

NDR

NORDSPITZE

DAS MAGAZIN DER NORDDEUTSCHEN LANDESVERBÄNDE



Pionier-Journalismus im Norden

Zeit für Experimente

DREI FRAGEN AN

Moritz Döbler vom
Weser-Kurier

PORTRÄT

Udo Biss vom
NDR-Ostseereport

INTERVIEW

Jasmin Off von den
Lübecker Nachrichten

IMPRESSUM

Die DJV NORDSPITZE
erscheint viermal im Jahr

HERAUSGEBER

DJV-Landesverbände
Bremen e.V., Regine Suling
(Vorsitzende), Hamburg e.V., Marina
Friedt (Vorsitzende), Schleswig-
Holstein e.V., Arnold Petersen
(Vorsitzender), 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: Florian Vollmers,
kontakt@florian-vollmers.de
Schleswig-Holstein:
Sabine Spatzek,
sabsatzek@aol.com

AUTOREN/MITARBEIT

Angela Dittmer
Stefan Endter
Marina Friedt
Renata Green
Carolin Henkenberens
Bettina Neitzel
Arnold Petersen
Claudia Piuntek (cp)
Beatrix Richter
Sabine Spatzek (sas)
Regine Suling
Florian Vollmers (fv)
Dr. Anja Westheuser

SCHLUSSREDAKTION

Renata Green
Sabine Spatzek

COVERFOTO

Richard Ohme

ART DIRECTION

KRAVCOV HEY HOFFMANN

ANZEIGEN

Mediasüd
Robert Macher
Telefon 09181 - 2999-477
robert.macher@mediasued.de

DRUCK

Compact Media KG
Ferdinandstraße 29-33
20095 Hamburg

BEZUG

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

ISSN 1863-5709

© DJV.
Alle Rechte vorbehalten.



Foto: die-pinnebergerin.de

8

Tut gar nicht weh: Medienmacher im Norden entdecken mit Projekten wie die-pinnebergerin.de neue Nischen

■ AKTUELLES

04 Meine Meinung

Schluss mit den miesen
Arbeitsbedingungen!

04 Fit for Fun

Burda trennt sich von
kompletter Redaktion

04 Computer Bild

Verhandlungen über
Haustarif stagnieren

04 Funke Mediengruppe

Streichung von 400 Stellen,
einige bei Abendblatt-Beilagen

05 SH Zeitungsverlag

Erst die Zwangsversetzung,
dann die Kündigung Carlo Jollys

05 Drei Fragen an...

Moritz Döbler, neuerdings
Chefredakteur und Vorstand

05 Radio Hamburg

Sender führt Gerichtsstreits
anstelle von Verhandlungen

06 Namen und Nachrichten

News zu Jobwechsellern,
Preisen und neuen Projekten

07 Regionalkonferenz

Austausch über die
Tarifpolitik im Norden

■ TITEL

08 Neue Wege

Drei Einzelkämpfer, die am
Medienmarkt erfolgreich sind

■ PORTRÄT

11 Udo Biss

TV-Reporter, der aus der
Ostseeregion berichtet

■ INTERVIEW

12 Jasmin Off

Frau fürs Digitale bei
den Lübecker Nachrichten

■ SERVICE

14 Fakten, Fakten, Fakten

Tools zum Faktencheck
und zur Verifikation

14 Zusammenschluss

Presseversorgung holt
Versicherer R+V ins Boot

15 Aktuelle Rechtsprechung

Was ist laut DSGVO erlaubt,
was verbieten die Datenschützer?

■ INTERN

16 Blick nach vorn

Neue DJV-Lenkungsgruppe
diskutiert Zukunft des Verbands

16 DJV Hamburg

Mitgliederversammlung am
11. April im Madison Hotel

16 DJV Hamburg

Mentoring-Programm und neue
Veranstaltungsreihe DJVtreff

17 Journalistenpreis Schleswig-Holstein

Ausschreibungsthema für das
Jahr 2019 ist das „Porträt“

■ TERMINE

18 DJV Bremen

Riffreporterin stellte
Autorenprojekt vor

18 DJV Schleswig-Holstein

Mitgliederversammlung im Mai
stimmt über Beitragshöhe ab

19 DJV Bremen

Zehn Netzwerktreffen und
Seminare im Überblick

19 DJV Bremen

Neue Veranstaltungsreihe
StammSchnack gestartet



11
In 30 Jahren Ostseereport kam bei NDR-Mann
Udo Biss nie Langeweile auf

Foto: privat



Foto: Jörg Sarbach

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

die Druckmaschinen kommen in die Jahre, die Gewinne schwinden, die Gürtel müssen (bei den Beschäftigten) noch enger geschnallt werden. Ja, was läge da näher, als die Digitalisierung konsequent zu vollziehen, ausschließlich auf eine elektronische Zeitungsverbreitung zu setzen und den Abonnenten einfach die Haptik, eine Zeitung in der Hand zu halten, zu ersparen? Stattdessen heißt es scrollen und zoomen – und zwar alternativlos. Die Funke-Mediengruppe kündigte unlängst genau das für ihre Titel in Thüringen an: das Ende der gedruckten Zeitung. Sind solche Szenarien auch in Norddeutschland denkbar? Möglich wäre es, denn auch an anderen Stellen sind noch betagte Druckmaschinen im Einsatz, auch im Norden.

Dabei geht Digitalisierung doch ganz anders. Sie soll das Leben erleichtern, mit Apps zum Beispiel, die den Alltag bequemer machen. Ein E-Paper ist zweifellos praktisch, doch es ersetzt nicht die gedruckte Zeitung am Frühstückstisch. Vollziehen neben Funke noch andere Verlagshäuser diesen Schritt, so werden sie treue, ältere Abonnenten verlieren, aber gewiss keine neuen, jungen hinzugewinnen. Hier fehlen nach wie vor landauf landab in wohl allen Verlagen die Konzepte, neue Leserinnen und Leser für sich zu begeistern. Warum zum Beispiel setzen nicht mehr Lokalzeitungen darauf, ihre Kernkompetenz – das Lokale – inhaltlich, vor allem aber personell, auszubauen? Genau dieser Lokalkolorit ist es doch, der Menschen interessiert. Und nicht unbedingt die überregionale dpa-Meldung auf Seite eins, die man schon aus der Tagesschau vom Vorabend kennt. Finden Tageszeitungen hier endlich die richtigen Konzepte, um Leserinnen und Leser für sich zu begeistern, dann greifen diese auch wieder zur Zeitung – ganz gleich, ob digital oder auf Papier gedruckt.

Einen schönen Frühling wünscht Ihnen/Euch

Regine Suling

Meine Meinung

Schluss mit der Überheblichkeit



Foto: privat

Carolin Henkenberens ist Ko-Vorsitzende des Fachausschusses Junge im DJV Bremen

Wer Journalist werden will, braucht eine hohe Frustrationsschwelle. Jahrelange freie Mitarbeit für ein mickriges Zeilengeld und mehrere Praktika, die meist unbezahlt sind, sind nötig. Am Ende folgt in der Regel die Bewerbung auf ein Volontariat. Nicht selten verlangen Redaktionen, dass der künftige Volontär für ein oder zwei Wochen Probe arbeitet – kostenlos, versteht sich. Trotz vieler Arbeitsproben. In vielen Häusern sind Volontäre schon so erfahren, dass man sie getrost als Redakteure einstellen könnte. Um Redakteursstellen zu sparen, haben Verlage ihre Volontariate verlängert. Junge, hoch qualifizierte Menschen, oft mit einem oder zwei Studienabschlüssen, Auslandserfahrung, Fremdsprachkenntnissen und mehreren Jahren Erfahrung durch freie Mitarbeit werden mit Ende 20, Anfang 30 für wenig Geld zu Volontären.

Es ist ein Unding, dass motivierte Menschen sich so lange unter Wert verkaufen müssen, bis sie – vielleicht, vielleicht – einen Redakteursvertrag bekommen, in der Regel befristet. In Zeiten von Globalisierung und Digitalisierung kann sich unsere Branche diese überhebliche Art nicht mehr leisten. Der Journalismus braucht gerade jetzt gute Leute. Die Anforderungen steigen, die Konkurrenz durch Blogs und Social Media wächst. Doch immer mehr junge Menschen schrecken die Arbeitsbedingungen ab. Die Folgen: Der Journalismus verweiblicht, die Bewerberzahlen an Journalistenschulen sinken.

Die Verlage müssen endlich umdenken. Die Generation Y will zwar einen Job, der sinnhaft ist und erfüllt. Da kann der Journalismus eindeutig punkten. Die Generation Y will aber auch flache Hierarchien, gute Arbeitszeiten und Anerkennung. Wer nach dem Studium noch zwei oder sogar drei Jahre im Volontariat als billige Arbeitskraft benutzt wird, fühlt sich nicht wertgeschätzt. Volontariate sollten wieder das sein, was sie pro forma sind: Ausbildungen. Lange Stationen in unterbesetzten Redaktionen haben damit wenig zu tun.

Carolin Henkenberens

Massenentlassungen bei Fit for Fun

Einigungsstelle statt Sozialplan

Mit der ersten Massenentlassung 2019 am Medienstandort Hamburg sorgte der Hubert Burda-Konzern im Januar für Schlagzeilen. „Die sogenannte Medienkrise scheint immer mehr zu einer Krise der sozialen Verantwortung zu werden. Angesichts dessen, was wir gegenwärtig bei Fit for Fun erleben, muss man feststellen, dass soziale Verantwortung für Burda offensichtlich keine Rolle mehr spielt“, sagte die DJV-Landesvorsitzende Marina Friedt. Die Geschäftsleitung der Fit for Fun GmbH hatte am 7. Januar 2019 dem Betriebsrat und den ebenso überraschten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eröffnet, die gesamte redaktionelle Arbeit an einen externen Dienstleister zu übertragen. Mit diesem Vorgehen vermied das Unternehmen den gesetzlich für die Beschäftigten vorgesehenen Schutz im Falle eines Betriebsübergangs. Die Folge: Alle Beschäftigten mit unbefristeten Verträgen erhielten noch im Januar ihre betriebsbedingte Kündigung. Die Entscheidung, das Heft künftig von einem Dienstleister erstellen zu lassen und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu kündigen, war schon im vergangenen Jahr vorbereitet und getroffen worden – allerdings, ohne den Betriebsrat zu informieren. Betroffen sind weit überwiegend ältere Redakteurinnen und Redakteure – im Schwerpunkt über 50 Jahre und meistens länger als 15 Jahre bei Fit for Fun.

Angesichts der Lage auf dem Medienarbeitsmarkt bedeutet die Kündigung für viele der Betroffenen das journalistische Aus. Die Pres-



Foto: Stefan Endtner

Beschäftigte sind empört, weil sich Burda aus der sozialen Verantwortung stiehlt

sestelle der Agentur für Arbeit teilte mit, dass im Januar 2019 rund 1000 Journalistinnen und Journalisten arbeitssuchend oder als arbeitslos registriert waren. Demgegenüber waren 13 freie sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse gemeldet. Trotz dieser Rahmenbedingungen und langjähriger treuer Dienste der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter lehnte Burda eine angemessene Ausstattung des Sozialplans ab. Das Abfindungsangebot des Konzerns: 0,4 Gehälter pro Beschäftigungsjahr – jedoch nicht mehr als maximal 50.000 Euro. Zuschläge für Kinder und im Falle der Schwerbehinderung wurden nicht angeboten. Und für einen Härtefonds wollte Burda lediglich 50.000 Euro zur Verfügung stellen. Für diejenigen, die darauf verzichten, die Kündigung arbeitsgerichtlich überprüfen zu lassen, sollte es noch einen kleinen Zuschlag geben. Beschäftigte und Betriebsrat, der durch den DJV Hamburg unterstützt wird, waren empört. Der Betriebsrat erklärte das Scheitern der Sozialplanverhandlungen. Über das unbefriedigende Ergebnis der Einigungsstelle berichtet die NORDSPITZE in der kommenden Ausgabe.

Stefan Endtner

Computer Bild

Zweitägiger Warnstreik vor dem Springer-Haus

Die Fronten bei den Tarifverhandlungen für die Computer Bild (CoBi) sind verhärtet. Die Beschäftigten haben ihre Forderung nach angemessenen Gehältern am 19. und 20. März mit einem zweitägigen Warnstreik bekräftigt und mit Flugblättern vor dem Springer-Haus für ihr Anliegen geworben. Ihr Motto: „Tarifvertrag für Computer Bild jetzt!“ Zuvor hatte es die Geschäftsleitung ausdrücklich abgelehnt, mit einem verbesserten Angebot an den Verhandlungstisch zurückzukehren. Die Computer Bild, seit vielen Jahren erfolgreich, ist eine 100-prozentige Tochter der Axel Springer SE. Mehrere Verhandlungsrunden zwischen der Computer Bild einerseits und dem DJV sowie Verdi andererseits haben keine Annäherung der weit auseinanderliegenden Positionen gebracht. Die Redakteurinnen und Redakteure der Computer Bild fordern eine tarifliche Bezahlung – ihre Gehälter liegen jetzt zum Teil ganz erheblich unterhalb der tariflichen Sätze. Das von Springer in den Verhandlungen vorgelegte Angebot liegt teilweise noch immer bis zu 25 Prozent unterhalb der Tarifgehälter. Gleichzeitig meldet Springer 2018 als das erfolgreichste Jahr in der Unternehmensgeschichte. Einzelheiten finden Sie auf www.djv-hamburg.de.

Stefan Endtner

Latest News

Funke baut ab, DuMont plant Trennung von Mopo

Die Funke Mediengruppe baut bis zu 400 Arbeitsplätze ab und nennt das „Zukunftsprogramm Funke 2022“. Am härtesten trifft es die Belegschaft in Nordrhein-Westfalen: Im Stammland des Konzerns werden etwa 300 Mitarbeitende ihre Stellen verlieren, davon rund 50 Journalisten. Die Druckerei in Essen wird geschlossen, von den 140 dort Beschäftigten sollen höchstens 100 in Hagen weiterarbeiten können. Volontäre werden 2019 nicht ausgebildet. Auch an den Funke-Standorten Thüringen und Braunschweig sollen bis zu 20 Redakteursstellen gestrichen oder durch verkürzte Arbeitszeiten Einsparungen erzielt werden. Die Berliner Morgenpost verliert bis zu 20 Redakteursstellen. In der Funke-Zentralredaktion, auch in Berlin ansässig, werden 22 von 74 Stellen gestrichen, sechs der Kolleginnen und Kollegen arbeiten in Hamburg für die Beilagen des Hamburger Abendblattes. Nach Redaktionsschluss meldete das Branchenmagazin Horizont, dass sich die Kölner DuMont Mediengruppe von ihren Zeitungen trennen will, darunter ist auch die Hamburger Morgenpost. Als möglicher Käufer wird Funke gehandelt.

Anja Westheuser

Nach erfolgreicher Klage gegen Versetzung

Flensburger Lokalchef vom Verlag gekündigt

Foto: privat



Die Zwangsversetzung von Carlo Jolly sorgte überregional für Aufsehen – dem Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlag gefiel das gar nicht

Der Schleswig-Holsteinische Zeitungsverlag (shz) hat die nächste Front gegen seinen langjährigen Leiter der Flensburger Lokalredaktion, Carlo Jolly, eröffnet. Nachdem dieser sich gegen eine Versetzung nach Husum (siehe NORDSPITZE 2018/04) erfolgreich per Klage gewehrt hatte, hat ihm sein Arbeitgeber prompt gekündigt – aus verhaltensbedingten Gründen. Offenkundig macht der Verlag Carlo Jolly für die öffentliche Aufmerksamkeit verantwortlich, die mit seiner inzwischen vom Arbeitsgericht Flensburg als rechtswidrig eingestuften Zwangsversetzung einherging. „Es ist unglaublich, wie hier die Dinge auf den Kopf gestellt werden“, kritisiert der Vorsitzende des DJV Schleswig-Holstein, Arnold Petersen. „Dass der Fall bundesweit für Aufsehen sorgte, hat sich der shz selbst zuzuschreiben. Es war der

Verlag, der Anfang September ohne jede Begründung die Versetzung von Carlo Jolly und zwei weiteren langjährigen Lokalredakteuren publik machte. Das musste zu Spekulationen führen, zumal die dann nachgeschobenen Gründe erkennbar aus der Luft gegriffen waren“, verweist Petersen auf die Entscheidung des Arbeitsgerichts vom 17. Januar. Es bestätigte „vollumfänglich“ die Position von Carlo Jolly und hob die Versetzung auf. „Wir sind überzeugt, dass auch die Kündigung vor Gericht keinen Bestand haben wird. Nicht das Medienhaus hatte einen Nachteil, sondern Carlo Jolly wurde übel mitgespielt.“ Bei den beiden anderen Versetzungen wurde inzwischen eine Einigung mit dem Verlag gefunden.

Bettina Neitzel

Radio Hamburg

Streit vor Gericht statt am Verhandlungstisch

Radio Hamburg, mit regelmäßigen Millionengewinnen einer der erfolgreichsten Privatsender in der Bundesrepublik, weigert sich weiter, seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Tarifgehälter zu zahlen. Die Geschäftsführer lehnen Tarifverträge für Radio Hamburg grundsätzlich ab. Statt an den Verhandlungstisch zu kommen, verklagen sie den DJV Hamburg, um zu verhindern, dass unter der Domain www.wirsindradio.hamburg über Fakten und Forderungen zum Tarifvertrag informiert wird.

Das Verfahren in der Hauptsache ist vor dem Arbeitsgericht Hamburg anhängig. Eine einstweilige Verfügung (EV) hatte das Arbeitsgericht abgelehnt. Das Landesarbeitsgericht (LAG) hat die EV nun erlassen. Informationen zum Tarifkonflikt und dem Kampf um angemessene Gehälter finden Sie daher

vorläufig unter tariffuerradio.hamburg. Dass eine Kammer des LAG Hamburg die Gewerkschaften in einem laufenden Tarifkonflikt mit einer einstweiligen Verfügung in ihren Arbeitskampf-Möglichkeiten beschneidet, ist aus Sicht des DJV ein überraschender Vorgang. Der Verband wird die Urteilsgründe, sobald sie vorliegen, analysieren und die Sache im Hauptsacheverfahren notfalls einer höchstrichterlichen Entscheidung zuführen.

Dazu der DJV-Bundesvorsitzende Frank Überall: „Es geht um die gewerkschaftlichen Grundrechte – notfalls muss das Bundesverfassungsgericht entscheiden.“ Auch die Accounts in den Sozialen Medien (Twitter, Facebook und Instagram) finden Sie bis zu einer endgültigen gerichtlichen Entscheidung unter tariffuerradio.hamburg

Stefan Endter

Drei Fragen an...

Moritz Döbler, Chefredakteur des Weser-Kurier und Vorstand der Bremer Tageszeitungen AG.



Foto: Weser-Kurier

Welche Vorteile sehen Sie darin, neben dem Chefredakteursposten auch als Vorstand der Bremer Tageszeitungen AG zu agieren?

Letztlich geht es darum, bei der Produktentwicklung Tempo zu gewinnen und den Leser

als Kunden zu verstehen und ernst zu nehmen. Ohnehin kann kein Chefredakteur vor wirtschaftlichen Notwendigkeiten die Augen verschließen. Insofern sind mir viele Aspekte meiner neuen Rolle längst vertraut. Übrigens lagen in den Gründungsjahren deutscher Tageszeitungen journalistische und unternehmerische Verantwortung fast immer in einer Hand, bei journalistischen Start-ups ist es heute ähnlich. Beim Handelsblatt ist der Chefredakteur ebenfalls Teil der Geschäftsführung, es gibt eine Reihe weiterer Beispiele. So ungewöhnlich ist das also auch wieder nicht. Im Zeitalter der Digitalisierung, die alle unsere Produkte und Prozesse erfasst, müssen wir schneller, agiler und schlanker sein und dürfen uns nicht in tradierten Strukturen verstecken.

Wie garantieren Sie die Unabhängigkeit der Redaktion des Weser-Kuriers, wenn Sie in beiden Funktionen mitentscheiden?

Redaktionelle Unabhängigkeit ist für mich als Journalisten besonders wichtig, weil sie Glaubwürdigkeit schafft. Sie ist aber auch essenziell für die Stärke unserer Marken und damit auch für ihre wirtschaftliche Kraft. Wer bei einem hochwertigen Titel wie dem Weser-Kurier daran rühren wollte, wäre mit dem Klammerbeutel gepudert. Die Trennung von redaktionellem Text und Anzeigen, wie sie der Pressekodex vorsieht, ist und bleibt für uns völlig selbstverständlich. Für die Vermarktung, Corporate Publishing und Drittgeschäft ist ohnehin mein Vorstandskollege David Koopmann verantwortlich. Wir sind zudem mit dem Betriebsrat im Dialog, um unsere hohen Standards in einem Redaktionsstatut festzuhalten.

Ist das nur ein Übergang bei der Bremer Tageszeitungen AG oder aus Ihrer Sicht ein Modell für die Zukunft?

Ein Vorstand wird immer auf Zeit berufen, so sieht es das Aktiengesetz vor. Schon von daher muss sich zeigen, ob es auf Dauer ein gutes Modell für uns ist. Ich werde alles tun, um das unter Beweis zu stellen. Ich sehe mich als unternehmerischen Chefredakteur – als jemanden, der etwas unternehmen will. Wir müssen nicht nur relevante Inhalte anbieten, sondern auch über erfolgreiche Geschäftsmodelle und die richtigen Technologien verfügen, um für die Zukunft gewappnet zu sein. Es macht aus meiner Sicht viel Sinn, ganzheitlich an diese dreifache Herausforderung heranzugehen, und ich empfinde meine Berufung in den Vorstand als Vertrauensbeweis, Ehre und Verantwortung.

Die Fragen stellte Florian Vollmers.

Namen und Nachrichten



Foto: privat

Der Promi- und Show-Fotograf **Peter Bischoff (78)** hat das Fotobuch „Heino – Meine Reisen um die ganze Welt“ herausge-

bracht. Der Reporter, der seine journalistische Laufbahn in den 1960er Jahren beim Weser-Kurier begann, reiste in seiner Karriere fast 100 Mal um den Globus und machte knapp zwei Millionen Fotos von Prominenten aus dem In- und Ausland.



Foto: Andreas Tammne

Die freie Journalistin und Autorin **Carolin George (42)** hat sich mit ihren journalistischen Texten erstmals in Richtung Kunst

gewagt: Ihre im Hamburg-Teil der Welt am Sonntag erschienenen Reportagen und Porträts hat sie für eine Ausstellung auf dem Kulturboden Scharnebeck nahe Lüneburg zu Objekten inszeniert. Die Installationen verknüpfen die Texte mit einer Form der Darstellung, die eine zusätzliche Ebene der Betrachtung aufmacht.



Foto: privat

Michael Görmann (52), Journalist, Fotograf und Autor, ist nach Jahren in München (u.a. als Redakteur beim Playboy) in seine

Heimat Schleswig-Holstein zurückgekehrt und schreibt nun Sachbücher an einem in Kiel legendären Ort: der ehemaligen Buchhandlung Cordes. Dort präsentiert er außerdem Möbel aus Flugzeug-, Auto- und Schiffsteilen, die er in seiner Freizeit produziert. Sein Handwerk als Autor lernte Görmann bei den Kieler Nachrichten.



Foto: privat

Ludwig Greven (62), früherer Politik- und Textchef bei Zeit Online, zuletzt dort politischer

Autor, arbeitet jetzt als freier Journalist und Kolumnist für diverse Medien, Mitgründer eines eigenen unabhängigen Online-Magazins, Buchautor sowie als Dozent für politischen Journalismus. Daneben macht er Öffentlichkeitsarbeit für mehrere Auftraggeber.



Foto: G+J

Stern-Autor **Malte Herwig (46)** verlässt Gruner+Jahr und wechselt in den Aufsichtsrat der Zertus GmbH. Der schreibenden

Zunft bleibt der Autor des Podcasts „Faking Hitler“ jedoch erhalten. Herwig, der seine Karriere als Redakteur beim Spiegel begann und danach Autor beim SZ-Magazin war, bevor er 2016 zum Stern ging, hat einen Vertrag über mehrere Bücher mit dem Penguin-Verlag abgeschlossen.



Foto: K. Jebesen-Mannwedel

Peter Jebesen (58), 2. Landesvorsitzender des DJV Hamburg und Beisitzer im DJV-Bundesvorstand, zeichnet beim Relaunch der

HW (Mitgliedermagazin der Handelskammer Hamburg) als Chefredakteur verantwortlich. Abrufbar unter: www.Hamburger-Wirtschaft.de.



Foto: privat

Lena Fritschle (39), ehemalige Pressesprecherin und Leiterin der Kommunikationsabteilung des

Verbands norddeutscher Wohnungsunternehmen, hat sich als Journalistin, Redakteurin, Texterin und Moderatorin selbstständig gemacht (www.lenafritschle.de). Fritschle hat u.a. Journalismus studiert, ein Volontariat absolviert und vor ihrem Wechsel in die Öffentlichkeitsarbeit als TV-Redakteurin, Reporterin und Moderatorin gearbeitet.



Foto: privat

Nach sieben Jahren bei den Kieler Nachrichten hat Online-Redakteurin **Imke Schröder (33)** mit Jahresbeginn 2019 zur Presseabteilung der Stadt Kiel gewechselt. Die

studierte Islamwissenschaftlerin wird dort in der Online-Redaktion den Social-Media-Auftritt der Landeshauptstadt aufbauen und erweitern.



Foto: Beatal Lance

Die Hamburgerin **Dagmar Penzlin (47)** hat den Medienpreis der Deutschen Kinderhospizstiftung 2018 in der Kategorie Hörfunk

gewonnen. Die Stiftung zeichnete im Dezember das Musikfeature „Du lebst in meiner Klage“ der freien Journalistin aus.



Foto: Armin Plößer

Silke Schütze (58), ehemalige Chefredakteurin der Zeitschrift Cinema, hat den historischen Roman

„Wir nannten es Freiheit“ veröffentlicht, in dem eine junge Frau gegen das Lehrerinnen-Zölibat kämpft. Die Trägerin des Walter-Serner-Preises hat schon zahlreiche Kurzgeschichten und Romane herausgebracht.



Foto: privat

Christian Weth (49), Redakteur beim Bremer Weser-Kurier, ist für seine Serie „Ein Leben“ mit dem

Deutschen Lokaljournalistenpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung ausgezeichnet worden. Weth beschreibt den Umgang einer Familie mit der Nervenkrankheit ALS und balancierte dabei erfolgreich „auf dem schmalen Grat zwischen Nähe und Distanz“, so die Jurybegründung.



Foto: Radio Bremen

Lars Rosentreter (44) ist neuer Leiter des Fernsehregionalmagazins buten un binnen. Er tritt die Nachfolge von Frank Schulte an, der

seit November als Regionalchef die gesamte crossmediale regionale Berichterstattung von Radio Bremen verantwortet. Rosentreter arbeitet mit einer Unterbrechung seit 2002 bei buten un binnen. Er war bisher stellvertretender Redaktionsleiter der Fernsehredaktion, außerdem ist er der redaktionelle Leiter des Projekts „Erneuerung TV-Komplex“, das den kompletten Umbau des Fernsehstudios steuert.



Foto: privat

Annekathrin Gut (46) ist aus dem Bereich Public Relations in der Bremer Handelskammer zur HEC GmbH gewechselt: Bei dem

IT-Entwickler betreut sie alle Aufgaben rund um die Kommunikation. Auch für Themen wie Digitalisierung, Virtual und Augmented Reality, Künstliche Intelligenz, Agile Softwareentwicklung, Arbeit 4.0 und Social Workplace zeichnet Gut verantwortlich.



Foto: M. Homung/Radio Bremen

Yvette Gerner (51) ist neue Intendantin von Radio Bremen. Die erste Frau an der Spitze folgt auf acht

Intendanten, die den Sender seit 1945 geleitet haben. Sie war stellvertretende Leiterin des ZDF-Auslandsjournals und Chefin vom Dienst in der ZDF-Chefredaktion.

Ich bin Mitglied im DJV, weil...



Foto: privat

man nur dann erfolgreich für die Rechte der Mitarbeiter streiten kann, wenn man Wissen und Erfahrung teilt.

Volker Roggatz (53), seit 2004 Redakteur für die Sportbild. Bis zum Umzug von Hamburg nach Berlin Anfang Februar stellvertretender Betriebsratsvorsitzender.

Immer weniger Tarifbindung Konferenz der Nordverbände in Hamburg

Foto: Thomas Eisenkrätzer



„Schluss mit der Drei-Klassen-Gesellschaft“ forderte Arnold Petersen – im Foto bei der Verleihung des Schleswig-Holsteinischen Journalistenpreises in Kiel – beim Treffen in Hamburg

Gut ein halbes Jahr nach dem Gehaltstarifabschluss für die Tageszeitungs-Redakteurinnen und -Redakteure haben sich Kolleginnen und Kollegen aus den norddeutschen Redaktionen Anfang Februar zu einer Tarifkonferenz in Hamburg getroffen. Gegenwärtig finden entsprechende Regionalkonferenzen im gesamten Bundesgebiet statt. Die Ergebnisse sollen in einer Bundestarifkonferenz des Deutschen Journalisten-Verbandes diskutiert werden. Für den DJV-Bundesverband war in Hamburg Hauptgeschäftsführer Karl-Josef

Döhring dabei, der auch Tarifverhandlungsführer ist. Unter den Teilnehmern waren auch zahlreiche Betriebsratsmitglieder. Im Rahmen der Diskussion wurde deutlich, dass der Tarifabschluss vom Sommer des vergangenen Jahres in der Kollegenschaft auf Zustimmung gestoßen ist. Neben einer Sicherung des Manteltarifvertrages bis mindestens Ende 2020 waren folgende Gehaltserhöhungen vereinbart worden: Im Jahr 2018 eine Einmalzahlung von 500 Euro und 1,9 Prozent mehr Gehalt, im Jahr 2019 eine Gehaltserhöhung von 2,4 Prozent und

im Jahr 2020 eine Einmalzahlung von 600 Euro. Im Mittelpunkt der Diskussion stand jedoch die tarifpolitische Lage insgesamt. Dabei spielte die zunehmende faktische Enttariierung der Tageszeitungen ebenso eine zentrale Rolle wie die Frage, wie sich der DJV tarifpolitisch aufstellen muss, um dieser Entwicklung entgegenzuwirken. Insbesondere die jüngeren Kolleginnen und Kollegen aus nicht tarifgebundenen Redaktionen machten sehr deutlich, dass hier aus Sicht der Betroffenen kaum ein Bezug zur Tarifpolitik des DJV gesehen wird. Den dort beschäftigten jüngeren Redakteurinnen und Redakteuren fehlten einerseits grundlegende Erfahrungen mit Tarifen – andererseits würden die erhobenen Forderungen und Auseinandersetzungen als Sache der Kolleginnen und Kollegen in tarifgebundenen Redaktionen gesehen. Die zentrale Forderung der Konferenz lieferte Arnold Petersen, Vorsitzender des DJV Schleswig-Holstein: „Mehr Gerechtigkeit – Schluss mit der Drei-Klassen-Gesellschaft.“ Das Treffen in Hamburg war von den norddeutschen DJV-Landesverbänden Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein organisiert worden.

Stefan Endter

Jubiläumsaktion

70 Jahre



fotolia/ivanko80

Erwachsene Kinder von Presse-Versicherten können sich im Rahmen der Jubiläumsaktion bei uns versichern. Unabhängig von Alter und Beruf erhalten sie unsere ausgezeichneten Konditionen!



Presse-Versorgung

Mehr Rente für Journalisten
www.presse-versorgung.de

0711 2056 244
info@presse-versorgung.de



Drei Beispiele für frische Projekte aus Norddeutschland

Die Stunde der Pioniere

Die Zeiten für journalistische Experimente waren nie so gut wie heute: Etablierte Medien kämpfen mit dem Strukturwandel, während das Internet freien Journalistinnen und Journalisten eine Spielwiese für Projektinitiativen bietet, die mal mehr, mal weniger erfolgreich sind. Die NORDSPITZE stellt drei Einzelkämpfer aus Norddeutschland vor.

Immer mehr Menschen im Hamburger Umland, aber auch diesseits der Stadtgrenze schauen online gerne mal auf dieser Site vorbei: die-pinnebergerin.de. Ein buntes Lifestyle-Magazin, das inmitten zahlreicher Online-Anzeigen über Veranstaltungen, Shopping-Möglichkeiten, Reise-Tipps und Menschen rund um die schleswig-holsteinische Kreisstadt Pinneberg bis hinein in den Großraum Hamburg informiert. „Mittlerweile sind wir in der Gegend relativ bekannt, auch bei potentiellen Anzeigenkunden und Entscheidern“, berichtet Redakteurin Birgit Schmidt-Harder, die das

Online-Magazin gemeinsam mit Maika Heggblum als geschäftsführende Gesellschafterin betreibt. „Unsere Leserschaft geht weit über Pinneberg hinaus. Vierzig Prozent lesen uns in Hamburg“, sagt Schmidt-Harder. „Wir haben uns für das Lokale entschieden. Wir leben hier. Unsere Kunden leben hier. Und die Kunden unserer Kunden.“

Die-pinnebergerin.de versteht sich als „digitales Stadtmagazin im Onepager-Look“. Veröffentlicht werden Presseartikel, Artikelserien, Event-Berichterstattung inklusive Fotogalerien und PR-Beiträge, ein

umfangreicher und benutzerfreundlicher Event-Kalender sowie Anzeigen. Herzstück und Namensgeberin ist die Kolumne „Die Pinnebergerin“. „Unsere Artikel und unsere PR-Berichte sind anders, als man es sonst aus dem Lokaljournalismus kennt“, sagt Birgit Schmidt-Harder. „Sie sind magazinig: unterhaltsam, witzig, bunt, teilweise sogar frech und vor allem optisch opulent und sehr viel aufwendiger als 80 Zeilen und ein Foto.“ Das Konzept trägt sich: Über Anzeigen können Birgit Schmidt-Harder und Maika Heggblum ihr Online-Magazin komplett finanzieren. „Unsere Kosten sind gering. Wir brauchen kein Papier, keinen Druck und keinen Grossisten oder Zusteller“, so Schmidt-Harder. „Uns kann jede und jeder lesen. Es gibt keine Paywall oder die Pflicht, ein Abo abzuschließen. Wir sind rein anzeigenfinanziert.“ Den Erfolg von die-pinnebergerin.de erklärt Birgit Schmidt-Harder mit den Inhalten: „Wir laufen keinen News hinterher, die in den sozialen Medien schon längst Geschichte sind, und haben uns von der Chronistenpflicht der Tagespresse befreit. Was wir machen, macht Spaß. Mit uns



Gemeinsam sind sie
Die Pinnebergerin:
Maike Heggblum (links)
und Birgit Schmidt-
Harder betreiben ein
anzeigenfinanziertes
Online-Magazin, das auch
in Hamburg gelesen wird

Foto: die-pinnebergerin.de

macht sogar PR Spaß“, sagt die Redakteurin. „Wir probieren Dinge aus, können über uns selbst lachen. Das ist für lokale Kunden und Leser eine sehr erfrischende Erfahrung, die sie lange nicht mehr gemacht haben.“

Oftmals schwanken Projektinitiativen von freien Journalisten zwischen klassischer Agentur-Dienstleistung und rein journalistischen Inhalten, weiß Leif Kramp vom Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung der Universität Bremen, der gemeinsam mit Andreas Hepp und Wiebke Loosen eine neue Studie zum „Pionierjournalismus“ vorbereitet (siehe Kasten). „Dabei waren die Zeiten, neue Kommunikations- und Darstellungsformen und technische Tools auszuprobieren und damit journalistisch zu experimentieren, noch nie so aussichtsreich wie heute“, sagt Forschungskordinator Kramp. „Es ist einfacher denn je, sich zum Beispiel über eigene, miteinander vernetzte Social Media-Auftritte ein klares Profil als Freier zu erschaffen und darüber sowohl ein eigenes Publikum als auch Auftraggeber zu erreichen, denn letztere suchen nach innovativen Ideen

für digitalen Journalismus und nach kreativen Köpfen.“ Grund für diese Goldgräberstimmung sei auch, dass die Strukturen im Redaktionsalltag etablierter Medienhäuser innovativen Projekten häufig immer noch im Wege stünden. „Doch es ist zwingend notwendig, neue Formen der Zusammenarbeit und neue Formate zu erkunden“, urteilt Leif Kramp: „Denn oft konzentrieren sich junge journalistische Formate bei den Etablierten eher auf einer visuellen Ebene, aber bieten nur selten neue Ansätze in der Recherche oder bei den Inhalten.“ Eine weitere Frage betrifft die Wirtschaftlichkeit: „Experimentierfreudige Start-ups haben es noch schwer angesichts eines trotz fallender Auflagen weiterhin stabilen Pressemarkts“, bilanziert Kramp.

Holger Kreymeier, Geschäftsführer der Altersfilm GmbH in Hamburg, hat für seine Webseite inzwischen mehr als 3000 zahlende Abonnenten gewonnen: „Wir machen keine Riesengewinne, können aber die monatlichen Ausgaben decken.“ Kreymeier betreibt den Online-Sender Massengeschmack-TV, der wie Netflix funktioniert: Für den monatlichen Grundbetrag von 6,99 Euro erhalten Nutzer Zugang zu eigenproduzierten Formaten mit Talk, investigativem Journalismus, aber auch Unterhaltung und Comedy. Bereits im Jahr 2013 konnte Holger Kreymeier mit „Massengeschmack-TV“ ein eigenes Studio beziehen. „Das war schon etwas Besonderes, sich einen solchen Traum zu erfüllen“, erzählt Kreymeier. Zuvor hatte er bereits jahrelang das erfolgreiche Online-Magazin Fernsehkritik-TV betrieben, für das er unter anderem einen Grimme-Preis erhalten hat. „Meine Idee war es, die große Community dahinter mitzunehmen, um einen ganzen Sender aufzumachen. Unser Alleinstellungsmerkmal liegt heute sicherlich darin, dass es so etwas wie Mas-



Foto: Beate C. Koshier

Leif Kramp

sengeschmack-TV in Deutschland sonst nicht gibt: einen Sender, der werbefrei und ohne einen großen Player als Geldgeber fungiert. Das garantiert uns Unabhängigkeit und damit auch kreative Freiheit.“ Kleine Portale mit Bezahl-schranke seien heutzutage leicht zu programmieren, findet Kreymeier. „Natürlich braucht man auch die Aufmerksamkeit von außen. Deswegen setzen wir durchaus auf unseren YouTube-Kanal mit rund 83.000 Abonnenten, würden aber nicht in finanzielle Probleme kommen, wenn es ihn nicht mehr gäbe.“ Gute Recherche war früher das A und O des Journalismus und wird es auch bleiben, findet Kreymeier, der mit seiner Firma weiter wachsen will, um noch höherwertige Formate produzieren zu können. „Unabhängigkeit ist ganz wichtig. Gesponserter Journalismus ist kein Journalismus, sondern Werbung oder vielleicht gar Propaganda.“

„Der Trend geht eindeutig zu Gucken on demand“, findet auch Anneke ter Veen, die seit 2016 die eigene Talk-Show „Budder bei die Fische – Der Ter Veen Talk“ produziert. „Aus diesem Grund wollen wir uns auch breiter auf YouTube aufstellen und die Relevanz dieser Medienplattform stärker nutzen.“ Mit ihrem Talk will sich ter Veen „gegen Dschungel-Verblödung und Trash-TV“ absetzen, „denn bei uns kann man sich von den Themen und Gästen eine Scheibe abschneiden und für seine eigene Persönlichkeitsentwicklung nutzen“, so Anneke ter Veen, die ausdrücklich „Vorbilder“ interviewt. „Ich möchte mit meinen Sendungen inspirieren, zum Nachdenken anregen, Wissen vermitteln und eigenverantwortliches Handeln fördern.“ Im März hatte „Budder bei die Fische“ beispielsweise die Paar-Therapeutin Melanie Mittermaier zu Gast, in der Sendung davor den Pädagogen und Hypnose-



Foto: massengeschmack.tv

Eine Marke im Netz: Holger Kreymeier mit Massengeschmack-TV



Tacheles reden mit authentischen Gästen: Anneke ter Veen moderiert „Budder bei die Fische“

Coach Andreas Winter. „Viele Menschen reagieren sehr positiv darauf, dass wir Gäste zeigen, die sonst nicht in Talkshows zu sehen sind. Dass die Themen immer nah am Menschen dran sind und für jeden was dabei ist“, erzählt Anneke ter Veen. Die Online-Talkerin ist seit mehr als zehn Jahren als Moderatorin und TV-Redakteurin tätig: Sie hat den regionalen Fernsehsender center.tv Bremen und Bremerhaven sowie DRF1 mit aufgebaut, eine Nachrichten-Websendung für den Zeitungsverlag Weser-Kurier präsentiert sowie zuletzt bei R.SH – Radio Schleswig-Holstein moderiert. „Ich habe so viel Willkür und Quotenhetze erlebt, wo der Mensch als Arbeitnehmer nicht viel zählte, da wollte ich ein Zeichen für wertvolle Unterhaltung setzen und den Menschen in den Fokus rücken“, so ter Veen. Im Moment finanziert die Unternehmerin ihren Talk noch alleine und generiert durch Tickets einen kleinen Betrag. „Das reicht noch nicht, dass sich alles selber trägt. Ich arbeite natürlich daran, dass sich die Kostendeckung irgendwann einstellt oder sich aus einer zuverlässigen Quelle dauerhaft speist.“ Anneke ter Veen wünscht sich eine überregionale Präsenz. „In gewisser Weise haben wir das auch schon erreicht, da man den Schweizer Sender, über den wir ausstrahlen, über den Satelliten Astra empfangen kann, also in Deutschland, Österreich und der Schweiz“, berichtet sie. „Gerne würde ich aber in Deutschland mit einem nationalen Sender kooperieren.“ Anneke ter Veen glaubt, dass Menschen sich nach authentischen Sendungen und Themen sehnen. „Es wird eine Rückbesinnung auf Werte geben, weil so viele Un-

wahrheiten durch den Äther schwimmen.“ Zugleich ist TV-Talkerin Anneke ter Veen davon überzeugt, dass Journalismus und „Wissensbeschaffung on demand nur nach eigenen Interessen“ auch kritisch betrachtet werden müssen: „Ist man nur noch von Gleichgesinnten umzingelt und liest und guckt nur noch das, was einen selbst interessiert, dann wird nicht mehr über den eigenen Tellerrand hinausgeschaut“, findet ter Veen. „Wie sollen daraus noch wegweisende Gedanken geschöpft werden? Eine schwierige Situation, wie ich finde.“ Dass heute jeder Mediennutzer seinen eigenen Weg durch das Chaos der Digitalisierung und der Zeitungs- und Medienkrise suchen muss, findet auch die Pinnebergerin Birgit Schmidt-Harder.

„Dabei ist das Interesse an lokalen Inhalten und dem Geschehen vor der eigenen Haustür nach wie vor ungebrochen.“ Verlierer des derzeitigen Umbruchs seien die Eigentümer von Infrastrukturen, also die Verlage, die Druckereien, die Distributoren, die Anbieter von Abos. „Uns erstaunt der Zorn darüber, dass die Welt es wagt, sich zu ändern“, sagt Birgit Schmidt-Harder. Google sei schuld, weil es Inhalte verbreitet. Die ARD sei schuld, weil sie Inhalte kostenlos online stellt. Und Social Media sei überhaupt an allem schuld. „Mal ehrlich, was hat man denn in den Chefetagen gedacht? Dass alles so bleibt wie immer?“, fragt die Betreiberin von die-pinnebergerin.de.

Florian Vollmers

Neue Studie zu „Pionierjournalismus“

Im Mai 2019 startet ein gemeinsames Forschungsprojekt über „Pionierjournalismus“ des Zentrums für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung der Universität Bremen und des Leibniz-Instituts für Medienforschung Hans-Bredow-Institut mit Förderung der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG): Unter dem Titel „Die Re-Figuration der Organisation(en) des Journalismus“ werden individuelle Akteure, Start-ups und etablierte Medienorganisationen im Pionierjournalismus untersucht und ihre Vorstellungen von neuen Formen des Journalismus typisiert. Dabei sollen auch die organisatorischen Grundlagen beschrieben werden, in denen Pionierjournalismus möglich ist. Durch eine qualitative Netzwerk- und standardisierte Twitter-Analyse soll darauf aufbauend das Netzwerk von Pionierjournalisten beschrieben werden, über das möglicherweise eine übergreifende journalistische Pioniergemeinschaft besteht. Schließlich werden diese Forschungsergebnisse für eine übergreifende Analyse der organisatorischen Grundlagen von Journalismus angewendet mit dem Ziel, Muster der gegenwärtigen Transformation zu beschreiben.

fv

Die Geschichten hinter dem Postkartenmotiv

Foto: privat



Mit traumhaften Kulissen schürt der Ostseereport die Sehnsüchte der Zuschauer, ist mit persönlichen Geschichten aber auch immer nah an den Menschen.

Elchsafaris, Kreuzfahrten entlang norwegischer Fjorde und Gletscher, Neunaugenfischer in Lettland – Reporter beim Ostseereport des NDR klingt nach einem Traumjob. „Das ist es wirklich“, bestätigt Udo Biss, „mit einem kleinen Team jeden Monat 45 Sendeminuten zu füllen, ist aber auch viel Arbeit.“ Dass er als Reporter, Moderator und später auch als leitender Redakteur die Sendung bereits seit mehr als 30 Jahren mitgestaltet, scheint den 61-Jährigen selbst zu überraschen. „Unser Berichtsgebiet rund um die Ostsee und mit Island und Grönland ist schon groß. Es gab immer spannende Menschen und gute Geschichten. Es ist einfach nie langweilig geworden.“

Während seines Lehramtsstudiums für Sport und Englisch in Kiel kam der gebürtige Rendsburger durch einen Zufall zur freien Mitarbeit bei der NDR 1 Welle Nord, zunächst in der Sportredaktion, später auch im Kulturbereich. 1986 kam das Angebot für die Festanstellung als Sportredakteur beim Fernsehen des Kieler Funkhauses. „Ich mochte meine Arbeit als Lehrer, meine Entscheidung für den NDR habe ich aber nie bereut“, erzählt Biss. Bald stand er auch als Moderator in der Hamburger Sportschau und als Nachrichtensprecher des Schleswig-Holstein Magazins vor der Kamera. 1988 dann der erste Bericht für das noch junge Format Ostseereport. „Winter in Nordfinnland, damals bin ich zum Skandinavien-Fan geworden“, sagt er. Für Weltpolitik hatte er sich immer interessiert, und die gemeinsam mit Heidi Sämann entwickelte

Sendung traf den Nerv der Zeit. Rund um den Ostseeraum gab es mit dem Ende der Sowjetunion viele spannende politische Entwicklungen. „Im Baltikum haben wir erst über die Unabhängigkeitsbewegung und später über die russischen Hinterlassenschaften berichtet“, erzählt Biss. „Auf dem damaligen Sendeplatz nach 22 Uhr konnten wir anders über diese Dinge berichten, auch über späte Abtreibung oder Zwangs-isolation von Aids-Kranken in Schweden.“

Damals wie heute ist die Sendung Teamarbeit, mit Redaktionskollegen Thomas Mauch, den Kamerateams des NDR und mit Kristin Recke, die seit drei Jahren als freie Moderatorin Sendungen übernimmt. Udo Biss weiß die Arbeitsteilung und die verschiedenen Blickwinkel zu schätzen. Ebenso den Rückhalt seiner Frau, die sich um die beiden Kinder kümmerte, wenn er regelmäßig für Dreharbeiten und Schnitt abtauchte. „Diese zwei Wochen sind wirklich Adrenalin pur, alles ist durchgetaktet. Ob die Geschichten und Protagonisten tragen oder wir etwas umstellen müssen, sehen wir aber erst vor Ort. Dafür muss ich immer die ganze Sendung im Kopf haben“, beschreibt Biss. Jeden vierten Sonntag ab 18 Uhr sehen die Zuschauer dann traumhafte Kulissen. „Auf sehr persönlicher Ebene zeigen wir aber auch die Wahrheiten hinter den Postkartenmotiven“, erklärt der Journalist, „beispielsweise mit unserem Besuch bei den Samen in Lappland. Deren Rentiere kommen im Winter kaum noch an Futter, weil der Schnee darüber durch die wechselnden Temperaturen zu dickem Eis wird.“ Er ist dankbar

dafür, viele verschiedene Menschen und Orte kennenlernen zu dürfen. Fairness und Verlässlichkeit sind ihm dabei immer wichtig. Das hat sich rumgesprochen und öffnete auch Türen zu versteckten Orten, hochrangigen Politikern und bekannten Künstlern. „Astrid Lindgren hat mich sehr beeindruckt“, erinnert er sich, „eine herzliche, alte Frau, die sich gleich bei mir untergehakt hat.“ Einen Interviewpartner würde er sich noch wünschen: den norwegischen Krimi-Autor Jo Nesbø, den er auch privat gern liest.

Wirklich neue Themen zu finden, fällt nicht ganz leicht, über die meisten hat er mehrfach berichtet. „Es ist immer wieder spannend zu sehen und zu zeigen, wie sich alles entwickelt“, hält er dagegen. „In Narva an der Grenze zwischen Russland und Estland zum Beispiel. Die Stadt bewirbt sich gerade als Kulturhauptstadt für Europa.“ Auch die Eisenerzstadt Kiruna in Nordschweden hat sich seit seinem ersten Besuch 1990 verändert. Wie sehr, will er zum 30-jährigen Moderationsjubiläum zeigen. Die Planungen laufen bereits. Ein bisschen auch die für seinen Abschied. „Das wird schwer werden, die Sendung ist schon so etwas wie mein Kind“, sagt er, will aber künftig weniger vor der Kamera stehen. Und was kommt nach dem Ostseereport? „Bisher war ich hauptsächlich beruflich in Skandinavien unterwegs. Mit meiner Frau will ich noch einmal zu allen interessanten und schönen Orten fahren, für die während der Dreharbeiten zu wenig Zeit blieb.“

Beatrix Richter

Wie Jasmin Off bei den Lübecker Nachrichten die digitale Zukunft angehen will

„Wir müssen uns noch mehr Inhalte bezahlen lassen“

Jasmin Off (32) ist seit einem halben Jahr stellvertretende Chefredakteurin der Lübecker Nachrichten. Sie soll vor allem die Digitalangebote des Hauses weiter entwickeln. In der **NORDSPITZE** spricht die gebürtige Bayerin über ihre Ziele, die beruflichen Chancen für Frauen dank der Digitalisierung und ihr Mettbrötchen-Problem im hohen Norden.

Frau Off, welches Bild haben Sie als Süddeutsche nach einem halben Jahr von den Norddeutschen?

Ein sehr positives. Einige Freunde und Bekannte haben Klischees hervorgeholt, als sie von meinem Wechsel hörten: Norddeutsche sind verschlossen, wortkarg, kurz angebunden. Für mich hat sich das bisher überhaupt nicht bewahrheitet. Vielleicht hilft mir, dass ich schnell spreche. Ich kann viele Worte in kurzer Zeit loswerden und so bei kurzen Gesprächen, die Norddeutsche ja angeblich mögen, gut mithalten. Ich fühle mich bereits gut integriert. Nur an eines konnte ich

mich noch nicht gewöhnen – das Mettbrötchen. Das würde ich manchmal gern gegen eine bayerische Butterbrezel tauschen.

Und Ihr erster Eindruck von den Zeitungen im Norden?

So groß sind die Unterschiede nicht. Wer eine Regionalzeitung abonniert, den interessiert im Norden oder Süden gleichermaßen, was vor der Haustür passiert. Aber die norddeutschen Medien trauen sich ein bisschen mehr – Überschriften mit einem Ausrufezeichen, eine freche Optik auf Seite eins, ein frischeres Layout. Vielleicht liegt es an der norddeutschen Direktheit. Im Süden ist der Auftritt braver und bodenständiger.

Sie sind als Mitglied der Chefredaktion eher Ausnahme denn Regel – jung und eine Frau. Haben die Verlage besonderen Nachholbedarf, wenn es um Frauen in Top-Positionen geht?

Da haben sicherlich alle Branchen Nachholbedarf. Aber gerade durch den Digitaljournalismus holt unsere Branche enorm auf. Neue Redaktionen entstehen, Teams werden neu strukturiert, es gibt viele neue Führungspositionen für digitalaffine Männer wie Frauen.

Die Digitalisierung ist also gerade für Frauen eine Chance?

Ja, und das ebenso außerhalb der klas-

„Eine gute Geschichte ist immer eine gute Geschichte, im Digitalen wie in der gedruckten Zeitung“ – Jasmin Off im Gespräch mit Arnold Petersen



Foto: Ulf Kersten/Neelsen

sischen Verlagsbranche. Immer öfter entwickeln Frauen in digitalen Kanälen Geschäftsmodelle – als erfolgreiche Bloggerinnen, YouTuberinnen, Autorinnen. Sie sind erfolgreiche Netzwerkerinnen und nutzen ihre Kanäle strategisch klug.

Die Realität sieht aber so aus, dass Führungspositionen in Zeitungsredaktionen meist in der Hand von Männern mittleren Alters sind und damit der männliche Blick vorherrscht. Braucht es mehr Diversität?

Diversität tut Redaktionen wie Lesern gut. Ich würde mir sehr wünschen, dass wir uns noch mehr öffnen, dass wir in den Redaktionen mehr Journalisten haben, die nicht Anglistik und Politikwissenschaften studiert haben, sondern vielleicht Physik. Oder die nicht so geradlinig einen Bildungsweg durchlaufen haben. Und selbstverständlich bereichert es, wenn jemand Erfahrungen mit verschiedenen Kulturkreisen mitbringt. Ich warne aber davor, dass dann Frauen über Frauenthemen schreiben oder Muslime über den Islam. Nichts hat mich bei Redaktionskonferenzen so geärgert, als wenn bei Frauenthemen immer alle Augen auf die einzige Frau im Raum wanderten. Ich will als Frau auch über Männerthemen schreiben dürfen. Andersherum soll es genauso sein.

Sie sollen dem Online-Auftritt der Lübecker Nachrichten neue Impulse geben. Wohin soll die Reise gehen?

Immer weiter, die Voraussetzungen sind hervorragend. Wir wissen so viel über unsere Leser wie nie zuvor: Woher sie kommen, welche Themen sie interessieren, von wo aus sie auf andere Themen navigieren. Wir können unseren Digitalauftritt täglich messen. Und wir haben die regionalen Inhalte, die Leser locken. Wir sind die Plattform für Lübeck und Umgebung. Unser klares Ziel ist es, noch mehr Menschen im Norden mit unseren Inhalten zu erreichen.

Was sind die Rezepte für ein erfolgreiches Digitalangebot?

Qualität und Verlässlichkeit sind wichtige Stichworte. Wir merken, dass sich Leser in dieser komplexen Welt wieder stärker für professionelle Nachrichten interessieren,

„Wir wissen so viel über unsere Leser wie nie zuvor“

dass sie Orientierung und Erklärung suchen. Zeitungen wird das wieder verstärkt zugetraut. Eine gute Geschichte ist immer eine gute Geschichte, im Digitalen wie in der gedruckten Zeitung. Die Tools sind dabei zweitrangig. Wir machen ja kein Storytelling um des Storytellings willen. Dafür wird keiner bezahlen. Nur wenn es für eine Geschichte die beste Darstellungsform ist, überzeugt es. Ein Beispiel: Um zu zeigen, wie es um die Brückensanierung in Lübeck steht, sind wir mit einer Drohne über die Stadt geflogen und haben das in einem aufwendigen Storytelling verarbeitet.

Die LN gehören zum Madsack-Konzern, der für seine Zeitungen eine zentrale Online-Redaktion in Hannover installiert hat. Welcher Spielraum bleibt überhaupt hier vor Ort?

Ein großer – und der ist durch den RND Digital Hub in Hannover noch größer geworden. Wir haben die Sicherheit, dass unsere digitalen Kanäle – Homepage, Facebook, Twitter, Instagram – rund um die Uhr exzellent gesteuert werden. Wir können uns mit ganzer Kraft darauf konzentrieren, interessante lokale Geschichten zu recherchieren. Der Hub hilft uns, sie dann bestmöglich an den Mann und an die Frau zu bringen. Das ist enorm wichtig. Denn im Netz kommt die Nachricht nicht mehr automatisch an den Leser wie bei der zugestellten Zeitung. Wir müssen schauen, dass der Leser zu uns kommt.

Aber ist das nicht eine potenzielle Fehlerquelle, wenn diejenigen, die eine Nachricht teasern, keine lokale Anbindung haben?

Das Risiko sehe ich nicht. Wir sind eng vernetzt und pflegen einen ständigen Austausch. Außerdem sind auch Kollegen von den einzelnen Standorten zum RND Digital Hub nach Hannover gegangen, die

regionales Know-how mitbringen.

Wer die LN abonniert, muss 26,90 Euro für das E-Paper- oder 38,40 Euro für das Print-Abo zahlen und bekommt nur eine Regionalausgabe. Online lassen sich Berichte aus allen Lokalredaktionen einen Tag früher lesen und das umsonst. Welchen Sinn ergibt das?

Bezahlmodelle im Digitalen sind branchenweit ein großes Thema. Wir haben bereits kostenpflichtige Elemente. Aber klar ist: Wir müssen uns noch mehr Inhalte, von denen wir glauben, dass sie den Leser besonders interessieren, auch bezahlen lassen. Ganz wichtig ist, dass ein Abo-Modell schnell, einfach und übersichtlich funktioniert. Zur Informationsvermittlung kommt die Unterhaltung, sie hat schon immer ein gutes Nachrichtenangebot ausgemacht. Wenn wir beides gut zusammenbringen, guten Journalismus und echten Mehrwert, ist der Leser bereit, dafür auch zu bezahlen. Da bin ich guter Dinge.

Wie wird die geplante Paywall aussehen?

Wir prüfen verschiedene Modelle. Unser Anliegen ist nicht der Klick auf einen einzelnen Text. Wir wollen loyale Leser, die ein Komplettangebot erhalten. Mit Sicherheit wird es aber auch weiterhin freie Inhalte geben, schon um unserer Aufgabe als Informationsmedium gerecht zu werden: Polizeinachrichten, Unwetterwarnungen, Vermisstenmeldungen etwa. Aber exklusive regionale Inhalte, unsere größten und besten Geschichten des Tages, damit wollen wir den Leser überzeugen.

Was müssen Journalistinnen und Journalisten leisten, um erfolgreichen Digitaljournalismus zu machen?

Sie müssen sich selber im Netz bewegen, es mitleben, die Plattformen verstehen. Sie müssen ihre Leser kennen und kennenlernen wollen, mit ihnen in Kontakt sein. Sie müssen die Produktionszyklen anpassen, denn im Netz gibt es kein abgeschlossenes Produkt mehr. Wir müssen gemeinsam viel stärker überlegen, wann wir welche Inhalte auf welchen Kanälen ausspielen.

Ist das alles im Rahmen der geltenden Arbeitszeit leistbar?

Man muss klug planen, Abläufe verändern. Es wäre eine Illusion zu glauben, dass ließe sich einfach obendrauf packen. Das ist auch nicht der Workflow der Zukunft. Es ist eine Führungsaufgabe, gemeinsam zu überlegen, wie Dinge in den Redaktionen anders gestaltet werden können, wo neue Schwerpunkte entstehen und was eventuell auch wegfallen kann. Wir sind da auf einem guten Weg.

Das Interview führte Arnold Petersen.

Aus Schwaben in den Norden

Jasmin Off (32) ist in Augsburg geboren und aufgewachsen. Nach einem Studium der Politikwissenschaft, Amerikanischen Kulturgeschichte und Neuerer deutscher Literatur in München und Washington begann sie 2011 ein Volontariat bei sueddeutsche.de. Es folgten weitere Stationen bei der Süddeutschen Zeitung, bis sie 2015 zur Schwäbischen Zeitung mit Sitz in Ravensburg wechselte. Dort übernahm sie 2016 die Leitung der Online-Redaktion. Am 15. Oktober 2018 kam Off als stellvertretende Chefredakteurin zu den Lübecker Nachrichten. Chefredakteur Gerald Goetsch verspricht sich von der „dynamischen und sehr gut ausgebildeten Kollegin“ neue Impulse für die Redaktion. Dabei geht es ihm insbesondere um die digitale Neuausrichtung, machte Goetsch bei der Vorstellung von Off deutlich. Seine beiden bisherigen Stellvertreter, Lars Fetkötter und Nick Vogler, übernahmen die Newsdesk-Leitung.

Verifikation-Tipps

So funktioniert ein gründlicher Faktencheck

Der Skandal um den Spiegel-Reporter Claas Relotius zeigte wieder einmal, wie wichtig ein gründlicher Faktencheck zur Verifikation einer Nachricht oder gar einer ganzen Reportage ist. Karolin Schwarz ist freie Journalistin und Faktencheckerin – beispielsweise für den Faktenfinder der ARD – und Gründerin von Hoaxmap (hoaxmap.org) – einem Portal, auf dem Falschmeldungen über Geflüchtete und People of Color zusammengetragen werden. Zusammen mit Eoghan Sweeny (osintessentials.com) arbeitete sie bereits im Bundestagswahlkampf 2017 bei Correctiv (correctiv.org). Gemeinsam vermittelten sie den Digital-Journalism-Fellowship-Studierenden an der Hamburg Media School in einem mehrtägigen Workshop digitale Tricks und Tipps zum Thema Verifikation. Anlässlich des internationalen Faktchecking-Tags am 2. April (factcheckingday.com) hat Marina Friedt die wichtigsten Tools von Karolin Schwarz für Faktchecking-Einsteiger zusammengestellt.

TOOL 1

Bilderrückwärtssuche mit Google (https://images.google.de/?gws_rd=ssl) und Yandex (<https://yandex.com/images/>). Einfach im Suchfenster von Images auf Kamera-Icon drücken und dann entweder die Bild-URL einfügen oder das Bild hochladen, auf Bildersuche klicken und los geht's. Die verglichenen Bilder zeigen, wie die Original-Fotos aussahen und offenbaren damit Fakes. Auch sehr hilfreich bei Bilderklau, um zu überprüfen, wo eigene Fotos veröffentlicht wurden.



Karolin Schwarz spürt Falschmeldungen auf und entlarvt Bilderklau

Foto: privat

TOOL 2

Um Fake-News und Fake-Videos aufzudecken, hat die Hilfsorganisation Amnesty International einen kostenlosen „Youtube DataViewer“ entwickelt, (<https://citizen-evidence.amnestyusa.org/>). Einfach in der Web-App den Link zum gewünschten Video einfügen und schon erscheinen alle Metadaten, die öffentlich verfügbar sind. Dabei sind unter anderem die YouTube-ID, das Upload-Datum samt Uhrzeit und die Video-Thumbnails (Miniaturbilder) nützlich, um Videos auf Echtheit zu überprüfen.

TOOL 3

Account Analysis von Luca Hammer (<https://accountanalysis.lucahammer.com/>) dient zur Überprüfung des Nutzungsverhaltens einzelner Twitter-User. Einfach mit dem eigenen Twitter-Account anfangen und schauen, an welchen Wochentagen, zu welcher Zeit oder zu welchen Themen man am meisten auf Twitter aktiv ist, (<https://accountanalysis.lucahammer.com/>)

TOOL 4

Erweiterte Suche/Suchoperatoren bei Twitter, beispielsweise, um weitere Tweets zu einem angeblichen Vorfall zu finden und um herauszufinden, wann die ersten Tweets zu dem Ereignis getwittert wurden. Die Suchmaske erlaubt, einzelne Wörter, ganze Sätze oder Hashtags zu suchen, (<https://twitter.com/search-advanced>, <https://developer.twitter.com/en/docs/tweets/search/guides/standard-operators.html>).

TOOLS 5

Karten mit Satellitenansicht wie Google Maps (<https://www.google.com/maps/>) oder Bing Maps View (<https://www.bing.com/maps/>) und für osteuropäische Länder Yandex Panorama (<https://yandex.ru/maps/>) helfen bei der Verifikation des Ortes. Zudem mit Streetview beispielsweise zur Überprüfung von markanten Objekten (Straßenschilder, Straßenmarkierungen, Geschäfte), die auf Videos und Fotos zu sehen sind, zu nutzen. Zusätzlich dient Sonnenverlauf (sonnenverlauf.de) anhand von Schattenspielen zur Überprüfung der tatsächlichen Uhrzeit vor Ort.

Die Website der Faktencheckerin Karolin Schwarz ist unter karolinschwarz.de erreichbar.

Marina Friedt

Versicherungskonsortium Presseversorgung holt R+V mit ins Boot

Die R+V Lebensversicherung AG ist neuer Konsortialpartner des Versorgungswerks der Presse. Das haben Presseversorgung und R+V in einer gemeinsamen Pressemitteilung Anfang des Jahres bekannt gegeben. Die Zusammenarbeit habe bereits am 1. Januar begonnen, heißt es weiter. „Damit können seit Anfang 2019 der genossenschaftliche Versicherer und seine Vertriebspartner, die Volksbanken und Raiffeisenbanken, die Produkte der Presseversorgung bundesweit anbieten.“

Manfred Hoffmann, Geschäftsführer des Presseversorgungswerks, zeigte sich über die Aufnahme von R+V ins Konsortium erfreut: „R+V ist einer der führenden Anbieter in der betrieblichen Altersversorgung und damit für uns ein starker, solider Partner.“ Zudem hatte Hoffmann jetzt die Gesellschafter der Presseversorgung, zu denen unter anderen die DJV-Landesverbände Bremen, Hamburg und Schleswig-Holstein zählen, über die Gespräche zur Erweiterung des Konsortiums informiert.

Bislang gehörten die Allianz (Konsortialführer), HDI und AXA zum Versicherungskonsortium. Der Geschäftsführer hob ferner die Leistung der Presseversorgung und die Erwartung an die künftige Zusammenarbeit mit R+V hervor: „Mit einer Gesamtverzinsung von 4,0 Prozent 2019 steht die Presseversorgung schon heute an der Spitze des Marktes. Wir freuen uns über diese weitere Stärkung unseres Versorgungswerks. Ich gehe fest davon aus, dass die R+V-Versicherung der Altersvorsorge für Medienschaffende einen zusätzlichen Schub verleiht.“

red



Foto: Ibrahim O.

Manfred Hoffmann vom Presseversorgungswerk

Was Journalisten über Datenschutz wissen sollten

Foto: Christina Czayk



Die neue Verordnung verunsichert viele Journalisten

Kaum eine rechtliche Regelung hat im vergangenen Jahr in Europa für so kontroverse Debatten gesorgt wie die EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Auch im Bereich der Medien herrschte große Verunsicherung. So titelte das NDR-Medienmagazin Zapp „DSGVO: Bedroht der Datenschutz Journalisten?“ und berichtete über die Sorge von Fotojournalisten, Menschen zukünftig nicht mehr ohne deren ausdrückliche Einwilligung ablichten zu dürfen.

Ein Foto, das natürliche Personen zeigt, stellt im Sinne der DSGVO eine Verarbeitung

personenbezogener Daten dar. Auch der Hamburger Datenschutzbeauftragte Johannes Caspar vertritt die Auffassung, dass das Kunsturheberrechtsgesetz (KunstUrhG) nach Inkrafttreten der DSGVO möglicherweise nicht mehr anwendbar sei (NORDSPITZE 2018/03). Allerdings komme man auf Basis der Datenschutzgrundverordnung zu vergleichbaren Ergebnissen für journalistische Fotos. Das KunstUrhG verlangt grundsätzlich die Einwilligung der natürlichen Personen (§ 22), die auf einem veröffentlichten Foto zu sehen sind. Es lässt allerdings in Ausnahmefällen die einwilligungsfreie Veröffentlichung zu – beispielsweise bei Bildnissen aus dem Bereich der Zeitgeschichte oder bei Bildern von Versammlungen und Aufzügen (§23).

Dass die Diskussion über die Auswirkungen der DSGVO auf die bildjournalistische Arbeit nicht nur eine akademische ist, sondern auch politisch instrumentalisiert wird, zeigt ein Bericht der Süddeutschen Zeitung, der am 28. August 2018 unter der Überschrift „Wie Pegida die DSGVO nutzt, um die Pressefreiheit zu behindern“ erschien. Danach erstatten Anhänger der rechten Szene bei Demonstrationen bei anwesenden Polizisten unter Verweis auf die DSGVO Anzeige gegen Bildberichterstatler, die ihrer Arbeit nachgehen. Die SZ berichtet, dass die Polizei in München tatsächlich die Personalien der Journalisten festgestellt und die Speicherkarten sichergestellt hat. Dieses Vorgehen der Polizei ist jedoch klar rechtswidrig. Zum einen hat das Oberlandesgericht Köln bereits entschieden, dass das KunstUrhG weiter anwendbar ist (Beschluss vom 18.06.2018 – Az: 15 W 27/18). Zum anderen hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) höchstrichterlich klargestellt, dass die Polizei die Speicherkarten von Bildjournalisten nicht einfach sicherstellen darf (vergl. Urteil des BVerwG vom 28. März 2012 in AfP 2012, S. 411 ff.). In seiner Begründung hat das BVerwG unterstrichen, dass Art. 5 Absatz 1 Satz 3 Grundgesetz mit dem Verbot der Vorzensur eine absolute Schranke der polizeilichen Maßnahmen darstelle.

Das Gericht hat deutlich gemacht, dass eine möglicherweise rechtswidrige Veröffentlichung der Aufnahmen deren Verbot nicht rechtfertigt.

Stefan Endter

ANGEBOTE VON JOURNALISTEN FÜR JOURNALISTEN



Ausgewählte Veranstaltungen des bpb-Lokaljournalistenprogramms 2019

- ▶ **Modellseminar:** „Gemeinderat, Verwaltung, Wirtschaft, Menschen. Kommunalpolitik spannend erzählen“ vom 16. bis 20. September 2019 in Potsdam
- ▶ **Redaktionskonferenz:** „Profil schärfen, Ballast abwerfen, Mut zur Veränderung. So gewinnt der lokale Sportteil“ vom 13. bis 15. November 2019 in Bad Urach
- ▶ **drehscheibe-Themenwochen:**
 - **Kommunalpolitik** vom 1. bis 5. April 2019
 - **Visionen** vom 11. bis 14. Juni 2019
 - **Demokratie** vom 5. bis 9. August 2019
 - **Gewalt und Kriminalität** vom 30. September bis 4. Oktober 2019

Alle Veranstaltungen, Publikationen und Angebote unter:

www.bpb.de/gesellschaft/medien/lokaljournalistenprogramm und www.drehscheibe.org



DJV-Reformprozess

Lenkungsgruppe diskutiert Zukunftsfragen

Foto: Ibrahim Ot



Auf dem Bundesverbandstag in Würzburg wurde das Zukunftspapier diskutiert

Die Veränderungen in der journalistischen Branche und dem journalistischen Medien-Arbeitsmarkt haben auch Auswirkungen auf den DJV. Längst diskutieren unterschiedliche Gremien des Verbandes über die Frage, wie sich der Verband weiter entwickeln muss und welche strukturellen Veränderungen nötig sind. So hat sich beispielsweise der Bundesfachausschusses Zukunft mit einem Papier zu Wort gemeldet (NORDSPITZE 2019/01). Aber auch der Gesamtvorstand und die Landesvorsitzenden diskutieren die Frage, wie die Arbeit im DJV und die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Landesverbänden neu aufgestellt werden kann. Eine Arbeitsgruppe der Landesgeschäftsführer hat sich insbesondere mit der Frage befasst, wie die Zusammenarbeit über die Grenzen der Landesverbände hinweg organisierbar ist und so Doppelstrukturen vermieden werden können. Das Ergebnis der Überlegungen haben die Geschäftsführer dem Gesamtvorstand vorgelegt. Diesem gehören stimmberechtigt die Landesvorsitzenden und die Mitglieder des Bundes-

vorstandes sowie beratend die Vorsitzenden der Bundesfachausschüsse und die Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer an.

Schon auf dem Bundesverbandstag 2018 in Dresden war beschlossen worden, 2019 eine Zukunftskonferenz zu veranstalten. Ziel der Tagung ist es, die unterschiedlichen Perspektiven und Vorschläge in einem Diskussionsprozess zusammenzuführen. Der Gesamtvorstand hat jetzt in seiner Februar-Sitzung in Würzburg entschieden, zur Strukturierung des Reformprozesses eine sogenannte Lenkungsgruppe einzusetzen. Diese Lenkungsgruppe wird die Aufgabe haben, den Diskussionsprozess zu strukturieren und mithilfe von Arbeitsgruppen auch konkrete Vorschläge erarbeiten zu lassen. Die norddeutschen Landesverbände – Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein – arbeiten bereits seit längerem länderübergreifend zusammen.

Stefan Endter

DJV Hamburg

Mitgliederversammlung am 11. April: Es geht um die Situation Hamburger Medien

Aktuelle Berichte aus den Hamburger Medienbetrieben sowie eine Vorstellung der für dieses Jahr geplanten Veranstaltungen stehen im Zentrum der kommenden Mitgliederversammlung des DJV Hamburg.

Außerdem bekommen Mitglieder des Landesverbands Einblicke in die Rechenschaftsberichte und haben Gelegenheit, über den Etat für das Jahr 2019 abzustimmen. Wer sich schon vor der Versammlung ein Bild über aktuelle Anträge, den Jahresabschluss und den Etat 2019 machen will, möge sich in der Geschäftsstelle melden – die Kolleginnen und Kollegen schicken die gewünschten Informationen auf Anfrage gern zu.

Gemeinsam mit Geschäftsführer Stefan Endter und dem gesamten Vorstand begrüßt die Landesvorsitzende Marina Friedt alle Mitglieder wieder einmal im Madison Hotel – Raum Alster/Fleet, Schaarsteinweg 4, in 20459 Hamburg, also gar nicht weit von der DJV-Geschäftsstelle am Rödingsmarkt entfernt. Beginn der Mitgliederversammlung ist am 11. April um 19 Uhr, voraussichtliches Ende um 22 Uhr. Alle Mitglieder werden gebeten, einen gültigen Ausweis mitzubringen. Die komplette Tagesordnung für die Mitgliederversammlung ist auf der DJV-Website unter <http://bit.ly/MGV-DJVham> abrufbar.

cp

Aktivitäten des DJV Hamburg Komm, mach doch mit!

Gemeinsam machen: Aus Anlass des 65-jährigen Jubiläums stehen die Aktivitäten des DJV Hamburg seit 2010 offiziell unter diesem Motto. Gemeinsam gemacht haben wir vieles in den vergangenen Jahren, in denen Kolleginnen und Kollegen beraten und vertreten wurden, in großen und kleinen Veranstaltungen informiert und geschult und bei formlosen Treffen vernetzt und gefördert.

Beispielhaft für Letzteres steht das 2011 initiierte Mentoring-Programm, das nun mit fünf aus Mentees und Mentoren bestehenden Tandems in die achte Runde geht. Einige der diesjährigen Mentees konnten wir schon bei unserem Neumitgliedertreffen kennenlernen. Am 27. Februar hatte sich eine Gruppe von Kolleginnen und Kollegen in der Geschäftsstelle am Rödingsmarkt eingefunden, die – wie sich in der Vorstellungsrunde zeigte – das ganze Kaleidoskop journalistischer Tätigkeit abbildet und die Verbandsarbeit um neue Aspekte ergänzen könnte.

Eine Woche später haben wir dann viele von ihnen bei der Veranstaltung unserer neuen Reihe DJVtreff wiedergesehen – und freuen uns sehr über Ihr Interesse an den Aktivitäten des DJV. Überhaupt scheinen wir mit diesem neuen Format, bei dem wir alle zwei Monate zu einem interdisziplinären Stammtisch einladen, ins Schwarze getroffen zu haben. Nicht weiter verwunderlich, denn das Thema Multimedial schwirrt ja schon seit Jahren durch die Medienhäuser und will auf verschiedenen Ebenen umgesetzt werden; wie eben auch in der kollegialen Begegnung und Vernetzung.

Für uns vom DJV Hamburg ist jedes Treffen mit Mitgliedern nicht nur interessant und unterhaltsam. Es bildet die Grundlage unserer Arbeit, die darauf fußt, diejenigen, für die wir tätig sind, so gut wie möglich zu kennen. Wir freuen uns darauf, auch in diesem Jahr ganz viel zu machen – und zwar gemeinsam; mit Ihnen!

Renata Green



Foto: Renata Green

Der DJVtreff tagt alle zwei Monate, das nächste Mal am 7. Mai

Die Digitalisierung verständlich gemacht

Fotos: Thomas Eisenkrätzer



Anerkennung für guten Journalismus (v.l.n.r.): DJV-Landesvorsitzender Arnold Petersen, die Preisträger Martin Schulte, Ulrich Metschies und Rafael Czajkowski, Schleswig-Holsteins Ministerpräsident Daniel Günther und Reinhardt Hassenstein, Stiftung Kieler Presse-Klub



Diese Trophäe passt auch zweimal ins Regal...



Preisträger Metschies im Gespräch mit dem Ministerpräsidenten

Die Digitalisierung ist ein Megathema – in der Politik, der Arbeitswelt und für die Medien selbst. „Digitalisierung auf allen Ebenen“ lautete auch das Thema des Schleswig-Holsteinischen Journalistenpreises 2018, den der DJV-Landesverband zusammen mit der Stiftung des Kieler Presse-Klubs zum vierten Mal ausgelobt hatte und der jetzt in Kiel verliehen wurde.

Trotz der Relevanz des Themas war das Echo auf die Ausschreibung zunächst verhalten: Zwar ist die Digitalisierung ständiges Nachrichtenthema, als Stoff für Reportagen oder Hintergründe schien sie aber auf Anhieb kein Selbstgänger zu sein. Das drehte sich im Laufe der Ausschreibung. Am Ende gingen rund 20 Bewerbungen ein. Der erste Preis, dotiert mit 2000 Euro, ging an Martin Schulte (Schleswig-Holsteinischer Zeitungsverlag). Über den zweiten Preis und 1000 Euro konnte sich Ulrich Metschies (Kieler Nachrichten) freuen. Rafael Czajkowski (NDR Schleswig-Holstein Magazin) erhielt den Nachwuchsförderpreis von 500 Euro, gestiftet von Jürgen Miethke. Die prämierten Beiträge sind unter www.djv-sh.de sowie dem Shortlink <https://bit.ly/2XmORwe> noch bis Anfang Mai abrufbar.

Schulte und Metschies waren bereits 2016 ausgezeichnet worden. Die Jury stellte das vor eine knifflige Frage: Müssten nicht auch einmal andere zum Zuge kommen, zumal wenn das Niveau ihrer Beiträge fast ebenbürtig sei? Oder allein danach zu entscheiden, welche Beiträge als die besten

angesehen werden? „Wir haben uns für den zweiten Weg entschieden und hoffen dafür auf allseitiges Verständnis und möglichst auch Zustimmung“, erläuterte Reinhardt Hassenstein, Vorsitzender der Stiftung Kieler Presse-Klub bei der feierlichen Preisübergabe in der Kieler Industrie- und Handelskammer. Widerspruch wurde nicht laut.

Schulte wurde für seine Reportage „Digital werden – echt bleiben“ ausgezeichnet. Der Autor hatte dafür über Monate den Stand der Digitalisierung im Lande ermittelt, Einschätzungen gesammelt, vor Ort recherchiert und schließlich eine eigene Perspektive für ein Schleswig-Holstein im Digitalzeitalter entwickelt, ohne mögliche Risiken und Bedenken auszublenden. Die Jury wertete das als besonders gelungene Umsetzung eines untypischen Reportage-themas. Ulrich Metschies überzeugte mit dem Beitrag „Als die Daten laufen lernten“. In diesem ersten von zwei weiteren Beiträgen zeichnet er bildhaft und humorvoll die Anfänge der Digitalisierung nach. Auch die zusätzliche Online-Aufbereitung wertete die Jury als vorbildlich. Verantwortlich dafür und für Beistücke waren Kerstin Tietgen und Laura Treffenfeld. Dem Nachwuchspristräger Rafael Czajkowski gelang es in seinem aktuellen TV-Beitrag besonders „anschaulich, verständlich und spannend“ darzustellen, wie die Polizei mutmaßlichen Straftätern mit Hilfe von digital hinterlassenen Spuren auf die Schliche kommt. Czajkowski spielte die Möglichkeiten anhand eines fiktiven Falls durch.

Spannend war ebenso der Festvortrag von Ministerpräsident Daniel Günther (CDU). Er verfolge mit Sorge, dass die Berichterstattung personell immer mehr ausgedünnt werde, während die Pressestellen stetig aufwüchsen, bekannte Günther. „Da kommen wir an eine Grenze“, sagte er und brachte Stiftungsmodelle und Fonds nach skandinavischem Vorbild für einen regionalen und lokalen Qualitätsjournalismus ins Gespräch. Er sei bereit, mit den Verlagen darüber zu reden. Der Regierungschef bedauerte auch, dass als Folge der Zentralredaktionen nur noch ein einziger Korrespondent in Berlin die Bundespolitik mit Schleswig-Holstein-Bezug verfolge. Aber auch den Journalistinnen und Journalisten hielt Günther einen Spiegel vor. Sie sollten sich nicht an den sogenannten Leitmedien orientieren, sondern eigene Akzente setzen und den Blick für die Relevanz mancher Themen schärfen, über die groß berichtet werde.

Der DJV-Landesvorsitzende Arnold Petersen betonte, der Schleswig-Holsteinische Journalistenpreis diene nicht der Selbstweihrauchung. Er solle vielmehr Ansporn für qualitativ guten Journalismus sein und dessen Wert aufzeigen. Petersen rief dazu auf, die Kritik am Medienbetrieb ernst zu nehmen und die eigene Arbeit noch stärker zu reflektieren.

In diesem Jahr steht der Wettbewerb unter dem Motto „Das Porträt – Interessante Menschen aus Schleswig-Holstein“. Bewerbungen sind mit Bekanntgabe der Ausschreibung möglich unter www.djv-sh.de.

red

AK-Leiter des DJV Hamburg üben Site-Kritik

Fink ist „eine Perle im Verborgenen“



Foto: Amelie Rolfs

AK-Leiter Wolf-Robert Danehl und Katharina Jeorgakopulos nahmen Online-Magazin angehender Kommunikationsexperten unter die Lupe

Katharina Jeorgakopulos und Wolf-Robert Danehl, Arbeitskreisleiter für Presse- und Öffentlichkeit bzw. Freie im DJV Hamburg, waren am 18. Januar im Newsroom Fink der Hamburger Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW) eingeladen, um gemeinsam eine Site-Kritik (<https://fink.hamburg/>) zu üben. Zunächst einmal lobten die beiden DJV'ler die Vielfalt des Magazins, das im Wechsel über Aktuelles, Buntes und Spannendes aus der Hansestadt berichtet. „Ich finde die Seiten informativ und verständlich, und der Stil ist seriös und zeitgemäß. Es gelingt den Autorinnen und Autoren immer wieder, spannende Themen zu finden, die zum Teil tiefgehend, mitreißend und innovativ crossmedial erzählt werden“, fasste der freie Journalist Danehl seine inhaltliche Analyse für die Master-Studierenden im Studiengang Digitale Kommunikation kurz zusammen.

Kollegin Jeorgakopulos lobte vor allem die Geschichten hinter den Geschichten. In der

Rubrik „Aus dem Nest“ berichten die Jungredakteure über ihre teilweise mühsamen Recherchewege. Das sorgt für Transparenz und dokumentiert die handwerklich saubere Arbeit. „Das ist wichtig in Zeiten, wo dem Journalismus Unglaubwürdigkeit unterstellt wird. Aufwendige Geschichten, die mit Podcast und kurzen Videofilmen fantasievoll erzählt werden, wie zum Beispiel im Artikel „Der Friedhof der Avatare“ – hier geht es um die Online-Spielsucht – haben einen herausragenden Wert vor allem für die Zukunft des Online-Journalismus. Das muss stärker herausgestellt werden, da es ja das Markenzeichen von Fink.Hamburg ist“, stellte Jeorgakopulos, die Pressesprecherin der HAW Hamburg ist, selbstkritisch fest. Als „ausbaufähig“ bezeichneten die beiden Referenten die Navigation und die Struktur des Online-Magazins und appellierten an die studierenden Jungredakteure, den Mut zu haben, sich auch an schwierige politisch investigative Themen heranzuwagen.

red

DJV Bremen

Gesprächskreis: Guter Journalismus und seine Finanzierung

Ganz neu ist die Genossenschaft für freien Journalismus mit Namen RiffReporter nicht mehr, aber für Bremen noch neu genug, um zu dem Projekt etliche Fragen zu stellen – Fragen, die RiffReporter-Vorstand Tanja Krämer jetzt auf Einladung des DJV Bremen beantwortete. Initiiert hatten die Gesprächsrunde Alice Echtermann und Carolin Henkenberens vom Fachausschuss Zukunft, und gut 20 überwiegend freie Journalisten kamen in den Bremer Presse-Club. Tanja Krämer stellte zunächst die Grundstruktur der RiffReporter vor, eine Kooperative, die mit Wissenschaftsjournalismus begonnen hat. Wer bei den RiffReportern Mitglied werden und publizieren will, muss sich bewerben und ein Aufnahmeverfahren durchlaufen. Tanja Krämer: „Wir suchen die Autoren aus“, die vor allem ein interessantes Thema präsentieren müssen („Das Wichtige ist, dass man eine Idee hat“), das sich wiederum durch Artikel auf den elektronischen Seiten der RiffReporter monetarisieren lässt („Die Frage ist: Wofür zahlen die Leute Geld im Netz?“). Momentan haben die Projekte zwischen 60 und 400 Abonnenten. Wichtig war Tanja Krämer aber auch: „RiffReporter war immer gedacht als ein Standbein von mehreren.“

red



Foto: RiffReporter

DJV Schleswig-Holstein

Mitgliederversammlung am 8. Mai: Auch über die Beitragshöhe wird abgestimmt

Stell Dir vor, es ist Mitgliederversammlung und ganz viele Kolleginnen und Kollegen gehen hin, um über wichtige Belange in ihrem DJV-Landesverband zu diskutieren und abzustimmen... Am Mittwoch, 8. Mai, haben die Mitglieder in Schleswig-Holstein zumindest wieder einmal die Gelegenheit dazu, wenn auf Antrag des Vorstands bei der diesjährigen ordentlichen Mitgliederversammlung unter anderem über die künftige Beitragshöhe entschieden werden soll. Was den Vorstand dazu veranlasst, eine Erhöhung vorzuschlagen, wird nicht zuletzt der Bericht der Schatzmeisterin verdeutlichen. Neben Regularien wie der Ehrung langjäh-

riger Mitglieder sowie dem Beschluss des Jahreswirtschaftsplans 2019 stehen auch mehrere Wahlgänge an: Gewählt werden sollen die Kassenprüfer, die Delegierten zu den DJV-Verbandstagen sowie die Mitglieder der Fachgruppen.

Die Mitgliederversammlung beginnt am 8. Mai um 19.30 Uhr im Wissenschaftszentrum, Fraunhoferstraße 13 in 24114 Kiel. Anträge an die Mitgliederversammlung können bis zwei Wochen vorher schriftlich in der DJV-Geschäftsstelle in Kiel eingereicht werden. Unterlagen wie Anträge, Jahresabschluss 2018 oder Entwurf des Jahreswirtschaftsplans

2019 werden bei der Mitgliederversammlung verteilt und auf Anfrage vorab zugeschickt.

sas



Foto: Pat. Scheidemann

Hände hoch: Jedes Mitglied, das teilnimmt, kann mitbestimmen

DJV Bremen

Netzwerk-Treffen und Seminare in Bremen

Insgesamt zehn Seminare und Netzwerk-Termine kündigt der Bremer DJV-Landesverband für die Zeit ab Mitte April bis Ende des Jahres 2019 an, und sämtliche Termine finden im beliebten Bremer Presse-Club im Schnoor-Viertel statt: Der freie Journalist, Blogger und Trainer Matthias Süßen widmet sich am 26. April ab 10 Uhr einem derzeitigen Trend-Thema: Mobiler Journalismus – Videos drehen mit dem Smartphone. Am 11. Mai ab 9.30 Uhr bringt die Bremer Bloggerin Melanie Öhlenbach Teilnehmerinnen und Teilnehmern bei, wie Websites und Blogs mit WordPress erstellt

werden. Beide Veranstaltungen werden durch den Basis Bildungs- und Sozialfonds Bremer Journalisten gefördert. Und an jedem Mittwoch im Monat bietet der Bremer DJV-Landesverband das neue Netzwerk-Treffen „StammSchnack“ an, das im Februar erfolgreich eingeführt wurde und über dessen Namen die Bremer DJV-Mitglieder abgestimmt haben. Mehr Infos zu den einzelnen Terminen gibt es im Internet unter www.djv-bremen.de, Anmeldungen sind über die Geschäftsstelle möglich, per E-Mail unter info@djv-bremen.de oder per Telefon: 0421-325450. red

DJV Bremen

Journalismus im Social Web: Anleitung zum „Liken“

Wo und wie oft tummeln sich Nutzer auf Facebook, Twitter, Instagram und Co? Wer sind sie, und was wollen sie eigentlich wissen, wenn sie im Social Web unterwegs sind? Mit dieser Fragestellung startete der Hamburger Journalist Bernhard Lill sein Seminar „Texten für Social Media“ Mitte Februar im Bremer Presse-Club. 12 Teilnehmer fanden Antworten auf die Fragen, die ihnen als gelernte Journalisten in der täglichen Arbeit begegnen. Speziell die Freien werden spätestens dann mit der

Materie konfrontiert, wenn ihre Auftraggeber neu bei Facebook und Twitter einsteigen wollen. Auf Basis der aus Studien abgeleiteten Erwartungshaltung der User erläuterte Lill anschaulich, was Texte, Fotos und Themen leisten müssen. Denn auch im Netz muss der User einen Nutzen haben. Lill führte vor, dass und wie man es sprachlich und thematisch schaffen kann, in der Flut von Infos aufzufallen und des Users Interesse zu halten, um geklickt, geliked und geteilt zu werden. Angela Dittmer

DJV Bremen

Landesverband startet erfolgreichen StammSchnack

Über den Namen für einen neuen monatlichen Stammtisch des DJV Bremen ließ der Landesverband sämtliche Mitglieder per Online-Befragung abstimmen. Das Ergebnis war eindeutig und lautet StammSchnack: Zum ersten StammSchnack fanden sich dann Mitte Februar 14 DJV-Kolleginnen und -Kollegen im Bremer Presse-Club ein. Nach einer kurzen Vorstellungsrunde kam man schnell miteinander ins Gespräch. Die neu gestaltete Keller-Lounge mit Saloncharakter ist dem Presse-Club gut gelungen. Zwischen den Anwesenden entspann sich eine angelegte Diskussion über Medienkompetenz, Filterblasen und den Umgang mit Hate-Kommentaren. Der StammSchnack des DJV Bremen findet zukünftig immer jeden ersten Mittwoch im Monat ab 19 Uhr statt. Eintritt frei, Getränke zum Selbstkostenpreis. red



Foto: Christiane Seeger

Der erste Bremer StammSchnack kam gut an

Das Krankentagegeld der DKV für Journalisten.

Wer unersetzbar ist, braucht einen Gesundheitsschutz, der an alles denkt.

DKV

Deutsche Krankenversicherung

Mit dem Versprechen der ERGO
„Versichern heißt verstehen.“

Jetzt die Vorteile der Gruppenversicherung mit dem Deutschen Journalisten-Verband e.V. nutzen:

- ab 53,62 Euro mtl. Beitrag*
- Annahmegarantie für versicherungsfähige Personen

www.dkv.com/journalisten

*) Für eine(n) 35-jährige(n) Journalisten/-in nach Tarif KTN2 für 2.100 Euro Krankentagegeld mtl. ab dem 29. Tag. (Stand: 01.02.2019)

