nachrichten, Analysen, Interviews und Kommentare zu aktuellen politischen und gesellschaftlichen Themen nach Hannover liefern.

Im „Maschinenraum", wie Eva Quadbeck den Newsroom nennt, betreut Dany Schrader als Mitglied der Chefredaktion die Printausgaben der Partnerzeitungen. Die werden an die Wand projiziert und zeigen das Portfolio: „Wir beliefern kleinere und größere Regionalzeitungen, die teilweise zum *Madsack*-Konzern gehören, mit überregionalen und teils regionalen Inhalten. Bei einigen Titeln erstellen wir auch die Titelseite, doch der größte Teil unserer Partner gestaltet diese eigenverantwortlich. Ein wichtiger Kernpunkt des Konzepts ist, dass die Zeitungstitel, die wir beliefern, eigenständig bleiben. Jede Regionalzeitung hat ihre Eigenheiten, jede Regionalzeitung ihre

Tageszeitungen und elektronische Medien brauchen nicht nur gute Texte, sondern auch aussagekräftige Fotos. *Die Bebilderungsstrategie für produzierte Inhalte für 62 Tageszeitungen und RND.de basiert beim RedaktionsNetzwerk auf vier Säulen:*

Agenturen, von denen Bildmaterial bezogen wird, bilden die quantitativ größte Quelle. Verträge hat das RND mit dpa, getty images, imago, mit AP, AFP und Reuters. Aktuelles Agentur-Material läuft automatisch in die Redaktions- bzw. Content-Management-Systeme der Bildredaktion ein.

Die zweite Säule bildet ein Pool an freien Fotografinnen und Fotografen sowie Video-Journalisten, die vom RND für Reportagen und Interviews beauftragt werden. Das Hauptstadtbüro arbeitet zum Beispiel bei exklusiven Terminen häufig mit der Agentur photothek zusammen.

Die dritte Säule bildet das Fotomaterial, das RND-Redakteure auf ausgewählten Terminen vor allem für die Digitalangebote selbst erstellen.

Die vierte Säule bilden Bilder, die an den Standorten der regionalen Medienmarken entstehen und die bei überregionaler Relevanz ins Netzwerk eingespeist werden.

▶

Das Social-Media-Team des RND. Vorne links: Kea Müttel (34) leitet den Social-Media- und Video-Bereich. Vorne rechts: Lena Holzinger (28), Social Media Managerin

Zeitungswand im Newsroom des RND

Wirtschaftsredakteur Harand Schutte (57)

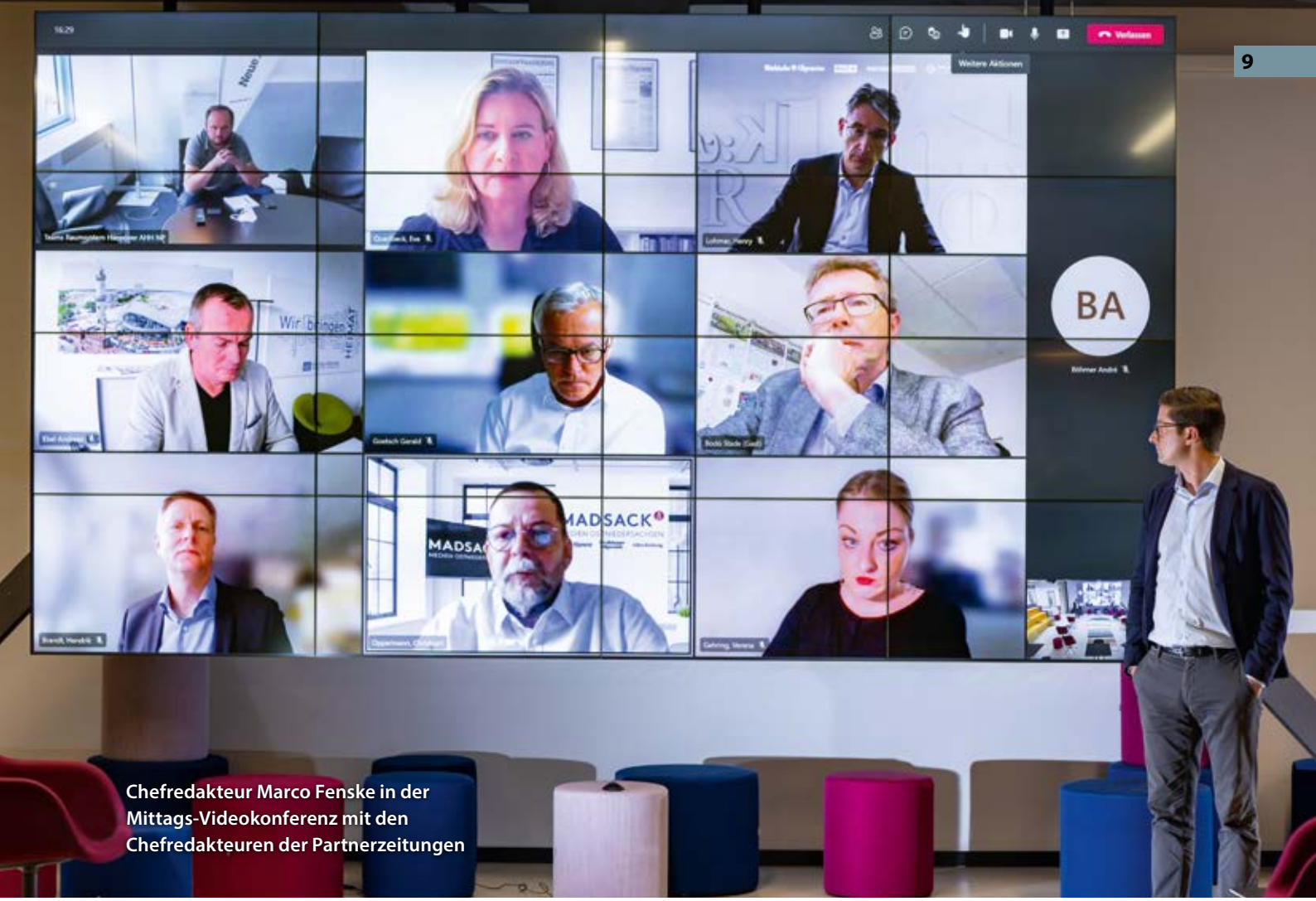
Traditionen und ihr eigenes Gesicht, und wir wollen, dass das weiterhin so bleibt."

Gleichzeitig stelle das *RND* immer häufiger fest, dass die Regionalverlage Unterstützung begrüßen, wenn sie qualitativ hochwertig sein und auch mit überregionalen Inhalten punkten wollten. „Wir arbeiten mit den Partnern immer auf Augenhöhe", betont Dany Schrader.

Die Partner, die mit dem *RND* teilweise schon seit der Gründung kooperieren, wollen keine „Vorgaben" vom *RND*. „Wir kommen einmal am Tag um 12 Uhr mit den Newsroomchefs in einer Konferenz zusammen, wo wir Inhalte besprechen. Gibt es lokale Besonderheiten? Gibt es andere Besonderheiten, die wir beachten müssen? Wir bekommen Wünsche, Bedenken und teilweise Kritik aus erster Hand, gehen damit transparent um und schauen, dass wir gemeinsam eine Lösung finden", erklärt Dany Schrader. Sie betont jedoch, dass nicht jeder Titel sein eigenes Wunschprogramm bekommen könne und es die Aufgabe des *RND* sei, jeden Tag die optimale Balance mit den Partnern zu finden. Es gibt auch Inhalte, die für das Gesamt-*RND* produziert werden und die auf *RND.de* laufen. Abhängig vom Thema kommen manchmal lange Hintergrundstücke hinzu.

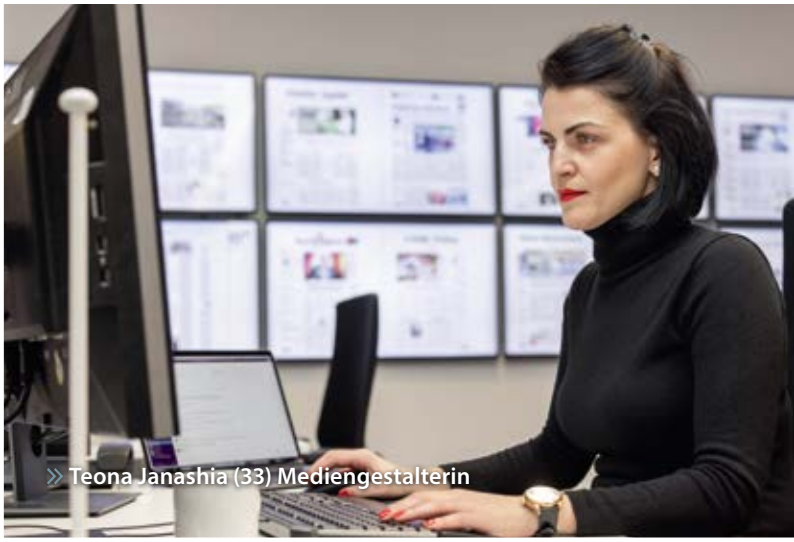
Im Print-Hub gilt das Blattmacher-Producer-Prinzip. Das bedeutet, es gibt immer einen inhaltlich arbeitenden Redakteur und einen Producer, der sich auf das Layout konzentriert. In jedem inhaltlichen Bereich arbeiten zwei Kollegen in Wirtschaft, Politik, Panorama, Medien. Das ist anspruchsvoll, denn das Produktionssystem ist komplex und die Kollegen müssen hochkonzentriert arbeiten.

Manuel Becker, Leiter des Partnermanagements, der schon seit der Gründung des *RND* dabei ist, erklärt die Zeitungsseiten



Chefredakteur Marco Fenske in der Mittags-Videokonferenz mit den Chefredakteuren der Partnerzeitungen

Ken Kullik (28) Mediengestalter und Ausbilder im Bereich Mediengestaltung im Gespräch mit der Auszubildenden Mediengestaltung Senem Kurtar (20)



» Teona Janashia (33) Mediengestalterin

für Partner, die ausgedruckt an die Wand gepinnt sind: „Der Gesamtüberblick und der doppelte Blick sind so wichtig wie der Team-Gedanke. In einem so großen Netzwerk zu arbeiten, ist ein herausfordernder Job, und wir arbeiten intensiv miteinander. Deshalb muss das Arbeitsklima stimmen."

Kea Müttel ist Head of Social Media and Video im *RND*, leitet den Social-Media- und Video-Bereich. In diesem Bereich werden Inhalte auf über 100 verschiedene Social-Media-Kanäle verteilt. „Die überregionalen Themen spielen wir auf den *RND.de*-Social-Media-Kanälen ein und auf die Social-Media-Kanäle der Markenportale, für die wir strategisch zuständig sind. Das bedeutet, dass sich ein Kompetenzteam den ganzen Tag mit Social Media beschäftigt und die aktuellen Entwicklungen im Blick hat. Wir können erkennen, wenn sich irgendwo ein Algorithmus ändert, und unser Mehrwert besteht darin, dass wir die erfolgreichen Geschichten auf allen Kanälen ausspielen können", erklärt Kea Müttel die Abläufe.

Besonders auffällig ist, dass fast nur Frauen im Social-Media-Team arbeiten, die das Community-Management betreuen, mit der Community interagieren und auf Hasskommentare auf Facebook, Instagram, Twitter, YouTube reagieren. „Hasskommentare sind sehr abhängig vom Thema, und es gibt sie", sagt Kea Müttel. „Sobald strafrechtlich relevante Kommentare auftauchen, werden sie sofort gelöscht, und es werden auch rechtliche Schritte geprüft." Hasskommentare hätten im vergangenen Jahr zugenommen, so Müttel weiter, doch man könne nicht hundertprozentig sagen, ob es an Corona liege oder ob es eine stete Entwicklung sei, denn die Problematik sei ja nicht neu, sondern hätte in den letzten Jahren stetig zugenommen.

RND: digital am Start

Gesamtverantwortlich für die überregionalen Inhalte aller 62 Tageszeitungen und Partner des *RND* ist Chefredakteur Marco Fenske. Der 37-jährige Journalist ist gleichzeitig Geschäftsführer von der *RND Berlin GmbH* und der *Sportbuzzer GmbH*. journalistenblatt hat ihn in Hannover getroffen. Im Interview spricht er unter anderem über die Entstehungsgeschichte des *RedaktionsNetzwerk Deutschland*, steigende Papierpreise, Diversität in Führungspositionen und wie er es schaffen will, Marktführer im Bereich Mantelproduktion für Tageszeitungen in Deutschland zu bleiben.

? Marco Fenske, Sie waren Sportjournalist, bevor Sie 2014 im Alter von 30 Jahren Sportchef von *MADSACK* wurden. Danach waren Sie stellvertretender Chefredakteur und jetzt, mit 37 Jahren, sind Sie bereits seit drei Jahren Chefredakteur vom *RedaktionsNetzwerk Deutschland (RND)* und einer der jüngsten Journalisten in einer solchen Position. Sie sind außerdem Geschäftsführer von der *RND Berlin GmbH* und der *Sportbuzzer GmbH*. Die Funktionen sind sehr unterschiedlich – die einen betriebswirtschaftlich, die anderen journalistisch. Wie schaffen Sie es, die Rollen unter einen Hut zu bekommen?

! In erster Linie sehe ich mich als Chefredakteur, der für die journalistischen Inhalte des *RND* verantwortlich ist. Darüber hinaus bin ich jedoch überzeugt, dass auch Journalistinnen und Journalisten in solch verantwortlichen Positionen eine Verantwortung für betriebswirtschaftliche Abläufe und Ergebnisse haben sollten.

Ich nenne ein jüngstes Beispiel: Die Papierpreise steigen deutlich an, in diesem Jahr gibt es in Deutschland eine akute Papierknappheit. Beide Themen haben Auswirkungen auf unsere Produkte – zum Beispiel auf die Seitenumfänge der Zeitungen. Als Chefredakteur kann ich doch nicht sagen: „Ich bin nur für die Inhalte verantwortlich, dieses Thema interessiert mich nicht." Am Ende ist es wichtig, Entscheidungen zu treffen, die gut sind fürs Unternehmen, und deshalb ist es konsequent, beide Funktionen nicht mehr strikt zu trennen – die Chefredaktion und die Geschäftsführung.

? Für beide Funktionen haben andere Verlage einen Geschäftsführer und einen Chefredakteur. Gibt es so viele Synergien zwischen den beiden Positionen? Weiß der Chefredakteur Fenske genau, welche Entscheidungen der Geschäftsführer Fenske treffen muss – wie bringen Sie beides übereinander?

! Das ist eine berechtigte Frage. In der „alten Verlagswelt" war es gelebte Normalität, dass Chefredakteur und Geschäftsführer getrennte Interessen hatten. Da war auf der einen Seite der Chefredakteur, der, salopp gesagt, meinte: „Ich brauche mehr Personal, um erstklassige Inhalte zu garantieren", der Geschäftsführer entgegnete: „Wir müssen Personal reduzieren, um effizienter zu werden." Ich bin überzeugt davon, dass sich publizistisch-journalistische und wirtschaftliche Ziele nicht strikt trennen lassen – die einen bedingen die anderen und umgekehrt. Im *RND* ist es so, dass ich gemeinsam mit Bernhard Bahners, dem Chief Digital Officer der *MADSACK Mediengruppe* und Geschäftsführer des *RND*, die Geschäfte führe. Wir treffen alle Entscheidungen gemeinsam.

? Sie müssen sich aber nicht mit Excel-Tabellen beschäftigen?

! Doch, doch, ich beschäftige mich sehr viel mit Excel-Tabellen. Wir sind gerade dabei, die Etatplanung zu erstellen, und da gibt es viele Excel-Tabellen (lacht). Es ist wichtig, und es macht sogar Spaß.

> Wir beliefern 62 Tageszeitungen, haben mehr als zwei Millionen gedruckte Exemplare und 100 Millionen Visits in den digitalen Angeboten pro Monat, die Zahl unserer Digitalabos liegt bei mehr als 130 000.

? Am 1. Januar 2019 sind Sie Chefredakteur des *RND* geworden. Damals haben Sie die Aufgabe von Wolfgang Büchner übernommen und inzwischen sind Sie Marktführer im Segment der Mantelproduktionen bei Tageszeitungen. Was hat Sie an der Aufgabe gereizt, Chefredakteur eines solchen Netzwerks zu werden?

! Die fantastischen Gestaltungsmöglichkeiten, die wir hier haben. Das *RedaktionsNetzwerk Deutschland* wurde 2013 gegründet, es ist also ein junges Unternehmen und eine junge Medienmarke. Ein Team aufbauen und formen zu können und solch einer frischen Medienmarke nach und nach ein Gesicht zu geben sowie dafür zu sorgen, dass der Name *RedaktionsNetzwerk Deutschland* mit Leben gefüllt wird, sind Aufgaben, die mich gereizt haben und immer noch reizen. Wir möchten das *RND* in allen Bereichen weiterentwickeln – zum Beispiel hin zu einer B2C-Marke. Der Launch von *RND.de* am 3. September 2019 war ein wichtiger Baustein dieser Strategie, und wir sind noch lange nicht am Ende.

? Sie kommen aus dem Sportjournalismus. Braucht es für diese Aufgabe einen Langstreckenläufer?

! Beruflich bin ich inzwischen seit sieben Jahren bei *MADSACK* und habe hier eine Art journalistische Heimat gefunden. Ich bin mit einer großen Portion Demut unterwegs und dem Verlag dankbar für die Möglichkeiten, die ich erhalten habe. Ich möchte meinen Beitrag dazu leisten, die Erfolgsgeschichte fortzuschreiben. Wir haben im *RND* ein tolles Team aufgebaut. Sportjournalisten werden in der Branche häufig unterschätzt, und ich verstehe bis heute nicht, warum eigentlich. Auch Sportjournalisten müssen kreativ sein, nachrichtenstark, analytisch – und sie müssen auch oft unter extremem Zeitdruck arbeiten …

Foto oben: Bernd Lammel

? … und sie müssen immer besser sein als der andere.

! Exakt. Es war anfangs auch, das gebe ich gern zu, schwierig für mich, den Sport abzugeben.

? Ihr Herz schlägt noch für den Sportjournalismus?

! Unbedingt. Aber ich beschäftige mich inzwischen operativ nicht mehr so intensiv mit dem Sportressort. Anfangs habe ich mich noch in die Sportkonferenzen eingeschaltet, aber der Abnabelungsprozess, wenn man ihn denn so nennen möchte, ist vollzogen. Wir haben mit Heiko Ostendorp einen renommierten Sportchef, auf den ich mich verlassen kann.

? Sie sprachen von einer jungen Marke, Sie sind ein junger Chefredakteur. Wie ist der Altersdurchschnitt im RedaktionsNetzwerk?

! Der Altersdurchschnitt liegt bei 38 Jahren, die jüngste Person ist 20 Jahre und die älteste 64 Jahre alt.

? Gab es anfangs Vorbehalte gegenüber einem Chefredakteur, der zu Beginn 34 war und der heute erst 37 ist?

! Nein, ich denke nicht. Ich hatte ja schon einige Jahre hier gearbeitet, die Kolleginnen und Kollegen kannten mich. Von Anfang an habe ich versucht, authentisch und klar den Weg aufzuzeigen, den wir gemeinsam gehen wollen. Ich glaube, es ist bisher gelungen, die Mannschaft, ob Print oder Digital, Alt oder Jung, gemeinsam von diesem Weg zu überzeugen. Ich habe mich nie verstellt.

? Mit wie vielen Kollegen ist das *RND* gestartet?

! Wir sind mit 55 Kolleginnen und Kollegen gestartet, inzwischen sind es 177. Auch die Anzahl unserer Partner ist gewachsen. Wir haben eine klare Vorstellung davon, wie wir erfolgreich bleiben wollen. Ich interpretiere meine Rolle als Chefredakteur nicht so, dass ich zum Redaktionsschluss noch einmal den Zampano mache und die Layouts unserer fertigen Zeitungsseiten umwerfe. Ich weiß, dass wir in all unseren Einheiten operativ so gut aufgestellt sind, dass diese weitgehend autark arbeiten, und ich glaube, dass die Kolleginnen und Kollegen dieses Vertrauen auch schätzen.

? Wie hoch ist der Anteil an Frauen oder Männern?

! In den Führungspositionen sind es inzwischen jeweils 50 Prozent. Mir ist Diversität sehr wichtig, aber nicht, weil ich möchte, dass es aus Prinzip auf Biegen oder Brechen jeweils 50 Prozent sind. Ich möchte, dass wir unsere verantwortlichen Positionen mit den besten Kolleginnen oder Kollegen besetzen – die Frage der Qualifikation steht ganz klar vor der des Geschlechts.

? In wie viele Arbeitsbereiche ist das *RND* aufgeteilt?

! Das *RND* ist in unterschiedliche Hubs unterteilt: in den Print-Hub, die Produktion der Print-Seiten, den Digital-Hub, die Steuerung unserer digitalen Angebote, und den Content-Hub, die Inhaltserstellung. Im Print-Hub arbeiten tendenziell ältere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das ist auch sinnvoll, weil sie ein Produkt erstellen, das sich an eine etwas ältere Zielgruppe richtet. Die Kolleginnen und Kollegen, die zum Beispiel im Social-Media-Bereich arbeiten, sind tendenziell jünger.

? Hatten Sie beziehungsweise das *RND* bei seiner Gründung Vorbilder – national oder international –, an denen Sie sich orientiert haben?

! Ich denke, dass wir als *RND* einen Weg eingeschlagen haben, der in seiner Komplexität ziemlich einzigartig ist in Deutschland. Nun geht es darum, den erfolgreichen Printweg ins Digitale zu übertragen – also auch hier ein starkes Netzwerk zu werden, dem sich viele Partner anschließen.

? Was heißt das genau?

! Es soll eine digitale Plattform entstehen, der sich Regionalmedien in Deutschland anschließen können. Wir stellen die Tech- ▶

Foto oben: Bernd Lammel

» nik und die überregionalen Inhalte zur Verfügung, übernehmen je nach Bedarf das Sitemanagement und die Werbevermarktung.

? Das hat welchen Vorteil?

! Dass sich regionale Medienmarken auf ihre totale Kernkompetenz konzentrieren können: auf die Erstellung regionaler Inhalte. Wir bündeln Kräfte, schaffen Synergien und agieren im Verbund.

? Wie viele Zeitungspartner hat das *RND*, und wie hoch ist die Gesamtauflage?

! Zum *RND* gehören 62 Tageszeitungen mit einer gedruckten Auflage von mehr als zwei Millionen Exemplaren täglich. Mit unseren digitalen Angeboten erreichen wir rund 100 Millionen Visits pro Monat, die Zahl unserer Digitalabos liegt bei mehr als 130 000.

? Wie behalten Sie bei 62 Zeitungstiteln den Überblick?

! Wir haben eine klare Redaktionsstruktur mit vielen wichtigen Stabsstellen und kompetenten und hoch qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern geschaffen, die für einzelne Bereiche zuständig sind. Ein Beispiel: Mein Kollege Manuel Becker leitet das Partner-Management. Es ist ein sehr akribischer Kollege, den kann ich nachts um 3 Uhr anrufen und fragen: „Manuel, was genau ist noch einmal die Besonderheit bei der Panoramaseite der ‚Siegener Zeitung'?" Dann bekomme ich die korrekte Antwort.

? Das machen Sie aber nicht – Sie rufen ihn nicht nachts um 3 Uhr an?

! Höchstens in Ausnahmefällen. Wobei mich hier seine Antwort interessieren würde. Ernsthaft: Ich möchte damit nur sagen, dass jeder, der im *RND* Verantwortung trägt, dieser auch gerecht werden muss. Ich persönlich beanspruche überhaupt nicht, alles zu können und alles zu wissen. Das ist bei der Größe und Komplexität des *RND* gar nicht möglich. Mein Ansatz ist es, die besten und stärksten Kolleginnen und Kollegen entsprechend ihrer Fähigkeiten einzusetzen. Im Print-Hub produzieren wir zum Beispiel 13 verschiedene Layout-Varianten pro Tag, da ist eine enorme Detail- und Organisationsarbeit zu leisten. In einem so großen und starken Verbund gemeinsam mit den Chefredakteuren unserer regionalen Marken Themen voranzutreiben und die Zukunft zu gestalten ist nicht immer unkompliziert. Es macht jedoch in Summe großen Spaß. Argumente wie „Wir haben das schon immer so gemacht" möchten wir nicht gelten lassen.

> Ich bin der felsenfesten Überzeugung, dass Journalistinnen und Journalisten in Zukunft noch wichtiger werden, wenn es darum geht, Sachverhalte einzuordnen und zu unterscheiden.

? Die Frage ist ja auch, wie lange wird es die gedruckte Zeitung überhaupt noch geben? Wie sieht die Zukunft der Tageszeitung Ihrer Meinung nach aus? Wann wird Digital Print verdrängt haben?

! Wir müssen die nächsten Jahre intensiv nutzen, um all unsere regionalen Medienmarken ins Digitale zu transformieren und sie dort erfolgreich zu machen. Es muss gelingen, denn die Print-Auflagen werden nie wieder steigen.

? Es gibt inzwischen Studien, die sagen, dass 2033 die letzte gedruckte deutsche Tageszeitung erscheinen wird.

! Ich kenne diese Studie. Fakt ist: Die Kurve geht nach unten, das lässt sich nicht aufhalten. Ich denke dennoch, dass die gedruckte Zeitung auch in vielen Jahren noch

eine Berechtigung haben wird, allerdings in anderer Form …

? … in welcher Form?

! Zum Beispiel als Wochenendzeitung. Die Leserinnen und Leser könnten irgendwann in ferner Zukunft zum Beispiel ein Digital-Abo abschließen und am Samstag eine gedruckte Wochenendzeitung mit einem Best-of der Woche bekommen und mit längeren Lesestücken zu interessanten Themen.

? Haben Sie für das *RND* schon Pläne in dieser Richtung?

! Nein! Die Tageszeitung wird es in ihrer jetzigen Form noch viele, viele Jahre geben. Was uns jedoch nicht von der kontinuierlichen Weiterentwicklung des Produkts abhalten sollte. Das *RND* startet das Projekt „Zeitung der Zukunft", in dem sich alle Chefredakteure unserer Gruppe mit der Frage beschäftigen: Wie sieht die „Zeitung der Zukunft" aus? Die Frage ist doch: Wie können wir die Stärken dieses Mediums stärken, statt immer nur auf die Schwächen zu schauen? Die gedruckte Zeitung hat eine enorme Kraft – etwa dann, wenn sie noch analytischer, magaziniger, hintergründiger und exklusiver daherkommt. Man sagt das immer so leicht. Aber setzen wir es auch konsequent um?

? Die Tageszeitung auf Papier macht den Spruch der Nachricht von gestern lebendig. Was am Morgen im Briefkasten liegt, hat man abends schon auf dem Tablet gelesen oder in der *Tagesschau* gesehen. Andererseits gibt es in Mecklenburg-Vorpommern eine neue Tageszeitung mit dem Namen *Katapult MV*, die sich gut verkauft und der *Ostsee-Zeitung* Konkurrenz macht.

! … was uns übrigens freut.

? Sie sehen sie nicht als Konkurrenz?

! Nein. Natürlich sind es Mitbewerber, aber auch dort muss man ganz klar sagen: Die Tatsache, dass es Mitbewerber gibt, führt dazu, dass man selbst ein Stück besser wird, weil man keine Monopolstellung hat und sich nicht darauf ausruhen kann, der Platzhirsch zu sein, dem niemand gefährlich wird. Es gibt ja regional in vielen Stadtteilen auch Facebook-Gruppen, in denen sich Menschen über Probleme oder Neuigkeiten aus ihrem Umfeld austauschen. Das ist auch ein Konkurrenzangebot.

? Kommen wir zu Ihrem Arbeitstag. Wie sieht der Tagesablauf des Chefredakteurs vom *RND* bei einer normalen Nachrichtenlage aus?

! In der Regel stehe ich um 6 Uhr auf, checke die News, die Mitbewerber und unsere eigenen Digitalangebote sowie die Zahlen von gestern. Nach dem Frühstück telefoniere ich auf der Fahrt in den Verlag häufig mit Eva Quadbeck, meiner Stellvertreterin und Leiterin unseres Hauptstadtbüros, und bespreche die Themen des Tages. Um 9 Uhr gibt es im UFO, so nennen wir die runde Steuerungszentrale im Newsroom, Absprachen zu den Themen des Morgens, den Themen des weiteren Tages und den Schwerpunkten in Digital und Print. Um 9:45 Uhr wird der Tag in großer Runde mit allen Ressorts besprochen. Danach greift ein Rädchen ins andere. Ab dem späten Vormittag erledige ich strategische Tätigkeiten oder führe Personalgespräche. Bei 177 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist die Wahrscheinlichkeit recht hoch, dass immer irgendjemand Gesprächsbedarf hat, und die Tür meines gläsernen Büros steht allen grundsätzlich offen.

> Das RND startet das Projekt „Zeitung der Zukunft", in dem sich alle Chefredakteure unserer Gruppe mit der Frage beschäftigen: Wie sieht die „Zeitung der Zukunft" aus?

? Oder dass jemand eingestellt wird.

! Oder dass jemand eingestellt wird oder dass jemand kündigt, was zuletzt zum Glück nicht häufig passiert ist. Am Abend gibt es noch einmal eine Update-Runde, in der wir die Nachrichtenlage abgleichen. Anschließend steht die Seitenabnahme sowohl für Print als auch Digital auf dem Plan. Um 17 Uhr noch eine Konferenz, bevor es für die einzelnen Ressorts in den Abend geht.

? Wie lange ist das *RND* besetzt?

! Von 5:30 Uhr bis Mitternacht und an sieben Tagen in der Woche.

? Wie viele Ressortleiter hat das *RND*?

! Sechs – Magazin, Sport, Reise, Wirtschaft, Gesellschaft, Unterhaltung.

? Keine Politik?

! Selbstverständlich, das ist das Herzstück des *RND*! In unserem Hauptstadtbüro arbeiten 16 Kolleginnen und Kollegen. Es gibt einen weiteren Korrespondenten in Washington, einen in Brüssel und darüber hinaus viele freie Korrespondenten weltweit.

? Das Nachrichtengeschäft birgt eine Menge Risiken. Wie schützen Sie sich gegen Fake News? Bei 62 Titeln ist das eine große Verantwortung.

! Wir haben in etwas mehr als zwei Jahren *RND.de* zwei Push-Meldungen versendet, die wir korrigieren mussten. Das sind zwei zu viel, doch im Vergleich zu den Mitbewerbern ist es eine geringe Quote. Grundsätzlich gilt: Sorgfalt und Sicherheit vor Schnelligkeit. Es ist schwierig, grundsätzliche Mechanismen gegen Fake News einzurichten; es ist viel wichtiger, dass wirklich jede Journalistin und jeder Journalist sämtliche Kontrollsensoren immer aktiviert hat. Ich bin übrigens der felsenfesten Überzeugung, dass Journalistinnen und Journalisten in Zukunft noch wichtiger werden, wenn es darum geht, Sachverhalte einzuordnen und zu unterscheiden: Was ist Journalismus? Was ist PR? Was ist eine Nachricht? Was ist Marketing? Was sind Fake News? Das ist unsere Aufgabe.

? Wie wollen Sie zu den 62 Zeitungstiteln neue hinzugewinnen? Die Konkurrenten schlafen schließlich auch nicht.

! Die Antwort wird Sie vielleicht langweilen.

? Versuchen Sie es trotzdem.

! Durch Qualität, durch Zuverlässigkeit und durch exklusives journalistisches Material. Dafür haben wir einen mit Profis besetzten Maschinenraum in Hannover, in dem seit kurzem auch Jasmin Off als Mitglied der Chefredaktion arbeitet, die von den Lübecker Nachrichten zum *RND* kam. Außerdem haben wir eine sehr gut funktionierende Hauptstadtredaktion mit zwei Journalistinnen an der Spitze – Eva Quadbeck und Kristina Dunz. Beide sind in der Bundespolitik sehr erfahren und perfekt vernetzt. Exklusive Informationen direkt aus dem Inneren der Politik zu bekommen ist ein absoluter Vorteil.

? Wo sehen Sie das *RedaktionsNetzwerk* perspektivisch in fünf oder zehn Jahren?

! Wir möchten mit dem *RND*, dessen Fundament starke regionale Marken bilden, eine der wichtigsten Medienmarken Deutschlands werden. Wir möchten die Weiterentwicklung der Marke *RND* und seiner regionalen Angebote verstetigen und ausbauen, sodass jeder in diesem Land irgendwann das Kürzel *RND* kennt und weiß, dass es sich um das *RedaktionsNetzwerk Deutschland* handelt. Dafür haben wir eine sehr gute Ausgangsposition geschaffen.

Das Interview führte Bettina Schellong-Lammel

News aus dem politischen Berlin

Eva Quadbeck hat 25 Jahre bei der *Rheinischen Post* gearbeitet und eine lange Tageszeitungskarriere. Trotzdem habe sie es noch keinen Tag bereut, zum *RND* gewechselt zu sein, sagt Quadbeck, die stellvertretende Chefredakteurin des *RND* ist. Sie leitet außerdem die Hauptstadtredaktion des *RND*, die im Haus der Bundespressekonferenz sitzt, wo Eva Quadbeck relevante Informationen aus erster Hand des politischen Betriebes bekommt. Wir haben sie in der Hauptstadtredaktion zum Gespräch getroffen.

? Sie sind seit einem Jahr stellvertretende Chefredakteurin und Leiterin des Hauptstadtbüros vom *RND*. Zuvor haben Sie in der Chefredaktion der *Rheinischen Post* gearbeitet. Wie unterscheidet sich die Arbeit bei einer gedruckten Zeitung vom Job beim *RedaktionsNetzwerk Deutschland*?

! Der Unterschied ist nicht so groß, zumal wir bei der *Rheinischen Post* auch zwei Kanäle bedient haben, ein Online-Portal plus die gedruckte Zeitung. Das *RedaktionsNetzwerk* ist allerdings deutlich größer, kooperiert mit sehr viel mehr Partnern und die Kunden sind pluraler zusammengesetzt. Der Schwerpunkt der *MADSACK-Mediengruppe* liegt im Norden und im Osten Deutschlands, wir beliefern aber auch Kunden in Bayern und im Westen der Republik. Diese regionalen Unterschiede sind sehr relevant, wie wir auch oft an den Reaktionen der Leserinnen und Leser merken.

? Welche Aufgabe hat das Hauptstadtbüro des *RND*?

! Das Hauptstadtbüro muss schnell, präzise, mit exklusiven Zugängen und aus einer journalistisch neutralen Haltung heraus die Nachrichtenwelt erklären. Zudem besteht die Herausforderung, den Journalismus in zwei Geschwindigkeiten zu liefern – jedenfalls so lange, wie Print und Online parallel laufen.

? Haben Sie ein Beispiel?

! In unserem Portfolio ist beispielsweise die *Frankfurter Rundschau*, und bei dieser Tageszeitung sind der Redaktionsschluss um 16 Uhr sowie der Andruck des überregionalen Teils zu beachten. Gleichzeitig müssen wir die Themen online für die Seiten von *RND.de* liefern.

? Wie funktioniert der Informationsaustausch zwischen Berlin und Hannover?

! Wir kooperieren täglich intensiv mit dem News Desk in Hannover. Kommen News rein, die beispielsweise dpa, Business Insider oder andere Quellen liefern, machen uns die Kollegen in Hannover über Slack* auf die Infos aufmerksam. Im Berliner Büro kontaktieren wir dann verschiedene Quellen, die uns die Nachrichten innerhalb

* Ein Slack ist ein webbasierter Instant-Messaging-Dienst.

Eva Quadbeck, stellvertretende Chefredakteurin des *RND*, im Videostudio der Hautstadtredaktion im Haus der Bundespressekonfernz in Berlin. Im Regieraum der *RND*-Redaktion in Hannover werden Interviews aufgezeichnet

Fotos: Bernd Lammel

kürzester Zeit verifizieren oder falsifizieren. Zudem recherchieren wir Hintergründe und stellen dem News Desk unsere exklusiven Geschichten und Interviews zur Verfügung. Wir besprechen auch, was idealerweise zu welcher Uhrzeit verbreitet werden soll und zu welchen Nachrichten wir eigene Medien-Infos herausgeben – es greifen alle Räder sehr gut ineinander.

Direktnachrichten können hier ebenso hochgeladen werden wie PDFs, Dokumente, Bilder, Screenshots sowie Audio- und Video-Dateien.

? Im Hauptstadtbüro müssen Sie perfekt vernetzt sein, um abzudecken, was für 62 Partner relevant ist in Ost, Süd, West und Nord?

! In der Hauptstadt sind Kontakte alles. Man braucht nicht nur ein sehr großes Adressbuch, man muss es vor allem gut pflegen und immer wieder aktualisieren. Wir laden ins Hauptstadtbüro regelmäßig Gäste aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft ein, damit auch die jüngeren Kollegen Kontakte aufbauen können. Außerdem besuchen wir Hintergrundgespräche oder wir sprechen Politikerinnen und Politiker auf Pressetermin en an, um, je nachdem was anliegt, unter eins, unter zwei oder unter drei zusätzliche Informationen zu bekommen. Für uns ist es sehr wichtig, dass wir breit in alle Richtungen vernetzt sind – das ist einer der wichtigsten Teile unseres Jobs.

> Die Herausforderung ist, den Journalismus in zwei Geschwindigkeiten zu liefern – jedenfalls so lange, wie Print und Online parallel laufen.

? Wie viel Mitarbeiter arbeiten im Hauptstadtbüro?

! Wir sind insgesamt 15 Kolleginnen und Kollegen.

? Sie haben im *RND*-Hauptstadtbüro eine weibliche Doppelspitze, die verantwortlich ist für die Bundespolitik. Ist das ein Vorteil?

! Unbedingt, ich möchte nie wieder anders arbeiten.

? War das ein Statement für Frauen in Leitungspositionen?

! Es war ein Statement, dass ich sehr gern mit Kristina Dunz zusammenarbeite, wir harmonieren und ergänzen uns perfekt.

? Wie kam es dazu, dass Kristina Dunz Ihre Stellvertreterin wurde?

! Ich lernte sie auf einer Merkel-Reise kennen und war sehr angetan, wie präzise sie arbeitet, wie verantwortungsvoll sie mit Informationen umgeht – auch mit Hintergrundinformationen – und was für eine tolle Journalistin sie ist. Als ich noch bei der *Rheinischen Post* die Möglichkeit hatte, eine Stellvertreterin zu holen, stand Kristina Dunz ganz oben auf meiner Wunschliste. Zum Glück konnte ich sie überzeugen. Wir arbeiten seit 2017 zusammen und sind gemeinsam zum *RND* gewechselt.

? Wie sieht die Arbeitsteilung von zwei Büroleiterinnen aus?

! Ich bin stellvertretende Chefredakteurin des *RND* und leite das Hauptstadtbüro. Kristina Dunz war bei der *DPA* zehn Jahre für das Kanzleramt zuständig, sie kennt sich perfekt aus, und deshalb ist sie auch beim *RND* für das Kanzleramt zuständig.

? Sie haben Kristina Dunz den wichtigsten Job überlassen?

! Normalerweise übernehmen die jeweiligen Büroleiter das Kanzleramt. Für mich ist eine perfekte Arbeitsteilung, dass die Kollegin diese zentrale Aufgabe erfüllt, die auf diesem Gebiet die größten Erfahrungen hat und als Journalistin überzeugt.

? Es gibt überhaupt keine Rivalität zwischen Ihnen? Sie sind tatsächlich ein Dreamteam?

! Auf jeden Fall. Wir haben festgestellt, dass geteilter Erfolg doppelter Erfolg ist. ▶

Eva Quadbeck, stellvertretende Chefredakteurin und Leiterin der Hauptstadtredaktion des *RedaktionsNetzwerk Deutschland* im Haus der Bundespressekonferenz in Berlin

Foto: Bernd Lammel

? Ende September wurde in Deutschland ein neuer Bundestag gewählt, und es liegen Wochen hinter uns, die von Koalitionsverhandlungen dominiert wurden. Wie sieht Ihr Tagesablauf bei einer so starken Nachrichtenlage aus?

! Nach 20 Jahren im Regierungsviertel in Berlin bin ich ein Newsjunkie: Richtig abschalten kann ich in Zeiten mit einer solchen Nachrichtendichte eigentlich nicht. Ich starte morgens mit dem *Deutschlandfunk* in den Tag, und wenn ich eine halbe Stunde mit der S-Bahn Richtung Regierungsviertel fahre, habe ich das iPad auf dem Schoß und alle Tageszeitungen und Online-Portale offen, um mich zu informieren. Ich aktualisiere dann auch den redaktionsinternen Themenplaner, und wenn es sein muss, stelle ich schon die erste Anfrage – ich bin also gut sortiert, wenn ich um halb neun im Büro ankomme. Den Morgen haben wir am Abend vorgeplant, und ich checke, ob die Planung so zu halten ist oder ob über Nacht etwas passiert ist, auf das man spontan reagieren muss.

? Was ist außer der Bundestagswahl in den vergangenen Wochen in Berlin passiert, worauf Sie sofort reagieren mussten?

! Zum Beispiel die Meldung der Freistellung von Julian Reichelt als Chefredakteur der *BILD*-Zeitung. Auf dem Weg ins Büro rief mich Marco Fenske an und fragte: „Wie wol-

len wir reagieren?" In der Morgenkonferenz stand der Plan, dass wir den Fall Reichelt auf der einen Seite aufmachen und dass wir auf der anderen Seite erklären: Sind Beziehungen am Arbeitsplatz erlaubt? Wann werden Grenzen überschritten? Wir haben mit Psychologen, Arbeitsrechtlern, Gewerkschaften und Arbeitgebern gesprochen und natürlich gab es einen Teil, in dem es um die #metoo-Debatte ging, die dazu gehört. Das alles floss dann in einen Schwerpunkt in Print und Online ein.

? Als Sie zum *RedaktionsNetzwerk* kamen, sagten Sie in einem Interview: „Gemeinsam werden wir tiefgreifende exklusive Recherchen und neue digitale Formate vorantreiben, lesbar, hörbar und sichtbar." Was konnten Sie in der schwierigen Corona-Zeit umsetzen?

! Wir konnten trotz Corona viel erreichen. Es gibt jetzt den Newsletter „HauptstadtRadar", der dreimal pro Woche von drei Autoren kommt, in dem wir Inside-Berlin-Berichte veröffentlichen, Leser und Leserbriefe einbinden sowie Pressestimmen aus dem Ausland. Außerdem haben wir einen Podcast gestartet, und es gibt das neue Talk-Format *„RND vor Ort"* – in dem wir alle drei Kanzlerkandidaten auf einer Bühne und live gestreamt interviewt haben. In Kiel konnten wir mit Olaf Scholz sprechen, in Hannover mit Annalena Baerbock und in Warnemünde mit Armin Laschet. Dieses Format möchten wir fortsetzen und werden Ende des Jahres den ehemaligen Bundespräsidenten, Joachim Gauck, in Leipzig zu Gast haben. Außerdem haben wir im Hauptstadtbüro ein Investigativ-Team gegründet – die Kollegen waren sehr weit vorn in der Recherche beim Thema Masken-Deals und Aserbaidschan-Connections der Union. Noch in diesem Jahr werden wir das Thema Klima zu einem eigenen täglichen Schwerpunkt auf *RND.de* machen, zu dem es auch ein TikTok-Format für die jüngere Zielgruppe gibt.

> Nach 20 Jahren im Regierungsviertel in Berlin bin ich ein Newsjunkie: Richtig abschalten kann ich in Zeiten mit großer Nachrichtendichte eigentlich nicht.

? Das *RedaktionsNetzwerk* ist Marktführer im Bereich Mantelproduktion. Wo sehen Sie das *RedaktionsNetzwerk Deutschland* in der Zukunft?

! Wir wollen das größte Netzwerk Deutschlands bleiben. Die Marke wird sich weiter etablieren und als exklusiv, schnell und zugleich seriös wahrgenommen werden. Das ist ein sehr hoher Anspruch, an dem man jeden Tag aufs Neue arbeiten muss, mit guten Journalistinnen und Journalisten. Neben Artikeln für Online und Print werden wir mehr Hörformate und mehr Bewegtbilder produzieren. Ich bin zuversichtlich, dass wir weitere Printpartner finden, die unsere Inhalte schätzen, weil sie der Berichterstattung einer Nachrichtenagentur gleichen, aber es neben den Nachrichten viel meinungsfreudige Einordnung, Kommentare, Pro und Kontras sowie Analysen im Angebot gibt.

Das Interview führte Bettina Schellong-Lammel

PressCreditCard

Lastschriftverfahren ist jetzt im neuen Kundenportal möglich

Für alle Inhaber der PressCreditCard gibt es eine wichtige Neuerung: Die herausgebende Advanzia-Bank hat mit sofortiger Wirkung ein neues Kundenportal im Internet eingerichtet. Alle Karteninhaber müssen sich für das neue Portal neu anmelden. Das gilt auch für Bestandskunden, die bereits im alten Portal ihre Kartenumsätze eingesehen und Bankservices genutzt haben. Das neue Portal ist unter **https://mein.gebuhrenfrei.com** zu finden.

Die Monatsrechnung der Verbandskreditkarte wird normalerweise mittels Überweisung beglichen. Die Monatsrechnung erhält der Karteninhaber immer am 4. oder 5. des Monats. Das Überweisungsverfahren kann aber auch in ein Lastschriftverfahren umgestellt werden, falls der Karteninhaber dies wünscht. Beim Lastschriftverfahren wird der Gesamtbetrag der Monatsrechnung am 11. oder 12. des Monats vom Konto des Karteninhabers abgebucht.

Ein neuer Karteninhaber muss nach Erhalt der PressCreditCard zuerst die Karte als Zahlungsmittel einsetzen und die erste Monatsrechnung per Überweisung ausgleichen. So wird die IBAN vom System in seinem Kartenkonto festgehalten.

Danach erfolgt die Registrierung im neuen Kundenportal. Dort ist dann die Umwandlung in ein SEPA-Lastschriftmandat möglich. Künftig übernimmt dann die Bank den Einzug der offenen Rechnung automatisch.

Musteransicht der Karte

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

Friedensnobelpreis 2021

Hohe Auszeichnung für Maria Ressa und Dmitri Muratov

Erstmals seit 1935 wird der Friedensnobelpreis wieder an Journalisten verliehen: Maria Ressa, Vorstandsvorsitzende des kritischen philippinischen Medienportals *Rappler* und Mitglied des IPI-Vorstands sowie Dmitri Muratov, russischer Journalist und Mitbegründer der *Novaya Gazeta*, teilen sich die mit fast einer Million Euro dotierte Auszeichnung.

Das International Press Institute (IPI), das globale Netzwerk von Redakteuren, führenden Journalisten und Verlegern, die sich dem unabhängigen Journalismus verschrieben haben, ist stolz darauf, dass Vorstandsmitglied Ressa und Muratov den diesjährigen Friedensnobelpreis „für ihren mutigen Kampf für die Meinungsfreiheit auf den Philippinen und in Russland", wie das Friedensnobelpreiskomitee in einer Erklärung mitteilte, gewonnen haben. Als Khadija Patel, Vorsitzende des IPI-Vorstands, die Nachricht hörte, sagte sie, die Entscheidung des Komitees, den Preis an die beiden Journalisten zu vergeben, sei eine Quelle der Inspiration. „Maria Ressa und Dmitri Muratov sind beispielhaft für diesen Beruf", sagte Patel. „Dies ist eine Anerkennung für die harte Arbeit, die sie geleistet haben. Es ist auch eine Anerkennung der Kämpfe, denen sie gegenüberstehen, und ein Zeichen dafür, dass ihr Mut nicht umsonst ist."

Es ist das erste Mal seit 1935, dass der Friedensnobelpreis wieder an einen Journalisten geht – und das erste Mal überhaupt, dass zwei Journalisten ihn gewonnen haben. IPI-Exekutivdirektorin Barbara Trionfi sagte, die Auszeichnung zeige die Bedeutung von qualitativ hochwertigem, unabhängigem Journalismus als Beitrag zum Frieden. 2018 verlieh das IPI an *Rappler* den IPI-IMS Free Media Pioneer Award als Anerkennung für den innovativen Ansatz der Nachrichtenseite in Bezug auf Journalismus und Publikumsbindung sowie für ihre Entschlossenheit, die Behörden trotz aggressiver Angriffe zur Rechenschaft zu ziehen. Ressa, eine der prominentesten Journalistinnen der Philippinen, war aufgrund ihrer kritischen Berichterstattung wiederholt Ziel rechtlicher Schikanen. Ihr drohen fast 100 Jahre Gefängnis, wenn sie in einer Reihe von Gerichtsverfahren im Zusammenhang mit angeblichen Verstößen gegen das Steuer- und Ausländerrecht sowie Cyber-Verleumdung verurteilt wird.

Muratovs *Novaya Gazeta* erhielt 2009 den IPI Free Media Pioneer Award als Anerkennung für den Kampf der *Novaya Gazeta*, den unabhängigen Journalismus in Russland angesichts großer Gefahren am Leben zu erhalten. „Es ist höchst relevant, dass das Nobelkomitee die Rolle des Journalismus und der Meinungsfreiheit für Demokratie und Frieden betont hat", sagte Virginia Pérez Alonso, stellvertretende Vorsitzende des IPI-Vorstands. Dies hat auch die Vorsitzende des Friedensnobelpreises, Berit Reiss-Andersen, nach der Bekanntgabe der Auszeichnung betont: „Es ist eine Ironie, dass wir in der heutigen Welt mehr Presse und mehr Informationen haben, als die Welt jemals erlebt hat. Gleichzeitig sehen wir auch den Missbrauch und die Manipulation der freien Presse und des öffentlichen Diskurses."

Ole Kristian Bjellaanes, Vorsitzender des norwegischen IPI-Nationalkomitees, sagte, die Auszeichnung würde unabhängigen Nachrichtenagenturen und einzelnen Journalisten, die sich oft isoliert fühlen, Trost spenden. „Dieser Preis ist eine Ermutigung für die Arbeit aller investigativen Journalisten", sagte er. „Ich freue mich, dass das norwegische Nobelkomitee die Bedeutung der freien Meinungsäußerung und einer freien Presse als Beitrag zu einer freieren und friedlicheren Welt anerkennt."

FRIEDENSNOBELPREIS FÜR VORSTANDSMITGLIED DES INTERNATIONAL PRESS INSTITUTE (IPI)

Das IPI-Vorstandsmitglied **Maria Ressa** *ist seit 35 Jahren in Asien als Journalistin tätig. Sie war Leiterin des CNN-Büros in Manila und Jakarta und wurde CNNs leitende investigative Reporterin mit Schwerpunkt Terrorismus in Südostasien. Sie ist außerdem Mitbegründerin von Rappler, der wichtigsten digitalen Nachrichtenseite der Philippinen im Engagement für die Pressefreiheit. Als CEO und Präsidentin von Rappler hat Maria ständige politische Schikanen und Verhaftungen durch die Regierung erlitten und war gezwungen, zehn Mal eine Kaution zu hinterlegen, um nicht inhaftiert zu werden. Ihr Medium Rappler wurde auf dem IPI-Weltkongress in Abuja/Nigeria mit dem IPI/IMS Free Media Pioneer Award ausgezeichnet. Das Journalistenzentrum Deutschland unterstützt die Arbeit des International Press Institute seit vielen Jahren finanziell und personell; ein Vertreter von DPV und bdfj sitzt im dreiköpfigen Vorstand des deutschen IPI-Komitees.*

Foto: Jo Straube Nobel Prize Outreach

Maria Ressa und Dmitri Muratov präsentieren am 10. Oktober 2021 in Oslo stolz ihre Nobelpreis-Auszeichnungen

Ein starker Impuls für Leser und Reporter

Dmitri Muratow und Maria Ressa

Illustration: nobelprize.org/Niklas Elmehed

Kommentar von Thoralf Cleven

Der Friedensnobelpreis 2021 wurde an zwei Journalisten verliehen. Maria Ressa von den Philippinen und Dmitri Muratow aus Russland stehen für kritische Recherchen und die Wahrung der Meinungsfreiheit. Um die muss nicht nur an anderen Enden der Welt täglich gerungen werden.

In eigener Sache melden wir Journalisten uns selten zu Wort. Aber nach der Verleihung des diesjährigen Friedensnobelpreises an Maria Ressa von den Philippinen und den Russen Dmitri Muratow sollten es alle Kollegen, die ihren Beruf ernst nehmen, mal wieder tun.

Denn die beiden ausgezeichneten Journalisten gehören zu den Besten unserer Zunft. Die Würdigung ihrer Arbeit sagt gleichzeitig viel darüber aus, wie es um Freiheit, Demokratie, Politik und Menschenwürde auf der Welt bestellt ist.

Von der Entscheidung des norwegischen Nobelpreiskomitees für die Journalisten Ressa und Muratow geht ein ermutigendes Signal aus. Die beiden Journalisten werden dafür geehrt, sich auch unter Lebensgefahr für eine Welt einzusetzen, in der nicht Diktatoren oder Oligarchen das Sagen haben, sondern eine wählende Mehrheit.

Die vom philippinischen Präsidenten und Demokratieverächter Rodrigo Duterte seit Jahren bedrängte Ressa, Gründerin einer investigativen Onlineplattform, deckt seit Jahren furchtlos die Werkzeuge des zunehmenden Autoritarismus in ihrem Heimatland auf. Und Muratow gibt trotz Morden an Kollegen und staatlichen Einschüchterungsversuchen die unabhängige Linie der von ihm gegründeten Zeitung *Novaja Gazeta* nicht auf.

Der Friedensnobelpreis gilt als die renommierteste politische Auszeichnung der Welt. Journalisten sind zwar keine Politiker, aber ihre Arbeit wirkt sich auf politische Prozesse aus.

Pressefreiheit heißt Freiheit für alle

Pressefreiheit ist nicht allein die Freiheit von Journalisten, zu sagen oder zu schreiben, was sie meinen. Nein, Pressefreiheit ist die Freiheit, die Menschen besitzen sollten, neben Fakten auch ihre Meinungen straffrei in Zeitungen, Blogs, Onlineforen oder Social-Media-Kanälen zu veröffentlichen – freilich ohne zu lügen, zu täuschen, zu hetzen oder zu beleidigen. Für all das stehen Ressa und Muratow – und mit ihnen weltweit Tausende Kollegen, denen die kurze Aufmerksamkeit für ihr Anliegen Kraft spenden wird.

> Pressefreiheit ist die Freiheit, die Menschen besitzen sollten, neben Fakten auch ihre Meinungen straffrei in Zeitungen, Blogs, Onlineforen oder Social-Media-Kanälen zu veröffentlichen.

Können wir uns in Europa und in Deutschland zurücklehnen? Mitnichten.

Dass Behörden Wochen bis Jahre brauchen, Fragen zu beantworten, und dass es Bosse und Prominente immer noch dank teurer Anwälte besser schaffen als andere, ihre Fehltritte zu verbergen, ist für Journalisten wie Ressa und Muratow eher Folklore. Doch die Morde an der maltesischen Journalistin Daphne Caruana Galizia 2017, dem slowakischen Reporter Ján Kuciak 2018 und der nordirischen Kollegin Lyra Catherine McKee 2019 beweisen, dass kritische Recherchen und freie Meinungsäußerungen auch im ach so gefestigten Europa gewaltsam enden können.

Es gibt auch andere bedenkenswerte Entwicklungen. Nicht zuletzt offenbarte sich beispielsweise auf dem Höhepunkt der Flüchtlingskrise 2015, dass sich viele Journalisten auf der einen Seite sowie viele ihrer Leser oder Hörer auf der anderen Seite ein Stück weit entfremdet hatten. Letzteren fehlten neben der Kritik an Politikern und politischen Entscheidungen auch die Darstellungen der misslichen Lage unvorbereiteter Kommunen und Nachbarn, die niemand gefragt hatte.

Medienschaffende hatten plötzlich mit Zweifeln an ihrer Glaubwürdigkeit – die mancher bis dahin vielleicht für selbstverständlich gehalten hatte – zu tun. Von „Lügenpresse" war die Rede auf den Straßen, in Zeitungen tauchte das Wort „Wutbürger" auf. Auch dies trug mit dazu bei, dass es eine rechtspopulistische Partei 2017 mühelos schaffte, in den Bundestag einzuziehen.

Zu zeigen, was ist, und zu sagen, was daraus werden könnte – im Guten wie im Schlechten –, das ist die Aufgabe von Journalisten. Sich darauf immer wieder neu zu besinnen, diesen Impuls setzt die Auszeichnung in Oslo. Danke, Maria Ressa und Dmitri Muratow!

Quelle: RND

KI im Journalismus

Künstliche Intelligenz wird in Sendeanstalten und Verlagen Einzug halten und zunehmend der Automation der Redaktionsarbeit dienen. Wie können und wie dürfen Algorithmen eingesetzt werden? Wo stoßen wir damit an handwerkliche, journalistische und ethische Grenzen? Für das journalistenblatt hat Gunter Becker mit der Leiterin des AI + Automation Lab des *Bayerischen Rundfunks* und Co-Lead des investigativen Datenjournalismus-Teams *BR Data*, Uli Köppen, gesprochen.

Es ist nicht ganz einfach, ein realistisches Bild vom Einsatz Künstlicher Intelligenz im Journalismus zu bekommen. Anbieter von Branchen-Software verbreiten Euphorie. Kritiker warnen vor der Entmündigung durch den Algorithmus. Manche „Digital Imigrants" fühlen sich von dem Thema überfordert und einigen „Digital Natives" geht die Entwicklung nicht schnell und weit genug.

Verlässliche Informanten sind Kollegen, die täglich professionell mit Algorithmen arbeiten. Sie setzen Künstliche Intelligenz und Automation in ihrer Redaktionsarbeit ein, entwickeln Instrumente und Workflows für ihre Häuser, fragen sich aber auch täglich selbst: Wie können und wie dürfen Algorithmen eingesetzt werden? Wo stoßen wir damit an handwerkliche, journalistische und ethische Grenzen?

So gesehen ist das AI + Automation Lab des *Bayerischen Rundfunks (BR)* als Informationsquelle ein Glücksfall. Das Team aus gelernten Journalisten, Produktmanagern und Machine Learning-Experten beschäftigt sich seit fast zwei Jahren – gleichzeitig praktisch und akademisch – mit dem KI-Einsatz im Journalismus. Es baut Werkzeuge, setzt sie in eigenen Investigationen und Kooperationsprojekten ein und fragt gleichzeitig nach den gesellschaftlichen Folgen von KI im Journalismus.

? Bitte stellen Sie das AI + Automation Lab kurz vor.

! Das *BR* AI + Automation Lab gibt es beim *BR* seit Januar 2020. Wir arbeiten interdisziplinär, verstehen uns alle als Journalisten und kommen gleichzeitig aus ganz verschiedenen Bereichen. Wir sind gelernte Journalisten, Produktmanager, Machine Learning-Experten. Im *BR* arbeiten wir vernetzt, mit anderen Redaktionen, mit unserer Softwareentwicklung, mit den Archiven. Teilweise sind das auch Leute, die bereits länger als wir an solchen Lösungen arbeiten.

? Welche konkreten Aufgaben haben Sie in der täglichen Arbeit?

! Ganz konkret haben wir zwei Aufgaben. Einmal – gemeinsam mit unseren Partnern, den Redaktionen *BR* Data und *BR* Recherche – Investigationen mit und zu Algorithmen durchzuführen. Und zweitens dem Journalismus Tools und Produkte der Automatisierung zur Verfügung zu stellen. Dazu gehören z. B. automatisierte Texte, Grafiken und Newsbriefings oder Alexa Skills. Dahinter steht die Idee, mit dem Content, den man bereits hat, möglichst automatisiert weiterzuarbeiten und zusätzlichen Nutzen für die User zu erzeugen.

? Können Sie uns konkrete Beispiele nennen? Zunächst für Ihre Investigationen mit und zu Algorithmen?

! Wir haben z. B. Recherchen zu Algorithmen veröffentlicht, die bei Lieferando die Fahrer überwachen, oder darüber, wie bei Facebook gewaltverherrlichender und mutmaßlich verfassungsfeindlicher Content sehr lange auf der Plattform verbleibt. Diese Geschichte haben wir mit dem *NDR* und mit dem *WDR* veröffentlicht.

Dann haben wir eine Recherche gemacht, zu KI-Systemen, die für Recruiting eingesetzt werden können und Arbeitgebern versprechen, aus kurzen Bewerbungsvideos innerhalb von 30 Sekunden Persönlichkeitsprofile der Bewerber extrahieren zu können. Diese Systeme werden vermehrt in den USA eingesetzt und drängen nun auch in Deutschland auf den Markt. Wir haben gezeigt, wie kleine optische Veränderungen, etwa ein Kopftuch, oder eine Brille, diese Auswertungen beeinflussen – was sie eigentlich nicht dürften.

> Recherchen, die mit der Auswertung großer Datenmengen verbunden sind, sind sicher für den Einsatz von Algorithmen geeignet. Die reine Menge übersteigt häufig die Fähigkeiten eines Menschen.

Mit solchen Beiträgen möchten wir auch eine Debatte darüber anregen, wo und wie wir Algorithmen einsetzen wollen – und wo und wie nicht. Hier muss der Journalismus und speziell die Öffentlich-Rechtlichen näher hinschauen.

? … und welche Beispiele haben Sie für die Tools und Produkte, die Sie dem Journalismus zur Verfügung stellen?

! Wir arbeiten etwa gerade an einer Lösung, mit der man den Audiocontent aus Newssendungen so strukturieren kann, dass die Nachrichten auch einzeln vorliegen und dann getaggt werden (also mit Metadaten versehen werden) können. Also z. B.: Um welche Ereignisse geht es? Wo und wann haben sie stattgefunden?

Das kann dann sowohl manuell von der Redaktion selbst, als auch über Algorithmen erledigt werden – meistens sind es sogenannte hybride Workflows, also eine Kombination von beidem. User könnten dann über eine App, eine Website, oder eine Voice-Plattform ganz gezielt thematische Anfragen stellen und bekommen diesen Content geliefert. Oder der Content könnte gleich so ausgespielt werden, wie es den Präferenzen der User entspricht.

Eine konkrete Anwendung ist unser Prototyp Remix Regional, mit dem man Radio-Regional-Nachrichten personalisieren kann und dann den Hörern in einer App anbieten kann. So entstehen neue Produkte und neue Formen.

Mit der London School of Economics haben wir an einem Prototypen für Zu-

Uli Köppen, Leiterin des AI + Automation Lab des *Bayerischen Rundfunks*
Foto: Lisa Hinder

sammenfassungen gearbeitet. Ziel ist ein Tool, mit dem man journalistische Inhalte aus dem Newsbereich zusammenfassen kann. Ausgangspunkt war die Idee, dass man „Long Tail"-Inhalte, die besonders erfolgreich waren und längerfristiges Interesse bei Usern hervorgerufen haben, noch einmal verwenden könnte.

Das führte zu der nächsten Herausforderung, nämlich: Wie fasst man journalistische Inhalte automatisiert zusammen und verwendet sie erneut.

? Welche journalistischen Formate halten Sie für besonders geeignet für KI-Anwendungen?

! Recherchen, die mit der Auswertung großer Datenmengen verbunden sind, sind sicher für den Einsatz von Algorithmen geeignet. Die reine Menge übersteigt häufig die Fähigkeiten eines Menschen. Bei dem Facebook-Projekt hatten wir z. B. einen Algorithmus darauf trainiert, SS-Runen und Hitlerbilder zu erkennen – da machen KI und Automatisierung Sinn.

Geeignet sind auch alle repetitiven Tätigkeiten, bei denen der Workflow – wir sagen – hybrid gestaltet werden kann, bei denen Journalisten mithilfe von Algorithmen schneller und besser arbeiten können.

Auch dazu ein Beispiel: Wir haben letztes Jahr unsere Überblickswebseite für Corona-Zahlen und -Trends sehr schnell automatisiert. Die RKI-Daten werden jetzt in einem data-to-text- und einem data-to-graphics-Prozess automatisiert übernommen. Die Site schreibt sich jetzt selbst weiter, immer aktuell und Redakteure haben jetzt einen Ort, an dem sie tagesaktuell die neuesten Zahlen und Trends sehen – bayernweit, bundesweit. Die Redakteure und Reporter können sich jetzt wieder auf ihre Kernaufgaben konzentrieren, auf das Reporting, auf Analysen, auf Kommentare.

? Welche journalistischen Tätigkeiten halten Sie dagegen für weniger geeignet, für den Einsatz von KI und Automation?

! Als Tätigkeiten, für die man absehbar keine Algorithmen wird brauchen können, würde ich nennen: Kommentieren, Analysieren, Field Reportings und Stimmen einsammeln.

Weniger geeignet sind auch generelle journalistische, eher strategische Entscheidungen. Also etwa: Wie soll die Website aussehen? Welchen Spin gebe ich einer Geschichte? Das kann man sicher auch nicht einer KI überlassen. Solche Systeme können höchstens Daten für die Entscheidungsfindung liefern.

? Könnte man – etwas laienhaft – sagen, dass Bereiche, die eine „individuelle Autorenschaft" verlangen, Emphase, langjährige persönliche Erfahrungen mit dem Gegenstand, qualitative Einordnungen etc., dass die eher ungeeignet für KI sind? Also z. B. Konzert- oder Filmkritiken?

! Ich würde nicht gerne die Qualität einer Autorenschaft zum Unterscheidungsmerkmal für KI-geeignete Formate machen. Ich würde lieber „datenschwere" Bereiche, wie Wirtschaft oder Sport, von Bereichen wie Kultur unterscheiden, für die man meistens keine strukturierten Daten erheben kann – wie etwa beim Wetter, oder bei einem Fußballspiel. Dazu sollten Sie sich einmal das Experiment des Schriftstellers Daniel Kehlmann mit der KI CTRL ansehen.

? Das war jetzt der Blick auf die journalistische Produktion. Welche Effekte kann man mit KI und Automation auf der Distributionsseite erzielen?

! Sinn macht KI + Automatisierung bei der individualisierten Distribution von Content. Also etwa überall dort, wo Content individualisiert für User zusammengestellt und aus- ▶

Foto: Gerd Altmann

geliefert werden soll. Siehe noch einmal als Beispiel den Prototyp Remix Regional oben.

Auch bei der Versionierung macht KI + Automatisierung Sinn, also bei der Individualisierung der Darstellungsform von Content. Sie sind vielleicht eher der visuelle Typ, der Instagram-Content bekommen möchte. Ich dagegen bin eher der Typ, der Content als Bulletpoints sehen möchte.

Andere mögen lange Texte lesen. Aber auch hier ist uns wieder das hybride Vorgehen, also das Ineinandergreifen von automatisierten und manuellen Workflows wichtig.

? Kritiker warnen oft vor der Gefahr von Verzerrungen, dem sogenannten Bias, in den Trainingsdaten der Algorithmen. Wenn Trainingsdaten z. B. in einer weißen Mehrheitsgesellschaft erhoben werden, enthalten sie unter Umständen einen Bias, der dazu führt, dass andere Bevölkerungsgruppen von der KI benachteiligt werden. Sie hatten das Beispiel des Kopftuchs bei der Analyse von Bewerber-Videos bereits genannt. Welche Einschätzung haben Sie dazu?

! Das Thema der Daten mit Bias, die bestimmte Informationen nicht enthalten, oder nur einen Ausschnitt der Realität abbilden, gewinnt glücklicherweise immer mehr an Diskussionsbreite. So können unter Umständen Vorurteile durch KI sogar noch verstärkt werden – man spricht hier vom Skalierungseffekt.

Das Thema spielt bei uns eine zentrale Rolle. Wir nennen das Algorithmic Accountability Reporting. Konkret bedeutet das für uns, dass wir kritisch zum Einsatz von Algorithmen recherchieren und berichten und auch die Fälle darstellen, in denen Algorithmen auf eine zweifelhafte Art eingesetzt werden.

Diese Technologien sind bereits da und bestimmen unser Leben mit.

In den USA hatte das Team von ProPublica mit dieser Art von Journalismus begonnen. Ihre erste große Geschichte in diesem Bereich, die Machine Bias-Story, drehte sich um eine Software, die Richtern dabei helfen soll, die Rückfallwahrscheinlichkeit von Delinquenten einzuschätzen. Dabei wurden dunkelhäutige Menschen generell als gefährdeter eingeschätzt.

Häufig liegt das Problem tatsächlich in den Trainingsdaten. Zum Beispiel wurden in anderen Fällen Frauen oder POC durch Gesichtserkennungssoftware weniger gut erkannt, weil in den Trainingsdaten mehr weiße Männer erfasst wurden.

Das Bewusstsein für die Problematik ist in der breiten Öffentlichkeit in den letzten Jahren aber stark angestiegen. Viele reden jetzt von „Black Box Algorithmen" oder manchmal auch von „shit in – shit out".

Ich würde dafür plädieren, das jedes Mal differenziert zu betrachten. Man muss natürlich die Technologie und die Datenlage kritisch beurteilen, man muss aber auch darauf schauen, wie wir als Gesellschaft mit Vorurteilen umgehen.

Ein Beispiel ist die SCHUFA-Geschichte, die wir vor Jahren zusammen mit zwei NGOs und dem *Spiegel* gemacht hatten. Der persönliche SCHUFA-Score einer Person, den der – richterlich übrigens als Betriebsgeheimnis geschützte – Algorithmus der SCHUFA ermittelt, kann einzelnen Menschen große Probleme bereiten. Auf der anderen Seite schützt ein solcher Scoring-Algorithmus unter Umständen aber auch Gewerbe und Wirtschaft. Hier geht es dann darum, sich das Zustandekommen des Scores anzusehen und regulatorisch, journalistisch aber auch gesellschaftlich zu hinterfragen, damit Diskriminierung vermieden wird. Häufig kann man mit größerer Transparenz schon viel erreichen – wenn also die Scoring-Firmen verständlich erklären würden, wie sie zu ihren Ergebnissen kommen. Selbstverständlich ohne ihr Betriebsgeheimnis verraten zu müssen.

Eine generalisierte Entweder-Oder-Haltung bringt uns da nicht weiter. Diese Technologien sind bereits da und bestimmen unser Leben mit.

Das Gespräch führte Gunter Becker

Foto: Eberhard Kehrer

Gunter Becker, *Jahrgang 1962, schreibt seit Beginn der 90er Jahre für Tageszeitungen, Stadt- und Fachmagazine, darunter Der Tagesspiegel, die taz, die Berliner Zeitung, Film & TV Kamera, ZOOM und Menschen Machen Medien. Er hat in Mannheim und Frankfurt a. M. Soziologie, Politik und Amerikanistik studiert und dann das Bremer Bürgerfernsehen betreut. Becker interessiert sich seit langem für die digitalen Transformationen der Medien und befasst sich unter anderem mit den Themen Technik, neue Formate und Inhalte, Finanzierung und die sozialen und ökologischen Folgen.*

Digitalisierung ist kein Selbstzweck

Von Albrecht Ude

Nicht billiger, sondern besser: Das muss das Ziel von Digitalisierung sein. Und es muss dabei echte Wahlfreiheit geben. Erzwungene Digitalisierung ist eine Sackgasse.

Ein Erlebnis aus dem Familienkreis: Sie hat eine E-Mail-Adresse! Sie, das ist eine über achtzigjährige Verwandte, die weder tippen kann noch einen Computer besitzt, geschweige denn einen solchen bedienen könnte. Die Medien ihres Lebens sind das persönliche Gespräch von Angesicht zu Angesicht, das Telefon, die vielen handgeschriebenen Briefe, selten einmal das Telefax. Und damit pflegt sie ihr soziales Netz, das von der unmittelbaren Nachbarschaft, engerer Familie, der Verwandtschaft, dem Ort, in dem sie lebt, bis zum ganzen Land und darüber hinaus reicht. Und dieses Netz ist von einer Größe und Lebhaftigkeit, dass so mancher Jugendliche neidisch werden könnte. Likes auf Facebook oder Instagram? Unbekannt, wozu auch? Die sind wertlos. Ein soziales Netz kann analog sehr gut funktionieren, gänzlich ohne Viren und Spam. Warum um alles in der Welt hat sie eine Mailadresse, wenn es doch achtzig Jahre ganz prima ohne ging? Vor allem: Wie liest sie ihre Mails, ohne Computer?

Der Netzbetreiber ihres Mobilphones. Das Ding liegt die meiste Zeit in irgendeiner Ecke, nur auf den seltenen Reisen wird es wirklich benutzt. Aber eines Tages meldete sich der Netzbetreiber mit einer SMS und bat darum, doch bitte die Mailadresse mitzuteilen, damit man dorthin künftig die Rechnungen schicken könne. Und das tat er dann jeden Tag aufs Neue, die SMS kamen und kamen. Und jede SMS vermittelte die Botschaft, dass etwas nicht funktioniert, dass sie handeln müsse.

Die Firma, die E-Mails schicken will, hat selber keine

Man könnte glauben, das sei einfach: Man muss ja nur auf die SMS antworten: „Habe keine E-Mail" oder Ähnliches. Weit gefehlt! Ebenso wenig, wie die SMS von einem Menschen versandt wurde, kann man darauf antworten. Die Antwort würde vermutlich auch niemand lesen.

> Sie liest die E-Mails gar nicht. Sie wollte auch gar keine Mailadresse haben. Eine Firma wollte es!

Nun könnte ja jemand der Firma eine E-Mail schicken und darauf hinweisen, dass die Nutzerin dieser Mobilnummer selbst keine E-Mail-Adresse hat. Weit gefehlt! Die Firma, die E-Mails schicken will, hat selber keine. Jedenfalls wird auf der gesamten Website keine genannt. Und von der Pressestelle des Konzerns heißt es: „Wir danken für Ihr Verständnis, dass das Presseteam nur redaktionelle Anfragen von Journalisten beantwortet." Man ahnt, warum.

Eine Hotline gibt es, die man anrufen kann. Für nur eine Gebühreneinheit aus dem Festnetz oder zu den üblichen Mobilfunkgebühren. So geschehen, zum Glück aus dem Festnetz. Dort meldete sich eine typische, sympathische, freundliche Stimme vom Band und wies auf eine voraussichtliche Wartezeit hin, ehe das obligate Hotline-Gedudel begann. Mitgestoppt exakt eine Stunde lang, ohne ein weiteres Wort. Nach einer Stunde wurde die Verbindung dann gekappt.

Die Firma, die von ihren Kunden verlangt, per E-Mail erreichbar zu sein, ist für ihre Kunden selbst nicht erreichbar. Aber der Wunsch des Unternehmens ist ja klar: Kaufen Sie sich einen Computer, richten Sie sich eine Mailadresse ein und drucken Sie Ihre Rechnungen selber aus …damit wir Kosten sparen können. Denn selbstverständlich plant die Firma nicht, sich an den Kosten für all das oder der dafür nötigen Weiterbildung zu beteiligen.

Es geht, wie so oft im Kapitalismus, nur darum, Kosten zu sparen. Und das gelingt auch. Die Kundin spürte, dass etwas „nicht funktioniert". Was sie nicht realisierte: Das liegt nicht an ihr. Eigentlich hätte sie nur abwarten müssen, bis die Firma ihr die Rechnungen wieder per Post zuschickt, wie gewohnt. Abwarten, SMS löschen, stoisch ignorieren. Das fiel ihr mit jedem Tag schwerer. Obwohl auch ihr klar war, dass sie keine E-Mail-Adresse braucht und nichts damit anfangen kann. Ein Verwandter hat ihr schließlich eine kostenfreie Mailadresse eingerichtet, die Rechnungen brauche man ja gar nicht, man könne ja auf den Kontoauszügen an den monatlichen Abbuchungen sehen, ob irgendwas los sei. So kann man das selbstverständlich auch sehen.

Vermutlich können viele Leser ähnliche Geschichten erzählen. Man kann das Verhalten der Firma als Frechheit bezeichnen (die es zweifellos ist). Oder auch als erfolgreiche Digitalisierung! Aber eben als eine Digitalisierung, die niemanden weiterbringt, außer vielleicht das Betriebsergebnis der Firma.

Digitalisierung unter Zwang schadet mehr als sie nützt

Dass dieses Land mangelhaft digitalisiert ist, muss nicht weiter ausgeführt werden, es ist zu offensichtlich. Bijan Moini, der Geschäftsführer der Gesellschaft für Freiheitsrechte, wies kürzlich in einem Essay in der *Berliner Zeitung* darauf hin: „Angela Merkels Kabinette haben in den letzten Jahren viele Entwicklungen im Internet verschlafen. Während sie in Fragen der Überwachung deutlich über die Stränge geschlagen haben."[1] In Fachkreisen hat längst die Diskussion begonnen, worauf es jetzt bei der Digitalisierung ankommt. Was eine neue Regierung, hoffent- ▶

Screenshot

lich ohne Beteiligung konservativer Überwachungsfanatiker, angehen muss.

Denn eines ist klar: Digitalisierung ist kein Selbstzweck. Sie muss dazu führen, dass Dinge besser, schneller, leichter funktionieren. Sie muss mehr sein als nur Einsparung und Abbau von Arbeitsplätzen, mehr als nur Industriepolitik wie bislang.

Zum Beispiel hat der IT-affine Chaos Computer Club eine „Formulierungshilfe für Digitales im neuen Regierungsprogramm" veröffentlicht.[2] Sie gibt umfangreiche Empfehlungen für die Themenfelder Infrastruktur, Bildung, Verwaltung, Urheberrecht, Überwachung, IT-Sicherheit, Nachhaltigkeit, Außenpolitik, Tracking und Menschenrechte bei automatisierten Entscheidungen. Eine weitere Liste mit fünfzehn Forderungen stammt vom Bielefelder Datenschutzverein Digitalcourage.[3] Er ruft dazu auf, die Forderungen zu unterstützen.

Auch andere Verbände und Interessengruppen haben sich geäußert, wobei nicht immer klar ist, welche Art der Digitalisierung angestrebt wird.

Die Digitalisierung darf weder den Datenschutz schwächen noch die Konzentration am Markt fördern. Und schließlich muss es analoge Alternativen geben, so lange die funktionieren.

So richtig viele dieser Forderungen oder Empfehlungen sind, so fehlt doch oft ein grundlegender Punkt: Digitalisierung darf kein Zwang sein. Jede Maßnahme muss durch ihre Vorteile überzeugen, statt einfach nur durch Verordnung oder Druck durchgesetzt zu werden. Und die Digitalisierung darf weder den Datenschutz schwächen noch die Konzentration am Markt fördern. Und schließlich muss es analoge Alternativen geben, so lange die funktionieren. „Digitale Souveränität", ein Buzzword, das gerade ganz oft ganz dick geschrieben wird, bedingt, dass darüber in der Gesellschaft verhandelt wird.

„Digital first, Bedenken second." war ein politischer Werbespruch der FDP im zurückliegenden Bundestagswahlkampf. Deutlicher gesagt: „Digital first. Nachdenken second." Das ist der falsche Weg. Denn digital ist nicht per se besser. Viel Technik ist schlecht gemacht, missachtet Sicherheitsstandards, ist schlicht zusammengeschlunzt.

Es gibt ja auch Dinge, die aus gutem Grund nicht digitalisiert werden, Wahlen zu Parlamenten beispielsweise. Bei einem digitalen Wahlvorgang für Transparenz und Manipulationsfreiheit zu sorgen, ist sehr schwer. Der gute alte Stimmzettel, die öffentliche Wahl inklusive des Auszählens der Stimmen ist immer noch ein Goldstandard, trotz der jüngsten Probleme bei den Wahlen in Berlin.

So lange man beim Restaurantbesuch seine Kontaktdaten auch ganz schlicht auf Papier hinterlassen kann, statt eine App zu nutzen, ist die analoge Alternative da. Sie funktioniert. Wird das Einchecken per App verpflichtend, sind schon mal alle Personen

ausgeschlossen, die kein modernes Smartphone haben. Noch ärger, wenn man zur Verwendung von Apps gezwungen werden soll, gegen die man aus guten Gründen Bedenken haben darf. Da ist zum Beispiel die Luca-App zu nennen, der CCC und auch andere haben sich mehrfach sehr kritisch über deren Funktionalität, Datenschutz und Geschäftsmodell geäußert. Aber viele private und auch staatliche Organisationen schreiben deren Nutzung verpflichtend vor. Private Parteien, etwa Restaurants, können sich hier noch auf ihr Hausrecht berufen. Und darauf, dass Restaurantbesuche ganz bestimmt nicht zur Daseinsvorsorge zählen. Aber dürfen das Behörden?

Wenn man die App dann nur aus den Appstores von Google und Apple bekommen kann, wird es noch bedenklicher. Wieso müssen US-amerikanische Aktiengesellschaften wissen, welche Apps ich nutze, welche Telefonnummer ich habe? Es gibt Alternativen zu deren Stores, die werden aber viel zu selten genutzt. Für alle staatlichen Apps, etwa auch die der Deutschen Bahn und regionaler Verkehrsverbünde, sollte es selbstverständlich sein, sie ohne Registrierung aus dem Netz laden zu können.

„Digital first. Nachdenken second." Das ist der falsche Weg. Denn digital ist nicht per se besser.

Digitalisierung unter Zwang, ohne analoge Alternative, führt immer zu Einschränkungen oder dem Ausschluss von Menschen. Man darf es sich nicht gefallen lassen. Digitalcourage nennt in seinen 15 Forderungen den Punkt „Digitalzwang vermeiden – Menschen nicht ausschließen" (Pt. 11).

Parallel dazu hat der Verein den „Digitalzwangmelder" freigeschaltet. Eine einfache Webseite, auf der man Vorfälle melden und illustrierende Bilder hochladen kann. Einige Vorfälle sind dort schon dokumentiert. Bürgerämter, die man nur mit der Luca-App betreten darf. Verkehrsbetriebe, die in Bussen und Bahnen kein Bargeld mehr akzeptieren; Tickets gibt es nur noch online oder via App. Schulinfos und Hausaufgaben, die nur noch per WhatsApp kommen. Haushaltsgeräte, die ein Login per App erzwingen wollen … Die Vielfalt solcher missratener Anwendungen ist groß.

Alle eingehenden Meldungen werden von einer Arbeitsgruppe registriert, so Rena Tangens von Digitalcourage e. V. Nicht in allen Fällen könne der Verein tätig werden, des Öfteren sei das aber schon geschehen. Das Angebot werde genutzt.

Die Geschichte meiner Verwandten wird dort auch bald zu lesen sein. Denn das gute Leben, das geht auch ohne Computer. Und das muss so bleiben!

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

Fußnoten

[1] Die nächste Bundesregierung sollte auf Freiheit und nicht auf Sicherheit setzen; 16 Jahre Angela Merkel waren 16 Jahre Ignoranz gegenüber der Digitalisierung – inklusive deren Gefahren für unsere Freiheit. Höchste Zeit, umzudenken. Bijan Moini. – *Berliner Zeitung*, 14.8.2021 https://www.berliner-zeitung.de/wochenende/die-naechste-bundeskanzlerin-sollte-auf-freiheit-und-nicht-auf-sicherheit-setzen-li.174809

[2] CCC veröffentlicht Formulierungshilfe für Digitales im neuen Regierungsprogramm; Chaos Computer Club, 06.10.2021 https://www.ccc.de/de/updates/2021/ccc-formulierungshilfe-regierungsprogramm

[3] 15 Prioritäten für eine neue Bundesregierung; Digitalcourage, 30.09.2021; https://digitalcourage.de/couragierte-digitalpolitik-jetzt

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

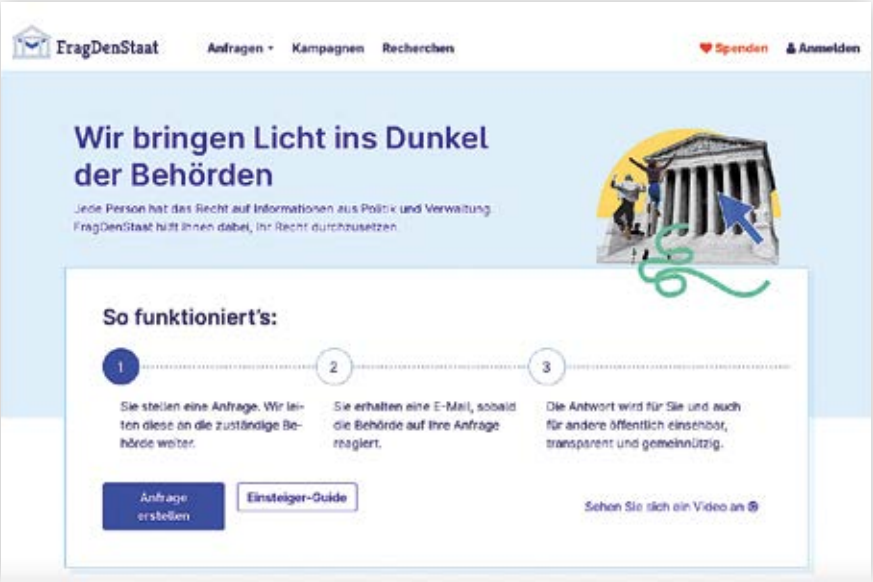
Die Veröffentlichungen externer Autoren geben nicht unbedingt die Meinung von Redaktion und Herausgeber wieder. Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte oder Bilder und Illustrationen kann keine Haftung übernommen werden. In diesem Medienmagazin werden die weibliche, die männliche sowie die diverse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

FragDenStaat fragt den Staat

***FragDenStaat* ist eine Internetplattform, die sich für Transparenz in der Politik einsetzt und von Bundesbehörden Auskünfte über deren Arbeit einfordert. Seit zehn Jahren arbeitet die Plattform dafür, Regierungshandeln zu kontrollieren. „Es sollte gesellschaftlich etabliert und selbstverständlich sein, dass amtliche Informationen leicht zu erhalten sind und genutzt werden können. Eine starke Demokratie braucht eine informierte und aktive Zivilgesellschaft, um auf Augenhöhe mit Politik und Verwaltung zu sein", heißt es auf der Internetplattform.**

Über *FragDenStaat* können nicht nur Journalisten, die mit ihren Recherchen Missstände aufdecken wollen, bei Bundesbehörden oder Verwaltungen IFG-Anträge stellen, wenn ihre eigenen Anfragen abgelehnt werden. Auch jeder Bürger hat das Recht, Auskünfte aus Politik und Verwaltung zu erhalten.

Grundlage ist das Informationsfreiheitsgesetz, über das **journalistenblatt** in der vergangenen Ausgabe ausführlich informierte. Für die aktuelle Ausgabe haben wir Arne Semsrott, Leiter des Berliner Büros von *FragDenStaat*, zum Gespräch getroffen und ihn zur Arbeitsweise von *FragDenStaat* befragt, wie sich die Plattform finanziert und wie groß die Chancen sind, die aktuelle Klage gegen das Innenministerium zu gewinnen.



Screenshot

? Arne Semsrott, die Informationsfreiheit ist ein Grundrecht zur öffentlichen Einsicht in Dokumente von Politik und Verwaltung. Da Behörden und Verwaltungen aber nicht gern und oft auch nicht freiwillig preisgeben, welche Dokumente sie speichern oder wie es zu Entscheidungen kam, gilt seit 2006 das Informationsfreiheitsgesetz in Deutschland. Ist die Informationsfreiheit trotz Gesetz nicht ausreichend sichergestellt oder was war der Grund, vor zehn Jahren die Internetplattform *FragDenStaat* zu gründen?

! Das größte Problem im Zusammenhang mit dem Gesetz ist, dass es kaum bekannt ist. Das wiederum führt dazu, dass es lange viel zu wenige Anfragen an den Staat gab und die Behörden selbst wenig geübt waren im Umgang mit Anfragen und sie schnell ablehnten. *FragDenStaat* macht es nicht nur einfach, Anfragen zu stellen, es veröffentlicht auch den Prozess und die Ergebnisse der Anfragen. So entsteht eine große Datenbank von Anfragen auf kommunaler, regionaler, nationaler und EU-Ebene.

? Journalisten, die IFG-Anträge (IFG = Informationsfreiheitsgesetz) stellen, erhalten oftmals keine oder falsche Auskünfte oder Ablehnungsbescheide. Wie kann *FragDenStaat* dabei helfen, dass Behörden und Verwaltungen die angefragten Informationen doch herausgeben müssen?

! Die Transparenz der Anfragen führt im ersten Schritt dazu, dass die Behörden überhaupt antworten. Das war früher oft nicht der Fall. Bei Ablehnungen gibt es in der Regel bereits ähnliche Anfragen, von denen man sich etwa Widerspruchsformulierungen abschauen kann. Und wenn das auch nicht hilft, haben wir einen eigenen Klagefonds und unterstützen Antragsteller mit Expertise, Finanzierung von Klagen und Koordinierung von Anwälten.

> Eine starke Demokratie braucht eine informierte und aktive Zivilgesellschaft, um auf Augenhöhe mit Politik und Verwaltung zu sein.

? Wie viele IFG-Anträge hat *FragDenStaat* in den vergangenen zehn Jahren gestellt und bei welchen Bundesbehörden?

! Inzwischen sind auf *FragDenStaat* mehr als 200 000 Anfragen zu finden, davon einige tausend vom *FragDenStaat*-Team selbst. Wir nutzen unsere Plattform natürlich auch selbst.

? Wer kann sich an *FragDenStaat* wenden, und wie läuft das Prozedere, wenn *FragDenStaat* den IFG-Antrag im Auftrag oder stellvertretend für Journalisten übernimmt?

! In der Regel stellen alle Personen die Anträge selbst über unsere Plattform. *FragDenStaat* ist dann nur eine Vermittlungsplattform, ähnlich wie ein E-Mailanbieter wie gmail. Es kann aber auch vorkommen, dass wir Anträge für andere stellen, wenn es sinnvoll ist. Dazu kann man sich einfach per Mail an uns wenden.

? Wie viele Mitarbeiter bearbeiten IFG-Anträge?

! Alle größeren Behörden in Deutschland haben mindestens eine Person, die für Anträge zuständig ist – nur selten sind es mehrere.

? Prüft *FragDenStaat*, ob ein IFG-Antrag Aussicht auf Erfolg hat, und welche Unterlagen/Belege müssen von Journalisten beigebracht werden?

! Nein. Wir sind nur Vermittler. Im Zweifel sollte man es einfach ausprobieren. Hat ein Antrag schlechte Aussichten, wird er kostenfrei abgelehnt.

? Innerhalb welcher Frist müssen Bundesbehörden- oder Verwaltungen auf einen IFG-Antrag reagieren?

Wir haben einen eigenen Klagefonds und unterstützen Antragsteller mit Expertise, Finanzierung von Klagen und Koordinierung von Anwälten.

! Eine Antwort muss nach dem Gesetz unverzüglich kommen, in der Regel innerhalb der Frist von einem Monat. Die wird allerdings öfters gerissen, vor allem bei brisanten oder komplizierten Anträgen. Nach drei Monaten kann man oft Untätigkeitsklage bei Gericht einreichen. Beliebig herauszögern geht also nicht.

Foto: *FragDenStaat*

Team der Internetplattform *FragDenStaat*, das seit 10 Jahren dafür arbeitet, Regierungshandeln zu kontrollieren

? Können IFG-Anträge abgelehnt werden, und falls das möglich ist, mit welchen Begründungen?

! Es gibt vielfältige Ausnahmetatbestände, beispielsweise Geschäftsgeheimnisse, Nachteile für internationale Beziehungen oder die innere Sicherheit. Aber auch Datenschutz ist eine Ausnahme – wenn der Schutz für personenbezogene Daten wichtiger ist als das öffentliche Interesse, bleiben die Daten geheim.

? Kann *FragDenStaat* oder können Journalisten gemeinsam mit *FragDenStaat* klagen, wenn Auskünfte verweigert werden?

! Ja, das geht. Wir unterstützen immer wieder freie und angestellte Journalisten bei Klagen und klagen auch unabhängig davon selbst.

? Wie viele Klagen hat *FragDenStaat* seit seiner Gründung schon geführt und wie viele gewonnen?

! 107. Die meisten davon laufen noch, weil es bis zu einem Urteil oft Jahre dauert. 25 haben wir bisher gewonnen.

? Wie finanziert sich *FragDenStaat*, und welche Kosten entstehen, wenn *FragDenStaat* für Journalisten tätig wird?

! *FragDenStaat* ist ein gemeinnütziges Projekt, das größtenteils über Spenden finanziert wird. Es ist Teil unseres Auftrags, unter anderem Journalisten kostenlos zu unterstützen.

? *FragDenStaat* klagte auf Herausgabe der Twitter-Direktnachrichten des Innenministeriums. Das Bundesverwaltungsgericht in Leipzig hat ein Grundsatzurteil zur Veröffentlichung von Twitter-Nachrichten vom Bundesinnenministerium gefällt. Demnach müssen diese nicht veröffentlicht werden. Warum waren diese für Sie besonders interessant, und was verpassen wir jetzt?

! Bei der Klage ging es um die Grundsatzfrage, ob nur Daten von Behörden herausgegeben werden müssen, die in Akten zu finden sind, oder auch Daten an anderen Orten – etwa auf Twitter, in SMS und auf Whatsapp. Das Gericht hat grundsätzlich festgestellt, dass auch solche Daten herausgegeben werden müssen, wenn sie relevant genug sind. Was das genau bedeutet, wissen wir allerdings nicht. Dazu müssen wir noch den endgültigen Urteilstext abwarten.

Das Gespräch führte Bettina Schellong-Lammel

Screenshot

Kulturkampf

Von der damnatio memoriae zur Cancel Culture

von Hans D. Baumann

„Ob jemand Wechsel fälscht, sagt nichts über sein Geigenspiel", hat Oscar Wilde einmal geschrieben. Die sogenannte *Cancel Culture* sieht das anders. Kann einer ein Mörder und begnadeter Maler sein, Autor gefeierter Romane und in seiner Jugend Mitglied der SS, des sexuellen Missbrauchs schuldig und ein herausragender Schauspieler?

Pharao Tutanchamun, Kaiser Nero, Theoderich der Große – nie gehört. Oder doch? Dabei hatten sich ihre Nachfolger und Widersacher so viel Mühe gegeben, ihr Andenken für alle Zeiten auszulöschen. Aber irgendwie hat es offenbar nicht funktioniert mit der antiken *Cancel Culture* und dem ewigen Ausradieren der Erinnerung an sie. Wir wissen von ihnen und ihren Taten noch nach Tausenden von Jahren und kennen ihre Gesichter und Geschichten ebenso wie die von **Leo Trotzki** oder Lew Kamenew, ungeachtet der Bemühungen von Stalins Bildfälschern, sie aus Texten und Fotos verschwinden zu lassen.

Foto: DEZALB/Pixabay

Heute sind dafür Retuschepinsel, Schere und Klebstoff nicht mehr nötig; mit Photoshop geht das weit schneller und unauffälliger. Wie überhaupt die digitalen Techniken Geschichtsklitterungen ungemein vereinfacht haben. In George Orwells Roman „1984" mussten noch alte Zeitungen mühsam neu gesetzt und gedruckt werden, um unerwünschte Personen auch rückwirkend verschwinden zu lassen. „Vaporisieren" nannte er das, „verdampfen". Eine passende Begriffsbildung, löst sich doch so die Erinnerung an die Unperson in Rauchschwaden auf, bis nichts mehr bleibt.

Die Wurzeln von Cancel Culture

Der Begriff *Cancel Culture* wird vor allem von ihren Gegnern verwendet. Wie bei den Bemühungen um geschlechtergerechte oder antirassistische Sprache ist die damit gemeinte kulturelle Bewegung ein Ausdruck von *Political Correctness*. Ähnlich wie bei der Sprache begann es mit einer guten Idee und unterstützenswerter Haltung und entwickelte sich zu einer oft fanatischen Positionierung. Und ebenso wie die Begründungen von Gendersprache nicht konsistent und widerspruchsfrei sind (vgl. **journalistenblatt** 4-21, S. 6 ff), trifft dies auch auf die Grundlagen der *Cancel Culture* zu (die hier in Ermangelung eines vertrauten positiven Begriffs weiter so benannt werden soll).

Schon die oben genannten Beispiele belegen allerdings, dass die – häufig konservative – Kritik an *Cancel Culture*, diese sei eine von links befeuerte Bewegung, nur zum Teil richtig ist. Schon im Alten Ägyp-

Foto: Nero Glyptothek Munich

Kopf des Nero (reg. 54–68 n. Chr.), von einer überlebensgroßen, etwa 2,40 m hohen Statue, 64 n. Chr.

ten wurden die Gesichter und Namenskartuschen von Verfemten aus Reliefs gemeißelt. Die Griechen bemühten sich – ebenso vergeblich – den Namen des Herostratos für alle Zeiten dem Vergessen zu überantworten. Dieser hatte den Tempel der Artemis in Ephesos, eines der Sieben Weltwunder, in Brand gesetzt, aus keinem anderen Grund als dem, dass sich die Menschen für immer an seinen Namen erinnern sollten. Das hat geklappt – nicht dagegen die Bemühungen

gemeinfrei, Quelle: Wikipedia

Leo Trotzki, 1918

seiner Richter, die gerade dies bei Androhung der Todesstrafe verhindern wollten.

Im alten Rom wandte man für das institutionalisierte Vergessen die *damnatio memoriae* an, wobei die Römer eigentlich von *abolitio nominis* sprachen. Auch hier wurden Namen aus Inschriften entfernt, Porträtbüsten vernichtet (oder pragmatischer zu neuen Köpfen umgestaltet, weswegen diese heute im Verhältnis zu ihrem Körper oft zu klein, die Ohren hingegen zu groß wirken), mit ihnen verbundene Gebäude niedergerissen. Die nötigen Verfahren, etwa wegen Hochverrats, strengte der Senat oder der kaiserliche Nachfolger stets *nach dem Tod* des in Ungnade Gefallenen an – ein deutlicher Unterschied zur heutigen *Cancel Culture*. „Die dabei festgestellten Verbrechen und Laster bieten den Anlass zur *damnatio memoriae* […] Zugrunde liegen jeweils politische Konflikte und Gegensätze […], so dass eine *damnatio memoriae* nicht notwendigerweise etwas über die tatsächlichen Leistungen und Verdienste eines Kaisers aussagt", schreibt Alexander Maskowsky zum entsprechenden Stichwort im *Neuen Pauly – Enzyklopädie der Antike*.

Das Zitat ist für die aktuelle Diskussion hilfreich. Nicht allein, weil die *damnatio memoriae* politischer Gründe wegen verhängt wurde – was bei politisch handelnden Kaisern mitunter seine Berechtigung gehabt haben mag – sondern wegen des Verweises auf „Laster" und „tatsächliche Verdienste".

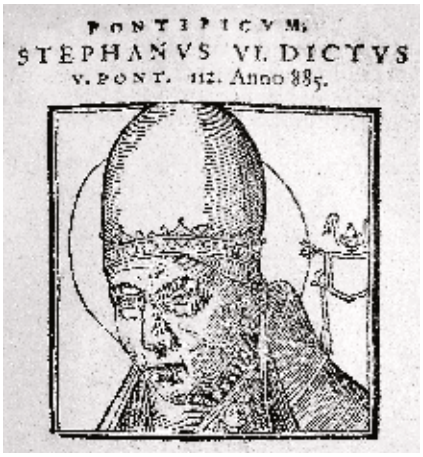
Zwar sind die Auswirkungen der *Cancel Culture*, insbesondere im amerikanischen Universitätsbetrieb, unerfreulich genug – übersehen werden sollte dabei allerdings nicht, dass sich diese Haltung mit nachgerade weltpolitischer Bedeutung vier lange Jahre weit ausgeprägter an der Spitze der USA manifestierte. Der Umgang von Donald Trump mit Kritikern, Menschen und Medien, die seine Weltsicht nicht teilten, und den Fakten, auf denen sich Urteile und Meinungen begründen, stellt jede *Cancel-Culture*-Diffamierung in den Schatten. Allein ist er damit nicht, lediglich besonders laut und tölpelhaft.

Was Cancel Culture will

Die Kernforderung dieser kulturellen Bewegung lässt sich mit den Worten zusammenfassen, dass öffentlich wirksame Menschen die ihnen entgegengebrachte Aufmerksamkeit nicht verdienen, sofern sie durch ihre Tätigkeit oder privates Fehlverhalten für ihre Kritiker hinreichenden Anlass für Missbilligung zu bieten scheinen. Daher muss man ihnen zur Vermeidung von Ungerechtigkeiten diese Aufmerksamkeit entziehen und sie daran hindern, weiter tätig zu bleiben, und der Anlass ihrer Zurückweisung muss öffentlich gemacht werden.

Diese Kritik bezieht sich nicht nur auf heute Lebende, sondern auch auf Verstorbene. Ähnlich wie **Papst Stephan VI**. im Jahr 896 die verrottete Leiche seines Vorgängers Formosus ausgraben, in Papstgewänder kleiden und in einem Prozess verurteilen ließ, ergeht es heute Menschen, die mit unerwünschten, wenn auch weit zurückliegenden Aktivitäten aufgefallen sind. Maßstab ihrer Verurteilung ist also nicht, was zu ihrer Zeit als kritikwürdig galt, sondern was manchen heute im Rückblick so erscheint.

Nehmen wir als Beispiel **Samuel Thomas Soemmerring (1755–1830)**, einen der bedeutendsten Anatomen seiner Zeit. Der war nun nicht allein ein Kind der Aufklärung, sondern nach heutigen Maßstäben auch ein Rassist, der sogar Sektionen und Vermessungen vornahm, „um phänomenologische Annahmen einer engen Verwandtschaft zwischen Menschen afrikanischer Herkunft und Affen auf anatomischer Grundlage zu verifizieren". So ist es auf der Webseite eines „postkolonialen Forschungsprojekts" zu lesen. Damit trug er „dazu bei, die Theorie des ‚wissenschaftlichen Rassismus' salonfähig zu machen und kolonialrassistisches Handeln zu legitimieren. Sie wurde auch im Nationalsozialismus positiv rezipiert. So wurde 1940 […] ein Platz nach Soemmering (sic!) benannt."



gemeinfrei, Quelle: Wikipedia

Papst Stephan VI.

Seine Haltung zu dieser Frage ist mit unseren Werten nicht vereinbar, war aber zu seiner Zeit in Europa allgemein verbreitet. (Auch Kant soll man ja nicht mehr lesen, da er ein Rassist gewesen sei.) Will man diese Ungleichheitsthese nicht als bloßes Vorurteil übernehmen, muss man sie wissenschaftlich überprüfen. Liest man sein Büchlein „Über die körperliche Verschiedenheit des Mohren vom Europäer" von 1784, und nicht nur die Website, bestätigt die Lektüre zunächst durchaus, dass er an mehreren Stellen von bestimmten anatomischen Strukturen behauptet, diese wichen von denen der Europäer ab und seien ähnlich bei Affen zu finden. Ja, er schreibt sogar anfangs dezidiert, es gehe ihm insbesondere um „die ausgezeichneten Organe des Verstandes, die unsern Abstand von den Thieren verursachen, [und die] den Mohren etwas hinter uns zurücklassen." Allerdings darf man nicht unterschlagen, dass er diese Unterschiedlichkeit des Verstandes im Satz zuvor ausdrücklich auch zwischen Europäern konstatiert, „warum wir Einigen aus uns Vorzüge willig einräumen". Und ebenso wenig sollte man verschweigen, dass Soemmerring gleich auf der ersten Seite betont: „Es ist nur zu bekannt, wie wenig brüderlich wir diese Unglücklichen behandlen, und das mit einer Kälte und Gewissensruhe, die eben […] zu verrathen scheinet, daß wir die Mohren für weniger vollkommen, […] für geringer als uns Weiße halten" und sich gegen die Sklaverei ausspricht.

gemeinfrei, Quelle: Wikipedia

Samuel Thomas von Sömmerring, Porträt von Carl Wilhelm Bender

Das Büchlein endet mit der ausdrücklichen Feststellung, nicht allein: „Sie bleiben aber drum dennoch Menschen" – sondern ebenso: „Auch unter den Schwarzen gibts einige, die ihren weißen Brüdern nähertreten, und manche von ihnen sogar an Verstande übertreffen." (Mit anderen Worten: ziemlich genau die politisch korrekte Argumentation zur Ablehnung des Rasse-Begriffs, die Variabilität zwischen Mitgliedern einer „Rasse" könne größer sein als die zwischen „Rassen".)

Die Nazis müssen diese Passagen wohl übersehen haben, als sie 1940 einen Platz nach ihm benannten. Oder? Ein einfacher Blick ins Adressbuch von 1925 belegt, dass ▶

der Platz schon damals so hieß, von wegen Nazis – was den Betreibern des „Forschungsprojekts" ebenso bekannt sein musste – nachdem eine Historikerin das überprüft hatte – wie die Tatsache, dass die Sezierten nicht irgendwo verscharrt worden waren, sondern auf dem Hoffriedhof christliche Begräbnisse erhielten.

Dies ist nur ein Beispiel, bei dem Behauptungen von *Cancel Culture* einer Überprüfung nicht standhalten. Und auf dieser Basis sollen Denkmäler, Straßennamen oder andere Benennungen zur Erinnerung von „Rassisten" entfernt und verändert werden? Darauf komme ich später zurück und möchte hier nur zwei fragwürdige Aspekte andeuten: die historische Perspektivität von Werturteilen und die Reduzierung von Handlungen und Werken auf einen einzigen biographischen Aspekt.

Nun ist diese Art von Vergangenheitsbewältigung nur ein Bereich von *Cancel Culture*, der besonders augenfällig wurde, als etwa ein riesiges Denkmal des Südstaatengenerals Lee in Virginia auf öffentlichem Druck hin abgebaut oder im vorigen Jahr in Bristol die Statue des Sklavenhändlers Edward

gemeinfrei; Quelle: Wikipedia

François Villon, 1463

Colston vom Sockel gekippt und ins Wasser geworfen wurde (umgehend ersetzt durch die der schwarzen „Black-Lives-Matter"-Demonstrantin Jen Reid – die Institution „Denkmal" selbst scheint also nicht fragwürdig zu sein). Die Gestürzten berührt das so wenig wie Papst Formosus bei der Leichensynode, es ist lediglich Symbolpolitik.

Ganz anders sieht das bei lebenden Zeitgenossen aus, die durch tatsächlich oder vermeintlich kritikwürdiges Handeln aufgefallen sind und nun soziale Ausgrenzung und Berufsverbote erfahren, sofern sie nicht ohnehin wegen klar umrissener Straftaten der Justiz überstellt werden können. Die Liste ist lang und wird stetig länger. Je höher der Prominentenstatus, umso tiefer der Fall.

Es ist vor allem der Vorwurf des sexuellen Missbrauchs, ausgeprägt im Bereich von Kultur, Film oder Musik. Auf Harvey Weinstein, Kevin Spacey, Roman Polanski oder Woody Allen werde ich gleich zurückkommen. Das Problem bei einer fairen Beurteilung ist, dass sich vieles im privatesten Bereich und ohne Zeugen abgespielt haben soll. Aussage steht gegen Aussage. Jüngste Vorwürfe etwa gegen Bob Dylan torpedieren die Glaubwürdigkeit von Opfern, wenn ihn eine Frau nach mehr als einem halben Jahrhundert wegen sexuellen Missbrauchs verklagt; 1965 im Chelsea Hotel in New York – zu einer Zeit, in der er wohl in England auf einer Tournee war. Vielleicht haben ja Opfer immer recht – aber vielleicht sind sie nicht immer Opfer.

Cancel Culture will für Gerechtigkeit sorgen, indem Menschen – fast ausschließlich Männer – für Handlungen oder Einstellungen zur Rechenschaft gezogen werden, die von den Aktivistinnen negativ bewertet werden. Dabei geht es nicht allein um klar Strafbares, das die Justiz ahnden könnte. Statt gesetzlich vorgesehener Strafen (aber auch späterer Rehabilitation) erfolgt selbst legitimierter Aufmerksamkeitsentzug und Ausschluss aus dem sozialen und beruflichen Leben. Anlass sind – oft nicht belegbare – Handlungen, Einstellungen oder Aussagen, Ziel die Personen, die sie zu verantworten haben.

Person und Werk

Kurz nachdem 2010 am katholischen Canisius-Kolleg in Berlin Fälle sexuellen Missbrauchs bekannt geworden waren, wurde auch aufgegriffen, dass es das in den 1970er und 1980er Jahren ebenso an der als vorbildlich geltenden Odenwaldschule gegeben hatte. Daran beteiligt gewesen war auch Schulleiter Gerold Becker. Darüber berichtet hatte die *Frankfurter Rundschau* schon 1999, strafrechtlich waren die Fälle verjährt.

In diesem Kontext ist das deswegen von Interesse, weil kürzlich der Fachbereich Erziehungswissenschaften der Universität Kassel ein Verfahren in Gang gesetzt hat, um dem Pädagogik-Professor Hartmut von Hentig die Ehrendoktorwürde zu entziehen, gegen den Protest vieler Fachkollegen und -kolleginnen. 2004 war sie ihm verliehen worden, weil er „die Entwicklung der Erziehungswissenschaft in Kassel am nachhaltigsten beeinflusst" und „entscheidend zur Neukonstitution einer zeitgemäßen, zukunftsträchtigen Schule beigetragen" habe. Der Entzug sollte als Reaktion des Fachbereichs auf sein 2016 publiziertes Buch „Noch immer mein Leben: Erinnerungen und Kommentare aus den Jahren 2005 bis 2015" verstanden werden, in dem die Auseinandersetzung „mit den Vorgängen um die Missbrauchsfälle an der Odenwaldschule ein erhebliches wissenschaftliches Fehlverhalten darstellt".

Dazu muss man wissen, dass von Hentig ein Freund, möglicherweise auch Lebensgefährte des 2010 verstorbenen Becker war, aber immer betont hat, von den Vorgängen an der Odenwaldschule nichts gewusst zu haben. Abgestraft werden soll hier also nicht ein Täter, sondern der Bekannte eines Täters, der etwas gewusst haben *könnte*. Wenn er damals die „Entwicklung der Erziehungswissenschaft in Kassel am nachhaltigsten beeinflusst" hat, kann diese Begründung von 2004 nicht nachträglich als falsch zurückgenommen werden und würde selbst dann gelten, wenn das konstruiert klingende Argument des späteren „wissenschaftlichen Fehlverhaltens" zuträfe – sogar, wenn sich der 95-Jährige als Serienkiller erweisen sollte.

Der Vorgang ist deswegen exemplarisch, weil er ein zentrales *Cancel-Culture*-Problem offenbart: die mangelnde Unterscheidung zwischen Person und Werk. („Werk" ist hier im weitesten Sinne gemeint als das Konzentrat der öffentlichen Tätigkeit eines Menschen, etwa im künstlerischen, wissenschaftlichen oder politischen Sektor.)

Das Konzept politisch korrekter Sprache krankt daran, dass es die seit der Aufklärung gültige Maxime negiert, bedeutsam sei, *was* jemand sagt und ob es empirisch *wahr* ist – unabhängig davon, *wer* es sagt. Der Primat des Sprechers vor dem Inhalt ist dagegen ein Kennzeichen autoritären und hierarchischen Argumentierens. Mit anderen Worten: Eine wahre Aussage kann nicht dadurch falsch werden, dass sie von einer Person geäußert wird, deren Verhalten in anderen Bereichen möglicherweise kritikwürdig ist. Das würde zudem dazu führen, dass die Geltung von Aussagen über ihre empirische Absicherung und logische Konsistenz hinaus immer fragwürdig und vorläufig bleiben müsste, weil belastende Tatsachen bekannt werden *könn-*

gemeinfrei, Quelle: Wikipedia

Physiker Pascual Jordan

ten, die in der Person des Sprechenden liegen. Und die Geltung wäre nicht deswegen zweifelhaft, weil sich eine Person tatsächlich kritikwürdig verhalten hat, sondern weil *ans Licht kommen könnte*, dass sie das getan hat. Es geht also nicht einmal um Fakten, sondern um die Information über Fakten; um das, was ich über Hintergründe weiß (oder nicht).

Hinzu kommt, dass in der Disputationskultur Argumente *ad hominem* oder *ad personam* – also gegen die eine Position vertretende Person – als minderwertige Ausflüchte gelten, wenn die eigenen sachlich oder logisch nicht ausreichen, die gegnerische Haltung in Frage zu stellen. Damit umgeht man die eigentliche Argumentation und sucht nach Gründen in der Person des Diskussionspartners. (Kritische Behauptungen mancher westlicher Politiker über Menschenrechtsprobleme in Russland oder China können von der Sache her durchaus zutreffend sein. Sie dürfen nicht einfach deswegen zurückgewiesen werden, weil diese Politiker in ihrem eigenen Einflussbereich ebenfalls die Verletzung von Menschenrechten zulassen. Allerdings kann man ihnen zu Recht vorwerfen, dass sie diese Werte offenbar kennen, bei anderen einfordern und trotzdem selbst ignorieren.)

Ein anderes Beispiel: Der Beitrag des deutschen Forschers **Pascual Jordan** zur Quantentheorie war ein wichtiger Entwicklungsschritt der Physik – unabhängig davon, dass er bereits 1933 in die NSDAP eingetreten war und noch lange nach Ende des Zweiten Weltkrieges rechtsradikale und militaristische Ansichten vertrat. Obwohl ihn Einstein für den Nobelpreis vorschlug, hat er ihn, wohl aus diesen politischen Gründen, nie erhalten. (Ironie der Geschichte: Den Nazis war Jordan suspekt, weil er mit dem Juden Einstein zusammenarbeitete.) Oder andersherum: Ein weiterer Kollege **Einsteins** war David Bohm, der in linken Studentenorganisationen engagiert gewesen war und sich in der McCarthy-Ära geweigert hatte, andere als Kommunisten zu denunzieren. Jordans Haltung werden viele zutiefst ablehnen, andere vielleicht die von Bohm; das ändert jedoch nichts an der Relevanz ihrer Forschungen zur Quantenmechanik.

Geigenspieler und Wechselfälscher

Das zuvor Gesagte gilt analog ebenso für die ästhetische Qualität eines Werkes. Oscar Wilde hat einmal geschrieben: „Ob jemand Wechsel fälscht, sagt nichts über sein Geigenspiel." Ohne diese Trennung von Person und Werk sähe es düster aus in der Kulturgeschichte (wie in der Geschichte überhaupt).

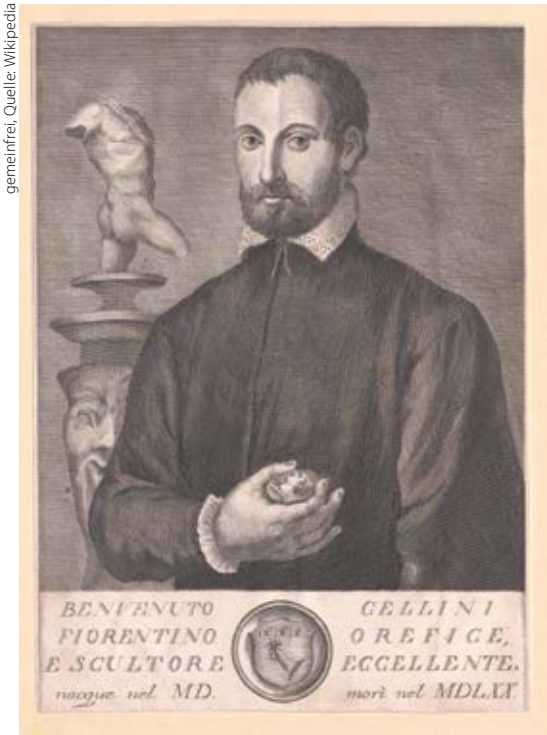
So war der Dichter **François Villon** ein notorischer Verbrecher, Räuber und Mörder, der 1463 gerade noch dem Galgen entkam. Der Künstler **Benvenuto Cellini** beging zahlreiche Gewalttaten, bis hin zu einem Mord 1523. Auch der Maler Caravaggio war ein jähzorniger Zeitgenosse und tötete 1606 einen Wettpartner. Karl May saß als Dieb und Hochstapler jahrelang im Gefängnis. Und so weiter. Was sexuelle Übergriffe betrifft, dürfte die Liste sehr lang werden – derlei war in früheren Zeiten kaum berichtenswert.

Jüngst zeigte das Deutsche Historische Museum in Berlin die Ausstellung „Die Liste der ‚Gottbegnadeten'"; der Begriff bezieht sich auf eine Zusammenstellung von Künstlern aller Sparten, die Hitler und Goebbels in Auftrag gegeben hatten. Schwerpunkt von Ausstellung und Katalog ist die Tätigkeit der vorgestellten Maler und Bildhauer nach dem Krieg in Deutschland. Das Ergebnis lässt sich in einem Satz zusammenfassen: Es gab keinen tiefgreifenden Einbruch und Karriereknick; nach kurzer Schamfrist arbeiteten alle ungestört weiter, erhielten lukrative Aufträge für Kunst im öffentlichen Raum, von staatlicher Seite, Wirtschaftsunternehmen, Kirchen oder von Sammlern, sie wurden in Ausstellungen gewürdigt. Einer durfte gar das Ehrenmal für die Opfer des 20. Juli 1944 gestalten. Eine nennenswerte Thematisierung ihrer Vergangenheit und Kritik gab es kaum.

Wie konnte das geschehen? Die möglichen Antworten sind banal: Wie in allen anderen Bereichen waren diese Menschen nach 1945 dieselben geblieben, sie hatten sich mit dem NS-Regime irgendwie arrangiert gehabt, begeistert oder widerwillig – und wenn sie das nicht getan hätten, wären sie vielleicht emigriert oder ermordet worden. In allen Bereichen – Politik, Wirtschaft, Verwaltung, Wissenschaft oder Kunst – konnte also nur mit denen weitergemacht werden, die noch da und zudem kompetent waren. Nur wenige blieben im Netz der Entnazifizierungsverfahren hängen, die meisten durften nach kurzer Zeit einfach weiterarbeiten.

Zudem hatte die sogenannte moderne, nicht-figurative Kunst durchaus nicht nur Freunde, sondern auch Gegner; jedenfalls gab es viele, die sich davon nicht angesprochen fühlten (ohne dass sie deswegen gleich Nazis sein mussten). Wer also Werke in Auftrag geben oder erwerben wollte und eine Präferenz für figurative, nicht-abstrakte Kunst hatte, konnte am einfachsten auf die Künstler zurückgreifen, die nun einmal da waren. Die waren 1933 ja nicht als Nazi-Maler aus dem Ei gekrochen, sondern hatten überwiegend schon zuvor in ähnlicher stilistischer Ausrichtung gearbeitet und knüpften nun daran an.

Interessanter wäre die Frage, ob die Künstler der Liste der „Gottbegnadeten" in der jungen Bundesrepublik – weitgehend unabhängig von der ästhetischen Qualität ihrer Werke – ihre öffentlichen Aufträge ►



gemeinfrei, Quelle: Wikipedia

Benvenuto Cellini

erhielten, *obwohl* sie während der NS-Zeit erfolgreich gewesen waren … oder vielleicht *gerade deswegen*. (Die dritte Variante: Es interessierte kaum jemanden, weil alle irgendwie Dreck am Stecken hatten.)

Wer einen Auftrag vergibt, fördert den Beauftragten. Unmittelbar durch die Zahlung des Honorars, mittelbar durch die so verschaffte Reputation. Ist die fragliche Person stark belastet, müssen Auftraggeber entscheiden, ob ihnen der erwartete ästhetische Gewinn wichtiger ist als die damit einhergehende Förderung der Person. Angesichts der personellen Kontinuität auch der Entscheidungsträger darf vermutet werden, dass die Förderungen oft nicht zufällig vorgenommen wurden.

Während die *damnatio memoriae* bei Personen der Vergangenheit in der Regel politisches Handeln (oder Nichthandeln) sanktionieren wollte, ist die Bandbreite des abgestraften Fehlverhaltens in der Gegenwart größer. Aber auch hier kann es natürlich um Politik gehen. Ein prototypisches Beispiel ist der Fall Günter Grass; der Schriftsteller hatte 2006 erklärt, mit 17 zur Waffen-SS eingezogen worden zu sein. Während Charlotte Knobloch vom Zentralrat der Juden in Deutschland unterstellte, diese Mitteilung sei „eine PR-Maßnahme zur Vermarktung" seines neuen Buches „Vom Häuten der Zwiebel" (als sei SS-Mitgliedschaft eine Empfehlung für Buchkäufe), stellten andere gleich die literarische Qualität des Gesamtwerks des Nobelpreisträgers in Frage. Da möchte man gern wissen, ob die Kritiker sich noch heute mit ihren politischen Meinungen als 17-Jährige identifizieren – von der Freiwilligkeit der Teilnahme 1944 ganz abgesehen.

gemeinfrei, Quelle: Wikipedia

Darstellung der Erklärung der Menschen- und Bürgerrechte von 1789 nach der französischen Revolution

Wie bei Wildes Zitat des geigenspielenden Wechselfälschers stellt sich auch hier wieder die Frage nach dem Verhältnis von Werk und Produzent. Zudem hat sich Grass während des weit überwiegenden Teils seines Lebens als Intellektueller ausdrücklich links positioniert. Etwa im Unterschied zu Ernst Jünger, der sich stets rechts verortete – und dennoch als herausragender Stilist gilt. Selbstverständlich darf man die ästhetische und inhaltliche Qualität jedes Werkes in Frage stellen. Aber verliert es diese durch neues Wissen über den Autor? Wie bereits erwähnt: Wäre das der Fall, könnte das Urteil über ein Werk immer nur vorläufig sein, weil irgendwann Tatsachen, die die dahinterstehende Person betreffen, ans Licht kommen könnten. Zu unterscheiden ist hier auch die Sicht von Rezipienten und Fachwissenschaft: Das ästhetische Erleben oder „interesselose Wohlgefallen" (Kant) an einem Kunstwerk ist etwas anderes als seine wissenschaftliche Interpretation und Analyse.

In der Literaturwissenschaft wurde diese Trennung vor allem vom *New Criticism* (in den USA) oder der *werkimmanenten Literaturinterpretation* (in Deutschland) vertreten; der *New Historicism* dagegen betont die Rolle des Entstehungszusammenhangs eines Werkes. In diesem Kontext ist besonders auf Roland Barthes' Theorie vom „Tod des Autors" zu verweisen oder auf Umberto Ecos Konzept des „offenen Kunstwerks".

In der Gegenwart konzentriert sich *Cancel Cultur*e auf Menschen – meist alte weiße Männer –, denen sexuelles Fehlverhalten vorgeworfen wird (nun gut, der Sänger und Musikproduzent R. Kelly oder der Schauspieler Bill Cosby, denen Missbrauch vorgeworfen wird, sind schwarz); bemerkenswerterweise im Kontext von #MeToo überwiegend im Show Business: Kevin Spacey, James Franco, Woody Allen, Michael Jackson, Roman Polanski … John Travolta dagegen steht wegen Scientology in der Kritik, Clint Eastwood hat anfangs Trump unterstützt. Doch niemand stellt in Frage, dass es sich bei ihnen um hervorragende Schauspieler handelt.

Besonderes Aufsehen wegen der Vielzahl der Fälle erregte die Anklage gegen Harvey Weinstein, der zu 23 Jahren Haft verurteilt wurde. Eindeutig als strafbar nachgewiesenes Verhalten ist eine Sache – mitunter geht es jedoch nur um Verdachtsmomente, um das öffentlichkeitswirksame Waschen schmutziger Wäsche nach gescheiterten Beziehungen. Im Fall Weinstein ist die Sachlage klar. Aber bedeutet das, dass nun von ihm produzierte Filme ebenfalls einem Verdikt unterliegen, etwa „Pulp Fiction", „Good Will Hunting", „Der Zauber von Malèna", „Der Herr der Ringe", „Kill Bill", „Django Unchained", „Mandela", „The Hateful Eight" und viele andere? Darf man die nicht mehr ansehen?

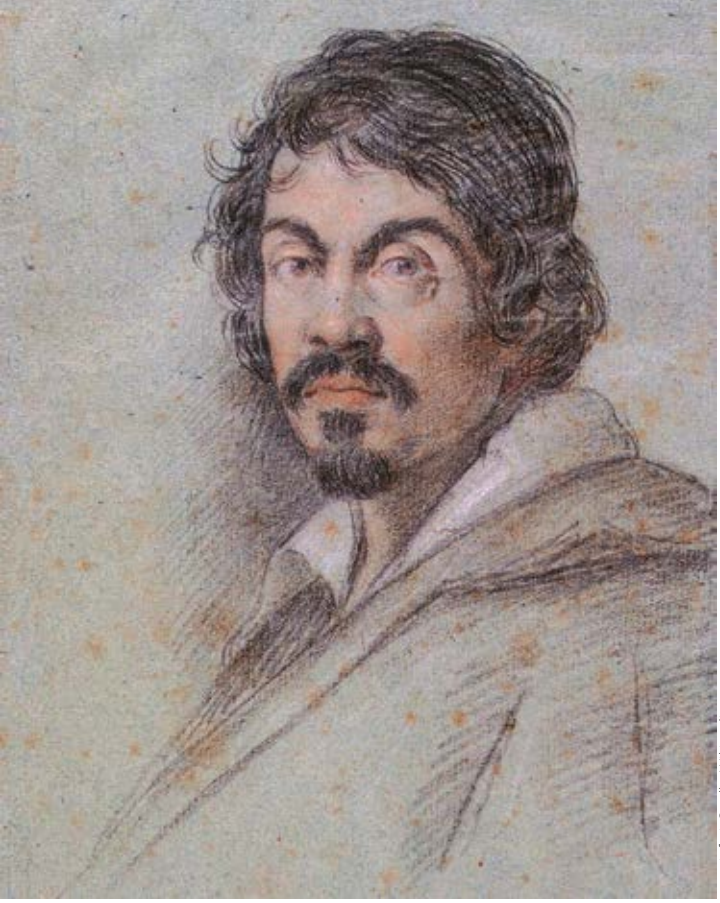
Nehmen wir für einen Augenblick an, das sei angemessen: Keine von Weinstein produzierten Filme mehr, keine, in denen Spacey auftritt (Netflix brach die Serie „House of Cards" mit ihm als Hauptdarsteller mittendrin ab). Der Produzent, der Schauspieler. Und wenn nun der Kameramann ein Vergewaltiger wäre, der Beleuchter ein untergetauchter Kriegsverbrecher, der Fahrer … Wo liegt die Beteiligungsgrenze des Zumutbaren?

Ein Plädoyer für Trennung und historische Perspektive

Eine klare Unterscheidung zwischen Person und Werk erleichtert den Umgang mit diesen Problemen, ohne Verantwortlichkeit zu leugnen. Kommen wir noch einmal auf die „Liste der ‚Gottbegnadeten'" zurück, auf jene Künstler, die während des „Dritten Reichs" die bildende Kunst in Deutschland prägten und auch in der jungen Bundesrepublik fast ungebrochen erfolgreich waren. Sieht man Stil, Inhalt oder Maltechnik negativ, ergibt sich ohnehin kein Konflikt.

Hätte man hingegen etwa die Kompetenz von Arno Breker als Porträtist geschätzt (noch 1983 erhielt er den Auftrag für eine Ludwig-Erhard-Büste), hätte man eine Entscheidung treffen müssen: Ist es wichtiger, einen Auftrag zu vergeben, bei dem mit einem bestimmten erwartbaren Ergebnis zu rechnen ist, das den eigenen ästhetischen Präferenzen entspricht – oder steht die Missbilligung seiner Arbeit und Anbiederung im „Dritten Reich" im Vordergrund, mit dem Ergebnis, dass man ihn als Person nicht durch Honorar und Reputation fördern will? Lese ich einen Roman nicht, um das Honorar eines anrüchigen Verfassers zu schmälern, und verzichte bewusst auf ein wahrscheinliches Lesevergnügen? Und wenn er tot ist? Verzichte ich auf Kurzgeschichten von Borges, nachdem ich seine politische Einstellung kenne?

Schwärmt man fasziniert über Licht und Komposition eines **Caravaggio-Gemäldes**,



gemeinfrei, Quelle: Wikipedia

Porträt Caravaggios von Ottavio Leoni, um 1614, Bibliotheca Marucelliana, Florenz

ehrt man damit nicht den Mörder, begeistert man sich für die Schauspielkunst Kevin Spaceys in „Die üblichen Verdächtigen", nicht den sexuell Übergriffigen. Die Vermengung der beiden Aspekte ist wie bei politisch korrekter Gender-Sprache die Folge unzulässiger Reduzierung eines Menschen auf ein einziges relevantes Merkmal. Ist das beim Gendern das Geschlecht (als gäbe es nicht weit wichtigere identitätsstiftende Zugehörigkeiten), so ist das bei Personen, die sich nachweislich in der einen oder anderen Weise schuldig gemacht haben, dieses spezifische Versagen. Schlimmer noch: Selbst echte Einsicht, Selbstkritik und Reue gelten nicht als akzeptable Rehabilitierung, noch so viele gute Taten können ein paar schlechte nie aufwiegen. Aus dem Reich des Bösen dürfen Rückfahrkarten nicht angeboten werden.

Das ist nun allerdings nicht alles, was gegen *Cancel Culture* spricht. Hinzu kommt ihre Verabsolutierung der eigenen Werte. Selbst wenn man alle kennen und teilen würde, bleibt das Problem der Perspektivität ethischer Normen. Man kann mit **Papst Benedikt XVI**. der Ansicht sein, es gäbe überzeitliche Werte und jeder Bezug auf deren soziale, politische oder ökonomische Abhängigkeit sei verdammungswürdiger Relativismus. Erkennt man diese Perspektivität jedoch an, wird es schwieriger: Wir verurteilen ein Verhalten in der Vergangenheit, weil es unseren heutigen ethischen Maßstäben nicht genügt, etwa dem Postulat der allgemeinen Menschenrechte. Eine andere Basis haben wir ja nicht. (Könnte man meinen, müsste dann aber erklären, welche Gründe es für die andauernden Menschenrechtsverletzungen gibt.)

Doch nehmen wir einmal an, die globale Gesellschaft entwickle sich, aus welchen unabsehbaren Gründen auch immer, in eine Richtung, welche gewisse ethische Maximen verdammt, auf deren derzeit Werturteile gründen. Welche Folgen hätte das? Würden wir unsere heutigen Werte in Frage stellen, weil Zukünftige sie nicht teilen? Wohl kaum. Was bleibt dann aber als Grundlage eigener Kritik an Handlungen in der Vergangenheit? (Es sei an jene Wissenschaftler des 19. Jahrhunderts erinnert, die verkündeten, nun seien alle Probleme der Physik endgültig gelöst.)

Ein weiterer kritischer Aspekt ist der des unwiederbringlichen Verlusts. Wir haben Verständnis für den Zorn der Unterdrückten, die bei Aufständen und Revolutionen die Symbole der überwundenen Macht zerschmetterten oder in Flammen aufgehen ließen. So können wir vielleicht nachempfinden, warum bei Savonarolas *Fegefeuer der Eitelkeiten* 1497 in Florenz die Luxusgüter und Kunstwerke der Reichen auf dem Scheiterhaufen landeten, warum die frühen Protestanten die Ausschmückungen der Kirchen zertrümmerten, die an päpstliche Macht erinnerten, warum bei der **Französischen Revolution** und anderen ungezählte Kulturgüter zerstört wurden. Aber bei allem revolutionären Elan wird sich heute niemand darüber freuen, dass all diese Werke verloren sind.

Als die zuständige Kuratorin der *Manchester Art Gallery* 2018 das Gemälde „Hylas und die Nymphen" von John William Waterhouse abhängen ließ, weil darauf ein paar Brüstchen zu sehen sind, war dieses Werk zwar nicht für die Ewigkeit unzugänglich. Aber indem man Prüderie nun als Beitrag zur Sexismus-Debatte verkauft, macht das die Sache nicht besser. Die Aktion erinnerte eher an verschämte Feigenblätter oder die geheimen Schubladen voller Marmor-Penisse im Vatikan, im Laufe der Jahrhunderte von antiken Statuen abgeschlagen, als an emanzipatorische Aktionen der Frauenbewegung im letzten Jahrhundert. Die von ihren steinernen Körpern getrennten Glieder wurden sorgsam verwahrt – nicht immer kann sich die Geistlichkeit mit den echten trösten.

Zum Abschluss dürfen Sie Ihre eigene Präferenz wählen. Nehmen wir an, eine führende Vertreterin der *Cancel-Culture*-Bewegung, eine Theoretikerin und Literatin, würde offenbaren, mit 17 Jahren Mitglied des Ku-Klux-Klans gewesen zu sei. Auf diese neue Information lässt sich auf verschiedene Weise reagieren. Nach den Regeln der Kombinatorik gibt es bei zwei Elementen – Person und Werk – vier Alternativen:

1. Was sie geschrieben oder geschaffen hat, ist zwar weiterhin richtig und von Wert – aber als Person lehnen wir sie nun ab.

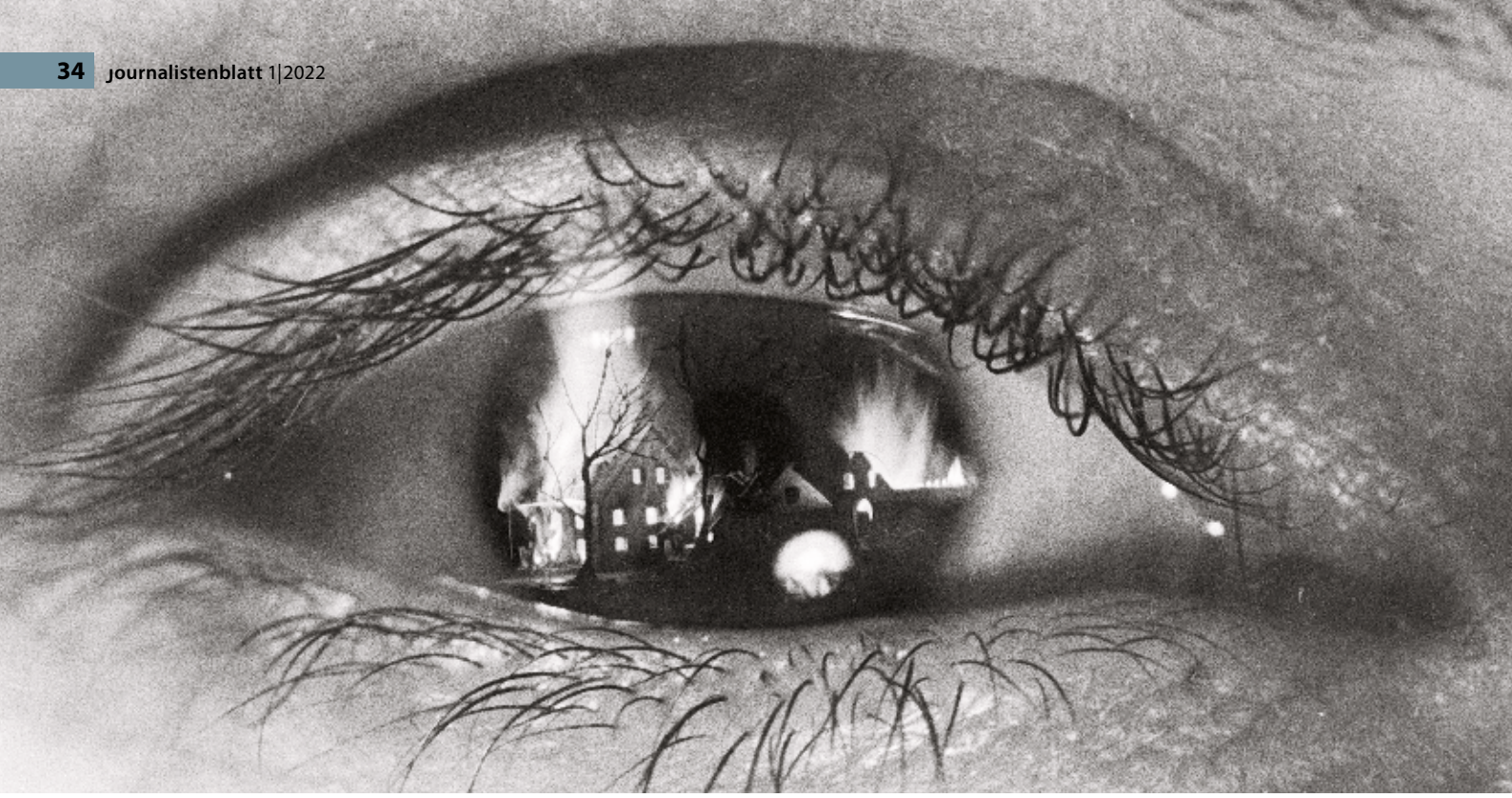
2. Wir lehnen sie nicht nur als Person ab, sondern alles, was sie jemals geschrieben und geschaffen ist, muss nun in neuem Licht betrachtet und verworfen werden.

3. Wir bedauern diese Phase ihrer Biographie, finden es aber gut, dass sie erkannt hat, wie schlecht ihr damals gewählter Weg war. Die neue Information unterschlagen wir nicht, aber betrachten das als einen überwundenen Zustand ihres Lebens, den sie nun offensichtlich bedauert (und nachvollziehbar erklärt hat, wie sie da in ihrer Jugend hineingeraten ist). Ihr Werk allerdings ist nun für uns indiskutabel geworden

4. Wir bedauern diese Phase ihres Lebens und begrüßen, dass sie erkannt hat, wie schlecht ihr damals eingeschlagener Weg war. Wir ignorieren die Enthüllungen nicht, sie sind nun Teil ihrer Biographie. Aber auch eine veränderte Sicht auf ihre Person ändert nichts daran, dass ihr Werk nach wie vor gut und richtig ist.

Wie also wollen wir mit Aussagen und Werken umgehen, denen wir zuvor zugestimmt und sie geschätzt haben, wenn neue Informationen kritikwürdiges Handeln der dahinterstehenden Person offenbaren?

Doc Baumann *ist den Lesern des* **journalistenblatt** *vor allem durch seine Photoshop-Tutorials bekannt. Der Kunstwissenschaftler befasst sich aber auch seit über 30 Jahren mit Verschwörungstheorien.*



Eine Magd aus Rotenburg hatte Jahre vor einem Brand genau jene Gebäude benannt, die 1933 ein Raub der Flammen wurden (Montage um 1950)

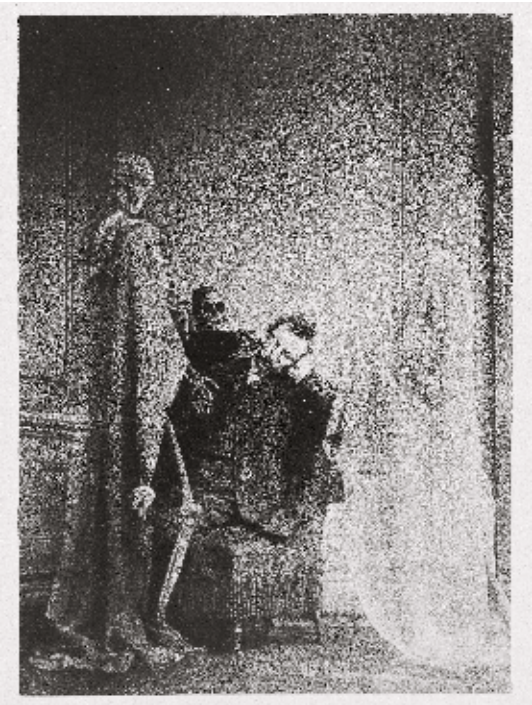
Die Spuk-Montagen von Leif Geiges

von Doc Baumann

Der Fotograf Leif Geiges arbeitete Mitte des 20. Jahrhunderts für das Freiburger „Institut für Grenzgebiete der Psychologie und Psychohygiene" von Hans Bender, das sich die Erforschung parapsychologischer Phänomene zur Aufgabe gemacht hatte. Seine dabei entstandenen Fotomontagen waren jedoch keine Fälschungen, sondern sollten nachträglich die Berichte von Spuk-Zeugen visualisieren.

Fotos angeblich übersinnlicher Erscheinungen gibt es schon lange. Selbst der Erfinder des skeptischen Detektivs Sherlock Holmes, Arthur Conan Doyle, fiel 1917 auf eine Serie angeblicher Elfen-Fotos (die sogenannten Cottingley Fairies) herein und vertrat vehement ihre Echtheit. Dass die Figuren lediglich – wenn auch liebevoll – aus Papier ausgeschnitten waren, erkennt heute jedes Kind. (www.docma.info/22192)

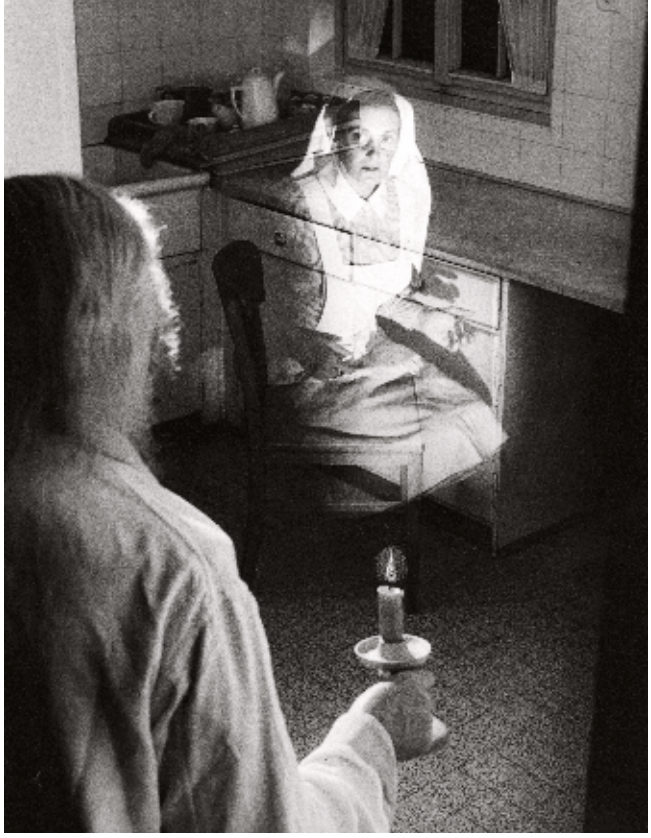
Solche Darstellungen reichen von frühen Geisterfotos, wie dem Skelett und Gespenst hier rechts im Bild, über schwebende Tische und aus Mündern wallendem Ektoplasma (www.docma.info/22193) bis hin zu den „Gedankenfotografien" von Ted Serios Mitte der Sechzigerjahre. Man darf getrost davon ausgehen, dass alle Fälschungen sind.



alle Fotos: Leif Geiges

Für echt ausgegeben: „Eine Geistersoiree", Lichtdruck des Herrn F. A. Dahlström, Leipzig 1886, Abzug auf Silbergelatinepapier

Visualisierung einer Wanzen-Halluzination im Meskalin-Rausch; aus der Fotoreportage „Ein Millionstel Gramm genügt", um 1950



Mutter und Tochter hatten die Vision einer Krankenschwester in ihrer Küche – gedeutet als stumme Botin eines sterbenden Soldaten

Zum Buch: *SPUK! Die Fotografien von Leif Geiges. Herausgegeben von Andreas Fischer und Dieter Vaitl für das Institut für Grenzgebiete der Psychologie und Psychohygiene e. V. und das Städtische Museum in Freiburg. Michael Imhof Verlag, 2021, 256 Seiten, Großformat, Broschur, € 29,95*

Vom Ergebnis her unterscheiden sie sich nur geringfügig von den Bildern, die Leif Geiges für das Institut des Parapsychologie-Professors Hans Bender produziert hat. Und dennoch ist der Ansatz ein ganz anderer. Denn – erwartungsgemäß – kam es bei dessen Untersuchungen an den Orten vorgeblicher Spukerscheinungen nie zu fotografisch dokumentierbaren Ereignissen. Er musste sich also auf die Berichte der „Augenzeugen" verlassen. Und die wurden nun für Publikationen – auch die populäre Presse war ein dankbarer Abnehmer – nicht nur im Wort, sondern auch im Bild aufbereitet.

Es ging bei Geiges also nicht um Betrug, sondern um Visualisierung

Geiges arbeitete dabei mit Doppelbelichtungen, lieferte aber auch technisch überzeugende Montagen wie etwa die mit der Riesenwanze auf dem Bett (oben). Es ging also nicht um Betrug, sondern (im Zusammenhang mit etwa 20 Vorkommnissen) um Visualisierungen – ob von Phantasien, Lügen oder Erlebtem, sei dahingestellt. Also eine Art von „Reenactment". Die nachgestellten Szenen wirken recht aufgeräumt; eher „Unappetitliches" aus den Berichten kommt bei Geiges nicht vor.

Das Buch dokumentiert seine Arbeiten für das Institut, ergänzt um Fotos des Forschungsbetriebs dort, Reprints damals erschienener Reportagen, eine Übersicht historischer „Okkultbilder" und lesenswerte Textpassagen. Damit würdigt es einen frühen Montage-Praktiker.

Selbstporträt 1952

Leif Geiges *(1915 – 1991) lebte und arbeitete als Fotograf für Presse, Buchpublikationen und Werbung in Freiburg. Er erhielt Auszeichnungen unter anderem von Leica und Kodak. Zwischen 1949 und 1971 war er auch für Hans Benders parapsychologisches Institut tätig – teils mit Dokumentationen der dort vorgenommenen Experimente zur außersinnlichen Wahrnehmung, teils mit Montagen wie den hier gezeigten.*

Alles wird teurer Sie auch?

Preisfindung für Medienschaffende – Teil 1: Das Zieleinkommen errechnen

Von Walther Bruckschen

Steigende Energie- und Spritkosten führen mittlerweile zu einer deutlich höheren Inflationsrate in Deutschland. Auch für Medienschaffende macht sich dies direkt und indirekt bemerkbar. Im 1. Teil unserer Mini-Serie werfen wir einen Blick auf das Zieleinkommen: Was soll/muss am Ende des Monats auf dem Konto sein, damit wir unsere privaten und betrieblichen Kosten decken können?

Wer Anfang dieses Jahres sein (Firmen)-Fahrzeug an die Zapfsäule fuhr, musste deutlich tiefer in die Tasche greifen als noch Ende des Vorjahres: Gleich in der ersten Januarwoche stiegen die Spritpreise um etwa 3,5 Cent pro Liter – pro Tankfüllung waren das locker 1,50 bis 2,00 Euro mehr!

Bemerkbar machen wird sich die Preissteigerung am Energiemarkt auch bei der Nebenkostenabrechnung von Privatwohnung und Büro – je nachdem, welcher Art die Heizung ist, können da locker auch bis zu 50 Euro pro Jahr dazukommen (die weiteren politischen Entwicklungen bleiben hier noch außen vor). Besonders deutlich wird die Preissteigerung im Strombereich: Experten rechnen mit einer Preissteigerung von mehreren hundert Euro pro Jahr für einen Vier-Personen-Haushalt. Die Plattformen Check24 und Verivox beziffern die Preissteigerungen für 2022 auf mehr als 20 Prozent. Jeder – egal ob er im Homeoffice, im Co-Working-Büro oder im eigenen Office arbeitet, kann seine Mehrkosten also über den Daumen kalkulieren.

Und schließlich werden die Preise auf alle Lebenshaltungskosten durchschlagen. Im Bereich der Investitionsgüter für Medienschaffende (Computer, Tablet, Smartphone oder Kamera) führen die derzeit gestörten Lieferketten zu weiteren Preissteigerungen. Unterm Strich bedeutet das für uns alle: (fast) alles wird teurer, uns bleibt weniger Netto vom Brutto.

Bei steigenden Preisen: Kosten sparen?

In den letzten zwei (Corona)-Jahren konnten wir durchaus auch Kosten sparen: So waren viele Geschäftsreisen auf der einen Seite nicht möglich, auf der anderen Seite konnten diese auch bewusst durch Online-Formate ersetzt werden. Hier muss man jedoch die Kosten ehrlich miteinander vergleichen: Das Equipment für Zoom-Besprechungen – wenn sie denn möglichst professionell sein sollen – ist nicht kostenlos. Heiz- und Stromkosten im eigenen Heim oder Büro gingen in Lockdown-Zeiten auch nach oben.

Was aber für viele Medienschaffende von viel größerer Bedeutung war und ist: Aufträge sind in vielen Fällen weggebrochen, die Umsätze gingen (selbst bei stabilen Preisen) zum Teil deutlich zurück.

Mehr Aufträge generieren – und das zu höheren Preisen

Zunächst galt und gilt es also, die Auftragslage zu verbessern, mehr Aufträge zu erhalten, um wieder auf den Stand vor der Krise zu kommen. Gleichzeitig müssen die steigenden Preise ausgeglichen werden. Schließlich ist der Euro, den wir im letzten Jahr verdient haben, in diesem Jahr nur noch 95 Cent wert.

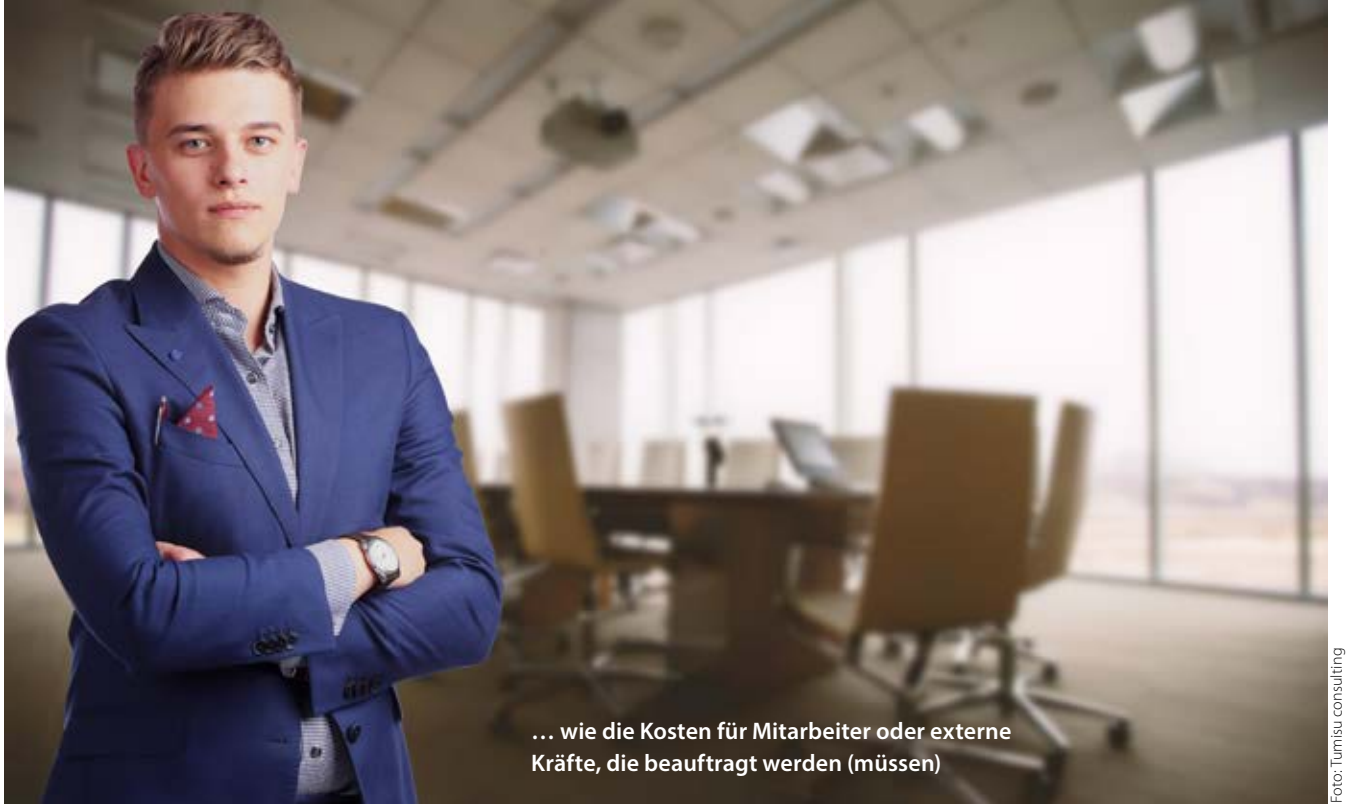
Die eigenen Kosten kennen

Um das eigene Honorar kalkulieren zu können, ist es unerlässlich, dass ich weiß, was ich am Ende des Monats verdienen muss, um alle meine Rechnungen bezahlen zu können – einschließlich meiner (privaten) Miete, meiner (Kranken)-Versicherungen sowie meiner sonstigen Lebenshaltungskosten. Das ist rein rechnerisch die Untergrenze meines monatlichen Einkommens, wenn ich nicht von der Substanz leben will (oder kann).

Wenn ich dann die Stunden zusammenzähle, die ich pro Monat arbeiten und die ich – zumindest virtuell – in Rechnung stellen kann und mein Mindesteinkommen durch die Anzahl der Stunden teile, komme ich auf meinen persönlichen „Mindestlohn". Aber Vorsicht: Niemand kann dauerhaft 12 Stunden täglich und das jeden Tag arbeiten! Rechnen Sie vernünftigerweise mit der

Foto: pexels photography

Die Kosten für Ausrüstung und Räume, zum Beispiel für ein Fotostudio, gehören ebenso zur Kalkulationsgrundlage …



… wie die Kosten für Mitarbeiter oder externe Kräfte, die beauftragt werden (müssen)

Foto: Tumisu consulting

Arbeitszeit eines Angestellten: 40 Stunden pro Woche bei 30 Tagen Urlaub im Jahr. Als Selbstständiger müssen Sie auch Krankheiten mit einkalkulieren, weil Sie an diesen Tagen nichts verdienen, die Kosten aber weiterlaufen. Sie werden dann auf etwa 220 Tage kommen, an denen Sie jeweils acht Stunden „arbeiten" können: 1 760 Stunden im Jahr oder 147 Stunden durchschnittlich im Monat.

Ledig, jung, Journalistin

Um das zu verdeutlichen, hier ein vereinfachtes Beispiel: Eine freie Journalistin, Single, 34 Jahre alt, wohnt in einer Mietwohnung, für die sie monatlich eine Warmmiete von 1.200 Euro bezahlt. Für Ernährung und sonstige Lebenshaltung gibt sie monatlich etwa 500 Euro aus. Sie ist als hauptberuflich tätige Journalistin Mitglied der KSK und zahlt dort monatlich etwa 400 Euro für Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung. Die Unterhalts- (nicht Anschaffungs-!) Kosten für ihr Auto betragen monatlich 200 Euro (durchschnittlicher Spritverbrauch, Steuern und Versicherungen).

Somit kommt sie auf eine monatliche Belastung von 2.300 Euro – für ihre überwiegend privaten Kosten. Nicht eingerechnet sind hier die 200 Euro, die sie jeden Monat für ihren Urlaub beiseite legt. Um also diese 2.500 Euro pro Monat netto zu verdienen, muss sie brutto etwa 600 Euro mehr verdienen, weil diese in etwa die Höhe der derzeitigen Einkommensteuer entsprechen.

Hinzu kommen jetzt noch betriebliche Kosten, also Kosten, die entstehen, damit sie ihre journalistischen Dienstleistungen erbringen kann: Sie hat noch einen Büroraum in einer Bürogemeinschaft für 200 Euro pro Monat gemietet. Um mit ihren Kunden und Informanten zeitgemäß kommunizieren zu können, unterhält sie ein Smartphone und einen Laptop, die regelmäßig erneuert oder modernisiert werden müssen. Dafür legt sie über eine monatliche Abschreibung weitere 100 Euro zur Seite. Telekommunikation, Software und Beiträge für Netzwerke schlagen ebenfalls mit insgesamt 100 Euro im Monat zu Buche. Ein weiterer Puffer von 100 Euro für unvorhergesehene betriebliche Ausgaben kommt hinzu. Die rund 500 Euro betrieblichen Kosten kann sie zum größten Teil steuerlich geltend machen, was bedeutet, dass diese vom zu versteuernden Einkommen abgezogen werden.

Sie kann also mit etwa 3.600 Euro Umsatz (zzgl. Umsatzsteuer von 7 Prozent bei journalistischen Leistungen) kalkulieren. Wenn sie also rein hypothetisch jede der 147 Arbeitsstunden in Rechnung stellen könnte, würde jede Stunde etwa 24,50 Euro netto kosten. Doch nicht jede Arbeitsstunde kann 1:1 berechnet werden. Was ist mit Akquise, Werbung, Fortbildung, Verwaltungstätigkeiten, Networking …? Alles Zeit, für die niemand ihrer Kunden bereit ist, ihr ein Honorar zu zahlen!

Niemand zahlt für Ihre Werbung!

Wir können grob davon ausgehen, dass bis zu 50 Prozent der Arbeitszeit nicht fakturierbar ist. Und schon sind wir bei einem zu kalkulierenden Stundenhonorar von 50 Euro.

Natürlich kann man einwenden, dass freie Journalisten mehr als 40 Stunden pro Woche arbeiten und ohne Zweifel auch mal den Samstag oder Sonntag „durcharbeiten". Doch mit dieser sogenannten Vollkostenkalkulation im Hinterkopf ist man sich des eigenen Wertes zumindest bewusst und weiß, was am Ende des Monats auf dem Konto sein muss, um keine Abstriche machen zu müssen. Ob man dann vom Kunden auch das bekommt, was man wert ist, steht auf einem anderen Blatt. Wie wir unsere Preise festlegen und mit welcher Strategie wir diese dann auch bei unseren Kunden durchsetzen, sehen wir uns im 2. Teil dieser Mini-Serie an.

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 Gründungsberatung des Journalistenzentrum Deutschland.*

Steuerliche Änderungen 2022

Was Sie beachten müssen

Von Gabriele Krink

Neues Jahr, neues Steuerrecht. Wie immer bringt auch das neue Jahr 2022 Änderungen im Steuerrecht mit sich. Hier ein Überblick über die für freiberufliche und angestellte Journalisten wichtigen Änderungen:

Erhöhung des Grundfreibetrages
Der Grundfreibetrag, also das Einkommen, auf welches keine Einkommensteuer erhoben wird, wurde von 9.744 auf 9.984 Euro erhöht. Den Steuerzahlern steht also etwas mehr Geld steuerfrei zur Verfügung. Hiermit sollen die gestiegenen Lebenshaltungskosten aufgefangen werden. Außerdem wurde zur Abmilderung der sogenannten kalten Progression der Einkommensteuertarif verändert.

Verlängerung der Coronahilfen

Durch die Coronahilfe IV gibt es eine Förderung bis mindestens März 2022. Auch freiberufliche Journalisten, die als sogenannte Soloselbständige tätig sind, erhalten erneut eine Unterstützung.

Steuerfreie Corona Prämie

Die Prämie von bis zu 1.500 Euro muss spätestens bis zum 31.3.2022 ausgezahlt werden.

Achtung: Die Prämie, die zwischen März 2020 und dem 31.3.2022 ausgezahlt werden muss, darf insgesamt nur 1.500 Euro betragen. Nicht jedes Jahr 1.500 Euro!

Bewirtungsbelege

Wichtig für Journalisten, die Interviewpartner zum Essen einladen oder andere Geschäftsfreunde bewirten, ist die Änderung bei den Bewirtungsbelegen.

Für den Betriebsausgabenabzug werden nun nur noch maschinell erstellte, elektronisch aufgezeichnete und mithilfe einer zertifizierten technischen Sicherheitseinrichtung abgesicherte Rechnungen anerkannt. Achten Sie unbedingt auf den Hinweis TSE auf dem Beleg. Rechnungen in anderer Form, z. B. handschriftlich erstellte, erfüllen die Nachweisvoraussetzungen nicht. Sie sind vollständig vom Betriebsausgabenabzug ausgeschlossen.

Erhöhung der steuerfreien Zuwendungen bei Sachbezügen

Für angestellte Journalisten wurde die Freigrenze für steuerfreie Sachbezüge von 44 Euro auf 50 Euro angehoben. Dies gilt auch für Gutscheine und Geldkarten. Aber **Achtung:** Ab 2022 müssen hier zwingend die Kriterien des Zahlungsdiensteaufsichtsgesetzes erfüllt werden.

Homeoffice-Pauschale

Die Homeoffice-Pauschale war ursprünglich bis zum 1. Januar 2022 befristet. Laut Koalitionsvertrag ist nun eine Verlängerung bis zum 31.12.2022 geplant.

Liegt kein häusliches Arbeitszimmer vor, kann jeder Journalist pro Arbeitstag, an dem er seine Tätigkeit ausschließlich in der häuslichen Wohnung ausübt, 5 Euro als Werbungskosten bzw. Betriebsausgaben abziehen, höchstens 600 Euro im Jahr. Leider wird die Homeoffice-Pauschale in die Werbungskostenpauschale eingerechnet und nicht zusätzlich gewährt.

Achtung: Nicht von der Homeoffice-Pauschale abgegolten sind Aufwendungen für Arbeitsmittel. Diese können zusätzlich geltend gemacht werden.

Minijob

Journalisten, die Minijobber beschäftigen, müssen unbedingt Folgendes beachten: Zukünftig müssen Arbeitgeber der Minijobzentrale weitergehende Angaben machen.

Die Meldungen zur Sozialversicherung beinhalten zukünftig die Steuernummer des Arbeitgebers, die Identifikationsnummer des Beschäftigten und die Kennzeichen der Art der Besteuerung. Dies galt zwar schon ab 01.01.2021, wird aber erst zum 01.01.2022 umgesetzt.

Mindestlohn steigt

Ebenfalls zu beachten für Journalisten, die Mitarbeiter beschäftigen, ist der steigende Mindestlohn. Er steigt ab 01.01.2022 von 9,60 Euro auf 9,82 Euro pro Stunde. Zum 1. Juli 2022 soll er dann auf 10,45 Euro pro Stunde angehoben werden. Der neue Mindestlohn gilt auch für Minijobs.

Achtung: Der Verdienst darf monatlich 450 Euro trotzdem nicht überschreiten. Unter Umständen muss die Arbeitszeit neu kalkuliert werden. Ansonsten wird das Arbeitsverhältnis sozialversicherungspflichtig.

Verlängerung der Innovationsprämie für E-Autos

Vielleicht spielen Sie mit dem Gedanken, sich ein E-Auto anzuschaffen. Um die Elektromobilität weiter zu fördern, wurde die aktuelle Innovationsprämie um zunächst ein Jahr verlängert.

Käufer von rein elektrisch betriebenen Fahrzeugen erhalten im Jahr 2022 weiterhin bis zu 9.000 Euro Förderung. Plug-In-Hybride werden mit maximal 6.750 Euro gefördert.

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

Februar 2022

Die wichtigsten Stellenbörsen für Medienmacher jetzt auf Journalisten-im-Netz.de

Eine online-gestützte Stellenbörse ist heutzutage die erste und wichtigste Anlaufstelle für einen passenden Arbeitsplatz oder ein Jobangebot. Aufgrund der Vielzahl von Anbietern kann schnell der Überblick verloren gehen. Welche der zahlreichen Jobbörsen hat spezielle Angebote für Journalisten und Medienschaffende? Und welche bietet tatsächlich stets aktuelle Stellenangebote an? Welche Jobbörse passt zu der Stellensuche eines Korrespondenten? DPV und bdfj haben eine Übersicht geschaffen, welche meist mit nur einem Mausklick zur Job-Suche bzw. zu den Job-Angeboten für die Zielgruppe Journalisten führt. Dabei ist gekennzeichnet, ob die jeweiligen Jobbörsen auf die Medienbranche fokussiert sind. Ob beim Generalisten oder bei dem branchenspezifischen Online Portal: über das Angebot der Datenbank Journalisten-im-Netz.de sind Berufskolleginnen und -kollegen immer schnell am Ziel. Auch der angehende Jungjournalist ist hier richtig, wenn er sich über ein journalistisches Praktikum (im Ausland) informieren möchte. Und natürlich fehlen auch die besten Vermittlungsbörsen nicht, auf denen freie Journalisten ihre Artikel, Bilder oder gleich die komplette Betreuung redaktioneller Projekte anbieten können – alternativ zur Suche nach Aufträgen von Medienhäusern, Verlagen, Unternehmen und Verbänden.

Umfrage „State of the Media - Wissen, was Journalisten möchten“

DPV und bdfj ermöglichen ihren Mitgliedern dieses Jahr, sich an der Umfrage „State of the Media – Wissen, was Journalisten möchten“ zu beteiligen. Denn es ist wichtig, dass Entscheider und Öffentlichkeit über Sorgen und Nöte von Medienschaffenden informiert sind. Aus diesem Wissen können Entscheidungen und Beurteilungen abgeleitet werden. Die quälenden letzten Jahre mit Corona als Schwerpunkt hat die Arbeit vieler Journalisten verändert. Wie in vielen anderen Branchen ist auch die Medienarbeit mit großer Geschwindigkeit im digitalen Bereich gewachsen. Entsprechend geben einige Journalisten an, dass ihnen Außentermine fehlen und sich ihre Arbeit geändert hat, weil weniger persönliche Kontakte möglich sind. Die Themen werden nicht vor Ort recherchiert und es werden auch keine Bilder vor Ort gemacht. Nicht selten findet die komplette Recherche online statt. Unverändert hoch ist der wirtschaftliche Druck, der auf den Medienhäusern lastet. Dieser wirkt sich auch auf die Arbeit der Journalisten aus. Ihnen steht weniger Zeit für Recherchen zur Verfügung, dennoch sollen sie die Qualität ihrer Arbeit hochhalten. Beispielsweise berichteten im letzten Jahr 52,9 Prozent der teilnehmenden Journalisten, dass sie fünf oder mehr Themenbereiche abdecken müssen. Im Einzelfall wird es fast unmöglich, sich in jeden der Bereiche stetig auf dem Laufenden zu halten. Dazu müssen die Medienschaffenden wöchentlich viele Beiträge einreichen.

Januar 2022

Filmart Veranstaltung kurzfristig abgesagt

Die Filmart ist als Präsenzveranstaltung kurzfristig abgesagt worden. Als Grund dafür wurde die Ausbreitung der Omicron Variante von Covid-19 angeführt. Das Event gilt branchenintern mit dem produzierten Material von über 700 Produzenten als eines der wichtigsten Filmfestivals weltweit. Auf diesem Ereignis geben sich für gewöhnlich die Branchengrößen die Hand. Die geplante Teilnahme von DPV und bdfj an den Seminaren und vielen weiteren Veranstaltungen zum Thema Dokumentationen fiel entsprechend aus.

Film Gate Acting Workshop

Einprägsame Charaktere sind der Kern jeder erfolgreichen Film- oder Fernsehproduktion – dies gilt auch für viele Dokumentarfilme. Auf dem Workshop erlernen angehende Dokumentarfilm-Teilnehmer technische und praktische Bühnentechniken. Das Journalistenzentrum Deutschland interessiert sich besonders für die Vor- und Nachteile des Schauspielgeschäfts. Außerdem gewinnen DPV und bdfj Kenntnisse über die spezifischen Tipps aus diesem Bereich der Medienbranche. Zu den Themen gehören unter anderem: arbeiten an komplexeren Texten; Einbeziehen von erhöhter Sprache, um Umstände (wer/was/wann/warum/wo) als Grundlage einer Szene zu schaffen; arbeiten an Moment-zu-Moment- und Textanalysen; Lerntechniken, um die Hinweise des Materials und des Dramatikers zu identifizieren; Arbeit an Casting-Seiten für TV/Film sowie eine Frage-Antwort-Runde über die Branche und den Werdegang eines Schauspielers.

Dezember 2021

Die Berufsverbände unterstützen in Corona-Zeiten

Die Maßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie laufen, mit unterschiedlichen Ausprägungen und kurzfristigen Änderungen, weiter. Damit der freie Zugang zu Informationen gewährleistet ist, wird der Presse und dem Rundfunk in Deutschland durch Artikel 5 des Grundgesetzes eine besondere Stellung eingeräumt. In bestimmten Fällen können sich Medienschaffende auf ihre Berufsausübung berufen, wenn sie sich im entsprechenden Arbeitseinsatz befinden. Vor diesem Hintergrund informieren DPV und bdfj u.a. mit dem Presseratgeber Nr. 8524 „Ihre Rechte als Journalist – auch in Corona-Zeiten“ über die praxisgerechte Auslegung von Sonderrechten und -pflichten. Viele große Medienhäuser vergeben an ihre Mitarbeiter auch Bescheinigungen darüber, Teil der sogenannten „kritischen Infrastruktur“ zu sein. Diejenigen Kollegen, welche keinen solchen Arbeitgeber haben, können im Rahmen ihrer Mitgliedschaft bereits seit einiger Zeit auf Anfrage derartige Bestätigungen von DPV beziehungsweise bdfj erhalten. Dies dient dazu, dass die angeschlossenen Berichterstatter die nötige Unterstützung durch beispielsweise öffentliche Stellen erfahren. Das exklusive Dokument für Mitglieder ist zweisprachig in deutschem und englischem Vokabular verfasst. Dass die Corona-Hilfen und das deutsche Steuerrecht von Unübersichtlichkeit, Schwerfälligkeit, innerer Widersprüchlichkeit und mannigfaltigen Ungerechtigkeiten durchsetzt sind, ist kein Geheimnis. Wir bieten die Hilfe unserer Steuerberater an. Die Berufsgruppe der Journalisten in ihren verschiedenen Tätigkeitsbereichen trifft die Corona-Krise wirtschaftlich besonders hart. Wie bei allen anderen Menschen laufen Rechnungen und Verbindlichkeiten uneingeschränkt weiter, muss Miete, Strom, Lebensunterhalt und vieles mehr gezahlt werden, oftmals hängen auch ganze Familien an dem wegfallenden Einkommen. Das betrifft angestellte Kollegen ebenso wie freiberuflich oder selbständig tätige Journalisten. Wichtig ist es nun, bei DPV und bdfj schnell und einfach die richtigen Ansprechpartner, Tipps und Informationen zu finden. Das Geld vieler Journalisten reicht nicht für eine umfassende Krankenvorsorge aus. Wer deshalb an den Versicherungen sparen muss und dann wegen eines schweren Unfalls ausfällt, an Corona oder einer anderen langwierigen Krankheit erkrankt, ist schlecht dran. DPV und bdfj informieren, was man tun kann – und wer bei wochen- oder monatelanger Arbeitsunfähigkeit hilft. Hier haben die Berufsverbände mit dem Presseratgeber „Nothilfe für Journalisten“ (www.presseratgeber.de, Nr. 8521) die wohl umfangreichste Übersicht über branchenbezogene Nothilfen recherchiert. Um die schwerwiegenden Auswirkungen der aufgrund von Corona getroffenen Maßnahmen abzufedern, engagieren sich DPV und bdfj für Sie. Gemeinsam mit unseren Partnerverbänden lassen wir die Politik wissen, was Ihre Nöte sind. Seit Krisenbeginn fragen wir gemeinsam mit der wissenschaftlichen Forschung Ihre Sorgen und Bedürfnisse ab.

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