

BLICKPUNKT

JOURNALISMUS IN HESSEN



Adrian Jäckel übernimmt Geschäfte

Hessischer Rundfunk:
**Manfred Krupp tritt ab,
Florian Hager legt los**

Wiesbadener Kurier:
**Stefan Schröder
zieht finale Bilanz**

Jugendmagazin:
**Junge Macher
ticken Oldschool**

Radio Darmstadt:
**Erstes Bürgerradio
seit 25 Jahren on air**

BLICKPUNKT

Organ des Landesverbandes Hessen (Rheinbahnstraße 3, 65185 Wiesbaden) und des Deutschen Journalisten-Verbandes e. V., Gewerkschaft der Journalisten.
31. Jahrgang, Oktober 2020

Herausgeber:

Deutscher Journalisten-Verband
Landesverband Hessen e. V.

V. i. S. d. P.:

Knud Zilian

Redaktion:

Jens Brehl (bre),
Andreas Lang (ala),

Koordination:

Andreas Lang

Schlussredaktion:

Andreas Lang, Maik Schulz

Titelbild:

Wolfgang Kühner

Anzeigen:

Axel Häslter

Anschrift der Redaktion:

Rheinbahnstraße 3
65185 Wiesbaden
Telefon: 0611-3419124
Telefax: 0611-3419130
E-Mail: info@djvhessen.de
Homepage: www.djvhessen.de

Erscheinungsweise:

viermal jährlich

Für Mitglieder im DJV Hessen ist der Heftpreis im Mitgliedsbeitrag enthalten.

ISSN 1861-9517

Gestaltung und Herstellung:

MSB VVW GmbH & Co. KG, Gotha

Veröffentlichungen, die nicht ausdrücklich als Stellungnahme des DJV-Vorstandes gekennzeichnet sind, stellen die persönliche Meinung des Verfassers dar. Für unverlangt eingesandte Manuskripte kann keine Haftung übernommen werden. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Herausgebers.

Achtung:

Texte für die nächste „Blickpunkt“-Ausgabe müssen an maxala@online.de eingereicht werden.

Aus dem Inhalt

Editorial:

Wie in einem bösen Traum, aber leider brutale Realität 3

Feder für die Pressefreiheit:

Preisträger Badawi wenigstens aus der Haft entlassen 3

Geschäftsstelle:

Adrian Jäckel übernimmt Regie, Jasmin Adam verstärkt Team 4

Hessischer Rundfunk:

Manfred Krupp übergibt Intendanz an Florian Hager 6

Krieg in der Ukraine:

Wie die FAZ auf das verschärfte Mediengesetz in Moskau reagiert 9

Kolumne:

Podcasts als Informationsquellen über das Kriegsgeschehen 10

Wiesbadener Kurier:

Langjähriger Chefredakteur Stefan Schröder zieht sich zurück 11

Jugendmagazin:

Wie sehr move36 in Fulda vermisst wird 13

Radio Darmstadt:

Hessens erster nichtkommerzieller Lokalsender seit 25 Jahren mit Ausstrahlung 14

Kolumne:

Commitment zum Ungefahren 16

Magazin OLDSCHOOL:

Zwei junge Chefredakteure glauben an die Zukunft von Print 17

Nachhaltige Produktion:

Hessischer Rundfunk dreht ersten klimaschonenden Spielfilm 18

Börsenberichterstattung:

hr bündelt Wirtschaftskompetenz 21

Presserecht:

OLG-Präsident unbeeindruckt von Klageandrohungen gegen Journalisten 22

Nachruf:

Früherer „heute“-Redakteur Claus Seibel 85-jährig gestorben 23

Pressefoto-Wettbewerb:

Prämierte Aufnahmen in Gelnhausen ausgestellt 24



Verlag und Redaktion wünschen gesegnete Osterfeiertage. Foto: Karsten Socher

Dass wir darüber noch einmal berichten müssen

Ich kann es immer noch nicht fassen: Krieg in Europa. Als 1957er Jahrgang hat man die Schrecken des Krieges aus hautnahen Erzählungen erlebt. Vom Vater, der mit 17 noch in den Krieg gezogen war, von der Großmutter, die im ostpreußischen Osterode bei 40 Grad Kälte mit Rucksack und Rodelschlitten, auf dem ihr Vater saß, im wahrsten Sinne loszog um irgendwie in den Westen zu kommen.

Erzählungen, die einem die Gänsehaut ersprießen ließ. Erzählungen, die eben genau das waren. Vergangenes Erlebte voriger Generationen. Wir aber haben doch nie geglaubt, dass es einmal zu einem solch fürchterlichen und menschenverachtenden Krieg im 21. Jahrhundert kommt. Es erinnert stark an 1939, als Hitler Polen überfiel: „Es wird zurückgeschossen“. Kein Pole hatte damals auch nur eine Kugel in Richtung Deutschland gefeuert.

Alles Lügen, so wie jetzt auch Putin uns unverfroren Lügen aufischt, die in mir eine gigantische Wut auf diesen Despoten aufkommen lässt. Das zeigt aber auch wie schwierig es heute ist, Fake News von richtigen Meldungen zu trennen. Die Wahrheit stirbt zuerst im Krieg – und ist dann oft auch kaum



Knud Zilian, Landesvorsitzender DJV Hessen
(Foto: Wolfgang Kühner)

mehr zu retten.

Meine Gedanken sind derzeit ständig bei der Bevölkerung in der Ukraine, die unter schlimmsten Umständen versucht, ihr Leben zu retten. Meine Gedanken sind aber auch bei unseren Kolleginnen und Kollegen. Den ukrainischen und denen, die vor Ort berichten, auf dass wir uns wenigstens ein halbwegs objektives Bild von den Gräueltaten machen können. Von Putins Krieg, der wie ein böser Traum aus dem letzten Jahrhundert wirkt, aber leider brutalste Realität ist.

Wir im Vorstand überlegen ständig, wie wir unsere Kollegen und Kolleginnen aus der Ukraine helfen können (siehe auch Artikel auf Seite 9). Liebe Mitglieder, wenn ihr Kenntnis von Journalistinnen und Journalisten habt, die hier nach Hessen gekommen sind, lasst es uns wissen. Wir können versuchen, ihnen Infrastruktur zum Arbeiten anzubieten.

Ansonsten hoffe ich, dass dieser Irrsinn ein schnelles Ende findet.

Euer Knud Zilian

Raif Badawi hat wenigstens seine Haftstrafe verbüßt

Träger der „Feder für die Pressefreiheit“ darf Saudi-Arabien zunächst nicht verlassen – Frau und Kinder in Kanada im Exil

Der saudische Blogger und Online-Journalist Raif Badawi ist nach Verbüßung seiner zehnjährigen Haftstrafe Mitte März in Saudi-Arabien aus dem Gefängnis entlassen worden. Allerdings darf der Besitzer der Feder für die Pressefreiheit des DJV Hessen nicht seiner Frau Ensaf Haidar und den drei Kindern ins Exil nach Kanada folgen. Das Gerichtsurteil umfasst ein zehn Jahre dauerndes Reiseverbot. Bei Redaktionsschluss hat das saudische Königshaus dieses nicht aufgehoben. Damit geht der Psychoterror gegen Badawi weiter. In Haft musste er bereits 50 von verhängten 1000 Peitschenhieben aushalten, ehe die restliche Prügelstrafe wegen gesundheitlicher Folgen und auf internationalen Druck ausgesetzt worden war.

Badawi war dem saudischen Regime ein Dorn im Auge, seit er im Online-Forum „Die saudischen Liberalen“ für eine Säkularisierung des Landes argumentiert hatte. Im Gerichtsurteil war ihm dies als Beleidigung des Islam ausgelegt

worden. Sein Anwalt Waleed Abu al-Khair ist nach der Verteidigung des Mandanten wegen angeblichen „Ungehorsams gegenüber dem Herrscher und Versuchs, seine Legitimation zu untergraben“ sowie „Schädigung des Rufs des Staates durch den Austausch mit internationalen Organisationen“ sogar zu 15 Jahren Haft und einem ebenso langen Reiseverbot verurteilt worden.

Badawi war 2020 nach der im Londoner Exil lebende Bloggerin und Künstlerin Zehra Dogan aus der Türkei und dem in Ägypten inhaftierten Journalisten Ismail al-Iskandarani der dritte Autor, auf den der DJV Hessen und Pate Ingo Zamperoni zum Tag der Pressefreiheit mit der Verleihung der Feder für die Pressefreiheit aufmerksam gemacht haben. Vorigen Mai wurde an die Redakteurin Katsyaryna Andreyeva und Kamerafrau Darya Chultsova vom belarussischen Oppositionssender Belsat TV erinnert.

ala

„Etwas bewegen und nicht nur etwas abwehren“

Adrian Jäckel hat die Geschäftsführung des Landesverbands übernommen – Jasmin Adam verstärkt Team der Assistentinnen

Zäsur in der Wiesbadener Geschäftsstelle: Mit Brigitte Schwiertz ist das wandelnde Archiv des Landesverbands in den verdienten Ruhestand gegangen (wir berichteten im Blickpunkt 4/2021). Mit Adrian Jäckel (32) und Jasmin Adam (24) haben zwei Neue in der Rheinbahnstraße ihre Arbeit aufgenommen. Mit Jäckel ist nach monatelanger Suche ein neuer Geschäftsführer gefunden worden. Adam verstärkt Christine Voll und Janine Utting in der Assistenz. Mit dem neuen Führungsduo des Verbands, Geschäftsführer Jäckel und Landesvorsitzender Knud Zilian, sprachen wir über Herausforderungen und Anforderungen in diesem Jahr.

Knud, wie groß ist die Erleichterung darüber, sich nach langen Monaten wieder auf den Vorsitz konzentrieren zu können und nicht mehr zusätzlich den Geschäftsführer ersetzen zu müssen?

Ich bin erleichtert, im Alltag, aber auch im übertragenen Sinne. Damit endet über ein halbes Jahr der Doppelbelastung für mich. Und damit beginnt eine Zusammenarbeit mit einem neuen Geschäftsführer, für den sich der Vorstand entschieden hat, weil Adrian Jäckel neben seiner arbeitsrechtlichen Expertise Empathie für die berechtigten Interessen benachteiligter Beschäftigter und Kreativität bei der Weiterentwicklung unserer verbandlichen Angebote mitbringt. Die fundamentalen Veränderungen in den Arbeitsabläufen in den Verlags- und Medienhäusern,

die unter der Überschrift „digitale Transformation“ laufen, bedürfen einer professionellen Begleitung und aktiven Unterstützung durch einen versierten Geschäftsführer.

Herr Jäckel, was reizt Sie an der neuen Aufgabe?

Ich wechselte aus einer Frankfurter Kanzlei für Luftverkehrsrecht, in der mein Mandat eher darin bestand, im Auftrag von Airlines Passagierklagen abzuwenden. Jetzt wechselte ich gewissermaßen die Seiten, will mit Journalistinnen und Journalisten konstruktive Lösungen erarbeiten. Etwas bewegen und nicht nur etwas abwehren – das ist mein methodischer Ansatz. Die ersten Wochen waren bereits gefüllt mit Beratungen. Sie zeigen den Bedarf auf in einer Branche, die mitten in der vom Vorsitzenden beschriebenen Transformation steht. Weil sie systemrelevant ist, will ich meinen Beitrag dazu leisten, sie gegen ungerechtfertigte und unverhältnismäßige Attacken zu verteidigen.

Zilian: Darüber hinaus entwickelt Adrian Jäckel interessante Ansätze zur Mitglieder-



*Schlüsselübergabe: Landesvorsitzender Knud Zilian führt den neuen Geschäftsführer Adrian Jäckel in seine künftige Wirkungsstätte ein.
Foto: Wolfgang Kühner*

gewinnung und -bindung. Die Einschränkungen durch Corona sind wir alle leid, da sind seine Ideen, das soziale Miteinander im Verband wieder zu stärken, inspirierend.

Was schwebt Ihnen vor, um mit frischem Wind und unverstelltem Blick die innerverbandliche Aufstellung zu optimieren?

Jäckel: Mit Auftrag des Vorstandes fokussieren wir uns in den kommenden Monaten auf die Kommunikation. Ein Blick auf die Homepage zeigt, dass ihr eine Auffrischung sowohl optisch wie inhaltlich guttut. Ein Relaunch des Online-Auftritts ist das eine, mehr Content und Service das andere. Und auch die Präsenz auf den diversen Kanälen in den sozialen Netzwerken ist ausbaufähig, um neue und junge Mitglieder gezielter zu erreichen. Da unterstützt uns Jasmin Adam, die seit Mitte Februar das Team in der Geschäftsstelle ergänzt, mit ihren 24 Jahren ideal.

À propos junge Mitglieder: Eine der Veranstaltungen, mit denen der DJV Hessen in den vergangenen Jahren deren Interesse hat wecken können, ist der Jungjournalistentag, mit dem Nachwuchs für den Beruf animiert werden und der DJV als Begleiter vorgestellt wurde. Pandemiebedingt musste eine zweijährige Zwangspause eingelegt werden; für 2022 ist eine Fortsetzung angekündigt worden. Kommt sie?

Zilian: Dieses Jahr noch nicht, weil die gewünschte Reaktivierung dieses Formats eines gewissen Vorlaufs bedarf und Anpassungen im Konzept mit den Kooperationspartnern besprochen werden müssen, ehe wir uns auf die Suche nach Referentinnen und Referenten machen können. 2023 wollen wir den Jungjournalistentag aber definitiv neu auflegen, in Präsenz, weil ein solches Format von und mit der direkten Begegnung lebt.

Was sich online bewährt hat, sind die Seminare und

Weiterbildungsangebote des Landesverbands. Sich längere Fahrtwege und damit Zeit zu sparen, wird gerade von Freien als Plus angeführt. Und auch bei der Begrenzung der Teilnehmerzahl eröffnen sich Spielräume.

Zilian: Diese Resonanz und Flexibilität haben uns animiert, dieses Angebot kontinuierlich auszubauen. Koordinator Rolf Skrypzak entwickelt da immer neue und attraktive Ideen. Das Echo zeigt, dass er damit die Erwartungen unserer Mitglieder anspricht.

Jäckel: Die Nachfrage nach unseren Seminarangeboten ist konstant hoch. Deshalb denken wir darüber nach, wie wir noch mehr Mitgliedern eine Teilnahme ermöglichen können und weniger Absagen erteilen müssen. Einerseits soll gemäß dem bisherigen Konzept die intime Atmosphäre im überschaubaren Teilnehmerkreis bewusst gewahrt bleiben. Andererseits können wir die Themenfelder identifizieren, die eine immer größere Zahl anspricht. Bei diesem Spagat gilt es jetzt, geeignete Formen und For-

mate zu finden. Die Weiterbildungsangebote sind jedenfalls eine schöne Werbung für den DJV Hessen.

Zilian: Eine solche hybride Ausdifferenzierung zwischen breiten Grundlagenseminaren und Spezialisierungen im exklusiveren Kreis liegt auf der Hand, muss aber auch organisatorisch und personell gestemmt werden können.

Nach zähen Verhandlungen haben sich DJV und BDZV im Februar auf einen Tarifabschluss für die Zeitungsredaktionen mit einer Corona-Prämie und im Volumen 3,5 Prozent Lohnerhöhung bis Mitte 2024 geeinigt. Die Zustimmung dürfte den Vertretern Hessens in der Großen Tarifkommission nicht schwergefallen sein, weil kaum ein Verlag im Land mehr tarifgebunden ist.

Zilian: So ist es, grosso modo profitieren unsere Mitglieder davon nicht. Vielleicht gibt ein solcher Abschluss mit Augenmaß Anlass für Überlegungen in dem einen oder anderen Verlagshaus, doch wieder in die stabilen und kalkulierbaren Verhältnisse

eines Flächentarifvertrags zu wechseln. Nach etwas mehr Bedenkzeit hat ja auch ver.di das ausgehandelte Ergebnis letztlich akzeptiert.

Welche Anstrengungen unternimmt der DJV Hessen, um sich der zunehmenden Einschüchterung und Bedrohung von Reportern entgegenzustellen? Braucht es auch in Hessen Safe Areas für die Berichterstattung über (medien) kritische Demonstrationen?

Zilian: Wir haben uns gerade mit einem Brief an Innenminister Peter Beuth gewandt, in dem wir ihn nachdrücklich auffordern, die Sicherheit von Berichterstattern bei Ausübung ihres Jobs vor Ort zu gewährleisten. Die Repressalien durch Systemkritiker sind noch nicht so massiv wie in anderen Bundesländern, aber so weit soll es in Hessen ja erst gar nicht kommen. Die Rüpeleien und Schubereien etwa gegen Fernsehteams des hr oder gegen freie Fotografen sind schon beunruhigend genug.

In dem Brief haben wir auch unsere Bereitschaft zum Ausdruck gebracht, das gegenseitige Verständnis für

den jeweiligen Auftrag von Polizisten und Journalisten über die vorhandenen positiven Erfahrungen hinaus zu stärken. Wir bieten an, uns etwa in der Ausbildung an der Fachhochschule der Polizei in Wiesbaden bei medienrechtlichen Aspekten ins Curriculum einzubringen.

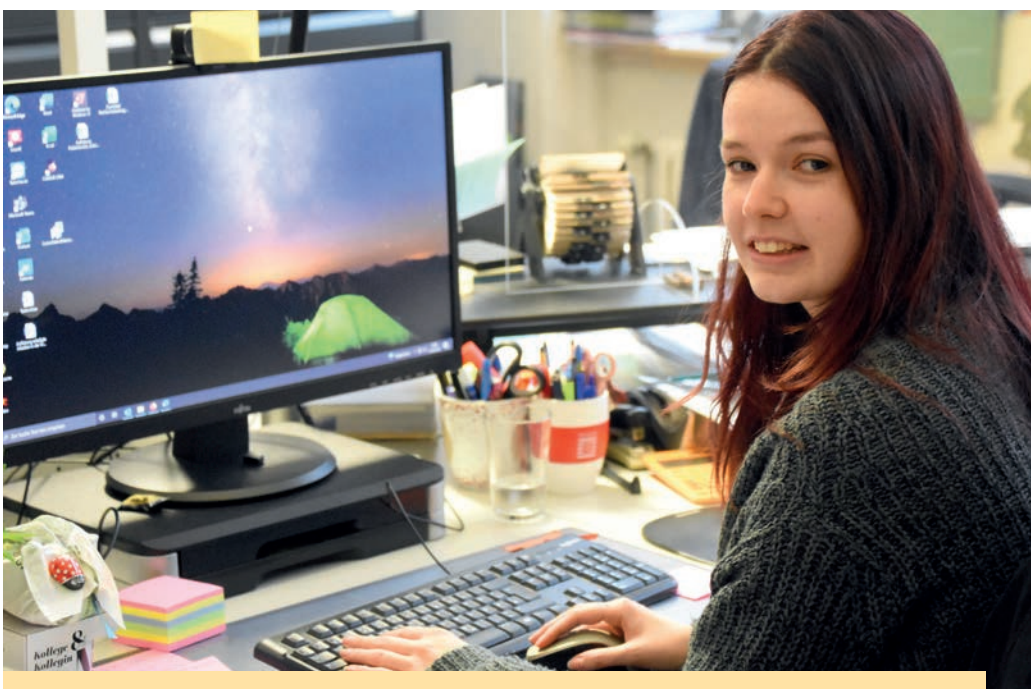
Das Ergebnis der Personalratswahlen im Hessischen Rundfunk ist von allen dort vertretenen Gewerkschaften zunächst erfolgreich vor Gericht angefochten worden. Die darauf angesetzten Neuwahlen haben dem DJV gleichwohl kein besseres Ergebnis beschert. Damit ist nun bestätigt, dass sich das Gewicht in den Gremium zugunsten von ver.di verschiebt. Wie groß ist die Enttäuschung?

Zilian: Wir akzeptieren diese Entscheidung, auch wenn wir nicht glücklich darüber sind. Sylvia Kuck bleibt immerhin Vize-Vorsitzende im örtlichen Personalrat in Frankfurt und ich erster stellvertretender Vorsitzender im Gesamtpersonalrat. Zufriedenstellend ist der Ablauf der Wahl dennoch nicht. Wenn du in Pandemie-Zeiten nur eingeschränkt für deine Positionen werben, die Mitglieder nicht zielgerichtet erreichen kannst, ist das ein ernsthaftes Problem. Und man darf eben nicht vergessen: Wir sind ein Journalistenverband. Warum sollte uns ein Mitarbeiter aus der Technik oder eine Mitarbeiterin aus der Verwaltung wählen, wenn wir unsere Positionen und Kompetenzen nicht im direkten Kontakt darlegen können?

Was macht Adrian Jäckel, wenn er nicht Geschäftsführer des DJV Hessen ist?

Ich schwimme und wandere gerne. Und als Deutsch-Spanier pflege ich gerne meine südeuropäischen Wurzeln.

Die Fragen stellte Andreas Lang.



Verstärkung für die Geschäftsstelle: Parallel zu ihrem neuen Chef hat Assistentin Jasmin Adam ihre Arbeit in Wiesbaden aufgenommen. Foto: Wolfgang Kühner

Der Flottenkapitän

Porträt: Manfred Krupp hat den Hessischen Rundfunk zu einem Medien-Unternehmen weiterentwickelt - 38 Jahre in Diensten des Senders

Als der Volontär Manfred Krupp Anfang der 80er Jahre zum Hessischen Rundfunk kam, gab es im Fernsehen drei Programme und im Radio war der Sender konkurrenzloser Platzhirsch. Als der Intendant Manfred Krupp das Zepter Ende Februar an Florian Hager übergeben hat (wir berichteten im vorherigen Blickpunkt), war er CEO eines multimedial und divers aufgestellten Medien-Unternehmens. Dazwischen ist der mittlerweile 66-jährige nicht nur 38 Jahre älter geworden. Er hat seinen Heimatsender von einer behäbigen Sendeanstalt zu einer Kommunikationseinheit umgestaltet, die wacker mithält im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Konsumenten und User.

Die Konkurrenten haben dem hr längst den Rang abgelaufen. Hit Radio FFH im Äther, die Privaten und noch mehr die Streamingdienste auf den Bildschirmen, die Plattformen und Messengerdienste online. Doch diesem Medienwandel hat sich Krupp nie ergeben. Er hat wenig darüber lamentiert, selbst nicht als der hr in der Riege der ARD-Anstalten im Regionalprogramm die rote Laterne lange nicht loszuwerden drohte. Vielmehr hat er in den internen Um- und Ausbau investiert. Unter dem dynamisch klingenden Titel „Flottenstrategie“ hat Krupp Arbeitsstrukturen am Dornbusch und in den fünf Regionalstudios aufgebrochen, hat die klassischen Fernseh- und Radioredaktionen zu trimedial operierenden Units zusammengelegt, die nicht mehr zwingend das lineare Programm priorisieren. Auch um mit weniger Gebühren und weniger Personal den gewachsenen Programmauftrag erfüllen zu können.

Aber auch, um den hr zu legitimieren. Vor dem Publikum im eigenen Bundesland, gegenüber dem Futterneid der Zeitungsverleger, aber auch im Konzert der ARD. Der hr wurde in den periodisch aufflackernden Senderfusionsdebatten zwar nie so plakativ als Übernahmekandidat gehandelt wie etwa der Saarländische Rundfunk oder Radio Bremen. Aber sicher vor einer Verschmelzung mit dem großen WDR konnte er auch nicht sein. Geschickt hat Krupp seinem Haus Alleinstellungsmerkmale gesichert, mit der Konzentration der Wetterberichterstattung

für die ARD in Frankfurt und aktuell mit der Stärkung der Börsenberichterstattung.

Der Sparzwang, der Konkurrenzdruck in der Mediennutzung, die Unkalkulierbarkeit der Rundfunkgebühr, die – freundlich ausgedrückt – kritische Begleitung durch Medienredaktionen wie der FAZ – das hat dem hr nicht mehr viel von dem gelassen, was Krupp zu Dienstbeginn dort vorgefunden hat. Das hat Opfer, Stellen und Angebote gefordert. Immerhin bis in die Direktion hinein. Nach der Pensionierung des langjährigen Hörfunkdirektors Heinz-Dieter Sommer wurde diese Position gestrichen, und mit der Fernsehdirektion zu einem trimedialen Leitstand unter der Regie von Gabriele Holzner verschmolzen.



Vom Volontär zum Intendanten des hr: Manfred Krupp hat sich in fast vier Jahrzehnten an die Senderspitze hochgearbeitet. Foto: Andreas Lang

In einem seiner Abschiedsinterviews hat Krupp formuliert, dass er in seinen Chefunden Widerspruch erwarte. Konstruktive Kritik sei gewissermaßen Ausdruck einer lebendigen Unternehmenskultur. Im Teamplay entstünden kreativere Ansätze als wenn die Vorstellungen des Chefs nur von Frühstücksdirektoren

Zur Person

Was verbindet Manfred Krupp mit Angela Merkels Regierungssprecher Steffen Seibert? Die Liebe zur spanischen Hauptstadt Madrid! Während Letzterem Ambitionen auf die Stelle des Botschafters nachgesagt werden, wäre Ersterer liebend gerne Korrespondent der ARD dort geworden. Wenn es alternativ nicht zum Kulturchef des hr gereicht hätte. Beides ist er bekanntermaßen nicht geworden. Dafür hat Krupp in seinen 38 Jahren in Diensten des Senders diverse Positionen bekleidet: Leiter des Hauptstadtstudios mit Sitz im Wiesbadener Landtag, Chef der Hessenschau, TV-Chefredakteur, Fernsehdirektor, Vize-Intendant, Intendant und in dieser Funktion Chef von zuletzt rund 1700 festen und mehreren hundert freien Mitarbeitern.

Weil sich beim hr immer wieder Türen für Krupp aufstauten, verzichtete er Anfang der 90er Jahre auf das Angebot eines Privatsenders, ein Landesstudio in einem der ostdeutschen Bundesländer aufzubauen. „Mein Herz schlägt öffentlich-rechtlich“, bekennt der „evangelisch geprägte Rheinländer“, der für die Rhein-Zeitung in Neuwied seine ersten Artikel geschrieben hatte.

In der neu gewonnenen Freizeit müsse er seinen eigenen Markenkern erst noch finden, bekannte der Vater zweier Kinder, der sich neuerdings auch mit TikTok anfreundet und Sneakers trägt. Beziehungsweise erweitern, denn zur Marke Krupp zählen bereits regelmäßige Besuche in der Oper und im Stadion von Eintracht Frankfurt. Überhaupt ist der frühere Präsident des Frankfurter Presseclubs ein sportlicher Mensch, war früher Wettkampfschwimmer und ARD-Teamchef bei einer Frauenfußball-Weltmeisterschaft. ala

abgenickt würden. Das ist in der neuen Senderführung nicht zu erwarten. In der Zentralsteuerung der diversen Units sitzen gleich zwei Entscheiderinnen, die im Wettbewerb gegen den neuen Intendanten Florian Hager nicht zum Zug gekommen sind: Vize-Intendantin und Gesamtprogrammdirektorin Holzner (die entgegen eigener Empfehlung vom Rundfunkrat gar nicht erst in die engere Wahl für die Krupp-Nachfolge gezogen worden war) und die gegen den externen Kandidaten Hager erst im vierten Wahlgang knapp unterlegene hr-Betriebsdirektorin Stephanie Weber, die mit dem Kalkül vom Saarländischen Rundfunk nach Frankfurt gewechselt war, Krupp in Rekordgeschwindigkeit zu beerben. Dieser diffizile Findungsprozess an der Senderspitze sollte eine muntere Debatte anfangen.

Unabhängige Volontärsauswahl

Stichwort divers: Die Kriterien für die

Ausbildung von hr-Volontären gegen Bedenken gelockert zu haben, gehört zu den bleibenden Verdiensten Krupps, die er mit stiller Beharrlichkeit vorangetrieben hat. „Ich definiere mich nicht im Rampenlicht“, erklärt er ebenso lapidar wie überzeugend. Die zwölf Volontärinnen und Volontäre des Jahrgangs 2021 wurden von einer komplett unabhängigen Findungskommission autark ausgewählt. Ein abgeschlossenes Studium war keine zwingende Voraussetzung für eine Bewerbung.

Die neun überwiegend freien Mitarbeiter, die ihre neuen Kolleginnen und Kollegen auswählten, hatten unterschiedliche Biografien: weiblich, männlich, jünger, älter, queer und hetero, weiß, schwarz, PoC (Person of Colour), mit und ohne Migrationsgeschichte, journalistische Quereinsteiger mit Skills im Bereich Personalwesen, Journalismus oder Diversitätsbewusstsein. Die Kommission für den gerade gestarte-

ten Jahrgang 2022 war wieder anders zusammengesetzt. Mitreden bei der Auswahl wollte Manfred Krupp bewusst nicht, im Haus begrüßen konnte er die neue Generation gerade noch, ehe er sich auch schon in den Ruhestand verabschiedete.

Welche Zukunft gibt er den Öffentlich-Rechtlichen jenseits seiner Amtszeit? Da benutzt er gerne seine Lieblingsmetapher vom „Markenkern“, der beim hr gestärkt sei. Auch wenn das Fernsehen immer mehr das Los ereile, was das Radio längst eingeholt hat, nämlich zum Begleitmedium durch den Alltag zu werden, bleibe beiden Kanälen der vertraglich definierte und über die Zeitläufe bewährte Auftrag der Information, Bildung und Unterhaltung mit hessischer Färbung. Eingeklemmt zwischen den Zwängen der Digitalisierung und der Finanzierung bleibt da noch eine Menge Spielraum für Innovation und Kreativität. Manfred Krupp hat's bewiesen.

Andreas Lang

Unerwartet im Rotlicht

Meinung: Wie der neue hr-Intendant Florian Hager auf erste Tuchfühlung mit seinen Mitarbeitern geht - und Simplifizierungen widersteht

Wie stellt man sich als neuer Chef den Mitarbeitern vor, wenn die zum überwiegenden Teil gar nicht im Haus sind und eine Belegschaftsversammlung im großen Sendesaal schon mal flach fällt? Vor dieser Frage stand der neue hr-Intendant Florian Hager, der Ende Februar Manfred Krupp beerbt hat. Seiner Mission und Vision entsprechend hat sich der Neue der Mitarbeiterschar hybrid genähert. Allerdings nicht in einer Mischform aus analoger Präsenz und digitaler Übertragung. Sondern rein digital, dabei aber hybrid. Mit durchwachsender Wirkung.

Die PR-Abteilung kam jedenfalls auf die Idee, ein gut sieben Minuten langes Video fürs Intranet zu drehen, in dem Stichwortgeber Hager zu seinen Grundsätzen und



Im Vorstellungsvideo für die Belegschaft hat der Nachwuchs den Rotfilter auf den neuen Chef Florian Hager gelegt. An die Tanke ließ er sich aber nicht abschleppen. *Repro: ala*

Überzeugungen befragen. Weil dieser als Monolog inszenierte Klassiker allerdings zu behäbig und antiquiert wirken könnte für den cross-medialen Generalanspruch des Senders, wurden die „jungen Wilden im Haus“ eingebunden in die Konzeption des Hager'schen Kickoffs. Ihr Auftrag: die statischen Antworten aus dem gediegenen Ledersessel in der Führungsetage übersetzen in ein hippestes Setting, das die Zentrale am Dornbusch an der einen oder anderen Ecke doch hergeben sollte und die Digital Natives innehalten lassen sollte beim Scrollen auf dem Smartphone.

Also Hager (45), der sich selbst eher als Digital Immigrant definiert denn als Digital Native, in Szene setzen – als

Krönung der Inszenierung auf dem Dach des Funkhauses am Dornbusch in Infrarot-Licht tauchen und mit der Steadicam um ihn zu kreisen. „Die Welt dreht sich jetzt quasi um dich“, ruft der Jungregisseur dem neuen Chef, dem das sichtlich zwei Nummern zu weit ging, in einer spontanen Eingebung zu. Erst als das junge Trio Hager mit zur Tankstelle abschleppen (und ihm gar noch ein Sixpack in den Arm drücken) wollte, wurde ihm das dann doch zu bunt. Wobei er die Ablehnung in der ihm charmanten Art höflich zu verpacken wusste.

Dieses Einführungsvideo war irgendwie bezeichnend für den digitalen Transformationsprozess einer ARD-Anstalt. Für den Bedarf, das angestammte Publikum zu bedienen und nicht zu sehr zu verschrecken einerseits und junges Publikum mit neuen Formaten und unkonventionellen Erzählweisen zu gewinnen andererseits. Es spricht einiges dafür, dass Hager, Mit-Gründungsgeschäftsführer des öffentlich-rechtlichen Jugendkanals funk, ein qualifizierter Lokführer für diese zweigleisige Fahrten ist. Auch und gerade weil er im Rotlicht auf dem Dach des hr nicht der spontanen Aufforderung erlegen ist im

Stil von „Haftbefehl“ zu rappen. Und weil er – wie er in einem Interview mit hr-iNFO erzählte – der Versuchung widersteht, im Hoodie vor Schulklassen zu sprechen. Dass Hager in jüngeren Jahren mal eine Bar in Portugal betrieben und einen afrikanischen Musiker als Tourmanager begleitet hat, macht ihn cool genug, hat ihn geprägt und auf dem Weg durch die ARD-Instanzen jedenfalls nicht geschadet. Er muss nicht mehr beweisen, dass er auch hip und woke kann.

Die Fragen und Erwartungen, die 1700 feste und hunderte freie Mitarbeiter an den neuen Intendanten haben, erfordern mehr

Ernsthaftigkeit als Klamauk. So viel Tiefe muss man zu Beginn einer fünfjährigen Amtszeit, an die hohe und viele Erwartungen geknüpft sind, nicht nur aushalten. Sie sind auch angebracht im Spannungsverhältnis zwischen digitaler Transformation, gesellschaftlicher Legitimation und finanzieller Kastration. Gut, dass Hager der Versuchung widerstanden hat, sich einem Mainstream anzubiedern. Ohne zu kaschieren, dass er auch Humor hat. Schließlich sind gemäß Rundfunkstaatsvertrag Bildung, Information UND Unterhaltung Programmauftrag. Und Chefsache.

Andreas Lang

Kurzes Gastspiel

hr-Chefredakteurin Andrea Schafarczyk wechselt nach eineinhalb Jahren zum WDR

Nach eineinhalb Jahren gibt Andrea Schafarczyk ihre Position als medienübergreifende Chefredakteurin beim Hessischen Rundfunk wieder auf und wechselt als crossmediale Programmdirektorin zum Westdeutschen Rundfunk. Die Aufgabe am Frankfurter Dornbusch hatte sie erst im Sommer 2020 übernommen. Nach dem Wechsel von Hörfunk-Chefredakteurin Katja Marx zum Norddeutschen Rundfunk und dem altersbedingten Ausscheiden von Fernseh-Chefredakteur Harald Kieffer hatte die hr-Intendanz damals eine crossmediale Programmdirektion installiert. Für diese Position hatte Schafarczyk die der trimedialen Chefredakteurin bei Radio Bremen aufgegeben.

Mit dem neuerlichen Wechsel zum WDR schließt sich für die 46-Jährige ein Kreis: Dort verantwortete sie zuletzt als Wort-Chefin das Programm von 1Live, ehe sie 2015 vom Rhein an die Weser wechselte. Ab April wird sie in der größten ARD-Anstalt nun die nächste Stufe auf der Karriereleiter nehmen und als cross-

mediale Programmdirektorin eine Mammutaufgabe übernehmen. Sie soll nicht weniger als die Landesprogramme in den elf Landesstudios, die sechs Radiowellen, die vier Musikensembles plus die Ressorts Wissen, Wirtschaft und Kultur koordinieren.

Beim hr hatte Schafarczyk im Wesentlichen die Aufgabe übertragen bekommen, die politische Berichterstattung im Fernsehen und dem Radio-Nachrichtenkanal hr-iNFO zu steuern. Letzterer erreicht auf einem niedrigen Niveau immer mehr Reichweite, auch weil die neue Chefin an die Strategie ihrer Vorgängerin angeknüpft hat, den regionalen und hessenweiten Programmanteil konsequent auszubauen und damit ein Alleinstellungsmerkmal zu pflegen. Mehr als die Hälfte des Programms besteht aus eigenen Produktionen und wird nicht aus Zulieferungen aus dem Korrespondentennetz der ARD übernommen.

„hr-iNFO soll ein Ort sein, an dem die Sichtweisen und Meinungen einer fragmentierten und zum Teil polarisierten Ge-

sellschaft debattiert werden“, hatte sie als Maßstab vorgegeben. „Welches Info-Bedürfnis haben die Hessinnen und Hessen jetzt? Was wollen sie wissen, was hilft ihnen weiter? Und auch: Wie setzen wir das Thema so um, damit es Orientierung bietet, eine neue Perspektive oder einen anderen Mehrwert, der sie aufhorchen lässt?“, hatte sie als Leitfragen benannt. „So können wir zu dem Schluss kommen, dass wir gegebenenfalls lieber einen Ladenbesitzer aus der Region hören wollen als einen Politiker aus Berlin.“

Mit dem unerwarteten Abgang von Schafarczyk, die sich in der Belegschaft binnen kurzer Zeit ein Ansehen erworben hatte, verliert der hr erneut eine weibliche Führungskraft. Bereits der



Von Main zurück zu den Ursprüngen am Rhein: Andrea Schafarczyk.
Foto: Radio Bremen / Martin von Minden

Wechsel ihrer Quasi-Vorgängerin Katja Marx war extern wie intern bedauert worden. Mit Vize-Intendantin Gabriele Holzer und Betriebsdirektorin Stephanie Weber bestimmen zwar zwei Frauen die Ausrichtung des Senders federführend mit. An dessen Spitze haben sie es entgegen ihres erklärten Willens aber nicht geschafft. Dort hat gerade Florian Hager das Zeppter vom bisherigen Intendanten Manfred Krupp übernommen.

ala

Erhellend

Kommentar: Warum sich auch Korrespondenten nicht einschüchtern lassen dürfen von Putins Kriegsrhetorik



So riskant es im Augenblick ist: Korrespondenten in Moskau dürfen sich unter heiklen Umständen erst recht keine Sperren aufzwingen lassen.

Foto: Andreas Lang

Seit 1956 hat die FAZ mit eigenen Korrespondenten aus Moskau berichtet. Jahrelang mitten aus dem Kalten Krieg, und nach dem Fall des Eisernen Vorhangs gut drei Jahrzehnte danach unter erleichterten, aber auch nicht immer leichten Vorzeichen. Nicht immer unbehindert, nicht immer frei von Druck, aber immer wenigstens toleriert, wenn nicht akzeptiert. Als überregionale Zeitung kann die FAZ es sich leisten, eigenes Personal zu entsenden und musste nicht wie die regionalen Medien in Hessen auf Pool-Lösungen oder Agenturen zurückgreifen.

Mit der drakonischen Verschärfung der Pressegesetzgebung zur Lenkung der Berichterstattung über den Krieg in der Ukraine ist dieses Privileg nun eingeschränkt. Zunächst und nicht ersatzlos. Denn die Expertise und sein Netzwerk nimmt Chef-Korrespondent Friedrich Schmidt mit ins erzwungene journalistische Exil. In einem Kommentar hat FAZ-Herausgeber Berthold Kohler angekündigt, dass es dem Kreml nicht gelingen werde, die Wahrheit zu unterdrücken. Zensur ist in der Tat ein Zeichen von Schwäche, von Machtmissbrauch – auch wenn Putin ein anderes, sein selbstherrliches Narrativ verbreitet.

„Die Maßnahmen enthüllen vielmehr, wie groß die Angst im Kreml vor der Wahrheit ist. Doch wird es selbst Putin nicht gelingen, sie zu unterdrücken“, schreibt Kohler. Punkt.

Der DJV hat sich von Beginn der Invasion an solidarisch erklärt mit den ukrainischen Kolleginnen und Kollegen. Und er hat deutschen Reportern allen erdenklichen Beistand angeboten, sofern sie das Land nicht verlassen können oder wollen. Es gibt ja welche, die sich für einen Verbleib in Russland entschieden haben, Risiken in Kauf nehmen und Warnungen mit Verweis auf ihr Ethos und ihre Chronistenpflicht in den Wind schlagen. Und welche, die sich nach einer erzwungenen Zwangspause neu sortiert haben und nach der Rückkehr nach Moskau den Spagat gehen zwischen kritischer und zensurierter Berichterstattung.

Unter <https://www.djv.de/startseite/info/themen-wissen/journalismus-in-europa/-international/ukraine> ist für alle ein eigenes Online-Dossier angelegt worden. Inklusiv Hilfestellungen für ukrainische Kollegen, die fliehen mussten oder von hier nicht in ihre Heimat zurückkehren

können. Und nicht zu vergessen: die wachsende Zahl aufrechter russischer Journalistinnen und Journalisten, die ihre Heimat verlassen, weil sie dort ihr kritisch-distanzierte Meinung zum Regime nicht mehr frei von Repressalien ausdrücken können.

„Wer das Licht der Information aussperren muss, der braucht offenbar Finsternis für das, was er tut“, kommentierte Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier die rigorose russische Desinformationskampagne bei der Verabschiedung von ZDF-Intendant Thomas Bellut treffend. Die aufrechten russischen Kollegen, die ukrainischen Kolleginnen, die deutschen Korrespondenten, auch die aus Hessen und für Hessens Medien, halten jedenfalls an ihrem gemeinsamen Auftrag der Erhellung und Aufklärung fest: Schreiben und beschreiben, was ist. So hautnah und authentisch wie möglich, unter Abwägung aller Chancen und Risiken. Vorübergehend, aber nicht auf Dauer allenfalls geografisch auf Distanz. Wenn sie vor Ort nicht willkommen sind, sagt das so viel mehr aus über den Charakter des Gastgebers als den Anstand des Gastes.

Andreas Lang

Vor lauter Podcasts

Zum Krieg in der Ukraine: Orientierung, handwerkliche Tipps, ethische Debatten und gut aufbereitete Information aus dem Netz

Die Corona-Krise ist noch längst nicht gemeistert, da ist mit Putins Krieg gegen die Ukraine und all seinen Folgen schon die nächste journalistische Großlage zu bewältigen. Dabei liefert uns das Netz immer wieder vielseitige Hilfen für unsere Arbeit aber auch neue Facetten und Nachdenkliches.

„Krieg in der Ukraine: Die Orientierung vor lauter Podcasts nicht finden“, betitelt Sandro Schroeder (@SaSchroeder) seinen Artikel bei Übermedien. Der Podcast-Experte hat sich rund ein Dutzend journalistischer Podcasts angehört und diese subjektiv, aber sachlich und lehrreich beschrieben. Eine große Recherchearbeit, die auch für Kolleg*innen hilfreich ist: <https://tinyurl.com/podcast-orientierung>.

Eine wöchentliche Orientierung bietet bei Übermedien die Podcast-Reihe „Holger ruft an“. Der Podcaster und ehemalige Hörfunk-Moderator Holger Klein (@holgi) hat ein gutes Händchen bei der Wahl seiner Themen und Gesprächspartner. Seine Telefonate mit einer Person dauern zumeist nicht länger als 30 Minuten. „Muss Satire in Kriegszeiten vorsichtiger sein?“, fragte er beispielsweise den Satiriker Tim Wolff (@titatimwo), Autor beim ZDF Magazin Royale und Herausgeber der Titanic: <https://tinyurl.com/satire-krieg>

[Dauer: 18:45 Min.]

Kolumne

Ein feines Hörformat hat Eva-Maria Schmidt, Chefredakteurin des Branchenmagazins Horizont, gestartet: „HORIZONT Newsfluence! Der Podcast für erfolgreichen Qualitätsjournalismus in Sozialen Medien“. Zusammen mit ihrer Kollegin Mandy Schamber befragt sie Marcus Bösch (@m_boesch), Journalist und TikTok-Researcher, über TikTok bei der Kriegsrecherche. Am Ende des Podcasts gibt es konkrete Tipps und Tricks: <https://tinyurl.com/tiktok-krieg> [Dauer: 24:10 Min.]. Eine interessante Einordnung zu TikTok liefert Jonathan



Zeichen der Hoffnung: Wolkenformation über Kiew. Repro: ala

Lindenmaier (@JoniLindenmaier) in der Augsburger Allgemeinen. Der Redakteur schreibt „über eine Plattform zwischen Propaganda und wahrhaftigen Einblicken in den Kriegsalltag“: <https://tinyurl.com/tiktok-krieg1>. In der FAZ klärt Nina Rehfeld über das Wirken einiger Influencer*innen auf: „Gegen Geld sagen sie bei TikTok Propagandatexte von Putin auf“: <https://tinyurl.com/tiktok-krieg2>.

Mit ihrem „Sanktionstracker“ bieten die Kolleg*innen von Correctiv wieder

mal eine innovative Variante dessen, was Journalist*innen alles systematisch recherchieren können, um den Nutzer*innen möglichst vielseitige Informationen und Aspekte zu präsentieren. Mehrmals täglich aktualisiert werden hier die Sanktionen gegen Russland dokumentiert: <https://tinyurl.com/sanktionstracker>.

Die Inhalte sind auch für Medien kostenfrei zu nutzen. Vom Krieg dominiert sind auch die wöchentlichen „Top 10 in Data Journalism“ des Global Investi-

gative Journalism Network (GIJN), die zeigen, wie Datenjournalist*innen dieses Thema weltweit aufbereiten. Auch für Kolleg*innen, die nicht im Datenjournalismus tätig sind, bieten diese Listen interessante Einsichten: <https://tinyurl.com/data-journalism-links>.

Wieviel Brutalität ist zumutbar?

Einsichten gewährt auch die Süddeutsche Zeitung mit ihrem „Transparenz-Blog“: „Fotos und Videos zum Krieg in der Ukraine fluten das Netz. Die SZ versucht, diese zu verifizieren“, schreibt Digital-Volontärin Lea Weinmann (@LWe97). Sie schildert unter anderem die Möglichkeiten von „Open Source Intelligence“ im Journalismus: <https://tinyurl.com/bilder-pruefen>. Und immer wieder stellt sich bei den Bildern die Frage: „Wie sollen Medien die Brutalität des Krieges zeigen?“. Oliver Mark (@Oli_Mark) war im Standard einer der Ersten: „Ein Cover der ‚New York Times‘ mit drei Leichen sorgt für eine Debatte über Medienethik in Zeiten des Krieges“: <https://tinyurl.com/medienethik-1>. Hier seien nur zwei weitere Beiträge zum Thema erwähnt: Yannick Dillinger (@ydillinger) und Daniel Wirsching in der Augsburger Allgemeinen: „In eigener Sache: Bilder des Ukraine-Kriegs: Wieso wir keine Toten zeigen“ (<https://tinyurl.com/medienethik-2>) und Andrej Reisin in einem Kommen-

tar bei Übermedien: „Bilder des Krieges: Warum wir zeigen sollten, was wir nicht sehen wollen“: <https://tinyurl.com/medienethik-3>.

Das Netzwerk Recherche bietet in Kooperation mit dem GIJN „15 Tipps und Techniken zur Untersuchung von Kriegsverbrechen“ an. Auch wenn man nicht investigativ recherchiert, findet sich hier ein interessanter und nachvollziehbarer Einblick in diese Arbeit: <https://tinyurl.com/kriegsverbrechen>. „Immer häufiger gibt es Berichte über Kriegsverbrechen in der Ukraine. Wie könnten die bestraft werden und welche Rolle spielen internationale Gerichte dabei?“, kündigt die Süddeutsche Zeitung ihren Podcast „Auf den Punkt“ mit Tami Holderried (@tamimaximiliane) und Ronen Steinke (@RonenSteinke) an: <https://tinyurl.com/kriegsverbrechen-podcast> [Dauer: 13:36 Min.].

Widerstand zur Primetime

„Sechs Sekunden gegen Putin: Kriegsgegnerin unterbricht Hauptnachrichtensendung“, titelte Oliver Klasen (@OliverKlasen) in der Online-Ausgabe der Süddeutschen Zeitung (<https://tinyurl.com/sechs-sekunden>). „Stoppt den Krieg. Glaubt der Propaganda nicht. Hier werdet ihr belogen“, steht in Russisch auf dem Plakat und: „Russians against war“. Dazu rief die Jour-

nalistin mehrmals laut auf Russisch: „Nein zum Krieg!“. Marina Ovsyannikova heißt die mutige Mitarbeiterin des Senders, in einer ersten spontanen Verurteilung kam sie noch mit einer Geldstrafe davon. Ob ihr weitere Verfahren drohen, war bei Redaktionsschluss offen. Vor ihrem TV-Auftritt hatte sie sich in einer einminütigen Video-Botschaft erklärt. Bei Twitter und in anderen sozialen Netzwerken finden sich die Videos schon tausendfach: <https://tinyurl.com/ovsyannikova>.

Und was macht das Ganze mit uns? Spiegel-Redakteur Lenne Kaffka zählt in seinem Podcast „Smarter Leben“ auf: „Wir leben in einer Pandemie, in der ein Angriffskrieg mitten in Europa immer weiter zu eskalieren droht, der zugleich die Klimakrise in den Hintergrund rückt und die Inflation beinahe zu einem Randproblem degradiert, genau wie all die anderen täglichen Herausforderungen“. Kaffka spricht mit der Ärztin Mirriam Prieß in der Folge „Ohnmachtsgefühle: Wie bleiben wir zuversichtlich?“: <https://tinyurl.com/zuversichtlich> [Dauer: 32 Min.]. Für mich war das ein hilfreiches Gespräch.

Thomas Mrazek

Über den Bookmark-Dienst Diigo sammelt der Autor Links zum Thema Krieg in der Ukraine und Journalismus: <https://tinyurl.com/ukraine-links>.

Spezieller Draht zu den Jungen

Stefan Schröder, langjähriger Chefredakteur des „Wiesbadener Kurier“, aus dem operativen Geschäft - Referent bei Jungjournalistentag des DJV Hessen

Stefan Schröder bleibt neugierig. Bügeln will er lernen in der neuen Freizeit, die er mit der passiven Phase der Altersteilzeit seit Anfang März gewonnen hat. Um seine Frau im Haushalt zu entlasten, aber auch um sich einer neuen Herausforderung zu stellen. Die hat der Chefredakteur VRM, so seine offizielle Bezeichnung, bis zuletzt auch dienstlich angenommen, hat unter dem Titel „Schröder trifft“ über 100 Podcasts produziert. Mit

seinem Ausscheiden aus dem aktiven Dienst wird aber auch dieses Format eingestellt.

In der Medienszene war Schröder besser bekannt als langjähriger Chefredakteur des „Wiesbadener Kurier“. Das war der heute 64-Jährige seit 2008 – und bis vor zwei Jahren. Dann hatten die Restrukturierungen in der VRM-Gruppe auch vor den Redaktionsleitungen nicht Halt gemacht. Lars Hennemann,

mittlerweile zur Rhein-Zeitung nach Koblenz weitergezogen, wurde als neuer starker Führungskraft die Leitung aller hessischen VRM-Titel übertragen, neben dem Kurier also das Darmstädter Echo, die Wetzlarer Neue Zeitung und der Gießener Anzeiger. Schröder wurde auf der beruflichen Zielgeraden entschädigt mit der Koordination der Aus- und Weiterbildung im Verbund.

Was einerseits den Stellen-

wert unterstreicht, den die Geschäftsführung der Qualifizierung des journalistischen Nachwuchses beimitst. Und was andererseits Schröders Passion und Mission entgegenkam. Junge Hochschulabsolventen für den Journalismus zu begeistern und gewonnene Volontäre gründlich und empathisch auf den Job vorzubereiten, darin investierte Schröder von jeher Herzblut.



Chefstrategie: der langjährige Chefredakteur des Wiesbadener Kuriers, Stefan Schröder. Foto: Axel Häsler

Das war beispielsweise bei den Jungjournalistentagen zu spüren, die der DJV-Landesverband zusammen mit dem Wiesbadener Presseclub, dessen ehrenamtlicher Vorsitzender Schröder seit zehn Jahren ist, mehrfach aufgelegt hat. Als Referent hat er die jungen Gäste getriggert, hat anschaulich demonstriert, wie die VRM-Titel mittlerweile multimedial Journalismus 2.0 produzieren. Die digitale Transformation hat er als Chance begriffen, aktiv als Podcaster mitgestaltet. Nur vor TikTok schreckt er (noch) vornehm zurück.

Ohne Vollredaktion

So wenig wie er mit der Abgabe der Leitung für den Kurier hadert, so wenig ist von ihm ein kritisches Wort zur zweiten einschneidenden Zäsur im Pressehaus in der Langgasse zu erwarten. Seit 2013 hatte das Blatt keine eigene Vollredaktion mehr, der Mantel für den Kurier,

das Tagblatt und die Allgemeine Zeitung in Mainz wird seitdem zentral produziert. Wiesbaden hat seitdem als einzige Landeshauptstadt keine klassische Redaktion mehr, geblieben sind allenfalls Solitäre, etwa für die Wirtschaftsberichterstattung oder die Landespolitik.

Eine Zäsur, die Schröder ebenso gentlemanlike verteidigt wie die Personalie in eigener Sache. Er verweist auf doppelte Doppelstrukturen, die sinnigerweise hätten aufgelöst werden müssen: zwischen den beiden Wiesbadener Konkurrenzblättern und zwischen den benachbarten Landeshauptstädten.

Dass damit Qualitätseinbußen verbunden gewesen sind, erkennt er ein Jahrzehnt nach dieser Grundsatzentscheidung nicht. Im Gegenteil: Einige Jahre zuvor sei der Versuch gescheitert, das Tagblatt gegen den Kurier zu profilieren, in der Folge wurde statt dem Wettbewerb die Synergie forciert, „einernehmlich und mit Gewinn für die Leser und das Produkt“, wie Schröder bilanziert.

Einschneidender hat er die flächendeckende Einführung der Newsdesks bei den VRM-Titeln 2005 empfunden, zu einem Zeitpunkt als es in der Branche mit solchen Zentralisierungen wenig ermutigende Erfahrungen gab. Auch da sei die Verlagsgruppe ihrer Zeit vorausgewesen, und die Zeit habe den Entscheidern Recht gegeben. „Für die damaligen Verhältnisse in der Zeitungslandschaft kam das einer Revolution gleich, die dann aber rasch von ihrem Schrecken verloren hat“, blickt Schröder auf diese Umbruchphase zurück. Und nimmt sich selbst nicht aus dieser Lernkurve. Von einem Gegner dieser Reform sei er zu einem der energisch-



Dialogpflege mit dem Nachwuchs: Stefan Schröder beim Jungjournalistentag des DJV Hessen. Foto: Axel Häsler

ten Befürworter geworden; die stabilisierende Wirkung habe die Skepsis der Traditionalisten überwogen.

Über die Vergänglichkeit

Nach all dem Change Management und den digitalen Transformationsbewegungen nimmt sich der Chefredakteur nun aus dem operativen Geschäft heraus. Schröder, der im April zum zweiten Mal Opa wird, will aufholen und nachholen. Wenn er nicht am Bügelbrett steht, will er sein Englisch und sein Tennisspiel auffrischen. Er will diverse Buchprojekte realisieren (eines davon über den Wiesbadener Kunstmäzen und Museumsstifter Reinhard Ernst), weiter moderieren und debattieren. Ob die „Talks im Foyer“ des Staatstheaters

nach der Pandemie wieder aufgenommen werden, ist noch nicht entschieden.

In der letzten Folge seines Podcasts, für den er sich unter anderem mit dem ebenfalls frisch ausgeschiedenen hr-Intendanten Manfred Krupp (siehe Seite 6), Sportreporter-Legende Dieter Kürten oder Canan Topçu, Mitbegründerin der Neuen Deutschen Medienmacher, getroffen hat, hat sich Schröder mit der Philosophin Ina Schmidt über nichts Geringeres als die Vergänglichkeit unterhalten. Seine Zeit als Kopfzweier traditionsreichen Wiesbadener Blätter mag der Vergangenheit angehören, spurlos vorbeigegangen ist sie nicht.

Andreas Lang

Zur Person

Stefan Schröder, Jahrgang 1957, hat bei den „Badischen Neuen Nachrichten“ in Karlsruhe volontiert und seine erste Redakteursstelle in der Rhein-Main-Redaktion der FAZ angetreten. Nach der Leitung der Düsseldorfer Lokalredaktion der „Rheinischen Post“ ist er zur „Allgemeinen Zeitung“ nach Mainz gewechselt, deren stellvertretender Chefredakteur er von 1999 bis 2008 war. Mit 50 Jahren wurde er 2008 an die Spitze des ebenfalls zur Verlagsgruppe Rhein Main gehörenden „Wiesbadener Kurier“ berufen, wo er Matthias Friedrich ablöste. Auf eigenen Wunsch begnügte sich letzterer mit der Position des Kurier-Chefkorrespondenten, Co-Chefredakteurin Ulrike Trampus hatte das Blatt kurz zuvor verlassen. Ab 2013 war Schröder auch Chef des „Wiesbadener Tagblatt“.

Die gemeinsame Auflage für Wiesbaden wird aktuell mit circa 45.000 Exemplaren gemeldet. Knapp drei Dutzend Redakteure und Volontäre füllen die gedruckten Ausgaben des Kuriers und des Tagblatts und produzieren crossmedialen Content. Die Aus- und Weiterbildung in der VRM-Gruppe übernimmt künftig Projektreferentin Ulrike Winter aus dem Team von Content-Chefkoordinator Lutz Eberhard. Friedrich Roeingh ist nun Chefredakteur für alle VRM-Zeitungstitel. Dennis Rink übernimmt von ihm die Verantwortung für die „Allgemeine Zeitung“ in Mainz und die „Wormser Zeitung“. ala

Ausgetrockneter Informationskanal

Nachgehakt: Welche Lücken das Magazin move36 hinterlassen hat

Ende September 2020 stellte die Fuldaer Mediengruppe Parzeller das Jugendmagazin move36 nach neun Jahren ein. Auch die Internetseite ist mit sämtlichen Inhalten gelöscht und leitet seitdem in den verwaisten Youtube-Kanal. „Die osthessische Medienlandschaft ist in ihrer Vielfalt ein gutes Stück ärmer geworden. (...) Die entstandene Lücke ist groß, denn move36 hat Lokaljournalismus für junge Menschen attraktiv gemacht, die klassische Medienangebote kaum nutzen“, berichteten wir im Blickpunkt 4/2020. Doch ist wirklich eine Lücke entstanden und wenn ja, in welchen Bereichen? Das wollten wir in einer nicht repräsentativen Umfrage von Fuldaer Akteuren wissen, die auf die eine oder andere Weise mit dem Magazin verbunden waren.

Moritz Bindewald, Kreisschulsprecher

Das gedruckte Magazin habe ich erst spät kennengelernt und das war leider auch schon eine der letzten Ausgaben. Zuvor hatte ich den YouTube-Kanal aktiv verfolgt, denn dort gab es auf den Punkt gebrachte regionale Nachrichten für Jugendliche.

Die hiesige Tageszeitung oder die anderen Onlinemedien nach für mich interessanten Themen zu filtern ist mir zu mühsam – und dafür finde ich nicht genügend ansprechende Inhalte. Daher ist die Hemmschwelle eine gedruckte Zeitung zu lesen recht hoch. Es sind neue Formate gefragt, die Jugendliche ansprechen und dazu muss man dorthin gehen, wo sie sich aufhalten. Das sind unter anderem Plattformen wie Instagram und YouTube. Zwar sind ein paar der hiesigen Medien auch beispielsweise auf Instagram aktiv, aber es fehlen hier die passenden Inhalte.

Claudia Hümmler-Hille, Oberstudiendirektorin an der Richard-Müller-Schule Fulda

Mit move36 haben wir inhaltlich eng kooperiert und gemeinsam Sonderseiten



Foto: Tom Seifert

realisiert. Das Erwachsenwerden verläuft nicht immer störungsfrei, so waren auch Schwierigkeiten beim Berufseinstieg, wo man Hilfe bei unterschiedlichen persönlichen Problemen findet und dergleichen immer wieder Themen. Die Schüler haben wir beständig animiert das Magazin zu lesen, selbst zu recherchieren und Beiträge zu schreiben. Die Redaktion berichtete ausführlich aus dem Schulleben und brachte sich in den Unterricht ein. Wir vermissen das Magazin.



Foto: Richard-Müller-Schule

Anne Heidel, Beraterin Pro Familia Fulda

Die lokale Berichterstattung hatte move36 sehr gut ergänzt. Die Beiträge waren oft tiefgründiger recherchiert und haben mehr Seiten beleuchtet – das fehlt mir bei den ta-

gesaktuellen Medien. Fulda hat den Ruf, konservativ zu sein, dabei gibt es genügend Gegenbeispiele. Move36 hat nicht nur die Lebenswelt von jungen Erwachsenen angesprochen, sondern ein deutlich bunteres Bild der Region gezeichnet. Partnerschaft, Verhütung, Sexualität und scheinbare Tabuthemen wie Schwangerschaftsabbrüche hatte das Magazin Raum gegeben.



Foto: Hannes Spicker

In meiner Kommunikationsarbeit komme ich immer wieder an den Punkt: Das ist ein klassisches Thema für die move36, wenn es sie noch geben würde. Regionaler Magazinjournalismus fehlt. Für uns bleibt nun die Frage, ob wir diese Lücke mit Corporate Publishing selbst schließen müssen.

Inga Koch, Studentin und in zahlreichen Initiativen wie L1zwo und YouRoPa aktiv

Die move36 war ein wichtiges Sprachrohr für subkulturelle Themen. Die Redakteure waren anders als die verbliebenen Medien sehr interessiert aus der Szene zu berichten – wie beispielsweise über die Schließung des Vereinshauses des Kinder- und Jugendhilfevereins YouRoPa („Underground“), des Cafés Panama sowie von zahlreichen Veranstaltungen und Aktionen. Fulda hat abseits von Musical Sommer und Schlosstheater eine ausgeprägte alternative Kultur, wie Lesungen oder Konzerte, die in der Form nicht im Stadtschloss stattfinden würden, ehrenamtlich organisiert und vor allem auch politischer sind. Wir kommunizieren viel über soziale Medien. Allerdings befürchte ich, dass wir damit viele Menschen



Foto: Jens Brehl

Antje Mohr, Pressesprecherin Hochschule Fulda

Es fehlt weiterhin ein Medienpartner, der abseits des oftmals hektischen Alltagsgeschäfts die Zeit findet, sich tiefgreifend mit Themen zu befassen, und nicht die schnelle Schlagzeile produzieren muss. Wissenschaft ist komplex. Storytelling ist besonders gut geeignet, Sachverhalte verständlich zu vermitteln und den Wissenstransfer in die Gesellschaft zu unterstützen.



Foto: Jens Brehl

ausschließen. Daher wäre eine breitere kulturelle Berichterstattung sehr wertvoll.

Luzia Kremser, Pressesprecherin Agentur für Arbeit Bad Hersfeld und Fulda

Im Landkreis Fulda gibt es weitaus mehr offene Lehrstellen als Bewerber. Das ist insofern eine schwierige Situation, da hiesige Betriebe zukunftsfähig bleiben müssen. Um junge Menschen für eine Ausbildung zu begeistern, braucht es geeignete Kanäle. Move36 hatte Aufmerksamkeit erregt, war seinen jungen Lesern auf Augenhöhe begegnet ohne selbst krampfhaft jugendlich rüberzukommen. Die Redakteure waren sehr interessiert, sind oft von sich aus auf uns zugegangen und haben auch kritische Fragen gestellt. Seit der Pandemie ist unser Berufsinformationszentrum geschlossen, Berater konnten während des Lockdowns nicht in den Schulen präsent sein, Ausbildungsmessen sind ausgefallen und dann auch noch das Magazin mit seinem direkten Draht zu Jugendlichen zu verlieren war hart. Diese erreichen wir nun noch über Umwege, denn die verbliebenen regionalen Medien werden eher von den Eltern oder Großeltern gelesen.



Foto: Robert Gross Photography

Seit 25 Jahren sendet das hessenweit erste Bürgerradio aus der Wissenschaftsstadt Darmstadt decken, wacht der Vorstand in loser Begleitung. Das Schema ist breit gefächert: Der „Blickpunkt Vor-Ort“ etwa beobachtet das lokale Geschehen und berichtet mit O-Tönen aus den Stadtverordnetenversammlungen. Eine Musikredaktion bietet unter anderem der lokalen Szene eine Bühne, auch abseits des Mainstreams. Die Kulturredaktion pflegt so unterschiedliche Formate wie „Shakespeare & Co.“ für

Jens Brehl

Auf dem Darmstädter Radar geblieben

Seit 25 Jahren sendet das hessenweit erste Bürgerradio aus der Wissenschaftsstadt

Mit Reportagen vom Heinerfest in Darmstadt nahm das Engagement seinen Anfang, 25 Jahre später sendet „Radio Darmstadt“ ein Vollprogramm nicht nur in deutscher Sprache. Das bei Gründung erste nichtkommerzielle Lokalradio in Hessen ist in der Wissenschaftsstadt etabliert und mittlerweile weit darüber hinaus bekannt – als Bürgerradio, in dem um die 100 Programmacher aus Spaß an der Ausstrahlung on air gehen.

Anfangs wollte eine Handvoll Radiofans die Stimmung auf dem legendären Darmstädter Volksfest einfangen und abbilden. Zwei davon, Petra Schlesinger und Aurel Jahn, zeichnen nach einem Vierteljahrhundert immer noch verantwortlich, gehören dem Vorstand des gemeinnützigen Trägervereins RadaR an, der heute 300 Mitglieder zählt, davon etwa ein Drittel aktive. Deren Beiträge und ein Zuschuss der Medienaufsicht LPR sind der Kapitalstock für die Finanzierung. Die periodische Lizenz,

die letztere für den Sendebetrieb erteilt, läuft dieses Jahr aus, ein Antrag auf Verlängerung ist in Vorbereitung.

In drei voll digitalisierten Studios am Steubenplatz können Beiträge live gesendet oder vorproduziert werden. Produziert werden sie von Redaktionen, die sich autonom bilden und nach einem Crashkurs in Medienkompetenz auf eigene Faust ans Mischpult dürfen. Darüber, dass die Inhalte sich mit dem Programmauftrag von Radio

Darmstadt decken, wacht der Vorstand in loser Begleitung.

Das Schema ist breit gefächert: Der „Blickpunkt Vor-Ort“ etwa beobachtet das lokale Geschehen und berichtet mit O-Tönen aus den Stadtverordnetenversammlungen. Eine Musikredaktion bietet unter anderem der lokalen Szene eine Bühne, auch abseits des Mainstreams. Die Kulturredaktion pflegt so unterschiedliche Formate wie „Shakespeare & Co.“ für

Theaterliebhaber, „Mathilde on Air“ für Zuhörerinnen oder einen „KultTourKalender“ mit Ausgehtipps. Gerade in der Pandemie bot die „DJ-Zone“ Jockeys aus Darmstadt eine Möglichkeit, nicht in Vergessenheit zu geraten.

Drei weitere Redaktionen akzentuieren das Alleinstellungsmerkmal von RadaR exemplarisch: die internationale Redaktion, von der muttersprachlich gesendet wird, auch in Farsi, polnisch oder singhalesisch; die Schülerredaktion „YoungPOWER“, in der sich audio-journalistischer Nachwuchs versuchen und Medienkompetenz erwerben kann; und die Redaktion „Offenes Haus“ als Experimentierstube für Nichtmitglieder. Für so ziemlich jede Erwartung an lokale Information oder Unterhaltung gibt Radio Darmstadt etwas aufs Ohr. Oder wie ein Redakteur den Mix einmal charakterisierte: „So etwas Buntes hat die Welt noch nicht gehört. Auf Techno folgt Mozart, auf Dancefloor Deutschrock. Alle lüften ihre privaten Plattensammlungen.“

Diese Vielfalt – nicht nur in den Klangfarben – ist es, die die Macher ausstrahlen wollen: ein Radio, in dem die Bürgerschaft die Inhalte aufbe-

reiten kann, die sie vermisst, in dem live gesendet und mit Hörern gechattet oder wahlweise eine vorbereitete Sendung 1:1 ausgestrahlt werden kann. Eine Woche lang sind Beiträge danach in der Mediathek nachzuhören. Mitunter erfahren sie dank Mund-zu-Mund-Propaganda mehr Aufmerksamkeit als bei der Erstaussstrahlung.

Und auch Autogrammwünsche haben populäre Moderatoren bereits erhalten. Einige von ihnen sind nach dem Erstkontakt mit dem Medium via RadaR beim Radio hängen geblieben, etwa hr1-Moderator Jürgen Rasper oder Max Franke, der heute regelmäßig bei planet radio, der jungen Welle in der FFH-Gruppe, zu hören ist.

Sechs Stunden am Tag Liveprogramm

Radio Darmstadt wird trotz massiver und professioneller Konkurrenz der Streamingdienste also gehört? Gemessen werden die Quoten zwar



Mann und Frau der ersten Stunde bei Radio Darmstadt: Petra Schlesinger und Aurel Jahn. Foto: RadaR/Christian Grau

nicht, da es werbefrei ist, aber die Resonanz in der Stadtgesellschaft ist ein gutes Barometer für die Wahrnehmung des Programms. Sechs Stunden am Tag wird in der Regel live gesendet, davor und danach laufen Wiederholungen. Für eine Qualitätskontrolle der Inhalte haben punktuelle Überprüfungen durch die autarken Redaktionen oder den RadaR-Vorstand bisher ausgereicht, um etwaige Verstöße gegen (medien)rechtliche Vorgaben zu unterbinden, so Schlesingers und Jahns Erfahrung. Zumal Voraussetzung zum Äther-Zugang ein Grundlagenseminar ist, in dem neben einer technischen Einführung auch der Pressekodex oder Urheberrecht Teil der Qualifizierung sind.

Mit Streamingplattformen könne und wolle Radio Darmstadt zwar nicht mithalten, müsse es aber auch nicht, meint Lily Ludwig. Dafür komme bei der Konzeption einer Sendung die journalistische Leistung zum Ausdruck, meint die junge Musikwissenschaftlerin, die vor ihrem Studium in Salzburg in Darmstadt ein

freiwilliges soziales Jahr absolviert hat. In dieser Zeit hat sie die Sendung ClassicalLi kreiert, in der sie jungen Zuhörern Musiktheorie mit Hörbeispielen vermitteln will. Von Österreich aus hält Ludwig nach wie vor Kontakt zu den Darmstädter Radiomachern und steuert gelegentlich Sendungen bei.

Stündliche Nachrichten oder ein Wetterbericht sind zurzeit zwar nicht auf dem RadaR. Denn die bunte Truppe der Radiomacher aus Darmstadt verfolgt eine andere Mission, wenn sie on air ist. Konsequenter kommunal und bürgernah, in all seinen Facetten. Wer den Blick in aller Ausführlichkeit auf die Leistungen des Quid-ditch-Teams der Technischen Universität oder die Forderungen der Fridays-for-future-Aktivisten an die Darmstädter Klimapolitik lenken will, der findet bei RadaR einen Sendeplatz. Und seit 25 Jahren eine treue Hörergemeinde.

Andreas Lang

Empfangen werden kann RadaR Darmstadt über UKW 103,4 MHz, per Livestream unter live.radiodarmstadt.de und voraussichtlich in der zweiten Jahreshälfte digital über DAB+. Mehr unter radio-darmstadt.de



Auf zu einem neuen regionalen Sendeformat: Die Pioniere von Radio Darmstadt, die sich im Verein RadaR zusammengeschlossen haben. Foto: RadaR/Martin Zint

Lassen Sie uns committten: asap!

Der Sprach-Optimist: Vom Sinn und Unsinn neudeutscher Kommunikation - und welche Verblüffung ein handgeschriebener Brief auslösen kann

Unser Arbeitsleben hat sich verändert. Ja, nur die Unbeständigkeit ist beständig. Viele von uns haben gerade ein Zoom-Meeting nach dem anderen. Sorry, es sind ja meist Teams-Calls. Oder sollen wir neutral sagen: Ich schick Dir ne Outlook-Einladung. Ach nee, Outlook ist ja auch von Microsoft. Alles von diesem Milliardär Bill Gates. Der ist doch schuld an?

Nein, lassen wir das. Schicken Sie mir lieber eine ganz normale Mail. Darauf freue ich mich. Aber bitte nur mir. Oder gehören Sie zu denen, die immer mindestens 14

Sie fokussieren sich auf das Wesentliche.

Und wenn es endlich mit der Umsetzung losgeht, lassen Sie sich am besten dazu briefen. Schade, dass es dabei nicht um echte Briefe geht.

Denn wenn Sie jemand mal wirklich überraschen wollen, schreiben Sie ihm oder ihr einen Brief, so mit

Adresse und Briefmarke, handgeschrieben natürlich. Dann sind Sie der Star. Ach was, der Superstar. Das wird er oder sie Ihnen nicht vergessen.

So einfach geht das manchmal. Ja, man muss sich nur committten. Halt. Stopp. Wenn das jemand zu mir sagt, dann könnte das zu einem neuen Rekord führen. Beim Wort „committten“ haue ich nämlich ab, sofort und extrem schnell. Ich schätze, dass ich dabei locker in 10 Sekunden mindestens 100 Meter schaffe. Und dass nur wegen eines einzigen Wortes.

Remote Vorstellung

Okay, das klingt etwas angeberisch. Dann hole ich Sie am besten nochmal ab. Ich erkläre Ihnen das Big Picture und welche Learnings ich als Sprach-Optimist daraus gezogen habe. Das mache ich



Murtaza Akbar ist Trainer und Vortragsredner zum Thema Sprache und Kommunikation. Der gebürtige Frankfurter mit pakistanischen Wurzeln ist zudem Berater bei der Agentur Wortwahl in Neu-Isenburg und Dozent an der Hochschule Darmstadt im Studiengang Onlinekommunikation. Foto: Agentur

Kolumne

Leute in CC setzen?

Damit auch jeder sieht, was Sie alles leisten? Oder keiner sagen kann, dass er von nichts wusste? Fyi an alle. Am schönsten ist es, wenn dann einer antwortet: asap. Natürlich per Mail an alle. Herrlich. Nur was und wer ist damit dann gemeint?

Oder Sie fragen leichtsinnigerweise vorher schon, bis wann er oder sie das Ergebnis braucht? Dann heißt es oft mit einem Lächeln: am besten bis gestern! Antworten Sie dann einfach: Ich bin am Thema dran. Und natürlich, dass Sie alle im Loop halten. Ich hoffe nicht, dass Sie dafür extra die Prozesse optimieren müssen. Falls ja, schreiben Sie es einfach auf die To-Do-Liste. Vorausgesetzt, Sie brauchen keinen Quick-Win. Sonst müssen Sie das Thema nochmal challengen, weil das Timing ja schon sehr sportlich wäre. Hauptsache,

dieses Mal selbst, weil der Kollege zu Tisch ist. Sein Schalter ist gerade geschlossen. Das hat für ihn keine Prio. Und wenn Sie ihn heute Mittag treffen, sagen Sie „Mahlzeit“. Das liebt er. Im Gegensatz zu mir. Aber er ist ja hier auch auf der Arbeit und nicht auf der Flucht. Das klebt jedenfalls auf seiner Pinnwand neben seinem Monitor. Wunderbar diese Klischees.

Ach, Sie sind im Homeoffice? Sorry, ich kann Sie gerade nicht sehen, aber hören. Oder andersrum. Ah, Sie haben die Kamera aus. Okay, wollen wir nicht erstmal eine Vorstellungsrunde machen? Wir sind alle so modern, voll remote. Schwierig nur, wenn bei einem gerade das Internet down ist. Mein Tipp: Loggen Sie sich aus und wieder ein. Klappt fast immer. Und wenn wir wieder alle dabei sind, gibt's den Elevator Pitch. Aber nur kurz natür-

lich, weil jeder von uns danach garantiert wieder einen dringenden weiteren Call hat. Homeoffice-Leben halt, kennen Sie ja.

Muss nun auch mal so gehen. Wollen Sie mal einen Call mit mir machen? Ich würde mich sehr freuen. Warten Sie, ich schaue mal, wann ich wieder einen Slot frei habe. Die Details klären wir dann am besten in einem Folgetermin. Nur eine Bitte hätte ich: Sie müssen das Protokoll führen. So steht es im Projektplan. Später erhalten Sie dafür auch die Freigabe, damit Sie die nötige Präsentation fertig machen können. Denn am Ende des Tages zählt das Ergebnis. So haben wir das schon immer gemacht. Da bin ich ganz bei Ihnen.

Murtaza Akbar

Diese Kolumne ist erstmals im Gießener Anzeiger und Darmstädter Echo veröffentlicht worden.

Druck von den Jungen

Lena Schumacher und Tim Evers setzen mit ihrem Magazin „OLDSCHOOL“ voll auf Print – Auflage binnen eines Jahres versechsfacht



Professionell arrangiert: die Cover der ersten Ausgaben.

Foto: Johanna Schmücker

Sie sind jung, sie haben Spaß am Journalismus und sie glauben an Print: Tim Evers und Lena Schumacher sind überraschend aufgetaucht auf dem Zeitschriftenmarkt, und sie haben sich prompt zu einer Ausnahmeerscheinung entwickelt. Die beiden Frankfurter Abiturienten haben mit „OLDSCHOOL – Das Print-Magazin von jungen Menschen“ binnen eines Jahres ein Heft etabliert, das nicht nur ausschließlich gedruckt erscheint. Alle Autorinnen und Autoren sind zudem nicht älter als 30. Mit ihren (noch) komplett honorarfrei verfassten Beiträgen wollen sie nicht nur ihre Peer Group mit Content füttern, der diese Zielgruppe anspricht, sondern auch der Generation der Eltern und Großeltern beschreiben, was den Nachwuchs beschäftigt.

Anfang des Jahres ist in ehrenamtlicher Arbeit das fünfte Hochglanzmagazin erschienen. Wieder mit einem stattlichen werbefreien Umfang von um die 100 Seiten und einer Auflage von mittlerweile 3000 Exemplaren. Die erste Nummer wurde vorsichtshalber 500 Mal gedruckt und kostenlos in Frankfurter Cafés, Kiosks und hippen Locations ausgelegt. Mit der bescheidenen Bitte um eine angemessene Spende, um die Auslagen zu decken.

Mittlerweile denkt das Chefredakteurs-Duo nicht nur kalkulatorisch um. OLDSCHOOL wird neuerdings zum Preis von 7,50 Euro vertrieben. Werbung ist in Zukunft nicht ausgeschlossen, ebenso wenig Online-Auftritte. Auf Spotify und im Apple Podcast

können drei ausgewählte Artikel aus einer Ausgabe gehört werden, auf Instagram macht OLDSCHOOL mit Posts auf sich aufmerksam. Diesen Paradigmenwechsel haben Evers und Schumacher nicht eingeleitet, weil sie von ihrer Grundüberzeugung abgewichen sind, dass guter Journalismus gedruckt sehr wohl seine junge Leserschaft finden kann. Sondern vielmehr, weil das zunächst rein ideelle Projekt ihnen im positiven Sinn über den Kopf wächst.

Bislang arbeiten die beiden Medienpioniere, die für ihre Vision sogar den Beginn ihres Studiums verschoben haben, ebenso wie die redaktionelle Community ehrenamtlich. Die meisten der freien Autoren, Fotografen, Grafiker und Layouter haben die Chefs bislang nicht persönlich gesprochen. Die Pandemie hat OLDSCHOOL-Redaktionssitzungen im Konferenzraum bislang nicht möglich gemacht, die Absprachen müssen virtuell organisiert und gesteuert werden.

Aber mit der Nachfrage nach dem Heft und dem Anspruch, den die Macher an das Start-up haben, ist immer deutlicher geworden, dass an einer Professionalisierung kein Weg vorbeiführt, wenn sich OLDSCHOOL auf dem Markt behaupten will. Von guten Autorinnen und Autoren kann nicht auf Dauer verlangt werden, dass sie komplett honorarfrei schreiben, ist der Chefredaktion bewusst; die druckreifen Aufnahmen der Fotografinnen und Fotografen würden andere Verlage mit Kuss-hand abnehmen; und auch der Handel und

Vater Staat erwarten ihren Anteil an den Einnahmen aus dem Vertrieb.

Mit anderen Worten: OLDSCHOOL steht an der Schwelle zur Kommerzialisierung. Die beiden Macher haben sich entschieden, aufs Ganze zu gehen und den Markenkern, das gedruckte Magazin, weiterzuentwickeln. Mit der lässigen Einstellung, dass sie nur reüssieren können oder sich alternativ einem neuen Projekt zuwenden. Diese Freiheit zum ergebnisoffenen Experiment haben junge Medienmacher, und Evers und Schumacher, beide Anfang 20, nehmen sie sich. „Unser Weg kann weiter in den Journalismus führen er muss es aber nicht. Mit OLDSCHOOL haben wir jedenfalls den Beweis erbracht, dass wir es auch ohne explizites Studium können.“

Potenzial hat OLDSCHOOL jedenfalls. Die Magazine genügen nicht nur haptisch und optisch professionellen Ansprüchen. Auch inhaltlich bieten sie eine imposante Vielfalt. Jedes Heft hat einen Themenschwerpunkt, in der jüngsten Ausgabe etwa das Leben im Jugendgefängnis, und die drei Rubriken Politik und Gesellschaft, Kultur und Leben. Als Hommage an ihre Heimatstadt legen die beiden Chefredakteure auch einen kleinen Fokus auf Frankfurt, die – nicht nur schreibenden – Redaktionsmitglieder steuern ihre Beiträge aber aus dem gesamten Bundesgebiet bei.

Kontakte kommen über die sozialen Netzwerke zustande und werden darüber koor-

diniert, Themen, die Schumacher und Evers festlegen, werden etwa über die Messengerdienste gepitcht. Wer sich als Autorin oder Autor berufen fühlt, bespricht sich virtuell mit der Redaktionsleitung in Frankfurt und bleibt mit ihr in Kontakt. Und dann entstehen tiefgründige Reportagen und Analysen, zum Teil auch mit ausführlichen Recherchen vor Ort. Für ihre Story aus dem Jugendknast etwa sind Schumacher und Evers in die bundesweit zweitgrößte JVA ins baden-württembergische Adelsheim gereist, für die sie um eine Besuchserlaubnis ersucht haben. Fotografin Johanna Schmücker sind dazu Bilder von lapidarer Tristesse und Eindringlichkeit gelungen. Für eine Story im Vorfeld der Bundestagswahl und deren Relevanz für Jungwählerinnen und -wähler sind die beiden Chefredakteure unter anderem auf gut Glück nach Gotha gereist, um Stimmen und Stimmungen einzufangen.

OLDSCHOOL versteht sich als General-Interest-Magazin, das keine Themen ausklammert, sich offen, aber seriös auch sensiblen Phänomenen annähert. Die Rubrik Leben etwa widmet sich mit journalistischem Anspruch und kreativen Illustrationen der Gefühlswelt junger Leserinnen und Leser. Zwei Beiträge in der jüngsten Ausgabe: das Outing eines jungen Mannes in seiner konservativen muslimischen Familie („seit einem Jahr geht es für ihn bergab“) oder das bislang wenig erforschte Phänomen des Squirtings beim weiblichen Orgasmus. Nicht voyeuristisch, sondern aufklärerisch; nicht plakativ, sondern hintergründig – diese Erwartung stellt die Chefredaktion an die Autoren, und diesem Anspruch genügen die OLDSCHOOL-Beiträge. Was eine Erklärung dafür sein dürfte, warum sich die Auflage mittlerweile versechsfacht, der Um-

fang verfünffacht, und die Summe aller Mitarbeiter nahezu verdoppelt hat.

Im Stadtleben hat das Magazin mittlerweile ebenso viel Aufmerksamkeit erregt wie in der Medienszene. Schumacher und Evers sind voriges Jahr mit dem Frankfurter Bürgerpreis ausgezeichnet worden. Und das Redaktionsteam der „Frankfurter Rundschau“ um Peter Hanack, das bei der jüngsten Vergabe des Hessischen Journalistenpreises von DJV Hessen und Sparda-Bank Ende vorigen Jahres den zweiten Platz belegt hat (wir berichteten in Ausgabe 4/2021), hat sein Preisgeld von 2000 Euro mit anerkennenden Worten in der Dankesrede den jungen Kollegen gestiftet. Die FR hat bei den jungen Kollegen bereits nach jungen Autoren für die eigene Berichterstattung nachgefragt. „Wir haben nicht nur den einen oder die andere, wir haben einen ganzen Pool“, berichten sie mit lässigem Stolz. Im Februar hat die Chefredaktion einen ersten Workshop zur Weiterbildung von Autorinnen und Autoren organisiert. Zwei Redakteurinnen aus dem Hessischen Rundfunk haben ein intensives Wochenende lang journalistisches Werkzeug an die Hand gegeben.

All diese Erfahrungen und Anerkennung motivieren und entschädigten Schumacher und Evers für ihren unerwarteten Fulltime-Job, für den sie Woche für Woche gut und gern 50 Stunden aufbringen. Themen festlegen und vergeben, Outlines



Die Macher von OLDSCHOOL: die Chefredakteure Lena Schumacher und Tim Evers am Mensatisch. Foto: Johanna Schmücker

für Stories verfassen, Texte redigieren, die Ausgabe layouten, Verhandlungen etwa mit der Druckerei führen, Vertriebswege erschließen, die Buchhaltung verwalten. Aus reinem Idealismus heraus sind sie zu Start-up-Unternehmern geworden, das nun an einem Scheideweg steht.

Die Richtung ist den beiden jungen Medienmachern klar. „Wir glauben an Print, weil Posts nicht diese Gedankentiefe erreichen können“, bringen sie ihre Überzeugung auf den Punkt. „Mit OLDSCHOOL halten wir etwas Bleibendes in der Hand, ein Gesamtwerk, auf das man zurückgreifen, ein Kontrapunkt zu den kurzen Verweildauern im Netz.“ Qualität und Nachhall statt schnellem Scrollen und Weiterwischen – das macht für sie den Reiz eines Printprodukts aus.

„Oldschool ist wieder in, nicht nur mit diesem Magazin“, beobachten Schumacher und Evers und verweisen auf Retro-Trends in der Mode oder bei Vinyl-Platten. Die Verleger hören's gern – und würden es noch lieber in der Auflagenentwicklung bestätigt sehen. Wie es gehen kann, machen zwei Youngster in Frankfurt ihnen gerade vor. **Andreas Lang**

Grüner wird's nicht

Wie der Hessische Rundfunk in Nachhaltigkeit investiert -
Konsequente Umstellung in Produktionen - Ökostrom für ARD und ZDF organisiert

58.625,46 Kilogramm CO₂ hat es gebraucht, um den Spielfilm „Die Luft, die wir atmen“ zu drehen, den der Hessische Rundfunk für das Prime-Time-Angebot der ARD beigesteuert hat. Das mag nach einer Menge klingen, entspricht aber gerade mal der Hälfte des Verbrauchs für einen „Tatort“ und einem Zehntel dessen, worauf ein Hollywood-Blockbuster in der CO₂-Bilanz kommen kann. Das

Anfang Februar ausgestrahlte Drama ist die erste durchgängig an ökologischen Kriterien ausgerichtete Produktion des hr. Bis 2024 will der Sender komplett auf „Green Production“ umstellen und damit seine Antwort auf die Energiewende geben.

Errechnet hat diesen Wert ein externer Nachhaltigkeitsberater (Green Consul-

tant), der den Dreh von Beginn an begleitet hat. Und damit lange vor dem ersten Drehtag im Frühjahr 2020 im Taunus. Produktionsleiter Dominik Diers stellten sich für die Premiere im Vorfeld zig Fragen, von der Anpassung der Logistikkette und der Anlieferung hin zum Set über eine durchgängig klimaschonende Atmosphäre an den Drehorten bis hin zur Post-

produktion. Kreativität und Sensibilität waren bei der Auswahl von Bio-Schminke ebenso gefragt wie bei der Organisation von ausreichend Regenwasser für den Kunstschnee oder die Auswahl eines Caterers, der regionale Kost liefert.

Beinahe hätten die Einschränkungen in Folge der Corona-Pandemie das Pilotprojekt verhagelt. Bei Ausstattung, Catering und Personentransport mussten Abstriche gemacht und Hygiene-Auflagen erfüllt werden, um die Dreharbeiten nicht vollends abbuchen zu müssen. Weil vor der Zwangspause aber so konsequent mit CO₂ gewirtschaftet worden war, reichte es unterm Strich für eine ansehnliche grüne Bilanz.

Voriges Jahr hat der hr bereits die Hälfte seiner Spielfilme nachhaltig gedreht, 2024 sollen es alle sein. Also auch die Tatorte, und darüber hinaus sämtliche Bewegtbildproduktionen, nicht nur die szenischen, sondern auch die tagesaktuellen.

Die Selbstverpflichtung ist Teil eines Pilotprojekts, an dem sich die ARD beteiligt. „100 grüne Produktionen“ wollte ein in der Film- und Fernsehbranche gebildeter Arbeitskreis Green Shooting bis Ende vorigen Jahres realisieren. „Die Luft, die wir atmen“ ist die zweite fertig durchgerechnete Produktion, womit der hr auch innerhalb der ARD Maßstäbe gesetzt hat. Zu einer sauberen CO₂-Bilanz beitragen wollen überdies Soaps wie „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ und „Rote Rosen“, Serien wie „Die Rosenheim-Cops“ und „Bettys Diagnose“, diverse Tatorte und Shows bei den Privaten wie „The Masked Singer“. Die ersten Erkenntnisse aus dem hr fließen bereits ein ins 44 Kriterien auflisende Pflichtenheft für künftige Drehs, den „Ökologischen Mindeststandards für deut-

sche Kino-, TV-, Online- und Video-on-demand-Produktionen“.

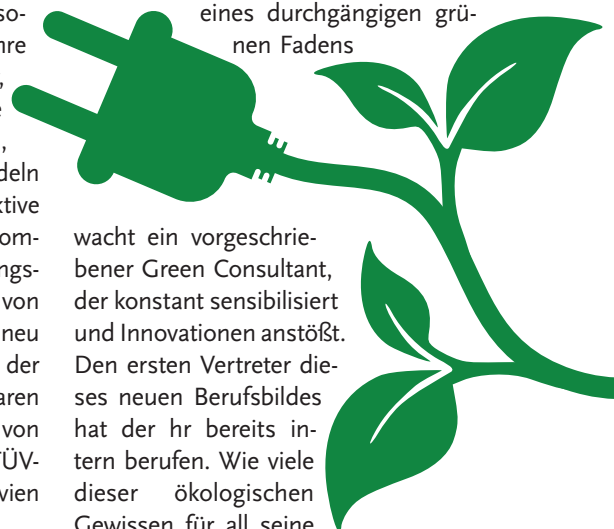
Senderstrom komplett aus erneuerbaren Quellen

Mit dem Beitrag zu dieser Initiative erschöpft sich das ökologische Engagement des hr nicht. Im ARD-Verbund ist der Sender arbeitsteilig zuständig für die Strombeschaffung – neuerdings auf neuen Pfaden. Dafür melden die Landesrundfunkanstalten (sowie das ZDF und die Deutsche Welle) ihre Bedarfsprognosen für die Funkhäuser, die Außenstudios sowie die Standorte von Sendemasten und Rechenzentren, und die Leadbuyer aus Frankfurter handeln für einen Zeitraum von drei Jahren attraktive Konditionen auf dem europäischen Strommarkt aus. Die Besonderheit in der jüngsten Verhandlungsrunde: Gemäß dem von den Intendantinnen und Intendanten neu aufgelegten Nachhaltigkeitsbericht soll der Strom ab 2022 komplett aus erneuerbaren Quellen stammen. Mit einem Aufschlag von 0,00066 pro Kilowattstunde wird er TÜV-zertifiziert per Wasserkraft in Skandinavien erzeugt.

Die komplette Umstellung auf Ökostrom ist Teil eines Maßnahmenpakets zum ressourcenschonenden Haushalten in der ARD. Seine Nachhaltigkeitsstrategie hat der Verbund voriges Jahr kodifiziert. Im „Board Ökologische Nachhaltigkeit“, das der Bayerische Rundfunk steuert, werden neben der Medienproduktion und dem Betriebsmanagement auch das Eventmanagement, die Verbreitung und die IT umgestellt.

Mit seinem Bekenntnis zur Nachhaltigkeit setzt der Sender nicht nur ein Zeichen in der Energiewende. Durch clevere Umstellung

und Umschichtung spart er – zumindest mittelfristig – auch Produktionskosten ein. Etwa durch Recycling von Kulissen, wiederverwendbare Akkus oder Wasserflaschen, LED-Scheinwerfer, digitale Drehbücher, die Unterbringung der Crews in Ferienwohnungen statt in Hotels oder Bahn- statt Flugreisen. Diese Posten summieren sich, sofort oder perspektivisch, und überkompensieren (einmalige) Anschaffungen mit Öko-Label. Über die Einhaltung der Bilanz und eines durchgängigen grünen Fadens



wacht ein vorgeschriebener Green Consultant, der konstant sensibilisiert und Innovationen anstößt. Den ersten Vertreter dieses neuen Berufsbildes hat der hr bereits intern berufen. Wie viele dieser ökologischen Gewissen für all seine grünen Produktionen gebraucht werden, rechnet der Sender gerade durch.

Mit dieser Aufstellung bleibt nicht zuletzt die Chance auf eine weitere Filmförderung gewahrt. Die gesetzliche Regelung ist seit Jahresbeginn geknüpft an eine grüne Bilanzierung. Der hr und der SWR drehen als einzige ARD-Sender ihre Spielfilme noch in Eigenregie und delegieren dies nicht an die Degeto. „Die Luft, die wir atmen“ ist nominiert für den erstmals ausgeschriebenen „Eisvogel – Preis für nachhaltige Filmproduktionen“. Ob der Aufwand honoriert wird, war bei Redaktionsschluss noch offen. Pandemiebedingt ist die Verleihung von Februar ins Frühjahr verschoben worden.

„Ohne Corona-Schutzmaßnahmen wäre die CO₂-Bilanz für ‚Die Luft, die wir atmen‘ etwa fünf bis zehn Prozent besser ausgefallen“, schätzt eine Sprecherin. „Teammitglieder mussten einzeln in Autos anreisen, das Catering durfte nur separat verpackte Essen zubereiten, alles und jede*r fand sich hinter Plastik abgeschirmt wieder. Das hat die Zielmarke etwas gedrückt.“ Aber auch ohne diese Notbremse hat sich die Produktion gerechnet. Nicht nur in der Öko-Bilanz bleibt unterm Strich ein positives Ergebnis hängen.

Andreas Lang



Wasserkreislauf: Der Graupel in dieser Szene des ARD-Spielfilms „Die Luft, die wir atmen“ wurde aus aufgefangenem Regenwasser produziert. Foto: hr, Bettina Müller

Verbandstag 2022: Einladung an Delegierte und Tagesordnung

Samstag, dem 9. Juli 2022, um 10:00 Uhr,
im Lindner Hotel & Sports Academy, Otto-Fleck-Schneise 8,
60528 Frankfurt am Main.

Tagesordnung

1. Eröffnung
2. Bestätigung/Wahlen
 - a) Tagungspräsidium
 - b) Mandatsprüfungs-, Wahl- und Zählkommission
3. Berichte (soweit vorliegend) schriftlich oder mündlich
 - a) Geschäftsführender Vorstand
 - b) Schatzmeister
 - c) Rechnungs- und Kassenprüfung
 - d) Fachausschüsse

4. Aussprache u.a. Grußworte
5. Bericht der Mandatsprüfungskommission
6. Entlastung des Geschäftsführenden Vorstandes
1. Wahlen
Vertreter*in LPR für die 10. Amtsperiode 2023 bis 2026
7. Anträge
 - a) Satzungsändernde Anträge (falls vorliegend)
 - b) normale Anträge

8. Verschiedenes

Der Geschäftsführende Vorstand

Mittagsimbiss gegen 13:00 Uhr

– Anzeige –



Weil Zeitdruck nicht der einzige Druck auf Journalisten ist.

„Journaille“, „Medienmafia“, „Feinde des Volkes“. Die Diffamierung von Journalisten ist so alt wie ihr Beruf. „Lügenpresse“ zum Beispiel war schon ein Lieblingsausdruck der NS-Propaganda, bevor es 2014 als Unwort des Jahres Schlagzeilen machte. Doch ganz gleich wie hoch der Druck auch wird: Wir von der Presse-Versorgung stärken Ihnen den Rücken. Dazu wurden wir 1949 gegründet, von Zeitungsverlagen und Journalistenverbänden, zur Absicherung von

Zeitungsredakteuren in der noch jungen Bundesrepublik. Heute sind wir der Vorsorgespezialist für die Medienbranche in Deutschland. Wir sichern Sie ab, damit Sie unbesorgt Ihren Job machen können – auch in schwierigen Zeiten. Mit maßgeschneiderten Lösungen für Medienschaffende: von der Absicherung gegen Berufsunfähigkeit bis hin zur privaten Altersvorsorge. Denn ohne Sicherheit keine Unabhängigkeit. Ihre www.presse-versorgung.de

Mehr Bewegung auf dem Frankfurter Parkett

Seit März ordnet die „Wirtschaft vor acht“ im Ersten das Börsengeschehen in größere Zusammenhänge ein - hr stellt Finanzredaktion für ARD

Recht geräuschlos ist aus der „Börse vor acht“ im Ersten die „Wirtschaft vor acht“ geworden. Die Kurznachrichten aus der Wirtschaftswelt unmittelbar vor der Hauptausgabe der Tagesschau, die der Hessische Rundfunk federführend für die ARD verantwortet, sind Anfang März behutsam relaunched worden. Damit ist ein weiterer Baustein in das Konstrukt der Fokussierung und Spezialisierung im Senderverbund eingefügt worden.

Zur Premiere des neu akzentuierten und breiter aufgestellten Wirtschaftsmagazins haben die heftigen Ausschläge an den Aktienmärkten in Folge des Kriegs in der Ukraine die Redaktion gezwungen, tagesaktuell zu reagieren. Anstatt mit innovativen Elementen in der Wirtschaftsberichterstattung zu experimentieren musste Moderator Markus Gürne die unmittelbaren Entwicklungen etwa auf dem Öl- und Gasmarkt kompakt analysieren anstatt größere Trends

aufzugreifen. Ein paar animierte Grafiken hier, Variationen in den Kameraeinstellungen und ein paar Schnitte dort, ein anderer Standort und mehr Bewegungsfreiheit für die Moderation auf dem Frankfurter Börsenparkett – viel mehr als diese kosmetischen Veränderungen sind in der erste Woche von „Wirtschaft vor acht“ nicht auszumachen.

Was nicht nur im Ernst der weltpolitischen Lage begründet liegt, sondern durchaus dem Anspruch der Redaktion genügt, den Tag aus Sicht der Ökonomen kompakt und seriös, nicht mit Klamauf und interaktivem Aktionismus abzubilden. Bereits im Vorfeld hatte die ARD kein großes Aufheben um das dezente Facelifting gemacht. Ende Januar war die behutsame Reform von ARD-Vorabendprogrammkoordinator Frank Beckmann angekündigt worden. Man wolle aufzeigen, „wie sehr wirtschaftliche Zusammenhänge dem Publikum ständig im Alltag be-

gegen“, welche Auswirkungen Wirtschaft im Kleinen wie im Großen habe, assistierte ihm Gürne, Ressortleiter der ARD-Finanzredaktion.

Im Drei-Schicht-Betrieb

Auswirkungen einordnen, Entwicklungen gewichten und Verbrauchernutzen aufzeigen – das nimmt das vom hr für den Senderverbund gestellte Finanzteam für sich in Anspruch. Zusammen mit Anja Kohl, Stefan Wolff, Klaus-Rainer Jackisch und Ellen Frauenknecht verdichtet Redaktionsleiter Gürne dazu Nachrichten aus und Entwicklungen in der Wirtschaft für die diversen Formate im Ersten, auf Phoenix und auf tagesschau 24. Im Fernsehen von der Schalte unmittelbar vor Börsenbeginn im Morgenmagazin über das Mittagmagazin bis zum Telegramm in 300 Sekunden direkt vor der 20-Uhr-Tagesschau und dem Börsenbericht in den „Tagesthemen“. Hinzu kommen die Beiträge für die Hörfunkwel-

len von ARD und Deutschlandradio, die ab dem Morgen grauen über den Äther gehen. Diese breite Zeitspanne wird mittlerweile im Drei-Schicht-Betrieb abgedeckt. Nach aktuellen Messungen erreichte allein die „Börse vor acht“ vor dem Namenswechsel zwischen 2,1 und drei Millionen Zuschauer. Die Marktanteile liegen laut ARD im hohen einstelligen Bereich, bei den 14- bis 49-Jährigen schwanken sie zwischen sechs und knapp elf Prozent.

Der Shift in der Wirt-

schaftsberichterstattung reiht sich ein in die Konzentration der nachrichtlichen Produktionen innerhalb der ARD-Anstalten. Im Zuge dieser Bündelungsstrategie ist neben der Berichterstattung aus dem Frankfurter Börsenstudio vor gut zwei Jahren auch die Wetter- und Klimaberichterstattung im neuen Wetterkompetenzzentrum des hr zusammengezogen worden (wir berichteten im Blickpunkt 2/2020). Im Gegenzug zeichnet zum Beispiel der NDR für die aktuelle Berichterstattung rund um die Uhr verantwortlich. Und auch boerse.ARD.de, das digitale Börseninformationsangebot der ARD, ist Ende 2020 im Norden geclustert worden, in der Wirtschaftsrubrik von tagesschau.de. Als digitales Pendant will es wie die „Wirtschaft vor acht“ im Ersten den Blick über das Börsengeschehen und Aktienkurse hinaus weiten auf Branchenanalysen, Wirtschafts- und Verbraucherthemen.

Die Live-Schalten vom Frankfurter Parkett bleiben in hr-Regie, neuerdings in einem neuen Setting und „mit noch mehr Zusammenhängen“, wie Gürne in Aussicht stellt. Einpielfilme und bewegte Grafiken sollen Wirtschaftstheorie anschaulich machen, der Fokus soll von Ökonomie auf Ökologie geweitet werden. Nur eines traut er sich und seinen Finanzexpertinnen und -experten nicht zu: die Aktienkurse zu antizipieren. Seriöse Vorhersagen dieser Art sind beim hr allenfalls vom Wetterkompetenzzentrum zu erwarten.

ala



Moderator Markus Gürne vor neuer Kulisse: Aus der „Börse vor acht“ ist die „Wirtschaft vor acht“ geworden. *Repro: ala*

„Nicht jede Klage vor Gericht muss vor Gericht Bestand haben“

OLG-Präsident Poseck ermutigt in Online-Forum des DJV-Landesverbands zu unanfechtbarer und unerschrockener Recherche

Journalisten, die sich einschüchtern lassen? Liegt es nicht vielmehr in deren DNA, unbequem zu sein, sich nicht mit der besten Antwort zufrieden zu geben, konsequent nachzubohren? Der Gegendruck ist jedenfalls spürbar gewachsen, sichtbar bei Querdenkern und Verschwörung-Fantasten, aber auch von Beschwerdeführern, die ihren Ruf durch unliebsame Berichterstattung geschädigt sehen. Solche Erfahrungen hat etwa das Recherche-Kollektiv des „Wiesbadener Kuriers“ erfahren, das das System von Missmanagement und Untreue bei der Arbeiterwohlfahrt aufgedeckt hat und das dafür mit dem renommierten Wächterpreis der Tagespresse ausgezeichnet worden ist (wir berichteten im „Blickpunkt“ 2/2021).

Anlass für den Landesverband, in einer Online-Diskussionsrunde mit Oberlandesgerichtspräsident Roman Poseck die Frage zu stellen: Presserecht und Realität – Lassen wir uns zu leicht einschüchtern? Kurier-Redakteurin Birgit Emnet, die die dubiosen Praktiken der AWO im Rhein-Main-Gebiet zusammen mit Volker Siefert vom hr und Daniel Gräber, damals bei der Frankfurter Neuen Presse, aufgedeckt hat, muss sich diese Frage jedenfalls nicht stellen lassen. Unbeeirrt und unbeeindruckt hat sie der Geschäftsführung auf die Finger geschaut, hat sich auch von höflich verpackten Drohungen nicht abschrecken lassen. Aber mehr als einmal hat Emnet ihre Artikel vor der Veröffentlichung von Hausanwalt Christian Russ gegenlesen lassen. Und dieser, ein ausgewiesener Verfechter der Pressefreiheit, hat in einem Mee-

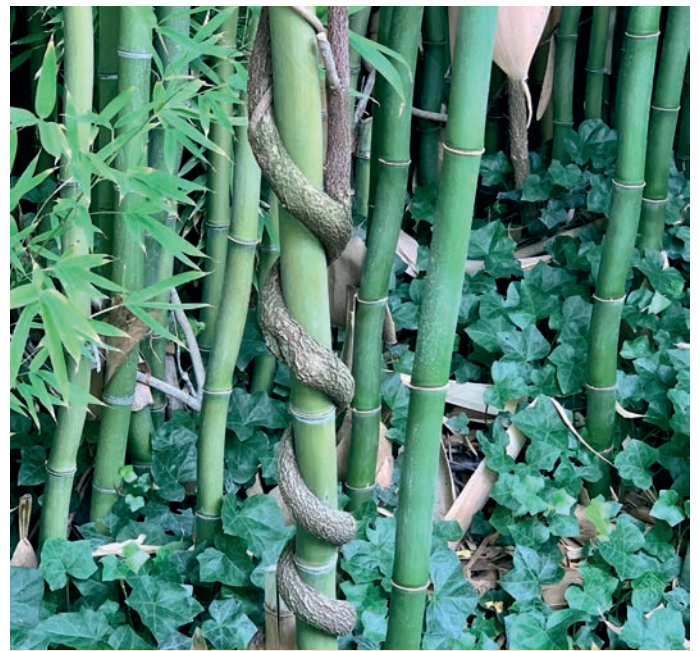
ting des DJV-Ortsverbands vor einem Jahr ein Korsett beschrieben, das immer enger um Investigativreporter geschnürt wird.

„Es droht der Tag, an dem nicht mehr Journalisten Artikel schreiben, sondern Anwälte“, prognostizierte Russ angesichts gewachsener Sorgfaltspflichten und Persönlichkeitsrechten von Gesprächspartnern (Artikel im „Blickpunkt“ 2/2021). „Eine Presse, die aus Angst vor Repressionen nur noch lammfromm auftritt, verliert am Ende ihre Glaubwürdigkeit“, warnte Russ, der eine Reihe von Verlagen in Hessen berät und vertritt. „Wenn sich Veröffentlichungen auf reine Haus- und Hofberichterstattung reduzieren, rechtfertigt das die herausgehobene Stellung der Pressefreiheit nicht mehr.“

„Neigung zur Drohung enorm gewachsen“

Mit diesem Befund wollte sich DJV-Vorstandsmitglied Sylvia Kuck nicht zufriedengeben und fragte deshalb nach bei Gerichtspräsident Poseck, wie regelmäßig sich der zuständige Zivilsenat mit Unterlassungsklagen wegen unliebsamer Berichterstattung befassen muss. „Die Anzahl der Fälle hat deutlich zugenommen“, berichtete der Richter. Eine Erklärung: Im Internet sind journalistische Inhalte länger auffindbar und könnten von Medienanwälten gegebenenfalls auch noch nach Jahren herausgefischt und gegebenenfalls in größere Zusammenhänge gestellt werden.

Im Gegensatz zu manch an-



Aus der Umklammerung herauswachsen: Von der Drohung, sich vor Gericht verantworten zu müssen, müssen sich Journalisten nach solider Recherche nicht beeindrucken lassen. Foto: ala

deren Strafverfahren sei die Rechtslage in solchen Verfahren um subjektive Befindlichkeiten nicht immer eindeutig. Interessieren müssten gegeneinander abgewogen werden, die Rechtsprechung entwickle sich anhand von Präzedenzfällen und weniger in Antizipation zu erwartender Gesetzgebung. Mit anderen Worten: Der Rechtsstaat eilt mit seinen Instanzen in dubio der Anarchie im Netz hinterher. Einzelfallbetrachtungen lassen bei Medienklagen noch kein Muster für politische Grundsatzentscheidungen erkennen. Immerhin müssen Grundrechte sorgfältig gegeneinander abgewogen werden.

„Die Neigung zu drohen, auch mit juristischen Mitteln, ist jedenfalls enorm gewachsen, die Bereitschaft zu klagen hat zu-

genommen“, beobachtet Lutz Eberhard, Chefredakteur für die Zeitungen in der VRM-Gruppe und in der Geschäftsführung neuerdings zudem zuständig für die Contentverbreitung. „Auch wenn das Rhein-Main-Gebiet im Gegensatz zu so mancher Metropole noch eine Insel bildet.“ Er erwartet eine Verstärkung dieses Trends, der in der eigenen Branche wiederum gefestigte Persönlichkeiten brauche, die ihr Handwerk verstünden und die Schere erst gar nicht in den Kopf eindringen lassen. Ein Grund, bereits in der Volontärsausbildung neben Gründlichkeit auch zu Selbstbewusstsein und Standhaftigkeit im Rechercheprozess zu animieren, appellierte Eberhard.

Der Wink mit der juristischen Keule ist für Poseck, der dem

OLG in Frankfurt seit zehn Jahren vorsteht und seit 2017 auch Präsident des Staatsgerichtshofes, also des hessischen Verfassungsgerichts ist, nicht à priori beunruhigend. Interessen würden zunächst wahrgenommen und vertreten, „aber nicht alles, was vor Gericht vertreten wird, muss vor Gericht Bestand haben, auch nicht wenn es von einer Großkanzlei vorgetragen wird.“ Er ermutigte vielmehr dazu, berechnete Interessen notfalls gerichtlich klären zu lassen, zumal die Richter in Hessen auf diesem Auge nicht blind seien. Und zumal in solchen Verfahren zumindest in Hessen in aller Regel nicht um existenzgefährdende Schadenersatzansprüche zu urteilen sei, sondern eher um Unterlassungserklärungen oder Gegendarstellungen. Die seien zwar auch nicht angenehm, aber auch kein Weltuntergang, argumentierte Poseck. „Schließlich sollten Journalisten eine gewisse Risikobereitschaft

nicht scheuen, wenn sie von der Substanz ihrer Recherche überzeugt sind.“ Hass, Hetze und Drohungen verschwinden mit diesen juristischen Mitteln zur Gegenwehr zwar nicht aus dem Netz waren sich die Diskussionssteilnehmer, unter ihnen DJV-Landesvorsitzender Knud Zilian, einig. Dagegen sei das Strafrecht nur ein Baustein, wenn auch ein zunehmend stabiler.

Birgit Emnet brachte das Dilemma zwischen unerschrockener Recherche und medienanwaltlicher Drohgebärden auf den Punkt: „Keine Berichterstattung ist auch keine Lösung.“ Bei ihrer Spurensuche im Wiesbadener AWO-Sumpf habe sie sich desto mehr bei ihrer journalistischen Ehre gepackt gefühlt, je stärker der Widerstand der Gegenseite angewachsen sei. „Wenn man nichts zu verbergen hat: Wozu braucht man dann einen Anwalt, um eine redaktionelle Anfrage zu beantworten?“ **ala**

Gegenschlag gegen SLAPPS

Das Phänomen der strategischen Einschüchterung hat bereits ein Kürzel: SLAPP. Es weckt Assoziationen mit dem englischen Begriff für Ohrfeige. Das Akronym steht für Strategic Lawsuits against Public Participation, kostspielige Prozessandrohungen also, um zu disziplinieren oder zur Selbstzensur zu drängen.

Solche juristischen Attacken gegen die Pressefreiheit werden auch aus anderen europäischen Ländern gemeldet, etwa Polen, Slowenien, Malta oder Italien. Dagegen formiert sich immer mehr konzertierte Gegenwehr, etwa mit dem Legal Support Programme des European Centre for Press and Media Freedom (ECPMF), ein Zusammenschluss dutzender Organisationen, das Journalistinnen und Journalisten gegen SLAPP-Angriffe schützen will.

*Die EU-Kommission hat angekündigt, einen gesetzlichen Rahmen zum Schutz von Medienvertretern und der Zivilgesellschaft schaffen zu wollen. Für Ende März wird aus Brüssel eine Anti-SLAPP-Initiative erwartet. Anfang Februar haben Nichtregierungsorganisationen EU-Vertretern eine von 213.433 Unterzeichnern unterstützte Petition überreicht, mit der Aufforderung, gegen SLAPP-Einschüchterungsklagen vorzugehen. **ala***

<https://www.derstandard.de/story/2000133349665/einschuechterungsklagen-gegen-journalisten-auf-dem-vormarsch?newsletter=true>

Dezenter Begleiter durch die Nachrichten

Nachruf: Langjähriger ZDF-„heute“-Redakteur Claus Seibel mit 85 Jahren gestorben – 60 Jahre lang Mitglied im DJV Wiesbaden

Vor einem dreiviertel Jahr hat er noch gleichermaßen charmant und eloquent mit der Wiesbadener Ortsverbandsvorsitzenden Sylvia Kuck über die Nachrichtenwelt von „heute“ und an die Anforderungen an Journalismus von morgen geplaudert. Anfang Februar ist der frühere ZDF-Redakteur Claus Seibel 85-jährig gestorben. Der Wiesbadener, der auf dem Lerchenberg 34 Jahre lang die Hauptnachrichtensendung des ZDF präsentierte, war 60 Jahre lang DJV-Mitglied und damit eines der treuesten im Verband.

Denn Seibels journalistische Laufbahn begann lange vor den langen Jahren beim ZDF in Hessen. Nach dem Breitband-Studium der Germanistik, Geschichte, Publizistik und Theaterwissenschaften in Marburg und Berlin heuerte der gebürtige Gießener beim Hessischen Rundfunk an.



*In Plauderlaune: Claus Seibel vorigen Sommer beim Sommerfest des DJV Wiesbaden mit dessen Vorsitzender Sylvia Kuck und dem Landesvorsitzenden Knud Zilian.
Foto: Wolfgang Kühner*

Nach dem Volontariat blieb er im Hörfunk hängen, wurde dessen Nachrichtenchef und Anfang der 70er Jahre Sendeleiter, ehe er sich beim Konkurrenzsender bewarb. Dort sprach Seibel im Juli 1971 zum ersten Mal die „heute“-Nachrichten. Am 3. April 2005 war er zum letzten Mal um 19 Uhr „Redakteur im Studio“. Danach sprach er gelegentlich noch Kurzausgaben am Nachmittag oder an Wochenenden.

Nach dem Ende der pandemiebedingten Einschränkungen wollte er sich mit Ehefrau Gabriele endlich wieder seiner Leidenschaft widmen, die Oper, Konzerte und Theateraufführungen besuchen, erzählte er beim Sommerfest des Wies-

badener DJV im Brentanohaus in Oestrich-Winkel. Dort teilten sich die Seibels einen Tisch mit einem weiteren prominenten Jubilar, dem ZDF-Kollegen Dieter Zimmer und dessen Frau. In bemerkenswerter Frische und Schlagfertigkeit analysierte der so unpräzise Grandseigneur das Nachrichtengeschäft im Talk mit Sylvia Kuck, fremdelte weniger mit dem Journalismus in digitalen Zeiten, eher mit dem neuen Nachrichtenstudio und so mancher Krawatte des Kollegen Christian Sievers. Als „Krawattenmann des Jahres 1988“ stand ihm eine solche Stilkritik zu, und als Träger eines solchen stilbildenden Titels wusste er sie höflich zu verpacken.

In den DJV sei er bereits als hr-Volontär eingetreten, „weil sich das so gehörte und weil ich dazu gehören wollte“, begründete Seibel seine jahrzehntelange Verbundenheit mit dem Verband lapidar. Überraschend kam Anfang März die Nachricht, dass diese sonore Stimme mit dem wachen Geist dahinter für immer verstummt ist. ZDF-Chefredakteur Peter Frey würdigte den Doyen der „heute“-Nachrichten als verlässlichen und einfühlsamen Begleiter durch die Nachrichtenlage. „Sein Stil zurückhaltender Verbindlichkeit setzt Maßstäbe bis heute.“ Beim Publikum und bei den Kollegen bleibt Claus Seibel als feiner Mann in Erinnerung. **ala**

„Dokumente der Zeitgeschichte“

Prämierte Aufnahmen für Pressefoto-Wettbewerb

der DJV-Landesverbände Hessen und Thüringen in Gelnhausen ausgestellt



Coronakonforme Ausstellungsbesucher: (von links) Bezirksverbandsvorsitzender Axel Häsler, Landrat Thorsten Stolz und Kulturbeauftragte Andrea Sandow in Gelnhausen.
Foto: Pressestelle Main-Kinzig-Kreis

„Beeindruckende Dokumente der aktuellen Zeitgeschichte“ sieht der Landrat des Main-Kinzig-Kreises, Thorsten Stolz, auf den prämierten Aufnahmen des 15. Pressefoto-Wettbewerbs der DJV-Landesverbände Hessen und Thüringen. Eine Auswahl war im Februar im Bürgerportal des Main-Kinzig-Forums zu sehen. Ermöglicht hat diese Ansichten Axel Häsler, Beisitzer im Landesvorstand und Vorsitzender des DJV-Bezirksverbands

Hanau/Main-Kinzig. Mit dem Frankfurter Fotografen und DJV-Mitglied Wolfgang Minich hat Häsler die Ausstellung auf- und abgebaut.

Wie im Blickpunkt 4/2021 ausführlich berichtet, haben 46 Fotografinnen und Fotografen aus den beiden Bundesländern 510 Aufnahmen für sechs Rubriken eingereicht. 72 davon sind im Februar in Gelnhausen aufgehängt worden. „Eine spannende Reise

durch viele einzigartige Situationen“, befand der Landrat beim Rundgang. Dazu zählte auch das Motiv des Pressefoto des Jahres. Es stammt aus einer Serie, die der Hanauer Bildjournalist Kai Oliver Pfaffenbach während der Pandemie über mehrere Tage im Darmstädter Klinikum aufgenommen hat. Es zeigt in lakonischer Melancholie die Begleitung eines Covid-Opfers durch einen Intensivpfleger in die Kühlzellen der Pathologie.

Die imposantesten Einreichungen beim jährlichen Fotowettbewerb sind nicht zum ersten Mal in den Grenzen des Bezirksverbands zu sehen. Häsler, Jury-Mitglied und selbst Bildjournalist mit Sitz in Langenselbold, spürt in seinem Beritt regelmäßig Ausstellungslocations auf. Die Präsentation in Gelnhausen hat er zusammen mit der Kulturbeauftragten des Kreises, Andrea Sandow, organisiert.

ala



HESSISCHER JOURNALISTENPREIS

Verliehen von der Sparda-Bank Hessen eG

Dotiert mit insgesamt

10.000,- Euro



AUSSCHREIBUNG 2022 ZUM THEMA:

KRIEGSFOLGEN.

Bereits zum 17. Mal verleiht die Sparda-Bank Hessen eG 2022 in Zusammenarbeit mit dem Hessischen Journalistenverband den Hessischen Journalistenpreis. Der mit 10.000 Euro dotierte Preis würdigt die Leistung von Autor:innen, die das Bewusstsein für Verantwortung und Qualität des Journalismus lebendig erhalten und zugleich die Bedeutung regionaler Berichterstattung dokumentieren.

DAS THEMA Der 24. Februar 2022 ist als schwarzer Tag in die europäische Geschichte eingegangen: Der Angriffskrieg Russlands gegen den souveränen Nachbarstaat Ukraine hat bereits Millionen von Menschen, vor allem Frauen und Kinder, in die Flucht getrieben. Viele Geflüchtete haben schon in Hessen Zuflucht und ein neues Zuhause auf Zeit gefunden – getragen von einem einzigartigen Engagement zahlreicher Privatpersonen sowie vieler in hessischen Hilfsorganisationen ehrenamtlich tätiger Menschen.

Dass Menschen zu uns fliehen, ist nur eine der Folgen des Ukraine-Krieges. Auch auf andere Weise ist der Krieg spürbar. Und was ist mit der Pandemie? Hat der Krieg sie in Vergessenheit geraten lassen? Für den Wettbewerb um den Hessischen Journalistenpreis 2022 werden journalistische Beiträge aller Genres und Sparten gesucht, die die Folgen des Ukraine-Krieges in und für Hessen beleuchten. Diese können sowohl soziale, gesellschaftliche, politische als auch wirtschaftliche Aspekte berücksichtigen.

DIE TEILNAHME Journalist:innen aller Medienformate und Ressorts können sich bis zum 18. Juli 2022 um den Hessischen Journalistenpreis zum Thema „Kriegsfolgen“ bewerben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Bewerbungsunterlagen und weitere Informationen finden Sie unter:

hessischer-journalistenpreis.de

DIE FAKTEN:

- ▶ Dotierung: insg. 10.000 Euro
- ▶ Ehrenpreis für das bisherige Lebenswerk
- ▶ Thema 2022: „Kriegsfolgen.“
- ▶ Unabhängige Jury:
Fachleute der Wissenschaft und Medienpraxis
- ▶ Teilnahmeberechtigt:
Journalist:innen (bundesweit) mit bereits veröffentlichten deutschsprachigen Beiträgen; sämtliche Medienformate zugelassen
- ▶ Einsendeschluss: 18.07.2022
- ▶ Weitere Informationen:
uk@sparda-hessen.de,
Telefon (0 69) 75 37-373



Sparda-Bank
Sparda-Bank Hessen eG

LV LANDESVERBAND
Hessen