

NDR

# NORDSPITZE

DAS MAGAZIN DER NORDDEUTSCHEN LANDESVERBÄNDE



Twittermania

## Die Welt im 140-Zeichen-Takt

### BAUER-KONZERN

Umbau mit Pauken  
und Trompeten

### KLIMAHaus

Ein Blick hinter  
die Kulissen

### TARIFABSCHLUSS

Mehr Geld für die  
Freien beim NDR

# IMPRESSUM

Die DJV NORDSPITZE  
erscheint viermal im Jahr

## HERAUSGEBER

DJV-Landesverbände  
Bremen e.V., Regine Suling (Vor-  
sitzende), Hamburg e.V., Marina  
Friedt (Vorsitzende), Schleswig-  
Holstein e.V., Michael Frömter  
(Vorsitzende), V.i.S.d.P. sind die drei  
Landesvorsitzenden

## VERLAG

HEY + HOFFMANN Verlag  
GmbH & Co. KG  
Gertrudenkirchhof 10  
20095 Hamburg  
Tel. 040/3742360-0  
www.hey-hoffmann.de

## REDAKTION

DJV, Rödingsmarkt 52,  
20459 Hamburg  
Tel. 040/3697 100  
Leitung: Claudia Piuntek  
info@ideenwerker.com  
Bremen: Anne Koschade,  
anne\_koschade@web.de  
Schleswig-Holstein:  
Beatrix Richter, beatrix.richter@  
kommunikation-pr.de

## AUTOREN DER AUSGABE

Andreas Bittner  
Thomas von Bötticher  
Kajo Döhring  
Julia Doellken  
Stefan Endter  
Marina Friedt (mf)  
Michael Frömter  
Esther Geißlinger  
Renata Green (rg)  
Falk Hartig  
Anne Koschade (kde)  
Jens Maier  
Tanja Nissen  
Claudia Piuntek (cp)  
Beatrix Richter (br)  
Carsten Spöring  
Anne Stark  
Regine Suling (ine)  
Alexander Thomasow  
Florian Vollmers (fv)  
Dr. Anja Westheuser  
Susann Wilke  
Olga Wittern

## SCHLUSSREDAKTION

Jan Gaede, Anne Stark

## COVER

Foto: Kalle Kolodziej - Fotolia.com  
Montage: Rainer Mersmann

## ART DIRECTION

KRAVCOV HEY HOFFMANN

## ANZEIGEN

DJV Hamburg  
Telefon 040/3697 100

## DRUCK

Compact Media KG  
Ferdinandstraße 29-33  
20095 Hamburg

## BEZUG

Einzelheft 1,55 Euro.  
Für Mitglieder ist der Heftpreis im  
Mitgliedsbeitrag enthalten

ISSN 1863-6709

© DJV.  
Alle Rechte vorbehalten.



Foto: Björn Hake

### 14 Der Pressesprecher des Klimahauses Wolfgang Heumer

## ■ AKTUELLES

### 04 Meine Meinung

Bloggst Du noch oder  
lebst Du schon?

### 04 dpa-Sozialplan

Ergebnisse nach langem  
Verhandlungsmarathon

### 05 Zukunftssorgen

Einschneidende Maßnahmen  
bei Gruner + Jahr

### 06 Geheimtipp

Nordische Filmtage bieten  
jede Menge Interview-Stoff



Foto: Nordische Filmtage

### 06 „Tatort“-Star Axel Milberg im Interview

## ■ TITEL

### 08 Twitter

Erste Zwischerversuche im Netz, Knigge und  
Twittern als Unternehmenskommunikation

## ■ INTERN

### 10 Bundesverbandstag 2009

Norden dominiert den neuen  
Bundesvorstand des DJV

### 11 Mit Klicks aus der Krise

Besser Online-Tagung  
präsentiert neue Trends

### 11 Erich-Klabunde-Preis

Zeit-Dossier und NDR-Reportage  
überzeugten die Jury

## 12 Juristen und Journalisten

Analyse von Sprachbarrieren und ein neues Austauschprogramm

### ■ AUSLAND

## 13 Beim Sprachrohr der Partei

Medienbotschafter über seine Zeit bei der Nachrichtenagentur Xingua

### ■ INTERVIEW

## 14 Klimahaus 8° Grad Ost

Pressesprecher Wolfgang Heumer über seine Strategien und medialen Erfolge

### ■ SERVICE

## 16 NDR-Freie

Tarifabschluss sichert höhere Honorare

## 17 Bildungsurlaub

Festangestellte Journalisten haben ein Recht auf Weiterbildung

### ■ ARBEITSKREISE

## 18 Schleswig-Holstein

Seminarangebot zum strategischen Selbstmarketing

## 18 Bremen

Impulsvortrag über Chancen und Risiken von Newsdesks

## 19 Hamburg

Kick-Off-Veranstaltung für den AK Betriebsratsarbeit



19 Judith Rakers beim Kamingespräch



## Liebe Kolleginnen und Kollegen,

same procedure as every year – und so fand wie immer auch im vergangenen November wieder ein Bundesverbandstag des DJV statt. Das Besondere diesmal: Es galt in Berlin gleichzeitig das 60-jährige Jubiläum des Verbandes zu feiern. Grund genug für staatstragende Reden und eine Vielzahl von Rückblicken und damit Grund auch für Unmut bei so manchem Delegierten, denn: Nicht der Blick zurück, sondern der Blick nach vorne ist das, was den modernen DJV in Zukunft ausmachen muss. Und ehrlich gesagt bin ich zuversichtlich, dass der Verband auf dem Weg ist, neue Ideen und Visionen zu entwickeln. Das hat einen einfachen Grund und der liegt in der zum Teil erstmaligen Teilnahme junger und kritischer Kolleginnen und Kollegen. Sie schaffen es, auch den einen oder anderen altgedienten DJVler zu neuem Denken zu veranlassen. Natürlich gilt es noch hier und da verkrustete Strukturen zu überwinden. Ich bin aber optimistisch, dass das gelingen wird, wenn sich immer mehr junge Kolleginnen und Kollegen – fest und frei – wie auf dem Verbandstag in Berlin für ihre Interessen im DJV engagieren. Dies stärkt den Journalismus, die Solidarität und damit auch den Verband. Der ist eben nicht ein Sammelbecken von Funktionären, sondern eine lebendige Organisation, die durch ihre Mitglieder mit Leben gefüllt wird. Mein Appell deshalb an ALLE Mitglieder: Engagieren Sie sich für Ihre Interessen! Teilen Sie uns Ihre Wünsche und Kritik mit, bringen Sie sich in Ihrem DJV ein, wie es viele in Berlin getan haben. Nur wer nichts macht, macht keine Fehler. Er oder sie muss dann aber auch die eigenen Konsequenzen für das Nichthandeln ziehen.

Ihr

*Michael Frömter*

Michael Frömter



Marina Friedt, Landesvorsitzende in Hamburg

## Meine Meinung

## Bloggst Du noch oder lebst du schon?

Die Debatte um die taz-Satire über Kai Diekmanns missglückte Penisverlängerung 2002 erreichte jüngst das Nachrichtenmagazin Spiegel. Gemach, gemacht, möchte ich den Herren Journalisten zuzurufen. Solche Aktionen wie das „Penis-Messen“ hielt ich eigentlich für pubertäre Selbsterfahrung – bei bildungsfernen Schichten! Es scheint aber, dass manche Männer – egal in welcher Position – keinerlei Skrupel haben, wenn es um ihre Selbstdarstellung geht. Da ist der gern ins Bild gezerzte Pfau nur ein bescheidener Abklatsch. Das Berliner Landgericht sah damals die Intimsphäre des Bild-Chefredakteurs verletzt und verbot die Satire. Nun „outet“ sich kein geringerer als Diekmann selbst in seinem Blog und geht dabei unter die Gürtellinie. Mich erinnert das an einen Kiffer-Film aus meiner Jugendzeit: „Viel Rauch um nichts“; und direkt im Anschluss lief „Noch mehr Rauch um überhaupt nichts“. Zugegeben, ich hatte kurz damit geliebäugelt, ein Gegenstück zum Diekmann-Blog ins Netz zu stellen, in dem ich sie in „Marinas kleine Welt“ entführe, die spielt so zwischen „Unsere kleine Farm“ und „Erin Brockovich“. Mit solcher Selbstdarstellung im Netz würde ich mein Ich – und vielleicht mein Über-Ich – über alles stellen. Und was finden Sie in der mit einem Herz gekennzeichneten Rubrik „Unter Kollegen“, Liebe unter Kollegen? Im Gegenteil, dort geht es bei Diekmann um Klagen und Verklagen, wie beispielsweise den Berliner Kollegen Christian Bommarius. Immerhin gesteht er unter „Drei Fragen an mich“, dass er einfach unheilbar eitel sei und deshalb Interviews mit sich selbst führe. Es kann eben keinen neben ihm geben! Und über ihm? Während sein Chef Dr. Mathias Döpfner Qualitätsjournalismus beschwört, betreibt Diekmann in einem von der Springer AG betriebenen Blog seine eitlen Spielchen. Ehrlich gesagt, sollte das Gericht keinen anderen als Diekmann zur Wahrung seiner eigenen Privatsphäre verurteilen.

Marina Friedt

## Umzug nach Berlin dpa-Sozialplan unter Dach und Fach

Die Deutsche Presseagentur hat den nächsten Schritt auf ihrem Weg von Hamburg nach Berlin getan. Nach monatelangen Verhandlungen wurde Anfang Dezember der Sozialplan vorgestellt, der die Ausgleichsansprüche derjenigen regelt, die in Folge des Umzugs ihren Arbeitsplatz verlieren. Der Plan enthält auch Regelungen für Mitarbeiter, die mit nach Berlin gehen. „Wir glauben, dass es gelungen ist, mit dem Sozialplan sehr unterschiedliche Interessen abzudecken“, erklärte der Vorsitzende des dpa-Konzernbetriebsrates, Reino Gevers, auf Anfrage der NORDSPITZE. Und das sind die wichtigsten Inhalte: Wer den angebotenen Arbeitsplatz in Berlin nicht annimmt, erhält eine Abfindung, die je nach Alter und Betriebszugehörigkeit unterschiedlich hoch ausfällt. Die Betroffenen haben dann die Möglichkeit, ab dem 1. Juli 2010 für zehn Monate in eine Transfergesellschaft zu wechseln. Dort erhalten sie 80 Prozent ihres bisherigen Nettos als Monatsgehalt ausgezahlt. Die Abfindung verringert sich in diesem Fall auf 65 Prozent. Diejenigen, die sich für einen Arbeitsplatz in Berlin entscheiden, bekommen eine Grundpauschale



Betriebsratschef Reino Gevers stellte den Sozialplan vor

von 8000 Euro zuzüglich 6000 Euro für den Lebenspartner und 1000 Euro pro unterhaltsberechtigtem Kind. Der Aufsichtsrat der Nachrichtenagentur hatte Anfang Mai 2009 auf Vorschlag der Geschäftsführung den Umzug fast aller redaktionellen Einheiten einschließlich der dpa-Tochterunternehmen von Hamburg und Frankfurt nach Berlin beschlossen. Dieser Beschluss war von den Betroffenen und dem DJV kritisiert worden: Es sei besser, in die redaktionelle Leistungsfähigkeit zu investieren als in einen teuren Umzug.

Stefan Endter

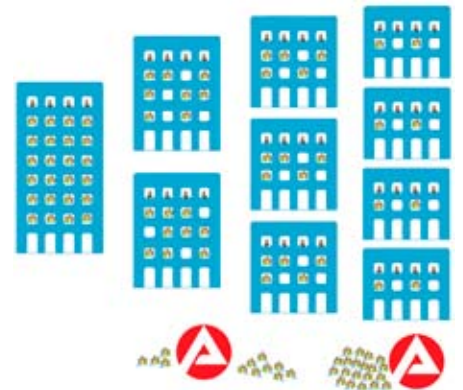
## Neuordnung bei Bauer

## Generationenwechsel mit Pauken und Trompeten

„Verleger Heinz Bauer leitet Übergang in die nächste Generation ein“ – titelte Bauer-Sprecher Fritzenkötter, bevor bekannt wurde, dass der Generationenwechsel auch für ihn das „Aus“ bedeutet: Die Redaktionen von Wohnidee und Laura Wohnen kreativ wurden aufgelöst, die Hefte werden in einer neuen GmbH in München gemacht, die Hamburger erhalten betriebsbedingte Kündigungen und haben die Möglichkeit, sich in München zu bewerben – um ihre alten Jobs.

Im Bauer-Konzern bleibt kein Stein auf dem alten: Die immer kleiner werdenden KGs, in denen Heinz Bauer seine Zeitschriften organisiert hat, werden teilweise erneut aufgeteilt und künftig als GmbHs geführt. Jedes Segment, z.B. Frauen, kommt in eine eigene GmbH. Innerhalb der Segmente wird teilweise weiter differenziert, auch dafür gibt es neue GmbHs. Beispiel: In der Achat KG erschienen bisher vor allem Frauen- und Yellowtitel. Daraus werden jetzt vier GmbHs; eine für Frauentitel, eine für Yellows, eine für Ratgeber und eine für die Schlussredaktion. Bauer hat zwar erklärt, der Wechsel bringe für keinen Mitarbeiter Nachteile. Das stimmt so nicht, einige Redakteure sollen künftig für mehrere Hefte ihres Segments schreiben.

Dabei sind die Chancen, sich unter Hinweis auf eine andere Einsatzmöglichkeit erfolgreich gegen eine Kündigung zu wehren, in einer kleinen Einheit natürlich geringer als in einer größeren. Auch die Mitbestimmung könnte



Grafik: Rainer Miersmann

### Bauer setzt seine Zersplitterungs-Taktik fort

unter der Zersplitterung leiden, wie das Beispiel Achat KG zeigt: Dort war ein neunköpfiger Betriebsrat für die etwa 300 Mitarbeiter zuständig. Bei der nächsten Betriebsratswahl im März müssen in vier GmbHs Betriebsräte gebildet werden. Da es in diesen kleinen Einheiten keine kompletten Freistellungen gibt, müssen die Kollegen die Betriebsratsarbeit neben ihren Jobs stemmen – bei der schon jetzt hohen Arbeitsbelastung eine Herkulesaufgabe. Dass kein Arbeitsplatz sicher ist, mussten auch sieben Redaktionsmitglieder von Tina und Bella (Achat KG) erfahren. Drei Tage nach der Freistellung der Redaktionen von Wohnidee und Laura Wohnen kreativ kam das Aus auch für sie. Synergien würden ihre Arbeitsplätze überflüssig machen.

Dr. Anja Westheuser



## Einschneidende Maßnahmen

# Sorge um Zukunft von Gruner + Jahr

Das Verlagshaus Gruner+Jahr (G+J) kommt nicht aus den Schlagzeilen. Seit Monaten weist Vorstandschef Dr. Bernd Buchholz auf dramatische Umsatzverluste bei den Anzeigen hin. Der Vorstand antwortet mit einschneidenden Umstrukturierungen und Kündigungen – unter anderem mit der Konzentration der Wirtschaftsmedien des Verlagshauses in Hamburg (die NORDSPITZE berichtete). Jüngst kosteten die neuen Strukturen in der so genannten Living-Gruppe über 20 Arbeitsplätze. Zu dieser Gruppe gehören die Zeitschriften *Schöner Wohnen*, *Essen und Trinken*, *Flora* sowie *Living at Home*. Das Konzept ist einfach: Redaktionelle Tätigkeiten – zum Beispiel Schluss- und Bildredaktionen – werden an externe Dienstleister ausgelagert. Dies ist im Verlagsbereich kein neues Modell. Vielmehr hat der Bauer Verlag (aktuell Bauer Media Group) schon für Vorbilder gesorgt. Aufgaben wie zum Beispiel der Leserservice werden in der Living-Group zukünftig von einem Serviceteam übergreifend für alle Titel der Gruppe erledigt. Dazu zählen ebenfalls die Sekretariatsarbeiten.

Auch der Emotion Verlag gehört nicht mehr zu G+J. Die Gesellschaft ist Mitte November von der Inspiring Network GmbH übernommen worden. Mehrheitsgesellschafterin ist die bisherige Emotion-Verlagsleiterin Katarzyna Mol. Bereits im Oktober war der gesamte Redaktionsbereich der Life & Health Verlagsgesellschaft (Healthy Living) an die In Verlag GmbH & Co KG übergegangen. Auf der Strecke blieben sechs Arbeitsplätze. Der Betriebsrat verhandelte einen Sozialplan. Aus dem G+J-Betriebsrat ist zu hören, dass seit November 2008 etwa 360 Arbeitsplätze abgebaut worden sind. Die Umstrukturierungen und Kündigungen führen mittlerweile zu Reaktionen in den Redaktionen. Ebenfalls im November haben sich die Redaktionsbeiräte von *Brigitte*, *Geo*, *Geo-Saison* und *Stern* mit einem Brief an den Vorstandsvorsitzenden Buchholz gewandt. In dem Schreiben formulieren die Beiräte angesichts der Kündigungen und der Arbeitsverdichtung ihre Sorge um die Zukunftsfähigkeit des Verlages.

Stefan Endter

## Demonstration in Hamburg

# 150 Redakteure protestieren vor Tarifrunde

Unglaublich, aber wahr: In Zeiten der Krise und nicht endenden Sparzwängen leistet sich die Axel Springer AG in Hamburg eine zweistellige Zahl von Mitarbeitern, die ohne tragende Begründung freigestellt worden sind, obwohl ihr Arbeitsverhältnis fortbesteht. Viele sind Redakteure des Hamburger Abendblattes und der Computerbild-Gruppe (wir berichteten). Zahlreiche dieser Springer-Mitarbeiter haben im November aus Anlass der Betriebsversammlung mit dem Vorstandsvorsitzenden Dr. Mathias Döpfner vor dem CCH demonstriert, um vor laufenden Kameras des NDR auf ihre Situation aufmerksam zu machen. Anschließend wurden die Freigestellten von mehreren Hundert Kollegen im großen Saal des CCH mit langem Applaus be-



Die Hamburger Freigestellten der Axel-Springer AG demonstrieren vor der Betriebsversammlung – der NDR berichtet.

grüßt. In persönlichen, teilweise bewegenden Erklärungen stand stets dieselbe Frage im Mittelpunkt: Warum dürfen wir nicht mehr arbeiten? Auf eine nachvollziehbare Antwort warten die Redakteure noch immer.

Stefan Endter

## Radio Bremen

# Tariferhöhungen und neuer BG-Sprecher



Der neue Betriebsgruppensprecher Volker Kölling

Zwei Erfolge kann Radio Bremen verbuchen. Erstens wurde ein neuer Tarifvertrag ausgehandelt, der Radio Bremen auf das Niveau anderer ARD-Anstalten befördert. Zum anderen ist die DJV-Betriebsgruppe bei Radio Bremen wieder stark aufgestellt. Doch der Reihe nach: Die Gewerkschaften einigten sich mit dem Radio Bremen-Intendanten Jan Metzger auf einen neuen Tarifvertrag. Danach gibt es zwischen dem 1. Oktober 2009 und dem 30. September 2011 sowohl für die festen als auch die freien RB-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter zwei Gehaltserhöhungen. Ab 1. Juli 2010 werden die Gehälter um einen Betrag von 30 Euro pro Monat aufgestockt. Darüber hinaus steigen die Entgelte ab Juli 2010 um weitere zwei Prozent. Ab März 2011 werden die Gehälter erneut um 2,3 Prozent angehoben. Zudem wurden auch die Honorare der freien Kolleginnen und Kollegen in gleichem Umfang erhöht.

Ein weiterer Erfolg ist, dass der Fernsehjournalist und buten un binnen-Autor Volker Kölling einstimmig zum neuen Betriebsgruppensprecher gewählt wurde. Als stellvertretende Sprecherin agiert die Fernsehredakteurin Martina Theis. Und zwar gemeinsam mit Karl-Henry Lahmann, der Hörfunkjournalist bleibt ebenfalls stellvertretender Sprecher der Betriebsgruppe. Für tarifpolitische Fragen bleiben die Hörfunkredakteure Wilhelm Bartnik und Peter Meier-Hüsing die Experten der DJV-Betriebsgruppe.

Der bisherige Betriebsgruppensprecher Thomas von Bötticher wünschte den Gewählten alles Gute und freute sich über die starke Besetzung: „Der Deutsche Journalistenverband ist bei Radio Bremen ein Garant für Qualitätssicherung in Hörfunk, Online und Fernsehen.“ Thomas von Bötticher verlässt Radio Bremen und arbeitet ab Dezember als Leiter aktuelles Fernsehen im NDR-Landesfunkhaus Niedersachsen.

Thomas von Bötticher und Regine Suling

Feuer und Flamme

## Neue Aufgabe für Reporter Florian Büh



Foto: Bernd-Olaf Struppek

**NORDSPITZEN-Mitarbeiter Florian Büh im Einsatz als Feuerwehr-Reporter**

Als Feuerwehr-Reporter ist Florian Büh die ideale Besetzung. Für den freien Journalisten und langjährigen NORDSPITZEN-Mitarbeiter, der seit zehn Jahren ehrenamtlich bei der Freiwilligen Feuerwehr im Einsatz ist, ging ein Traum in Erfüllung, denn er portraitiert neuerdings

Feuerwehren in ganz Deutschland. Das auf Medizin- und Sicherheitstechnik spezialisierte Lübecker Unternehmen Dräger fragte den 29-Jährigen, ob er als Reporter für die Firma quer durch die Republik reisen wolle. Der Journalist und Feuerwehrmann wollte und startete im Oktober seine Tour im Norden. Mit Laptop, Foto- und Video-Kamera sowie Mikrofon ausgestattet besucht er Feuerwehren, um alltägliche und außergewöhnliche Geschichten aus dem Berufs- und ehrenamtlichen Alltag zu erzählen. Büh, dessen Reportagen und Filme unter [www.feuerwehrmagazin.de](http://www.feuerwehrmagazin.de) veröffentlicht werden, wird 2010 durch den Osten, Süden und Westen Deutschlands touren.

Claudia Piuntek

Protestaktion

## Verleger beharren auf ihren Forderungen



Fotos: Florian Büh/www.RTVF.de

**150 Journalisten demonstrieren vor dem Hotel Grand Elysee in Hamburg**

Der Protest von Zeitschriftenredakteuren vor der 2. Verhandlungsrunde über einen neuen Manteltarifvertrag am 23. November zeigte Wirkung. Auch wenn die Verleger auf ihren weitgehenden Forderungen beharren, waren sie bemüht, den Erhalt eines Manteltarifvertrages in der Fläche zu betonen. Jedoch behaupten sie,

ohne gute Gründe zu nennen, dass Verschlechterungen wie die Absenkung von Urlaubsgeld und Jahresleistung, der Zuschüsse zum Krankengeld und die Verlängerung der Arbeitszeit unausweichlich seien. DJV und ver.di hielten dagegen, jenseits der Tarifpartnerschaft massiv Stellen abzubauen und trotz der daraus folgenden Arbeitsverdichtung weniger Geld für mehr Arbeit „anzubieten“, fördere nicht das Vertrauen der Belegschaften in die Redlichkeit der Verlagsmanager. Dem Gewerkschaftsapell, die Zukunft der Altersversorgung aus den Verhandlungen herauszuhalten, folgt ein Sondierungsgespräch. Termin für die 3. Tarifrunde ist der 21. Januar in Berlin.

Kajo Döhring



Foto: Nordische Filmtage

Der norwegische Regisseur Rune Denstad Langlo (li.) spricht mit Szene Hamburg-Redakteur Jörg Schöning über seinen Film „Nord“

Nordische Filmtage Lübeck

## Geheim-Tipp mit hohem Interview-Faktor

**Bestseller-Autor Jostein Gaarder konnte sich vor neugierigen Journalisten kaum retten, als er im November die Nordischen Filmtage Lübeck besuchte, um seinen Film „Das Orangenmädchen“ zu präsentieren. Das Filmfestival hat sich unter norddeutschen Kollegen als einzigartige Themenquelle und Geheim-Tipp für ausgefallene Interviews herumgesprochen.**

Wie ein schnapsfreudiger Skiliftwärter mit seinem Schneemobil durch Norwegen reist und skurrile Abenteuer erlebt, schildert die norwegische Komödie „Nord“, die seit 7. Januar in den deutschen Kinos zu sehen ist. Auch das Stadtmagazin Szene Hamburg stellt den Film aus dem Norden ausführlich vor: In einem einseitigen Interview der aktuellen Ausgabe erzählt Regisseur Rune Denstad Langlo, wie ihm während einer tiefen Depression die Idee zu „Nord“ kam. Szene-Redakteur Jörg Schöning traf Langlo bereits im vergangenen November zum Interview auf den Nordischen Filmtagen in Lübeck. „Ich besuche das Festival regelmäßig und stoße jedes Mal auf außergewöhnliche Themen und interessante Gesprächspartner, die ich für meine journalistische Arbeit hervorragend verwenden kann“, sagt Schöning.

Die Nordischen Filmtage Lübeck – das 51 Jahre alte Filmfestival, das immer Anfang November im Herzen der Altstadt stattfindet, hat sich unter Journalisten als Geheimtipp herumgesprochen. Jedes Jahr laufen hier rund 130 Filme aus Skandinavien und Norddeutschland, und über 100 Filmschaffende reisen nach Lübeck an, um ihre neuesten Produktionen persönlich vorzustellen. Die familiäre, unkomplizierte Atmosphäre des Filmfestivals wird unter Journalisten hoch geschätzt. Denn zwischen Kinossessel und Leinwand kann man sich mit interes-

santen Gästen kurzfristig zu Interviews verabreden.

So war das im vergangenen November zum Beispiel mit Jostein Gaarder: Der norwegische Bestseller-Autor, der mit „Sofies Welt“ bekannt wurde, gab bereitwillig Auskunft über sein Schaffen und die neue Verfilmung seines Romans „Das Orangenmädchen“, die seit Anfang Dezember im Kino zu sehen ist. Auch der deutsche Schauspieler Axel Milberg, der die deutsch-finnische „Tatort“-Produktion „Tango für Borowski“ vorstellte, erzählte lebhaft von seinen Erfahrungen mit finnischen Kollegen. Eine Sonderschau der Filmtage widmete sich dem Kino Grönlands, was zahlreiche auf Nordeuropa spezialisierte Magazine zur Gelegenheit nahmen, diesem bislang wenig beachteten Thema Seiten zu widmen. Und auch in Grönland selbst berichtete man voller Stolz über die Präsenz eigener Filmschaffender auf dem deutschen Festival. Die nächsten Nordischen Filmtage finden vom 3. bis 7. November 2010 statt. [www.filmtage.luebeck.de](http://www.filmtage.luebeck.de)

Florian Vollmers

### Zahlen: Über 800 Fachbesucher auf den Nordischen Filmtagen Lübeck

Über 100 Filmschaffende aus Skandinavien und Norddeutschland reisen jedes Jahr zu den Nordischen Filmtagen nach Lübeck, um ihre neuesten Produktionen vorzustellen. Gezeigt werden rund 130 Filme aus Skandinavien, dem Baltikum und Norddeutschland. Über 600 Fachbesucher aus der Kinoszene, wie Verleiher, Einkäufer und Produzenten, reisen zu den Nordischen Filmtagen Lübeck an. Die Zahl der Journalisten aus dem In- und Ausland liegt bei rund 150.



Fotos: Messe Bremen

TV-Moderator Ranga Yogeshwar diskutierte und moderierte auf der Wissenswerte

Wissenswertes 2009

# „Die Sparringspartner für die Auseinandersetzung mit der Gegenwart“

Unter dem Motto „Wege in die Zukunft“ stand die Wissenswerte 2009 vom 9. bis 11. November in Bremen. Insgesamt 466 Teilnehmer waren in diesem Jahr im Congress Centrum Bremen zu Gast, um sich in Werkstattgesprächen, Vorträgen, Workshops und im Austausch mit Gleichgesinnten über die Zukunft des Wissenschaftsjournalismus auszutauschen. Obwohl Wissenschaftsgeschichten nachweislich die meistgelesenen Geschichten in Zeitungen seien, sei das Jahr 2009 auch für Wissenschaftsjournalisten ein schwieriges Jahr gewesen, sagt Anne Müller-Trimbusch, Projektleiterin der Initiative Wissenschaftsjournalismus der Robert-Bosch-Stiftung. „Immer öfter kommunizieren Wissenschaftler ihre Erkenntnisse selbst über das Internet. Das führt zu einer enormen Informationsüberflutung, bei der jeder User selbst die Information auf Relevanz und Seriosität hin überprüfen muss“, sagt Müller-Trimbusch. Dennoch oder gerade deshalb sei sie überzeugt, dass sich journalistische Qualität durchsetzen werde. Die klassischen journalistischen Funktionen wie Aufbereitung und Selektion gäben der

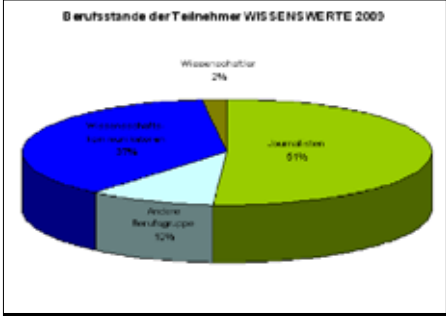


Information und Austausch: auch die Pausen zwischen den Veranstaltungen wurden genutzt

Information erst ihren inhaltlichen Wert und Bedeutung. „Wissenschaftsjournalisten sollten sich als Sparringspartner für die Auseinandersetzung mit der Gegenwart verstehen.“

Die Wissenswerte hatte 2009 erstmals einen Rückgang der Teilnehmerzahlen zu verzeichnen. Projektleiterin Andrea Rohde von der Messe Bremen führt dies vor allem bei den Journalisten auf eine Reihe von Parallelveranstaltungen zurück. So seien sicherlich einige der Journalisten sowohl auf dem DJV-Bundesverbandstag in Berlin wie auch beim Mainzer Mediendisput eingebunden gewesen. Rohde geht davon aus, dass das wachsende Veranstaltungsangebot im kommenden Jahr wieder ebenso viele Wissenschaftsjournalisten wie die Jahre zuvor anlocken wird. Die Wissenswerte 2010 findet vom 8. bis 10. November statt.

Anne Koschade



Den leichten Rückgang der Teilnehmerzahlen führen die Veranstalter auf Parallevents zurück

## Verjüngungskur Relaunch und Newsdesk-Einführung bei Nordsee-Zeitung



Zufrieden: Geschäftsführer Dr. Jost Lübben, Marketingleiter Thomas Grupe, Geschäftsführer Matthias Ditzten-Blanke mit den neuen NZ-Titeln (v.l.)

Seit Anfang Oktober präsentiert sich die Nordsee-Zeitung ihren Lesern optisch und inhaltlich in einem neuen Erscheinungsbild. Auch die Schwesterblätter der Nordsee-Zeitung, die Zevener Zeitung und die Kreiszeitung Wesermarsch, erscheinen ab dem 3. Oktober im neuen Look. Weitere sechs Lokalmedien, die in der Redaktionsgemeinschaft Nordsee zusammengeschlossen sind und ihren Mantelteil von der Nordsee-Zeitung erhalten, passen in Abstimmung mit dem Planungsteam der Mantelredaktion ihr Layout nach und nach an.

Ziel war es vor allem, auch zukünftigen Generationen ein ansprechendes Format zu liefern. „Unser Umfeld verändert sich, die Welt um uns herum dreht sich weiter, und deshalb müssen und wollen wir uns diesen Veränderungen anpassen“, erklärt Chefredakteur Dr. Jost Lübben. Parallel zum Relaunch wurde die Redaktion umstrukturiert zur Newsdesk-Organisation.

Inhaltlich setzt das Redaktionsteam um Chefredakteur Dr. Jost Lübben ebenfalls neue Akzente. Als Heimatzeitung im ursprünglichen Sinne will die Nordsee-Zeitung die Leserbindung mehr in den Vordergrund stellen. Mit Unterstützung der Redaktionsgemeinschaft Nordsee setzen die Medienmacher auf mehr Eigenleistung und weniger Agenturanteil.



Es zwitschert aus dem Netzwald

# What's happening? – Erste Schritte bei Twitter

Twitter ist in aller Munde, oder besser gesagt Finger, denn die Internet-Zwitschereien werden über die Tastatur des Computers oder Mobilgerätes eingegeben. Sind die Kurznachrichten ein sinnvolles Medium für Journalisten oder ein weiterer Zeitfresser und wie funktioniert der Dienst eigentlich? Die NORDSPITZE gibt einen Überblick mit Gebrauchsanweisung für Einsteiger und Twitter-Knigge für Profis.



Boomender Kommunikationstrend: In Deutschland gibt es schon mehr als 250.000 Twitter-Konten

Twitter ist ein (noch) kostenloser Internetdienst, der es registrierten Nutzern ermöglicht, Textnachrichten von bis zu 140 Zeichen direkt im Netz zu veröffentlichen. Eine SMS ins Internet, abgeschickt vom Computer daheim oder vom Mobilgerät unterwegs. Diese so genannten Tweets können – je nach persönlicher Einstellung – von einem oder vielen Bekannten, von ausgewählten Gruppen oder der „Internetgemeinde“ weltweit mitverfolgt werden. Auch hier gilt: Das Internet vergisst nichts; Google oder Spezialsuchmaschinen wie <http://search.twitter.com> spüren den kleinsten Twitter-Schnipsel auf. Twittern (Englisch für „zwitschern“) wurde ursprünglich für interne Statusmeldungen in kleinen Teams entwickelt. Der allererste Tweet tauchte im März 2006 auf. Seither explodieren die Nutzerzahlen: geschätzte 25 Millionen weltweit, über 250.000 Twitter-Konten in Deutschland. Twitter zählt inzwischen zu den wichtigsten Web 2.0-Anwendungen und kann in Communities (Xing, Facebook) oder andere Social Software – etwa den Bilderdienst [www.flickr.com](http://www.flickr.com) – integriert werden. Und genauso wie der Kurznachrichtendienst als belangloser

Zeitfresser geschmäht wird, entdecken Netzbürger täglich neue, durchaus sinnvolle Einsatzmöglichkeiten. Journalisten, denen berufliche Neugierde unterstellt werden darf, sollten es unbedingt selbst ausprobieren. Die Anmeldung bei [www.twitter.com](http://www.twitter.com) ist simpel: Twitter-Name wählen, Passwort wählen, E-Mail-Adresse angeben. Maximal 140 Zeichen tippen. Aktualisieren. Fertig. Inzwischen haben sich für Twitter bestimmte Konventionen, Kürzel und kreative Umgangsformen herausgebildet, die Einsteigern auf den ersten Blick merkwürdig erscheinen – und oft abschreckend wirken. Eine Hürde, die mit der Kleinen Twitterkunde von Volker Meise leicht genommen werden kann: [www.twitkunde.de](http://www.twitkunde.de) Prinzipiell ist Twitter anonym. Oder personalisierbar – mit Kurzlebenslauf, persönlichem Photo und einem Link auf das eigene Blog oder die eigene Homepage. Damit beginnt der schwierige Teil. Denn die eigene Twitterstrategie will gut überlegt sein. Wer ein wenig zwitschern, lustige Videos weiterempfehlen oder an Nonsense-Umfragen und -spielchen teilnehmen will, kann dies mit einem Comic-Bildchen im Profil

völlig unerkannt tun. Kann das Geplapper von Fußballplätzen oder Parteitag im Minutentakt mitverfolgen. Kann sich sorglos an jeden beliebigen Mit-Twitterer hängen (following) oder jedem neugierigeren Twitter-Specht ein Abo der eigenen Botschaften erlauben (follower). Bringt gar nichts! Wer Twitter indes professioneller nutzen will, sollte die bewährten Grundregeln jeder funktionierenden Gemeinschaft (community) berücksichtigen. Freundlicher Ton, konstruktive Empfehlungen und wertschätzende Rückmeldungen, regelmäßige Kommunikation, keine (Eigen-) Werbung. Dazu gehören selbstverständlich ein transparentes Twitter-Profil (inklusive der Beachtung von Markenrechten) sowie ein eher restriktives Management von Kontakten. Zu Beginn empfiehlt es sich dringend, die (Vor-)Einstellungen des eigenen Profils genau zu prüfen und in der Eingewöhnungsphase das allgemeine Mitlesen der eigenen Nachrichten eventuell zu verbieten (protect tweets). Wie in allen sozialen Netzwerken gilt: Qualität vor Vielzahl der Kontakte. Also neue Mitleser manuell, nicht automatisch zulassen, unerwünschte Kontakte konsequent blocken und lästige Zeitgenossen wieder „entfollowen“. Einsteiger können sich an den Twitter-Listen von vertrauten Medienorganisationen oder Journalistenkollegen orientieren. Siehe zum Einstieg: [www.twitter.com/DJV\\_Bremen](http://www.twitter.com/DJV_Bremen)

Dank offener Schnittstellen (APIs) haben sich um den eigentlichen Webdienst Twitter herum viele professionelle, arbeitserleichternde – aber auch komplett sinnfreie Anwendungen gruppiert. Spam inklusive. Wer noch unter 100 Tweets und 50 Followern bleibt, sollte sich solchen Spezialitäten erst später widmen. Drei empfohlene Ausnahmen: 140 Zeichen sind schnell geschrieben. Für (längere) Links sollte ein Programm zur Verkürzung gewählt werden. Empfehlung: <http://bit.ly>. Die nüchterne Twitter-Oberfläche kann mit einem Zusatzprogramm (Client) deutlich komfortabler und effizienter verwaltet werden. Empfehlung: [www.seismic.com](http://www.seismic.com). Bilder können – mit den eigenen Anmelde-daten - bei [www.twitpic.com](http://www.twitpic.com) hochgeladen und kommentiert werden.

Andreas K.Bittner



## Zwitschern als Selbstversuch

Alle zwitschern. Oder, wie man das neudeutsch nennt, twittern. Sie zwitschern die Neuigkeiten nicht wie die Vögel von den Dächern. Sondern durch weltweit verschlungene Datenleitungen. Doch wie geht das eigentlich? Ein Selbstversuch ist fällig. Ein Twitter-affiner Kollege ist so freundlich, einen DJV Bremen-Account bei twitter.com anzulegen und zwitschert schon einmal drauf los. Was aber soll ich tun? Ratlosigkeit macht sich vor dem Bildschirm breit: Bevor ich lostwittern kann, muss ich erstmal recherchieren, um was es hier eigentlich geht. Dem Internet sei dank ist mein Wissensdurst schnell gestillt. Und nach den so gewonnenen Erkenntnissen lanciere ich Twitter-Meldung Nummer eins, die nach meinem Empfinden auch einen Informationsgehalt für andere Twitterer aus der Medienlandschaft bietet: Bei Radio Bremen konnte der DJV gemeinsam mit anderen Gewerkschaften eine Tariferhöhung erreichen. Ich finde, das ist eine Nachricht – man nennt sie hier „Tweet“ – und eine Verlinkung auf die DJV-Website wert. Wenig später lerne ich, dass man den normalen Link auch kurz und knapp mit Hilfe des URL-Verkürzers bit.ly darstellen kann. Und ich mache die Erfahrung, dass 140 Zeichen, die sich am Mobiltelefon nur mühsam als Kurzmitteilung tippen lassen, am Rechner schnell verbraucht sind und zudem nur wenig Raum für gehaltvolle Nachrichten bieten. Da hilft dann nur die Verlinkung auf Websites, die dem geneigten Leser mehr Hintergrund bieten können. Für bloße Statusmeldungen à la Facebook „Ich sitze gerade in der U-Bahn und fahre nach Hause“ ist das nicht das richtige Medium. Aber muss das Herumgezwitschere sein? Wie viele Accounts soll man neben anderen so genannten „Social Networks“ wie LinkedIn, Xing, Facebook & Co. noch pflegen? Meine Quintessenz: Gibt es tatsächlich etwas Nennenswertes zu berichten, warum nicht? Dann kann man twittern. Und das werde ich auch weiterhin tun. Aber jeden Tag möchte ich das nicht (müssen). Da schreibe ich lieber eine Mail an diejenigen, die ich konkret ansprechen muss. Oder, noch besser, ich rufe einfach an und zwitschere die Nachricht meinem Gegenüber höchstpersönlich selbst ins Ohr.



Regine Suling startete einen Selbstversuch

## Im Dialog mit Unternehmen



**Stefan Berns** ist Geschäftsführer von @TwittCoach & Consulting, der ersten deutschen Unternehmensberatung, die sich auf Nutzungen und auf Twitter für kleine und mittelständische Unternehmen

spezialisiert hat. Gerade ist sein Buch „Der Twitter Faktor – Kommunikation auf den Punkt gebracht“ erschienen. Die NORDSPITZE sprach mit dem Autor über Nutzen und Risiken für die Öffentlichkeitsarbeit.

**Für Marketing- und Werbezwecke wird Twitter bereits von vielen Unternehmen und Organisationen genutzt. Barack Obama hat es vorgemacht. Wie kann PR und Öffentlichkeitsarbeit diese Form der Kommunikation gewinnbringend nutzen?**

Tatsächlich hat Barack Obamas Onlinemarketing-Team Social Networking in Perfektion genutzt. Über ein halbe Milliarde Dollar haben sie an Spendengeldern über diesen Kanal gesammelt. Das hat auch mich beeindruckt. Die Entwicklung mobiles Internet schreitet rasant voran und wird ebenso wie Internet heute in nur wenigen Jahren ganz selbstverständlich sein. Twitter ist ein gutes Kommunikationstool, um mit Menschen direkt und 1:1 ins Gespräch zu kommen. Viele Themen werden schon heute in Foren diskutiert. Warum sollte ein Unternehmen, eine Organisation oder eine Pressestelle sich an den Diskussionen nicht direkt beteiligen, Pressemeldungen anteausern und auf die eigene Homepage verweisen? Über Twitter kann ich erreichen, dass viele Menschen aus Interesse dem von mir generierten Link folgen und das Content meiner Internet-Seite erhöhen.

Twitter ist das zentrale Kommunikationstool, das sich mit allen anderen Netzwerken wie Facebook oder Xing ideal vernetzen lässt. Ein großer Vorteil ist die direkte Rückmeldung und Bewertung durch die User. Sie führen einen Dialog, keinen Monolog. Wo bekommt man in der heutigen Zeit ein so unmittelbares Feedback auf seine Kommunikation?

**Was muss man beachten?**

Wichtig ist, dass man nicht einfach lostwittert, sondern sich einen Plan macht und Ziele setzt. Was und wen will ich erreichen? Wem will ich folgen? Ratsam auch ein Zeitbudget festzulegen. Denn aufgrund der enormen Vielfalt der Informationen kann man schnell andere Aufgaben aus dem Auge verlieren. Zudem ist das A und O für die Nutzung

von Twitter als PR-Tool, dass die eigene Unternehmens-Homepage inhaltlich das hält, was Sie auf Twitter versprechen.

**Ist es eine Alternative zur klassischen Pressemitteilung?**

Das würde ich nicht unbedingt sagen. Aber die Veröffentlichung über spezielle Follower-Gruppen kann eine Ergänzung zum klassischen Verteiler sein. Auf [www.talkabout.de](http://www.talkabout.de) sind aktuelle Listen von twitternden Journalisten und Pressestellen veröffentlicht. Eine gute Hilfe bei der Einrichtung der eigenen Follower für die eigene Pressearbeit.

**Journalisten sind eh schon einer enorm breiten Flut an Informationskanälen ausgesetzt, aus denen Sie die für sie relevanten Nachrichten herausfiltern. Brauchen Sie jetzt auch noch Twitter?**

Auch Journalisten müssen ganz klar im Vorfeld abwägen, von wem sie welche Informationen zulassen wollen. Twitter ist so gestaltet, dass jeder selbst entscheiden kann, wer ihm folgt, welchen Tweets er folgt und wie er gefunden werden kann. Auf der Suche nach Interviewpartnern oder Experten ist Twitter eine Fundgrube. Aktueller können Informationen nicht transportiert werden.

Auf der anderen Seite können gerade freie Journalisten ihre Texte und Recherchen zum Verkauf anbieten. Die 140 Zeichen eines Tweets können genutzt werden, um Redakteure neugierig zu machen.

**Manche sehen in Twitter eine Gefahr für den kritischen Journalismus, da dort oft unbewertete Informationen kursieren. Was glauben Sie: Wird Twitter die Echtzeit-Informationsmedium der Zukunft werden?**

Das muss einem bei der Verwendung von Twitter immer bewusst sein, dass hier jeder seine eigene Meinung vertritt. Ein Beispiel: In Twitter ist Patrick Swayze zwei Mal gestorben. Jeder User wird im eigenen Interesse schauen müssen, dass er die Informationen verifiziert. Für die Tweets, die Sie als Unternehmen twittern, sind Sie selbst verantwortlich. Ich bin überzeugt, dass sich Qualität durchsetzen wird.

**Lesen Sie noch gedruckte Zeitungen?**

(Lacht) Ich habe tatsächlich meine Tageszeitung abbestellt. Meine alltäglichen Informationen beziehe ich alle über Twitter. Dennoch liebe ich es, die Samstagszeitung zu kaufen und diese in Ruhe durchzustöbern. Das ist aber eher ein lieb gewonnenes Ritual mit Entspannungseffekt.

*Das Interview führte Anne Koschade.*

Bittner und Klaffs wieder im DJV-Bundesvorstand

# Einsatz für die Urheberrechte



Foto: Dana Anders

Der neue ist der alte Vorstand: Ulrike Kaiser, Michael Konken, Jörg Prostka (vorn, v.l.), Michael Anger (Mitte), Heiner Klaffs, Dr. Andreas Bittner, Andrea Gottke (hinten, v.l.)

Der Norden bleibt im DJV nach wie vor stark vertreten: Dr. Andreas Bittner (Bremen) wurde im November auf dem Bundesverbandstag in Berlin als Bundeschatzmeister ebenso in seinem Amt bestätigt wie Heinrich Klaffs (Hamburg), der weiter als Beisitzer im Bundesvorstand agieren wird. Darüber hinaus sind die Niedersachsen mit dem Bundesvorsitzenden Michael Konken und die Mecklenburg-Vorpommern mit Beisitzerin Andrea Gottke im Bundesvorstand vertreten. Die Führungsriege komplettieren Ulrike Kaiser und Michael Anger (Nordrhein-Westfalen und Bayern, beide stellvertretende Bundesvorsitzende) sowie Jörg Prostka (Beisitzer / Nordrhein-Westfalen). Dass Andreas Bittner die Finanzen des Bundesverbandes in den vergangenen zwei Jahren gemeinsam mit der Bundesgeschäftsstelle erfolgreich

in den Griff und ins Schwarze bekommen hat, belohnten die Delegierten mit 236 Ja-Stimmen und damit seiner Wiederwahl. Damit setzte sich Bittner gegen seine spontan kandidierende Mitbewerberin Jutta Rabe (Berlin) durch. Auch Heinrich Klaffs fuhr nach einer überzeugenden Vorstellung ein hervorragendes Wahlergebnis ein. Bekannt gegeben wurden die Wahlergebnisse wie gewohnt vom Präsidium des Verbandstages, in dem mit Dr. Mechthild Mäsker aus Schleswig-Holstein ein weiteres Nordlicht vertreten war. Im Rahmen des Verbandstages wurde auch das 60-jährige Bestehen des DJV-Bundesverbandes gefeiert, passend zum 20-jährigen Jahrestag des Mauerfalls. Etwas blass blieb Festredner Bernd Neumann, seines Zeichens Kulturstaatsminister, der in seiner Rede lediglich zeigte, dass ein fleißiger

Redenschreiber die Website des DJV offenkundig ausführlich studiert hatte. Nach der Feier wurde dann gearbeitet: Während des Bundesverbandstages verabschiedeten die Delegierten u.a. eine umfangreiche Satzungsänderung, eine Resolution, in der sie sich für konstruktive Verhandlungen mit dem Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) aussprachen sowie eine Resolution, die vom Bundestag verlangt, eine gesetzliche Zeitbeschränkung der Leiharbeit zu etablieren. Darüber hinaus forderten die Delegierten, dass die Interessen der Urheber im digitalen Zeitalter gewahrt bleiben, insbesondere im Hinblick auf das von der Verlegerseite geforderte Leistungsschutzrecht. Sie beschlossen, dass der DJV dem von den Verlegern geforderten Leistungsschutzrecht nur zustimmen wird, wenn gleichzeitig die Position der Urheber verbessert wird, beispielsweise durch eine Reform des Urhebervertragsrechts und eine angemessene Beteiligung der Urheber an den Erlösen aus dieser Abgabe. Und die Aufforderung ihres bekannten Journalisten-Kollegen Fritz Pleitgen, der dem DJV-Bundesverbandstag ebenfalls einen Besuch abstattete, schrieben sie sich nur allzu gerne auf die Fahne: „Bleiben sie wachsam. Denn an der Pressefreiheit wird gerne rumoperiert.“

Regine Suling



Foto: Dana Anders

In Berlin machten die Delegierten sich für Interessen der Urheber im digitalen Zeitalter stark

Danke für Ihre Anregungen

## Leserbefragung abgeschlossen

Mit einem umfangreichen Fragebogen hatten wir Sie im letzten Heft gebeten, uns Ihre Beurteilung der NORDSPITZE sowie weitere Ideen und Wünsche zukommen zu lassen. Der Rücklauf war erfreulich hoch – prozentual haben sich die Mitglieder des Landesverbandes Bremen am eifrigsten beteiligt, und wir danken allen Einsendern sehr herzlich für Ihre Zeit und das Engagement. Die Gewinner der drei Buchgutscheine sind gezogen und werden von uns direkt benachrichtigt.

Es war sehr spannend – und stellenweise recht überraschend! – was Ihnen gut gefällt und was Sie weniger mögen, und wir haben so manchen interessanten Vorschlag für unsere künftige Arbeit bekommen. Unsere Aufgabe als Redaktion wird es ab dem Jahr 2010 sein, aus der Fülle an Inspirationen ein Heft zu machen, das Ihren Ansprüchen an uns noch besser gerecht wird; und darauf freuen wir uns schon sehr!

rg





Lars Reppesgaard, Moderator Peter Jebsen, Björn Sievers und Albrecht Ude (v.l.) auf dem Eröffnungspodium „Google sei bei uns!?“ mit der Twitterwall im Hintergrund

Foto: Andreas Bittner

Besser Online-Tagung in Mainz

## Mit Klicks aus der Krise

Am 21. November 2009 fand bereits zum fünften Mal die Fachtagung Besser Online beim ZDF in Mainz statt. Knapp 300 Teilnehmer informierten sich zu aktuellen Entwicklungen im Onlinejournalismus. Engagiert wurde über Einsatzmöglichkeiten, Risiken und Nebenwirkungen von Google, Wikipedia und weiteren Social Media-Anwendungen diskutiert. „Von Besser Online geht das Signal aus: Wer Online annimmt, sieht die augenblickliche Situation als Chance für den Journalismus“, resümierte Thomas Mrazek, Vorsitzender des DJV-Fachausschusses Onlinejournalismus, für den Veranstalter der Tagung.

Auch diesmal kam die Mischung von strategischen Onliner-Themen und alltagspraktischen Workshops bei den Teilnehmern gut an: Neue Trends im Lokaljournalismus, durch den Einsatz der Minivideokamera Flip, innovative Blogprojekte (heddesheimblog.de), Bezahlinhalte (Paid Content), Datensicherheit und die Onlinezuständigkeit des Presserates ... und natürlich: Twitter. Der Nachrichtendienst mit 140 Zeichen wurde auch während der Veranstaltung

emsig genutzt. Die meisten Diskussionsveranstaltungen begleitete eine so genannte Twitterwall. Kommentare, Fragen, launige Bemerkungen und Kritik der anwesenden Onliner und von neugierig folgenden Daheimgebliebenen wurden in Echtzeit an die Wände der Tagungsräume projiziert. Einige Diskutanten reagierten auf die Tweets direkt vom Podium – mündlich oder per flink getippter Kurznachricht. Letzteres kam nicht unbedingt gut an – und Forderungen nach einer Twitterquette, also dem angemessen-höflichen Umgang mit neuen Kommunikationsformen, griffen noch während des Wochenendes diverse Blogger auf.

Nach diesem Erfolg geht Besser Online selbstverständlich weiter. Im nächsten Jahr als klassisches Tagungsformat in München. Und in der Zwischenzeit im weltweiten Netz. Wer die Twitter-Beiträge, Blogbeiträge, Videokurzfilme und Bilder sucht, gibt einfach den Hashtag (Suchbegriff) #djv\_bo unter <http://search.twitter.com> ein. Weitere Informationen unter: [www.besser-online.info](http://www.besser-online.info)

Andreas Bittner

Bildjournalisten

## Kostenlos-Fotografie – Erfahrungsberichte gesucht

„Knebelverträge von windigen Konzertagenturen und unerträglich niedrige Honorare bisher seriöser Verlage machen es den Bildjournalisten zunehmend schwerer, von ihren Erträgen zu leben“, meint Roland Scheidemann, Fotojournalist in Düsseldorf und Fachausschussvorsitzender Bild des DJV. Doch bei diesen Problemen bleibt es nicht: „Inzwischen häufen sich Klagen aus dem Kollegenkreis auch über Behörden, die beispielsweise Vereine im Bereich Amateurfotografie anschreiben und Angebote für Bilder von Veranstaltungen erwarten. So nach dem Motto, es gäbe ja schließlich genug zu essen und trinken. Von Honoraren ist natürlich nicht die Rede“, berichtet Scheidemann und

verweist auf einen E-Mail-Austausch, den ihm kürzlich ein Kollege übermittelte. Roland Scheidemann will solche Fälle jetzt dokumentieren, um die politische Diskussion mit Tatsachen belegen zu können. Der Fachausschussvorsitzende bittet alle Fotojournalisten in Deutschland um ihre Mithilfe. Alle Angaben werden selbstverständlich vertraulich behandelt und können auch im Vorfeld bereits unkenntlich gemacht werden“, sagt Scheidemann. DJV-Mitglieder werden gebeten, ihre Erfahrungsberichte per E-Mail an das DJV-Sekretariat zu schicken zu Händen Frau Hobe, [hob@djv.de](mailto:hob@djv.de), Fax: 0228/241598, Post: Bennaerstraße 60, 53115 Bonn.

kde

Erich-Klabunde-Preis 2010

## Print- und TV-Journalisten teilen sich Auszeichnung



Foto: Christian Spielmann

Timo Großpietsch erhält Klabunde-Preis 2010

Der Erich-Klabunde-Preis 2010 des DJV Hamburg wird wieder zwischen zwei herausragenden Reportagen aus den Bereichen Print und TV aufgeteilt: Wolfgang Uchatius überzeugte durch seine Zeit-Dossier-Geschichte „Wenn das Ich sich auflöst“ und TV-Autor Timo Großpietsch mit seinem NDR-Beitrag „Der Schulleiter – Lehren, lachen, leiden“. Die Jury beeindruckte bei Uchatius' Geschichte, dass der Reporter dem Protagonisten, einem vielschichtigen und humorvollen an Alzheimer erkrankten Menschen, auf würdige Weise sehr nahe kam. Dem Autor gelang es in bester Manier sozial engagierten Journalismus', Missstände zu benennen und zugleich Lösungswege aufzuzeigen. Bei der TV-Reportage „Der Schulleiter - Lehren, lachen, leiden“ warf Timo Großpietsch einen ungeschönten Blick auf den Schulalltag. „Läge die Barmbeker Schule Fraenkelstraße im antiken Athen, hätte der griechische Chef-Dramatiker Aristoteles in dem Schulleiter einen tragischen Helden erkennen können, der täglich immer wieder das Unmögliche versucht“, so Jurymitglied Dr. Martin Wilhelmi. Nach Meinung der Jury, der zudem Bischöfin Maria Jepsen, Juliane Eisenführ (Leiterin NDR 90,3), Annette Hillebrand (Akademie für Publizistik), Klabunde-Preisträger und Spiegel-Autor Bruno Schrep sowie die DJV-Vertreter Marina Friedt und Peter Jebsen angehören, leistet der Autor einen eigenen Beitrag zur aktuellen Bildungsdebatte. Der Preis wird als feierlicher Höhepunkt auf dem 61. Hamburger Presseball am 23. Januar von der Landesvorsitzenden Marina Friedt überreicht. Die Begründung der Jury ist unter [www.djv-hamburg.de](http://www.djv-hamburg.de) abrufbar.

Claudia Piuntek



Foto: Jörg Glascher

Klabunde-Preisträger Wolfgang Uchatius



## Gedankenaustausch Von Juristen und Journalisten

„Früher galt, eine Staatsanwaltschaft ist gut, wenn niemand über sie redet – das hat sich heute geändert“, so der Kieler Oberstaatsanwalt Uwe Wick. Medienkontakte gehören für ihn zum Alltag, genau wie für viele andere Juristinnen und Juristen, die in ihren Gerichten oder Staatsanwaltschaften die Rolle der Pressesprecher übernommen haben. Manchmal hakt es dennoch zwischen Medien und Juristen. Um die Kontakte zu verbessern, luden der DJV Schleswig-Holstein und die Landespressekonferenz (LPK) ihre Mitglieder und die Gerichtssprecher im Land zu einer Diskussionsrunde nach Rendsburg ein. Als Gast war der neue Staatssekretär des Kieler

Justizministeriums, Michael Dölp, mit von der Partie. Ein Dauerthema ist die Sprache: Das „Tötungsdelikt zum Nachteil einer 46-Jährigen“ ist für Journalisten eine Stilblüte; wenn es zum „Mord“ verkürzt wird, halten Juristen das für unpräzise. Die 30-köpfige Runde stellte schnell fest, dass häufig zu wenig über den Alltag der anderen Seite bekannt ist. Angesichts der hohen Arbeitsbelastung in den Redaktionen fehle manchmal die Zeit für eine genauere Recherche, stellte ein Journalist selbstkritisch fest. Ebenso bleiben in den Pressestellen der Gerichte manchmal Journalistenanfragen liegen – die Pressearbeit ist für Staatsanwälte und Richter nur eine Nebentätigkeit. Journalisten, die in die Gerichtsberichterstattung einsteigen oder ihre Kenntnisse vertiefen wollen, sollen daher die Möglichkeit haben, hinter die Kulissen der Gerichte zu schauen. Besonders für Volontäre oder für Freie sei das eine gute Gelegenheit, war sich die Runde einig. Im Gegenzug laden Redaktionen die Pressesprecher ein. Die DJV-Landesgeschäftsstelle stellt für Freie den Kontakt zu den Gerichten her.

Die Treffen zwischen Gerichtssprechern und Journalisten sollen in lockerer Form fortgesetzt werden

Esther Geißlinger

Ankündigung der Mitgliederversammlung gemäß § 10 (1) der Satzung

**Der Vorstand des DJV-Landesverbandes Schleswig-Holstein lädt ein zur Mitgliederversammlung gem. § 10 Abs. 1 Satz 2 der Satzung.**



Die Mitgliederversammlung findet am 27. April 2010 um 19.30 Uhr in Kiel, Hafenhäuser, Bollhörnkai 1, 24103 Kiel statt.

Als vorläufige Tagesordnung ist vorgesehen:

1. Eröffnung und Begrüßung
2. Berichte
  - 2.1. Bericht des Vorsitzenden
  - 2.2. Bericht des Schatzmeisters
  - 2.3. Bericht der Kassenprüfer
3. Aussprache zu TOP 2
4. Entlastung des Vorstandes
5. Wahl der Mitglieder des Vorstandes
6. Anträge
  - 6.1. Beratung und Beschlussfassung über den Jahreswirtschaftsplan 2010
  - 6.2. weitere Anträge
7. Mitteilungen und Verschiedenes

### Hinweis:

**Auszug aus der Satzung:**

#### § 12 – Anträge

- (1) Anträge an die Mitgliederversammlung können von jedem stimmberechtigten Mitglied unter Einhaltung einer Frist von **sechs Wochen vor dem Tag der Mitgliederversammlung** beim Vorstand eingereicht werden.

**Anträge müssen daher bis zum 15. März 2010, 24 Uhr beim Vorstand eingegangen sein.**

Mit freundlichem Gruß

Michael Frömter  
Vorsitzender

## Grenzenloser Austausch Treffen mit dänischen Gewerkschaftern

Der Vorstand des DJV Schleswig-Holstein lud im September dänische Kollegen zu einem Treffen nach Flensburg ein, gilt der Dansk Journalistforbund doch als durchsetzungs- und mitgliederstark. Die Kieler Kollegen erfuhren, dass Gewerkschaft und Arbeitgeberverbände im Nachbarland nur über einen Rahmentarifvertrag mit Mindestkonditionen verhandeln, der in ganz Dänemark gilt. In einer zweiten

Verhandlungsrunde wird dann in jeder Firma über zusätzliche Gehaltserhöhungen, Urlaubstage etc. verhandelt. Durch dieses System gibt es eine ganz andere Verhandlungskultur, an der sich beinahe jeder fest angestellte Journalist auf Betriebsebene beteiligt. Stark macht den Dansk Journalistforbund auch, dass er für die Auszahlung des Arbeitslosengeldes zuständig ist.

Tanja Nissen

## Journalisten-Dinner „Wir lassen nichts anbrennen“

Dampfende Kochtöpfe, klappernde Teller – und 22 Journalisten, die anstelle von Block, Stift und Mikrofon den Kochlöffel schwingen: Das erste Journalisten-Dinner des DJV Schleswig-Holstein war ein voller Erfolg. Unter dem Motto „Wir lassen nichts anbrennen“ hatte der Landesverband in die Küche des Casinos im NDR-Landesfunkhaus in Kiel zum Kochabend eingeladen. Voraussetzung: Jeder fasst mit an. Die Idee dahinter: Beim Fisch panieren und Salat waschen ist genügend Zeit, um über



Jens Wellhöner (l.) und Dirk Biernoth im Kochfieber

spannende Projekte zu plaudern. Auch beim Paprika schnippeln und Pasta kochen lässt es sich leichter über die Sorgen sprechen, die die Lokalredaktionen und auch die freiberuflichen Kollegen aufgrund der Wirtschaftskrise derzeit bewegen. Unser Fazit: Die Küche war voll, das Essen lecker, die Gespräche gut. So gut, dass es in absehbarer Zeit ein zweites Journalisten-Dinner geben soll. Wann und wo? Wir warten auf Ihre und Eure Vorschläge. Unsere Botschaft: Der DJV Schleswig-Holstein ist für Sie und Euch da – spricht mit uns!

Tanja Nissen

# Beim Sprachrohr der Partei

Im Vorfeld der Feierlichkeiten zum 60. Jahrestag der Volksrepublik China wurden Kulturmittler in Deutschland von chinesischen Stellen gefragt, ob sie nicht die Live-Übertragung der Militärparade in Deutschland zeigen wollen. Die Deutschen reagierten auf diese Anfrage etwas verwundert und lehnten dankend ab, was wiederum die chinesische Seite nicht verstehen konnte.

Diese Anekdote verdeutlicht, welche Verständigungsschwierigkeiten es immer wieder und immer noch zwischen beiden Ländern gibt. Eigentlich sollten Medien hier als Vermittler agieren, was aber bekanntermaßen oftmals nicht funktioniert. Der Spiegel berichtete über die „gelben Spione“, während das chinesische Magazin Liaowang (dt. Ausblick) Angela Merkel als „Leithammel“ der neuen europäischen Staatschefs um Nikolas Sarkozy und Gordon Brown bezeichnete.

Bei eben diesen Verständigungsproblemen setzt das „Medienbotschafterprogramm“ der Robert Bosch Stiftung und der Hamburg Media School an. Seit einem Jahr besuchen im Rahmen des Programms chinesische Journalisten Redaktionen in Deutschland und Deutsche arbeiten im Gegenzug drei Monate in chinesischen Redaktionen mit.

Als einer der drei ersten deutschen Stipendiaten konnte ich im Frühjahr 2009 drei Monate lang bei der staatlichen Nachrichten-



Redaktionsleiterin Yafang Li (M.) führte die Medienbotschafter Markus Wanzeck, Falk Hartig und Sonja Broy (v.l.) mit Chuanxiu Jiang durch die Redaktionsräume des mehrsprachigen Internet-Magazins „china.org.cn“

agentur Xinhua in Peking arbeiten. Xinhua ist eine der größten Agenturen der Welt, gilt im Westen nicht zu Unrecht als Sprachrohr der Kommunistischen Partei Chinas (KPCh) und hat eine Sonderrolle im chinesischen Mediensystem inne.

Im Reich der Mitte gelten Medien nicht als Vierte Macht im Staat (Kritiker werden einwenden, das liege daran, dass es die gegenseitige verschränkte Kontrolle der drei anderen Mächte auch nicht gibt) und sollen eher erzieherisch auf das Publikum einwirken.

Journalisten, sondern Offizielle“. Das klingt in den Ohren eines westlichen Journalisten natürlich befremdlich. Dennoch sind die meisten Kollegen bei Xinhua keineswegs Betonköpfe, denen journalistische Standards fremd sind. Sie machen sich sehr wohl Gedanken über ihre Arbeit und schätzen die eigene Situation durchaus realistisch ein.

Besonders beeindruckt haben mich Offenheit und Klarheit, mit denen die chinesischen Kollegen das Spannungsverhältnis von Machbarem und dessen Grenzen erklärten. Viele Journalisten bei Xinhua haben frank und frei von ihrem Arbeitsalltag und seinen Herausforderungen berichtet. Eine Kollegin erzählte, dass es natürlich die großen Tabuthemen, wie das Herrschaftsmonopol der KPCh gibt, man aber ansonsten recht frei arbeiten könne: „Man muss eben einfach schneller als die Zensur sein.“

Wer am Arbeitsplatz erfährt, worin diese Herausforderungen bestehen, kann besser nachvollziehen, warum chinesische Kollegen so arbeiten wie sie es tun. Insgesamt hatte ich den Eindruck, dass es auch in China viele Journalisten gibt, die mit Feuereifer ihre Arbeit tun und dabei aufgrund des politischen Systems cleverer und schneller sein müssen als ihre deutschen Kollegen.

Diese drei Monate waren überaus aufschlussreich und haben mir geholfen zu verstehen, wie Journalisten bei offiziellen chinesischen Medien arbeiten. Und zu guter Letzt habe ich begriffen, dass ich nicht die Nase rümpfen muss, wenn chinesische Journalisten mit Begeisterung von einer Militärparade berichten.

Falk Hartig

## „Im Reich der Mitte gelten Medien nicht als Vierte Macht im Staat“



Autor Falk Hartig interviewt einen der Vize-Direktoren der staatlichen Nachrichtenagentur Xinhua in Peking

Allerdings ist das chinesische Mediensystem bei Weitem nicht so starr, wie es im Westen oft wahrgenommen wird. Nichtstaatliche Medien, die sich am Markt behaupten müssen, arbeiten teilweise investigativ und selbst offizielle Medien testen mitunter die Grenzen des für sie Machbaren und berichten zum Beispiel über Misshandlungen von Häftlingen in Untersuchungshaft.

Xinhua als staatliche Nachrichtenagentur hat die Aufgabe, die staatliche Sicht der Dinge zu vermitteln. Dieser Staat ist nach wie vor autoritär, womit auch die Aufgabe und Ausrichtung von Xinhua vorgezeichnet ist. Über Taiwan, Tibet oder Tiananmen wird entweder gar nicht oder aus für uns Westler propagandistischer Sichtweise berichtet. Ein Kollege kommentierte dies mit den Worten „Bei solchen Themen sind wir keine

# Das Klimahaus 8° Ost: Mit dem Domino-Effekt in aller Munde

**Klimahaus-Pressesprecher Wolfgang Heumer spricht im Interview über Strategien, Erfolge und Herausforderungen der Öffentlichkeitsarbeit für ein Projekt, das aus dem Nichts kam.**

Wolfgang Heumer (51) ist auf freiberuflicher Basis Pressesprecher und Strategieberater für Öffentlichkeitsarbeit für das „Klimahaus Bremerhaven 8° Ost“. Das Klimahaus ist die erste Besucherattraktion, die sich dem allgegenwärtigen und hoch komplexen Thema „Klima“ widmet. Wissenschaftlich fundierte Daten, Fakten und Phänomene zu den Themen Klima und Klimaschutz werden erlebnisgerecht aufbereitet und erlebbar gemacht. Das Land Bremen und die Stadt Bremerhaven haben die Investition von rund 100 Millionen Euro finanziert. Von der ersten Idee bis zur Eröffnung am 25. Juni 2009 sind fast genau neun Jahre vergangen. Wie kaum ein anderer begleitete Wolfgang Heumer – zunächst noch als Journalist für dpa und die Nordsee-Zeitung – die Entstehung des Projektes, bis er dann 2006 auf die Seite des Klimahauses wechselte und dessen Interessen auch konsequent nur noch von dieser Seite aus vertritt. Die NORDSPITZE hat bei Wolf-



Blick hinter die Kulissen des Klimahauses:  
Anne Koschade im Gespräch mit Wolfgang Heumer

Fotos: Björn Hake

gang Heumer nachgefragt, wie es ihm gelungen ist, das aus dem Nichts entstandene Klimahaus in den Medien bekannt zu machen und wie er es schaffen will, auch in Zukunft nach dem ersten „Boom“ das Interesse in der Öffentlichkeit zu halten. Das Interview führte Anne Koschade.

Wie sieht Öffentlichkeitsarbeit und PR für das Klimahaus aus?

Meine Position als Presse- und Strategieberater für das Klimahaus ist als eine Stabsstelle direkt der Geschäftsführung zugeordnet. Zwei bis drei Tage in der Woche bin ich im Klimahaus präsent und steuere von hier aus die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, stimme Strategien und Projekte mit Vertrieb, Marketing und der Geschäftsführung ab. Für das tägliche Geschäft, wie beispielsweise Medienbetreuung oder Terminvereinbarungen, werde ich von einem PR-Assistenten unterstützt.

**„Die Kraft der Worte erhielt eine ganz neue Bedeutung“**

Das Klimahaus ist ein Millionenprojekt an einem ungewöhnlichen Ort und aus dem Nichts entstanden. Welchen Schwierigkeiten sind Sie bei der Kommunikation für das Klimahaus begegnet und welche Chancen konnten Sie nutzen?

Grundsätzlich ist es schon einfacher, etwas Bestehendes zu kommunizieren, als etwas völlig Neues. Für die Öffentlichkeitsarbeit des Klimahauses existierte nichts, auf das man hätte zurückgreifen und aufbauen können: keine Vorgeschichte, keine Verteiler, keine

Kontakte – aber auch nichts Vorbela-stendes. Es gab nichts Vergleichbares wie das Klimahaus. Keiner hatte eine richtige Vorstellung von dem, was hier entsteht. Und vor allem gab es kurz vor der Eröffnung eigentlich nichts, was man hätte vorzeigen können. Außer ein paar Animationen. Die Kraft der Worte erhielt so eine ganz neue Bedeutung. Ich konnte nur schwer einschätzen, wie die Medien auf unsere Informationen reagieren werden. Umso überraschter war ich, wiesehr das Thema Klima und auch die Erlebniswelt des Klimahauses bei durchgängig allen Medien positiv aufgenommen wurde. Das hatte ich nicht erwartet. Allein seit Eröffnung der Ausstellung am 25. Juni sind 3700 Veröffentlichungen verzeichnet. Das entspricht rund 200 Millionen Lesern, Hörern und TV-Zuschauern. Damit bin ich sehr zufrieden.

sentieren, da eigentlich in allen Bereichen noch bis zur letzten Minute gearbeitet wurde. Das hat die Öffentlichkeitsarbeit schwieriger als zunächst angenommen gemacht. Doch unsere Domino-Idee ist aufgegangen. Wenn man versteht, nach welchem Schema sich Informationen in den Medien verbreiten und man die richtigen Informationen an die richtigen Adressen versendet, setzt der Domino-Effekt irgendwann ganz von selbst ein. Schließlich kamen die Anfragen fast von ganz allein.

**Gibt es eine Verzahnung der Öffentlichkeitsarbeit mit der Marketingabteilung?**

Marketing und Öffentlichkeitsarbeit stehen grundsätzlich parallel nebeneinander und ergänzen sich gegenseitig. Kooperationen und Werbung auf der einen Seite, Transportieren von Inhalten auf der anderen Seite. In diesem ersten Halbjahr seit der Eröffnung des Klimahauses haben beide

halte es nach wie vor für sehr wichtig, dass die Kommunikation als Stabsstelle direkt unter der Geschäftsführung aufgehängt ist und auch nur dieser verpflichtet ist.

**Wie wollen Sie unter Verwendung von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit den Besucherstrom nachhaltig halten und weiter in den Medien präsent sein?**

Das Konzept des Klimahauses basiert auf zwei Säulen: a) Das einmalige Freizeit-erlebnis einer „Reise“ um die Erde und b) die Wissenswelt, die das Thema Klima und Klimawandel thematisiert. Das Klimahaus als Erlebniswelt hat bislang im Vordergrund der PR-Arbeit gestanden. Es läuft gerade eine Medienresonanzanalyse. Anhand der Ergebnisse werden wir dann gezielt noch einige fehlende Medien mit zugeschnittenen Themen zur Erlebniswelt beliefern. Dann werden wir umdenken und unsere Kompetenz in Sachen Wissensvermittlung rund um Klima und Klimawandel in den Vordergrund der Kommunikation stellen. Klima ist ein Thema, das in aller Munde ist. CO<sub>2</sub>-Emission, Erderwärmung, Klimakonferenz in Kopenhagen... Das Klimahaus soll zu einem Klimakompetenzzentrum werden, wo sich Menschen treffen, die sich auf der einen Seite mit dem Thema auskennen und auf der anderen Seite sich über das Klima und seine Auswirkungen auf die Menschheit – auf dich und mich – informieren möchten. Das Klimahaus wird zum Vermittler zwischen Wissenschaft, Politik und Öffentlichkeit. Das zu kommunizieren wird unsere neue Herausforderung für die Zukunft. Ob über Kongresse, Vorträge oder Sonderausstellungen – wir wollen Gesprächsstoff schaffen. Die zu transportierenden Inhalte bekommen eine andere Qualität.

Vielen Dank für das Gespräch.  
*Das Interview führte Anne Koschade.*

## „Unser Ziel ist es, ein hohes Maß an Transparenz zu transportieren“

**Folgen Sie einer Strategie?**

Wir haben eine Art Philosophie, die über allem steht: Unser Ziel von Geschäftsführung und Kommunikation ist es, ein hohes Maß an Transparenz und Glaubwürdigkeit zu transportieren. Das gelingt vor allem durch eines: Authentizität. Das Kernteam begleitet das Projekt schon seit Jahren und lebt das Klimahaus regelrecht. Diese emotionale Verbindung schafft die nötige Glaubwürdigkeit. Unsere Strategie war vergleichbar mit dem Versuch Domino zu spielen. Als ich 2006 schrittweise in das Projektteam eingestiegen bin, haben wir in einem ersten Schritt das Ziel verfolgt, während der Baumaßnahmen zunächst die Bremerhavener Medien und die lokale Öffentlichkeit emotional abzuholen. Identifikation mit dem Klimahaus, Akzeptanz des Projekts und eine positive Stimmung wollten wir erreichen. Über gezielte Veranstaltung, Feierlichkeiten und ein Magazin während der Bauphase haben wir die Menschen schon weit vor der Eröffnung in das Haus geholt, um ihnen zu zeigen, was hier eigentlich passiert. So ist es uns gelungen, bis zur Eröffnung einen guten Spannungsbogen aufzubauen. In einem zweiten und dritten Schritt haben wir unseren Kommunikations-Radius bis nach Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen beziehungsweise dann in den gesamten deutschsprachigen Raum erweitert. Ich muss zugeben, dass in dieser Phase der Terminplan für die geplanten Presse-Vorbesichtigungen immer enger wurde. Viel konnte ich den Medien teilweise nicht prä-

Bereiche in erster Linie mit sehr kurzfristigen Zielsetzungen und Strategien arbeiten müssen. Viel Zeit für langfristig angelegtes strategisches Handeln blieb naturgemäß vor und während der Startphase nicht. Natürlich gibt es regelmäßige Absprachen zwischen Marketing, Vertrieb und Öffentlichkeitsarbeit, damit jeder weiß, was der andere gerade tut. Jetzt, nachdem etwas Ruhe eingekehrt ist, geht auch das gezielte gemeinsame Arbeiten richtig los. Hier setzten wir auf eine gesunde Wechselbeziehung, bei der sowohl die Öffentlichkeitsarbeit Werbemaßnahmen unterstützt, aber auch Marketing sich den PR-Strategien anpasst. Ich



Medien berichten gern und häufig über die Erlebniswelt des Klimahauses

Tarifabschluss NDR

## Freie erhalten 2,3 Prozent mehr Geld!

Mit Wirkung zum 1. Dezember 2009 haben sich DJV, DOV, ver.di und NDR auf die Erhöhung der Mindest- und Effektivhonorare für Freie um 2,3 Prozent geeinigt. Der neue Vertrag läuft ein Jahr lang und schließt direkt an den auslaufenden Tarifvertrag an, so dass keine Leermonate entstehen. Der NDR sicherte außerdem zu, dass die Erhöhung nicht, wie schon vorgekommen, wieder vergessen wird. Besonders wichtig ist, dass der NDR in Bezug auf das Krankengeld für Freie seine bisherige freiwillige Praxis auf Basis einer unbefristeten tariflichen Regelung fortsetzen wird. Danach zahlt er vom 4. bis zum 42. Krankheitstag 70 Prozent des Durchschnittshonorars und danach einen Zuschuss zu den Leistungen der Krankenkasse. Eine Anrechnung auf möglicherweise schon abgeschlossene Wahltarife soll nach Aussage der Personalverwaltung nicht erfolgen. Der Abschluss eines Wahltarifes ist damit nicht zwingend erforderlich. Im Tarifvertrag für befristete Programmmitarbeit werden die Schutzregelungen, nach denen die Tätigkeit älterer und langgedienter Freier nur noch aus wichtigem Grund (im Sinne des Paragraphen 626 BGB) beendet werden kann, für drei



Foto: NDR/Gitta Mundry

### NDR-Tarifvertrag für Freie unter Dach und Fach

Jahre ausgesetzt – ein Entgegenkommen der Gewerkschaften im Gegenzug zum Wegfall der 15-Jahresgrenze. Die Verdienstobergrenze, bis zu der der NDR Leistungen wie Urlaubsgeld, Abfindungen oder Übergangsgeld zahlt, wird bei 98.000 Euro festgeschrieben. Der zusätzliche Urlaubstag wird auch im Jahr 2010 gewährt und die Online-Redaktion kann während der Laufzeit des Tarifvertrages Große Rahmenverträge vergeben.

Alexander Thomasow

Branchentrends

## Umfrage Freie jetzt online

Die Auswertung der DJV-Umfrage unter über 2000 freien Journalistinnen und Journalisten ist jetzt online abrufbar. Hier finden sich Aussagen zur Altersstruktur der Berufsgruppe, Einkommenssituation, Arbeitsbedingungen und auch Technikfragen. Da sie auf der DJV-Umfrage von 1998 aufbaut, sind auch langfristige Trends der Berufsgruppe ablesbar: Die Berufsgruppe wird weiblicher und älter und ist besser ausgebildet – aber das Einkommen stagniert im Realwert bzw. geht leicht zurück. Zur Umfrage geht's hier: <http://tinyurl.com/y9rr7lk>

kde

Einzelberatung

## Neuer Steuerservice für Freie

Der Landesverband Bremen des DJV bietet allen seinen Mitgliedern ab sofort einen neuen Service zu Steuerfragen. Bei Bedarf steht alle zwei Monate ein Steuerberater in der Geschäftsstelle bereit, um Fragen rund um das Thema Steuern, Buchführung und Jahresabschluss zu beantworten. Die Beratung findet in Einzelgesprächen in der Geschäftsstelle statt. Eine terminliche Absprache erfolgt über die Geschäftsstelle. Ergänzt wird dieses Angebot durch eine Steuer-Hotline: Mitglieder mit dringenden wirtschaftlichen und steuerlichen Fragen können sich kurzfristig melden und erhalten in Absprache mit der Geschäftsstelle einen telefonischen Beratungstermin beim DJV-Steuerberater. Weiterhin bietet der DJV-Landesverband Bremen allen Mitgliedern ein kostengünstiges Angebot des Steuerberaters zu Buchführung und Jahresabschluss. Konditionen und Kontakte können ebenfalls über die Geschäftsstelle angefragt werden. Dieses Angebot richtet sich an alle Mitglieder und ist insbesondere für die freien Journalistinnen und Journalisten einen zusätzlichen Service darstellen.

fv

Journalistinnen-Kongress

## Frau macht Medien

Am 6. und 7. März 2010 findet wieder der Journalistinnenkongress „FRAU MACHT MEDIEN“ in Köln statt, bei dem sich Journalistinnen aus der gesamten Bundesrepublik und aus allen Medienbereichen zu journalistischen Themen und zu ihrer Rolle im Journalismus austauschen. Im Mittelpunkt stehen der Austausch zwischen den verschiedenen Generationen von Journalistinnen und die Frage, was können wir voneinander lernen? Das detaillierte Programm ist auf der DJV-Homepage zu finden. Anmeldungen bitte wie immer über die Landesverbände.

br

Informationsveranstaltung

## Betriebsratswahlen: Nafroth kommt an

Mitte März 2010 sind Betriebsratswahlen – auch in den Medienunternehmen. Frühzeitig hatte der Deutsche Journalistenverband (DJV) beschlossen, die Kandidatensuche und die Mobilisierung der Beschäftigten durch Seminare der Agentur Nafroth zu unterstützen, mit der der DJV im vergangenen Jahr zur Vorbereitung der Tarifrunde Print sehr gute Erfahrungen gemacht hatte. Für den DJV Bremen fand solch eine Veranstaltung in Hannover statt, gemeinsam mit dem DJV Niedersachsen – am 3. Oktober. Und trotz des Feiertages: Die drei Bremer Teilnehmer waren vom Vortrag und den Vorschlägen Wolfgang Nafroths restlos begeistert. Für das erste Unternehmen (Bremer Tageszeitungen AG) begannen bei den Bremer DJV-Aktiven gleich die Vorbereitungen, ein weiteres Unternehmen (Nordsee-Zeitung) wird diese Aktivitäten ebenfalls nutzen. Wer mehr zu den Tipps und Tricks zur Betriebsratswahl 2010 wissen möchte (oder einfach nur Infos benötigt), kann sich per E-Mail melden unter: [carsten.spoering@djv-bremen.de](mailto:carsten.spoering@djv-bremen.de).

Carsten Spöring

Lebensversicherung

## Presseversorgung erhält erneut die Note 1

Der Bilanztest der Lebensversicherer durch die Zeitschrift Euro hat das Versorgungswerk der Presse jubeln lassen. Wie im Vorjahr belegte das Stuttgarter Unternehmen in dem Ranking einen Spitzenplatz, für 2009 ausgelöst durch die relativ hohe Verzinsung der Einlagen (4,8 Prozent), die niedrigen Abschluss- und Verwaltungskostenquoten sowie die geringe Stornoquote. Zur laufenden Verzinsung von 4,8 Prozent kommt eine Schlussüberschussbeteiligung von 0,6 Prozent und je nach Marktlage eine Beteiligung an den Bewertungsreserven hinzu. Die Gesamtverzinsung beläuft sich damit auf 5,4 bis 5,5 Prozent. Nur ein Versicherer war knapp besser als „unsere“ Presseversorgung (die DJV-Landesverbände Bremen, Hamburg und Schleswig-Holstein sind dort Gesellschafter), drei andere Unternehmen liegen bundesweit gleichauf – bei gut 80 untersuchten Gesellschaften insgesamt. Dafür gab es die „Euro-Versicherungs-note 1“. Weitere Informationen unter [www.presse-versorgung.de](http://www.presse-versorgung.de).

Carsten Spöring



Grafik: Rainer Meersmann



## Bildungsurlaub

## Bildungsurlaub

### Aktueller Rechtstipp

### Recht auf Weiterbildung im Gesetz verankert

Weiterqualifizierung ist gerade in Zeiten der Krise ein wichtiger Schutz vor drohender Arbeitslosigkeit. Redakteurin K. Lug schaltet zufrieden ihren Computer aus. Gerade hat sie einen längeren, gut recherchierten Artikel zu diesem Thema an ihren Ressortleiter geschickt. Plötzlich die Idee: K. Lug will nicht nur über Weiterbildung schreiben, sondern sich selbst weiter qualifizieren. Nun recherchiert sie in eigener Sache und findet ein Seminar Internet-Wissen für Journalisten. Statt die Redakteurin aber für den zweitägigen Kurs freizustellen und die Seminarkosten zu übernehmen, lehnt der Arbeitgeber ab. Wer meine Kurse besuchen zu müssen, der tue dies doch bitte in seiner Freizeit und nicht auf Kosten des Arbeitgebers, so die Begründung. Ähnlich gelagerte Fälle haben immer wieder das Justitiariat des DJV-Hamburg beschäftigt. Häufig übersehen Geschäftsleitungen dabei, dass es einen gesetzlichen Anspruch auf Bildungsurlaub gibt. Das Hamburgische Bildungsurlaubs-

gesetz enthält in den Paragraphen 3 und 13 den Anspruch auf bezahlte Freistellung in einem Umfang von zehn Arbeitstagen innerhalb von zwei Jahren. Voraussetzung ist, dass die Freistellung für den Besuch einer im Sinne des Gesetzes anerkannten Bildungsveranstaltung genutzt wird. Inhalt muss nicht nur die direkte berufsbezogene Weiterbildung sein. In Frage kommen auch die politische Bildung und die Qualifizierung für die Wahrnehmung ehrenamtlicher Tätigkeit. Auf das Gesetz können sich alle fest angestellten Redakteure und Volontäre berufen, deren Arbeits- und Ausbildungsverhältnis seinen Schwerpunkt in Hamburg hat. Weigert sich der Arbeitgeber, obwohl die gesetzlichen Voraussetzungen vorliegen, kann der Bildungsurlaub mit Hilfe des DJV eingeklagt werden. Informationen über den Anspruch auf Bildungsurlaub in Bremen, Hamburg und Schleswig-Holstein sind im Internet unter [www.bildungsurlaub.info](http://www.bildungsurlaub.info) abrufbar.

Stefan Endter

### Ausstellung geschlossen

### Kommunikationsmuseum

60 Jahre nach seiner Eröffnung hat das am Stephansplatz ansässige Museum für Kommunikation Hamburg seine Tore für den Publikumsverkehr geschlossen. Nach dem Verkauf des Gebäudekomplexes sah die Museumsstiftung Post und Telekommunikation sich zur Aufgabe ihres kleinsten Museums gezwungen, denn Geld für einen alternativen Standort ist nicht vorhanden. In der Dauerausstellung waren Objekte aus 400 Jahren Kommunikation zu sehen. Die Museumsstücke gingen an die Schwesterhäuser in Berlin, Frankfurt und Nürnberg.

cp

### Reporter ausgezeichnet

### Ernst-Schneider-Preis 2009

Benjamin Großkopf, NDR Info-Reporter und Mitglied im DJV Hamburg, gehört mit seinem Kollegen Arne Meyer zu den Trägern des Ernst-Schneider-Preises 2009. Dieser Preis, gestiftet von den deutschen Industrie- und Handelskammern, wird jährlich an Autoren vergeben, die sich in verständlicher Form Wirtschaftsthemen annehmen. Die Kollegen wurden für ihr Feature „Ist der Kunde nicht mehr König, sondern Knecht?“ ausgezeichnet. Zuständige NDR-Redakteurin ist Susanne Gommert, ebenfalls Mitglied im DJV Hamburg; so bleibt's denn in der DJV-Familie...

rg

### Hamburg Media School



Professor Dr. Annamaria Rucktäschel, wissenschaftliche Leiterin des Masterstudiengangs Journalismus, und Jakob Augstein, Leiter des „Innovation Lab Print“, haben am 15. Oktober ihre Tätigkeit an der Hamburg Media School (HMS) aufgenommen. Die Wissenschaftlerin Rucktäschel verantwortet den weiteren Ausbau und die sukzessive Internationalisierung des Studiengangs. Das zukünftige Engagement Jakob Augsteins, Verleger und Herausgeber von Der Freitag – Das Meinungsmagazin, soll als Denkfabrik funktionieren, in der sich Studierende mit innovativen Modellen zur Zukunft des Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus auseinandersetzen.

mf

### Institut für Journalistik

Unter dem Titel „Kritik und Verantwortung – Zur journalistischen Haltungsgeschichte nebst einiger subjektiver Exkurse“ hat Professor Dr. Volker Lilienthal am 10. Dezember seine Antrittsvorlesung am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Hamburg gehalten. Im Juli hatte er die Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur für Qualitätsjournalismus angetreten.



Foto: epd Bild/Gutmann

Der ehemals verantwortliche Redakteur bei epd medien machte von sich reden, als er im Jahr 2005 zusammen mit Ulrike Kaiser, Ex-JOURNALIST-Chefredakteurin, den Marienhof-Skandal aufdeckte.

mf

### Akademie für Publizistik

Die Medienwissenschaftlerin Barbara Thomaß hat den Vorstandsvorsitz der Akademie für Publizistik übernommen, Stellvertreter bleibt Provinzial-Pressesprecher Günther Jesumann. Neu im Vorstand



Foto: privat

sind Rüdiger Ditz, Chefredakteur von Spiegel Online, Hans Werner Kilz, Chefredakteur der Süddeutschen Zeitung, und Claudia Spiewak, Chefredakteurin des NDR Hörfunks. Axel Filip, Personalleiter des Heinrich-Bauer-Verlags, sowie Claus Strunz, Chefredakteur des Hamburger Abendblatts, wurden als Vorstandsmitglieder in ihrem Amt bestätigt.

cp

Fragestunde

## Carsten Köthe antwortet



Foto: Mach3

Moderator Carsten Köthe

Am 28. Januar steht Hörfunkjournalist und Morgen-Mann Carsten Köthe in Kiel Rede und Antwort. Jeden Morgen von fünf bis zehn Uhr schickt er im Frühstücksklub von Radio Schleswig-Holstein gemeinsam mit zwei Kollegen die Schleswig-Holsteiner in den Tag. Im Rahmen der Reihe „Journalisten fragen, Journalisten antworten“ berichtet er über seinen Werdegang und markante Wendepunkte seiner Karriere. Im Anschluss gibt es Gelegenheit, sich untereinander auszutauschen.

Termin: Donnerstag, 28. Januar, 19.30 Uhr, Provinzial, Sophienblatt 33, 24114 Kiel.

Anmeldung: Bitte bis Montag, 25. Januar, unter Telefon 0431/603-2805, per Fax 0431/603-2343 oder per E-Mail: guenther.jesumann@provinzial.de.

Susann Wilke

Rund ums Internet

## Online-Veranstaltung in Bremen

Der Bundesfachausschuss Online tagt im Februar in Bremen. Grund genug, eine Veranstaltung rund um das Thema „Online“ auf die Beine zu stellen, die am 9. Februar im „Haus der Wissenschaft“ über die Bühne gehen wird. Als Programmpunkt geplant ist, dass Bremer Medienhäuser wie Radio Bremen und der Weser-Kurier ihre Web-Relaunches vorstellen und in der anschließenden Diskussion auf aktuelle Themenfelder wie Cross- und Trimedialität sowie Arbeitsbedingungen und journalistische Arbeitsfelder an sich zu sprechen kommen. Weitere Details sind in Kürze auf der Internetseite des Landesverbands unter [www.djv-bremen.de](http://www.djv-bremen.de) abrufbar.

ine

FA Gleichstellung/Journalistinnen

## Austausch und journalistischer Input im Fokus

Die Fachgruppe Gleichstellung/Journalistinnen des DJV SH hat sich konstituiert und als Sprecherin Mechthild Mäsker wiedergewählt. Im kommenden Jahr sollen sowohl die Journalistinnen-Stammtische fortgesetzt als auch die Möglichkeit zu Gesprächs- und Besuchsterminen bei interessanten Persönlichkeiten und Institutionen angeboten werden. Der Arbeitskreis strebt an, das Arbeitsfeld zu erweitern und zusätzlich zum Erfahrungsaustausch mehr journalistischen Input zu ermöglichen. Angedacht sind unter anderem ein Besuch im Frauenknast Lübeck, Gespräche mit dem Landesfrauenrat, der Geschäftsführerin von Niederegger Angelika Strait-Binder, Verlegerin Gaby Wachholtz oder Schleswig-Holsteins einziger Fischwirtschaftsmeisterin Sabine Schwarten sowie Workshops zum Thema „Frau & Geld“ und „Frau & Zeit(management)“. Weitere Vorschläge sind willkommen und können an die Fachgruppe bzw. Sprecherin Mechthild Mäsker per Mail ([m.maesker@gmx.de](mailto:m.maesker@gmx.de)) weitergeben werden.

Beatrix Richter



Foto: privat

Grillfest des Journalistinnen-Stammtischs in Lübeck – eine von vielen Aktivitäten des Arbeitskreises

Seminar für Frischlinge und alte Hasen

## Erfolgreich durch strategisches Selbst-Marketing



Foto: privat

Ute Voss zeigt, wie sich Journalisten selbst vermarkten können

Wer als Journalist freiberuflich seine Brötchen verdient oder verdienen will, meint oft, dass die Beherrschung des Handwerkszeuges Schreiben ausreicht. Doch dazu gehört noch einiges

mehr: Freie Journalisten sind Unternehmer, die ihr Produkt und gleichzeitig sich selbst so optimal wie möglich am Markt präsentieren und verkaufen müssen.

Journalistin und Potential-Coach Ute Voß erklärt im DJV-Seminar in Kiel die drei klassischen P's im Marketing – Produkt, Preis und Platzierung am Markt – sowie die Themen Selbst-PR und eigene Werbung.

Termin: Samstag, 16. Januar von neun bis 17 Uhr in der Sparkassen-Akademie, Faluner Weg 2, 24109 Kiel. Mehr Informationen unter [www.djv-sh.de](http://www.djv-sh.de).

br

Newsdesk birgt Chancen und Risiken

## Volkmar Kah informierte in Bremen und Bremerhaven

Was ist eigentlich ein Newsdesk? Das Thema interessiert, denn sowohl beim Weser-Kurier als auch bei der Nordsee-Zeitung sorgt die Einführung dieses Modells nicht unbedingt für ungeteilte Begeisterung. Volkmar Kah informierte auf zwei Veranstaltungen in Bremen und Bremerhaven in einem kurzen Impulsvortrag, der sich schnell in anregende Gespräche mit den Anwesenden verwandelte. Kah arbeitet selbst an einem regionalen Newsdesk in Lüdenschaid. Sicher, man habe den Redaktionen in den Regionen einen Teil ihrer Unabhängigkeit geraubt, indem sie ihre Seiten nun nicht mehr selbst produzieren, sondern sie am „Tisch“ zentral gebaut werden. „Gleichzeitig soll den Kolleginnen und Kollegen vor Ort aber mehr Zeit für Recherchen bleiben. Und sie sind nach wie vor die ersten Ansprechpartner für die Leserinnen und Leser“, sagte

Kah. Der Newsdesk, der sich um die zentrale Erstellung der Seiten kümmert, soll zudem mit Hilfe von Online-Redakteuren die enge Verzahnung der Print-Ausgaben mit dem WAZ-Online-Portal „Der Westen“ bewirken. Dabei müsste das Prinzip „Online First“ nicht unbedingt der gedruckten Zeitung Informationen rauben oder in Gänze vorwegnehmen. Schließlich sei ein Unfall und eine daraus resultierende Straßensperrung und Umleitung für den geneigten Internet-Besucher aktuell sehr interessant und wichtig. In der Zeitungsausgabe am folgenden Tag indes könne dieses Thema durchaus in einem kleineren Rahmen als Meldung Niederschlag finden. Zusammenfassend ist für Volkmar Kah klar: „Das Newsdesk-Modell gibt es nicht.“ Jede Zeitung müsse ihre ganz individuelle Lösung finden.

Regine Suling



Foto: Florian Büh/www.RTV.P.de

Auf eine gelungene Veranstaltung konnten Susanne Kutz (li.) und Dr. Katharina Jeorgakopulos anstoßen

**APÖ in Hamburg**

**Zum Frühstück bei Körper**

Das war ein fulminanter Auftakt, den die neue Leiterin des Arbeitskreises Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Dr. Katharina Jeorgakopulos in Zusammenarbeit mit Susanne Kutz, Leiterin der Kommunikation und Programmplanung bei der Körper-Stiftung, da hingelegt hat!

Eingangs legte Susanne Kutz den rund 25 Teilnehmenden anschaulich, und vor allem mit spürbar viel persönlichem Engagement, das Konzept des ausklingenden Jahres dar und freute sich über die Gelegenheit, selbst noch mal einen Rückblick aufs Jubiläumsjahr 2009 werfen zu können. Die entsprechenden Aktivitäten standen dabei in der

Tradition dieses großzügigen Hamburger Unternehmers. 50 gemeinnützige Initiativen konnten sich um die Fördermittel – jeweils 5000 Euro seitens der Stiftung sowie des fördernden Unternehmens – bewerben; und das taten immerhin 1070 Antragsteller. Da fiel der 16köpfigen Jury unter prominentem Vorsitz von Jörg Pilawa die Auswahl nicht leicht; und man kürte schlussendlich insgesamt 66 Gewinner. Ausgeschenkt wurde der Apfelsaft von „Das Geld hängt an den Bäumen“, einer Initiative, die in Hamburgs Gärten Obst einsammelt, das sonst verderben würde, und daraus köstliche Produkte herstellt.

Renata Green

**Im Gespräch mit den Jungen**

**Judith Rakers locker vom Hocker**



Foto: Dana Anders

Moderatorin und Journalistin Judith Rakers war am 4. November beim Kamingsgespräch des Arbeitskreises Junge und des Arbeitskreises Gleichstellung im Hamburger Café Tazzina zu Gast. Erstmals noch inoffiziell dabei, die neue Arbeitskreisleiterin Gleichstellung, Julia Doellken. Selbstironisch und humorvoll erzählte die 33-Jährige von den Stolpersteinen und Herausforderungen auf ihrem Weg in den Journalismus und betonte, dass sie ihren Aufstieg von der Moderatorin des Radios Hochstift (Region Hochstift Paderborn) bis zur NDR- und Tagesschau-Moderatorin vielen glücklichen Fügungen verdanke. Moderatorin des NDR-Hamburg Journal und seit 2008 Sprecherin der Hauptausgabe der Tagesschau um 20 Uhr sind bisher die publikumswirksamsten Stationen ihres Berufslebens.

Olga Wittern

**AK Betriebsratsarbeit in Hamburg**

**Auftaktveranstaltung rund um die Mitbestimmung**



Fotos: Florian Büh/www.RTV.P.de

Unter der neuen Leitung von Anne Stark und Jens Maier traf sich der AK Betriebsratsarbeit - und es ging gleich zur Sache: Gunnar Rath, vorsitzender Richter am Landesarbeitsgericht Hamburg, informierte über neue Urteile des Bundesarbeitsgerichtes,

vor allem zur Mitbestimmung bei Einstellungen nach Paragraph 99 Betriebsverfassungsgesetz. Bei der anschließenden Diskussion gab er den Betriebsratsmitgliedern aus Print, Online und Funk Anregungen und Tipps für ihre Arbeit. Der AK Betriebsratsarbeit will sich etwa alle zwei Monate treffen. Es gibt eine Reihe von Themenvorschlägen, darunter die Vorbereitung der BR-Wahl, Kündigungswidersprüche, geplant sind zudem „Arbeitstreffen“ zum Austausch ohne festgelegte Themen. Die Urteile sind unter [www.bundesarbeitsgericht.de](http://www.bundesarbeitsgericht.de) abrufbar, die Aktenzeichen: 1 ABR 93/07, 1 ABR 35/08, 7 ABR 15/08, 1 ABR 42/08.

Dr. Anja Westheuser

**Jens Maier**



„Ich arbeite seit neun Jahren als Redakteur bei stern.de und bin dort seit sechs Jahren im Betriebsrat aktiv. Als Betriebsratsvorsitzender von stern.de bin ich Mitglied in diesem Gremium. Als Betriebsrat lege ich besonderen Wert auf die gerechte Behandlung von Kollegen. Im Arbeitskreis Betriebsräte engagiere ich mich, weil ich es für wichtig halte, untereinander gut vernetzt zu sein.“

**Anne Stark**



„Nach Stationen in Kiel (epd), Cuxhaven (Cuxhavener Nachrichten) und Buxtehude (Buxtehuder Tageblatt) bin ich in Hamburg bei der Bauer Media Group gelandet. Seit acht

Jahren bin ich stellvertretende Betriebsrätin der Heinrich Bauer Achat KG und engagiere mich im Vorstand des DJV Hamburg. Als Betriebsrätin liegt mir die kompetente Beratung gerade in diesen schwierigen Zeiten am Herzen.“

**AK Chancengleichheit**

**Die Neue im Arbeitskreis stellt sich vor**



Foto: Dana Anders

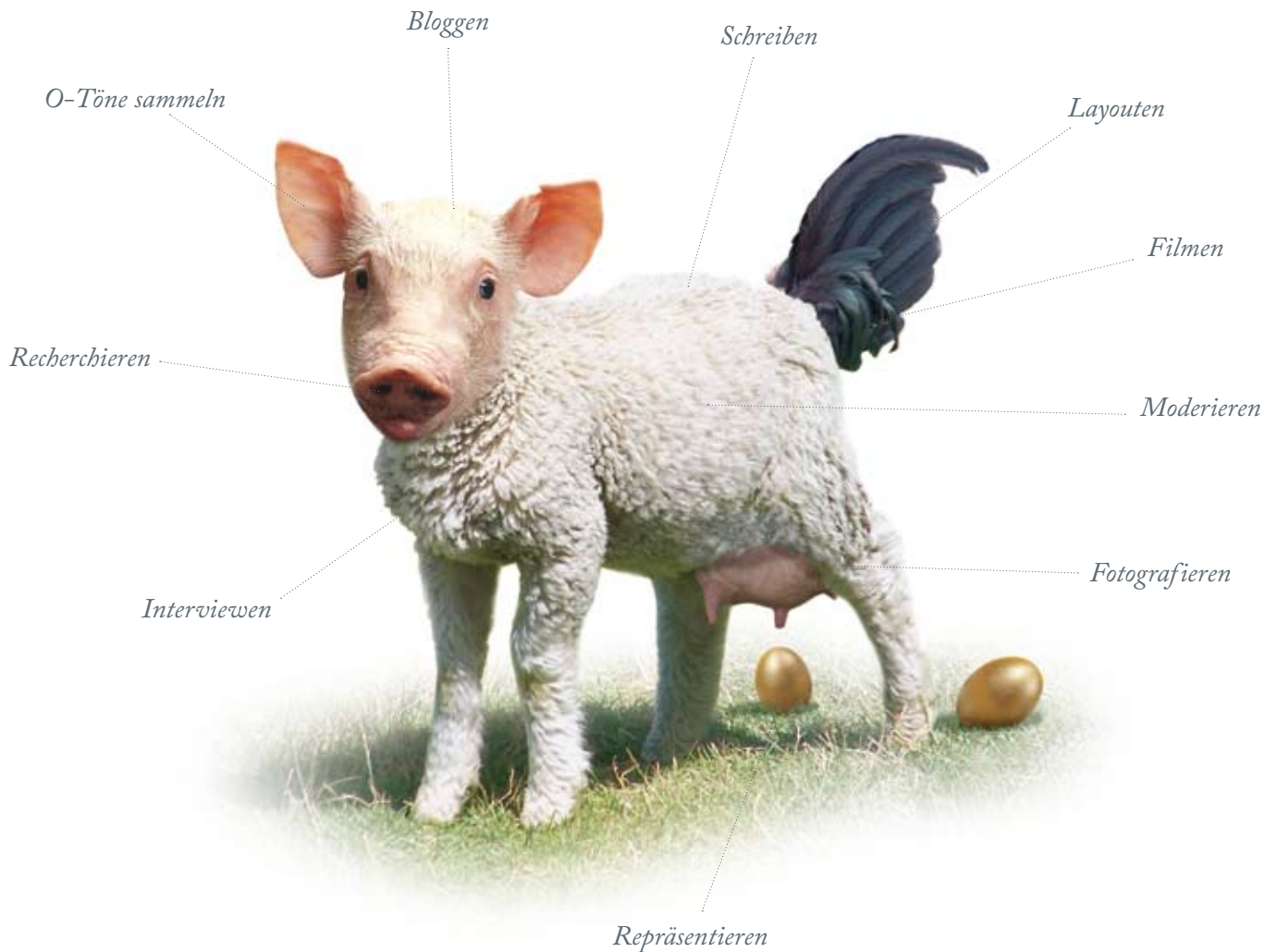
Julia Doellken, neue AK-Leiterin in Hamburg

Mein Name ist Julia Doellken, ich bin 36 Jahre alt, arbeite als Redakteurin und bin die Neue im Arbeitskreis Chancengleichheit. Ich freue mich auf die bevorstehenden Treffen und Veranstaltungen und wünsche mir für die Arbeit im Arbeitskreis ein reges Netzwerken und Austauschen unter den Teilnehmerinnen. Die Themenpalette reicht von Work-Life-Balance über Rechtsfragen und Organisationshilfen bis hin zu Kamingsgesprächen mit prominenten Medienvertretern. Ideen und Anregungen für den Arbeitskreis sind natürlich immer willkommen und auch erwünscht. Kontakt unter [doellken-djv@web.de](mailto:doellken-djv@web.de).

Im Mittelpunkt unserer ersten Veranstaltung steht das Thema Work-Life-Balance, zu dem unter anderem die ehemalige AK-Leiterin und Buchautorin Carola Kleinschmidt referieren wird. Treffpunkt ist am 20. Januar, 19 Uhr, im Novotel Hamburg Alster, Lübecker Straße 3.

Fotos: Florian Büh/www.RTV.P.de

# Journalisten müssen alles können!?



Von Journalisten wird viel verlangt. Aber alles gleichzeitig? Profis sind vielseitig, oft wahre Tausendsassas. Sie sind allerdings dann am allerbesten, wenn sie sich nicht verzetteln müssen. Der Deutsche Journalisten-Verband unterstützt seine Mitglieder bei allen Fragen rund um ihren Beruf. Mehr Informationen finden Sie auf den [Internetseiten unserer Landesverbände](#).



Deutscher Journalisten-Verband  
**LANDESVERBAND HAMBURG E.V.**  
Rödingsmarkt 52 | 20459 Hamburg  
Tel.: 040 - 36 97 10 0  
Fax: 040 - 36 97 1022  
info@djv-hamburg.de  
[www.djv-hamburg.de](http://www.djv-hamburg.de)

Deutscher Journalisten-Verband  
**LANDESVERBAND BREMEN E.V.**  
Sögestraße 72 | 28195 Bremen  
Tel.: 0421 - 32 54 50  
Fax: 0421 - 33 78 120  
info@djv-bremen.de  
[www.djv-bremen.de](http://www.djv-bremen.de)

Deutscher Journalisten-Verband  
**LANDESVERBAND SCHLESWIG-HOLSTEIN E.V.**  
Andreas-Gayk-Straße 7-11 | 24103 Kiel  
Tel.: 0431 - 95 88 6  
Fax: 0431 - 95 88 3  
kontakt@djv-sh.de  
[www.djv-sh.de](http://www.djv-sh.de)