

# BLICKPUNKT

## JOURNALISMUS IN HESSEN



# Ausweg aus Musks Macken

Hessischer Rundfunk:  
**Was Intendant Hager  
im ersten Jahr ansah**

Ukraine:  
**Geflohene Journalistin  
berichtet in Marburg**

Meinungsfreiheit:  
**„Darmstädter Echo“  
obsiegt in Karlsruhe**

Neue Serie:  
**Die treuen Seelen  
im Landesverband**

## BLICKPUNKT

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

34. Jahrgang, März 2023

### 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:

Andreas Lang

### Anzeigen:

Axel Häslér

### 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:

Textefürdienächste „Blickpunkt“-Ausgabe müssen an **maxala@online.de** eingereicht werden.

# Aus dem Inhalt

Editorial:

**Inhalt schlägt Form – auch bei den Öffentlich-Rechtlichen** ..... 3

Hessischer Rundfunk:

**Was Intendant Florian Hager in seinem ersten Jahr bewegt hat** ..... 4

Programmkoordination:

**Wie Tom Klein die Community im Hessischen Rundfunk managt** ..... 6

Weltfrauentag:

**Bundesfachausschuss Freie schaut auf Diskriminierung und Gewalt im Beruf** ..... 8

Serie Ortsverbandsvorsitzende:

**Was Mika Beuster im Lahn-Dill-Kreis und darüber hinaus bewegt** ..... 10

Journalismus in der Ukraine:

**Geflüchtete Journalistin berichtet in Marburg und online von Einschränkungen** ..... 12

Meinungsfreiheit:

**Bundesverfassungsgericht gibt „Darmstädter Echo“ recht** ..... 13

Treue Seelen im Verband:

**Was das Frankfurter Urgestein Norbert Dörholt immer noch umtreibt** ..... 14

Kolumne:

**Professionell umgehen mit dem Klima und der Künstlichen Intelligenz** ..... 17

Weiterbildungsangebot:

**Wie man Content online clever weiterverwerten kann** ..... 18

Presserat:

**Anzahl der Beschwerden im vergangenen Jahr rückläufig** ..... 19

Mikroblogging:

**Alternativen zum Ausverkaufsmodell Twitter** ..... 21

Proteste im Iran:

**Autorin Ulrike Keding analysiert Rolle der Frauen bei Lesung in Wiesbaden** ..... 24

Ortsverband Frankfurt:

**Was die mitgliederstärkste Sektion im Landesverband dieses Jahr vorhat** ..... 25

Chancengleichheit:

**Wie sich die Gleichstellung auf Magazin-Covern abbildet** ..... 27

Rezension:

**Zwei französische Investigativjournalisten blättern die „Akte Pegasus“ auf** ..... 28



*Ja, ist denn schon Ostern?*

*Foto: Andreas Lang*

## Hauptsache, in der Mediathek

Neueste Studien zeigen: Die Glaubwürdigkeit der öffentlich-rechtlichen Medien (ARD/ZDF) ist weiter hoch. Jetzt kommt das Aber: Sie ist im Sinken. Das sollte die Verantwortlichen in den Sendern aufhorchen lassen. Vorschnell könnte man nun sagen, dass die Affäre um Patricia Schlesinger im RBB dafür verantwortlich ist. Aber das Thema damit abzuhaken wäre vorschnell.

ARD und ZDF sind in einem gigantischen Wandel begriffen, der von der Politik gefordert wird, der aber auch notwendig ist angesichts der Tatsache, dass vor allem junge Menschen Radio und TV anders beziehungsweise gar nicht mehr nutzen. Fraglich ist nur, ob beim Schrumpfen und Umgestalten das richtige Tempo und auch das Geld der Beitragszahler richtig eingesetzt wird.

Wir Nutzer verlangen von den Medien Qualitätsjournalismus. Auch und vor allem vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Vielleicht wird beim Umwandlungs- und Verkleinerungsprozess zu sehr auf die Formen und zu wenig auf die Inhalte geschaut. Zu wenig auf Qualität, zu viel auf ... Hauptsache, es passt in die Mediathek.

Qualität darf nicht auf der Strecke bleiben, das gilt auch für die Zeitungen in unserem Land. Wir rühmen uns einer freien Presselandschaft. Wir haben Aufsichtsgremien für TV und Radio bis hin zum Presserat für Zeitungen. Was uns aber aus dem Zeitungssektor berichtet wird, das lässt uns

im Verband aufhorchen. Auch hier in Hessen soll es Medien geben, die sich für Berichterstattung bezahlen lassen sollen.

Willst du einen Artikel in unserem Blatt, musst du aber auch Werbung schalten. Der Pressekodex verbietet eine solche Verknüpfung, und doch soll sie (vereinzelt?) vorkommen.

Auch im Online-Sektor sollen solche Forderungen nach Bezahlung für Berichterstattung vorkommen, wird uns berichtet. Sollten solche Praktiken weiter um sich greifen, dann ist unsere Presselandschaft in Gefahr. Eine freie und demokratische Presse lässt sich nicht dafür bezahlen, über Ereignisse zu berichten. Hat eine Story Nachrichtenwert, dann gebietet der Journalismus, darüber zu berichten.

Das Nachrichten- und Anzeigengeschäft zu vermischen, zerstört die Glaubwürdigkeit der Presse. Das darf nicht sein. Wir vom DJV Hessen werden Hinweisen nachgehen, die belegen, dass es hier zu unlauteren Geschäften gekommen sein könnte.

Qualitätsjournalismus ist unabhängig. Von Politik, privaten Einflüssen aber auch von unsauberen Praktiken der Gewinnerzielung. Sachdienliche Hinweise gerne an den Vorstand des DJV Hessen.

Journalismus ist Mehr-Wert. Aber nicht käuflich

Euer Knud Zilian



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

## Geschäftsführer Jäckel verlässt DJV

**Geschäftsführer Adrian Jäckel verlässt zum Juli den hessischen Landesverband des Deutschen Journalistenverbands (DJV).**

Er wird künftig seinen beruflichen Weg als Jurist außerhalb des Verbandswesens gehen. Der Vorsitzende des DJV Hessen, Knud Zilian, dankt Adrian Jäckel für dessen Tätigkeit und Einsatz für die Mitglieder der Gewerkschaft und des Berufsverbands.

Zusammen mit dem Geschäftsführenden Vorstand wird das Ausscheiden des Geschäftsführers derzeit eng



Gibt die Schlüssel für die Geschäftsstelle im Sommer wieder zurück: Adrian Jäckel.  
Foto: Wolfgang Kühner

begleitet, damit die Arbeit in der Wiesbadener Geschäftsstelle möglichst effizient weiterlaufen kann. Knud Zilian als Vorsitzender wird vom Vorstand unterstützt die Geschäfte weiterführen, bis eine endgültige Entscheidung über die neue Organisation der hauptamtlichen Verwaltung des DJV Hessen gefallen ist.

Im Vordergrund steht dabei, dass der DJV Hessen als Ansprechpartner für seine Mitglieder auch weiter seine Serviceleistungen verlässlich erbringen will.

# Gärprozesse im Silo

Vor einem Jahr hat Florian Hager sein Amt als Intendant beim Hessischen Rundfunk angetreten – Eine erste Bilanz

**Florian Hager stellt die richtige Grund-satzfrage: „Ist das, was wir aktuell machen, eine zeitgemäße Übersetzung oder befinden wir uns noch in der Welt der Sendeplatz-Logik?“ Aber hat er ein Jahr nach Amtsantritt auch schon nachhaltige Antworten gefunden?**

Exakt betrachtet zielt die Fragestellung an der Realität vorbei. Sie müsste vielmehr lauten: Haben er und die acht weiteren ARD-Intendanten das Geld und die Zeit für die notwendigen Reformen, die sich zwingend ergeben aus dem Wandel der Seh- und Hörgewohnheiten? In einer Zeit, in der nicht nur die Generation Alpha, also die nach 2010 Geborenen, allenfalls sporadisch noch ins Fernsehprogramm zappen, in der die Generation Z allenfalls zaghaft zurückkehrt in die klassische Mediennutzung. In der die vorhergehenden Generationen zwar noch sozialisiert worden sind mit ARD und ZDF, im Lauf der Zeit aber mehr und mehr Geschmack gefunden haben an den Privaten und mittlerweile die Welt der Streamingdienste goutieren.

Diesem Trend folgend, steigen die Öffentlich-Rechtlichen zaghaft ein in die Serienproduktion, bei One und Funk mit vorzeigbaren Erfolgen, im Hauptprogramm aktuell mit „Tage, die es nicht gab“, einer Fortsetzung von „Unsere wunderbaren Jahre“ oder der Verfilmung von Frank Schätzing's „Schwarm“ mit mäßigem Erfolg bei beträchtlichen Produktionskosten. Wenn die Stoffe doch nur nicht so behäbig daherkämen, in die Jahre gekommen. Da braucht es doch einen Pionier und Schrittmacher wie Florian Hager.

Der ausgewiesene Digitalexperte ist also seit etwas über einem Jahr HR-Intendant. Und steht an dieser Wegscheide zwischen nostalgischem Rückblick und nicht bezahlbaren Visionen, zwischen Respekt vor dem Stammpublikum und Lust zum Experimentieren mit dem jungen Publikum. Seinem Vorgänger Manfred Krupp und der Senderspitze muss man zugute halten, dass der 46-Jährige in diesem Transformationsprozess nicht bei Null anfängt. Immerhin sind die

Programmstrukturen vor sechs Jahren umgestellt worden auf eine konsequent crossmediale Konzeption. Jörg Rheinländer ist damals zum Chefkoordinator des crossmedialen Programmbereichs „Hesseninformation“ berufen worden.

Aber Krupps Nachfolger an der Senderspitze ist nun der, der weiter vpreschen muss, der auf dieser strukturellen Basis Content für alle produzieren muss. Und sich dabei nicht allein aufs Programm konzentrieren kann, sondern als Intendant eben auch mit den Rahmenbedingungen und Hypotheken klarkommen muss, den ARD-eigenen, den politischen, dem Userverhalten. Schwindende Akzeptanz bei Zuschauern deutlich mehr noch als bei Hörern, Systemkritik an der Ausfächerung des Molochs ARD, militante Opposition gegen auch nur einen weiteren Cent an Rundfunkgebühr (wenn sie überhaupt mitgetragen wird), erdrückende Pensionslasten aus gut dotierten Altverträgen – die Liste der Verpflichtungen und Verteidigungslinien ist lang.

## Ausbruch aus Sendeschema

Und wie reagiert der nun nicht mehr ganz so neue Intendant einer mittelgroßen ARD-Anstalt darauf? Welche mittel- und langfristigen Strategien zeichnen sich ab, nun, da sich die Vorschusslorbeeren für den Neuen aufgebraucht haben? Eine Interviewanfrage des „Blickpunkts“ hat die Pressestelle bisher unbeantwortet gelassen. In einem Gespräch mit der dpa hat Hager aber einige Akzente gesetzt. Strukturell am innovativsten klingt die Abkehr von der



*Hat dem Sender eine digitale Rosskur verpasst: hr-Intendant Florian Hager (rechts), hier beim „Intendantengipfel“ des DJV-Ortsverbands Wiesbaden mit seinem SWR-Kollegen Kai Grifflke im Staatstheater. Foto: Wolfgang Kühner*

herkömmlichen Fokussierung auf Sendeplätze. Die Fixierung auf Sendeschemata wird obsolet, lässt Hager durchblicken. Im TV-Nachtprogramm, bei hr2 oder bei hr-iNFO lassen sich bereits Umbrüche und Querverweise erkennen. Mit der halbwegs beruhigenden Nebenwirkung, dass diese Programme wenigstens nicht zur Disposition stehen. Ebenso wenig wie Erfolgsformate wie dem stündlichen Talkformat „Der Tag“ – auch wenn der sich bei der Themenfindung, den Gesprächspartner, der Moderation wesentlich stärker am User beziehungsweise Hörer orientiert. Politisch ist der „Tag“ jedenfalls schon lange nicht mehr, eher constructive journalism.

Die gute Nachricht lautet nichtsdestotrotz: Auch unter einem Intendanten Hager leistet sich der hr noch eine Sendestrecke wie „Der Tag“. Überhaupt steht das unkaputtbare Radio für ihn nicht zur Disposition: 70 Prozent der Reichweite erziele der hr über lineares Radio, da dürfen es auch Nischen wie die Kultur- oder die Informationswelle sein. Der neue Chef sieht diese Sendeplätze und Kanäle in Silos, die es aufzulösen gelte. In der hr-Landschaft

sollen keine solchen Silos mehr herumstehen. Er sieht sie eher eingebunden in eine Netzwerkstruktur, die Sendeflächen verbindet. Crossmediale Content-Verwertung eben, inklusive gewollter Wiederholungsschleifen, mitunter über Tage hinweg.

### Keinen Cent mehr

So viel zur Theorie der Mediennutzung z.o. In der Praxis bedeutet sie – im Gegensatz zu kontinuierlich nachgefüllten Silos –, dass solche Netzwerke mitunter nicht belastbar sind und reißen. Mit anderen Worten: Es muss, ja es soll im Programm experimentiert werden. Allerdings um den Preis, dass solche Innovationen ihren Preis haben und aus dem Etat finanziert werden müssen. Von den Ministerpräsidenten und den Landtagen können die Intendanten kein Spielgeld erwarten, da macht sich auch Hager nichts vor. 18,36 Euro Rundfunkgebühr und keinen Cent mehr – darauf müssen sich die Intendantinnen und Intendanten einstellen bei der Festlegung der Abgabe für die nächste Beitragsperiode. Die aktuelle läuft bis Ende 2024, die Planungen in den Staatskanzleien sind angelaufen.

Also muss an anderer Stelle im Haus gespart werden. Wo das sein könnte, hat Hager im dpa-Gespräch gleichfalls angedeutet. Redundanzen sollen abgebaut, Verkrustungen und Bürokratisierung aufgelöst, noch mehr Synergien in den neun Landesrundfunkanstalten gehoben werden, heißt es in den Headlines.

Neben den Fixkosten, die sich aus der crossmedialen Sendeplatzbefüllung ergeben, nennt Hager noch mehr Kooperationen im Senderverbund (unausgesprochen, aber naheliegend sind etwa die Sendetechnik, Verwaltungsstrukturen oder ein IT-Verbund) oder der Zukauf externer Leistungen. Was in der Konsequenz bedeutet: Verschlinkung, Personalabbau, harte Honorarverhandlungen für freie Mitarbeiter.

Immerhin: Einen Zeitstrahl zeichnet Hager nicht, Kahlschläge sind nicht zu erwarten. Derzeit beschäftigt der hr 1700 feste Mitarbeiter, dazu kommen 990 freie. Mit einem weiteren Personalabbau – sozialverträglich und ohne Entlassungen, das ist unbestritten – würde er dereinst seinem Nachfolger eine Last von den Schultern nehmen.

Denn die millionenschweren Rückstellungen für längst ausgeschiedene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die seinerzeit lukrative Altersvorsorgeverträge abgeschlossen haben, belasten den hr-Haushalt schwer. Auch wenn Hager Jahr für Jahr mehr Entlastungen aus diesem Kostenblock sieht.

Bleibt die Erlösseite, auf der Hager laut über einen Verkauf von Immobilien am Hauptsitz in Frankfurt nachdenkt. Perspektivisch weniger eigenes Personal, mehr Homeoffice oder Coworking bedeutet schließlich auch weniger Raum- und Bürobedarf. Der digital native in Hager denkt eben weiter, trauert nicht Liebgewonnenem nach, das sich vor seiner Zeit entfaltet hat. „Wir werden schrumpfen und trotzdem Stellen neu schaffen müssen, um nicht nur Jüngere, sondern Menschen mit Kompetenzen, die wir nicht haben, zu uns in den HR zu holen“, so seine Prognose. Das seit Jahrzehnten totgesagte Radio macht es vor: Es erfindet sich immer wieder neu, wird immer wieder eingeschaltet und funktioniert auch in der neuen Medienwelt.

Andreas Lang

## Wovor DJV-Landesvorsitzender Knud Zilian Intendant Hager warnt

*Versucht sich der hr bei seinen Bemühungen um die Digitalität selbst zu überholen? Es ist richtig, dass der Weg in die Digitalität beschränkt wird, aber zur Zeit ist die Quote derer, die Radio und Fernsehen nutzen noch wesentlich höher als die der Digitalnutzer. Es ist viel im Gange, es wird viel von Strategien gesprochen, bei manchem kann ich aber eben genau die Strategie nicht finden.*

*Das spaltet die Belegschaft, in die, die sich nun als die Abgehängten bezeichnen – also die, die sich in den Silos (wie Florian Hager das nun, wie ich finde unpassend, bezeichnet) und die, die dem Aufbruch entgegenreiten. Die einen die gestrigen, die anderen die Zukunft. Das ist nicht das, was wir uns als Personalräte im hr, aber auch nicht als Gewerkschafter vorstellen. Ein Umbau muss geplant sein, transparent gemacht werden. Da hapert's doch manchmal. Diejenigen, welche Radio und Fernsehen noch linear bestreiten, dürfen nicht als die Verlierer dastehen. Das sind sie nämlich auch nicht. Sie bedienen immer noch die Mehrzahl der Nutzer.*

*Wieviel kleiner der hr werden muss, auch ich kann das nicht sagen. Aber wenn es um die Beschäftigten geht, muss man – wenn man von sozialem Abbau spricht – auch an die vielen freien Beschäftigten denken. Da erleben wir gerade ein Zurückfahren der Beschäftigung, mit der Folge, dass viele um ihre Existenz bangen. Der ganze Umbau des hr, die Weichen zum Digitalen, das gibt es nicht umsonst. Ich kenne den hr schon lange und kenne auch das Adjektiv „Kostenneutral“. Es gibt nichts kostenneutrales in dem Zusammenhang.*

*Nun kommt das Wort „loslassen“ ins Spiel. Das geht meistens zu Lasten der Beschäftigten, weil die Tätigkeiten nach wie vor da sind, sie aber von weniger Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen erledigt werden müssen. Im Hörfunk werden Schichten gestrichen. Das hört sich für Sparfüchse erst mal gut an. In der Realität aber heißt das, dass die Crew nun länger arbeiten muss. Bei gleichem Einkommen versteht sich!*

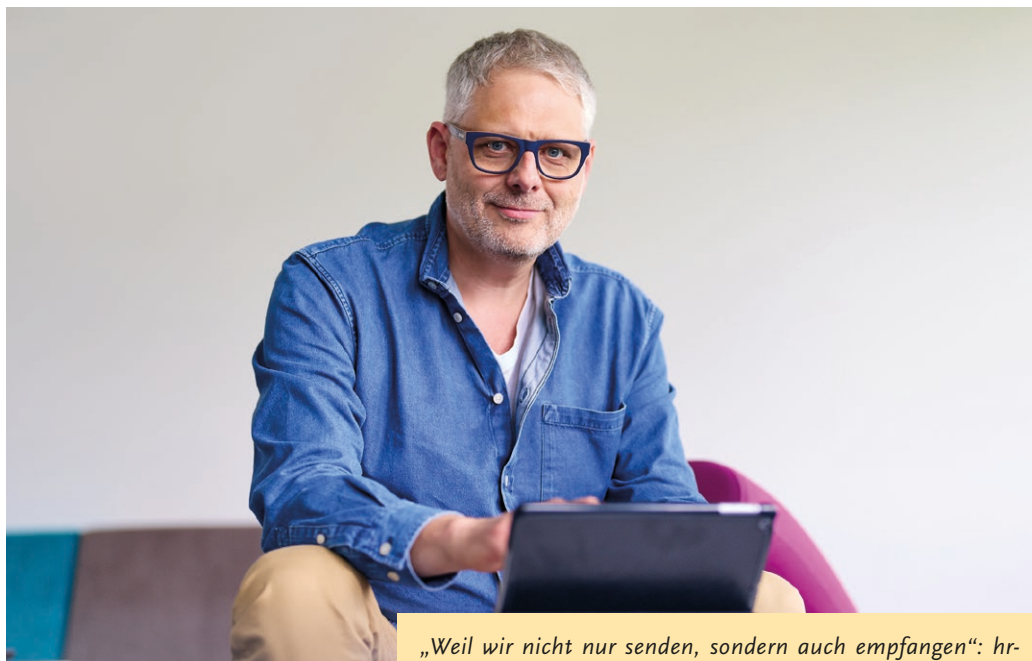
*Den Glauben an die Politik habe ich in Sachen öffentlich-rechtlicher Rundfunk mittlerweile auch verloren. Letzterer ist wichtig, darf aber nicht teuer werden. Weil ihn einige politische Strömungen am liebsten ganz abschaffen würden. Aber auch die, die das System für wichtig halten, sprechen von Beitragsstabilität. Das heißt nichts anderes, als dass der Beitrag nicht erhöht werden darf! Und das bei steigenden Preisen, bei einer Inflationsrate von über acht Prozent. Mehr Geld komme rein über die wachsende Zahl der Haushalte in Deutschland, so meint es die Politik. Ich befürchte, das wird nicht reichen. Aber ich bin ja auch kein Finanzexperte.*

*Was bei dieser Entwicklung kaum noch irgendwo im Fokus ist: dass niemand mehr die Qualität des Journalismus im ÖRR im Fokus hat. Das aber ist dessen zentrales Merkmal. Und Qualität hat ihren Preis. Wer mehr nach Klickzahlen als nach Qualität schaut, wird sich fragen lassen müssen, ob die Nutzer für Klickzahlen oder für Qualitätsjournalismus ihren Beitrag bezahlen. Wenn man beides miteinander einhergehen lassen will – und das geht –, muss man aber auch in Qualität investieren.*

# „Raum für Anschlusskommunikation“

Tom Klein verantwortet beim Hessischen Rundfunk das Community Management - Austausch mit den Usern moderieren

„Community Management (CM) verbindet uns als Medienmacher mit unseren Nutzerinnen und Nutzern. Und im Idealfall diese auch untereinander.“ So definiert Tom Klein, Koordinator Community Management im Hessischen Rundfunk, seinen Job. Im Interview mit dem „Blickpunkt“ erläutert er, welche Rolle das CM im Reformvorhaben von hr-Intendant Florian Hager spielt, spricht über Maßnahmen gegen die Verbreitung von Falschinformationen und äußert sich über die Regulierung von Social-Media-Unternehmen.



„Weil wir nicht nur senden, sondern auch empfangen“: hr-Communitymanager Tom Klein.  
Foto: hr

## Herr Klein, wie ist derzeit die Stimmung in den Communities des Hessischen Rundfunks?

Die Stimmungslage und auch der Ton sind weiterhin abhängig vom Thema und natürlich auch von der Ausrichtung unserer Angebote, pauschalisieren lässt sich das nicht. Da gibt es Lovebrands, dort lieben die Menschen unsere Angebote, entsprechend positiv ist die Stimmung. Bei gesellschaftspolitischen und aktuellen Themen ist die Nachfrage zu ununterbrochener Faktenlieferung und Aufklärung durch die geringere Coronaberichterstattung infolge gesunkenen Relevanz zurückgegangen. Aber je nach Thema ist der Ton auch schon weiterhin gereizt.

## Sie sind Koordinator Community Management im hr. Wie definieren Sie Ihren Job?

CM verbindet uns als Medienmacher mit unseren Nutzerinnen und Nutzern. Und im Idealfall diese auch untereinander. Wir wollen einen

konstruktiven Austausch organisieren und fördern. Und wir nutzen CM auch für Feedback und Ideen, die wiederum ins Programm fließen, das stärkt die Bindung. Konkrete Aufgaben sind vor allem Moderation von Kommentaren, Erstellung von Inhalten für die Plattformen, Datenanalyse und Entwicklung von Strategien zur Erweiterung der Community.

## Welche Aufgaben haben Sie als Koordinator?

Ich plane, koordiniere und steuere die strategische Ausrichtung und digitale Transformation.

Kurz gesagt: Ich strukturiere das Thema, informiere und – ganz wichtig – versuche dabei, andere zu inspirieren, für die Möglichkeiten im CM zu interessieren und faszinieren. So habe ich beispielsweise im Dezember eine Konferenz im hr organisiert, bei der es um die Rolle von CM im Journalismus ging.

## Wie viele Community Manager hat der hr derzeit? Wie viele Communities betreuen diese Personen, auf welchen Kanälen und mit welchen Produkten?

Wir haben journalistische Angebote, die mehrere Plattformen bespielen, andere sind nur auf einer unterwegs, weil dort eine bestimmte Zielgruppe besonders gut angesprochen werden kann. Zwei Beispiele: Die Hessenschau ist mit einer sehr hohen Publikationsfrequenz bei Youtube, Facebook, Instagram und Twitter, sie hat eine Kommentarfunktionalität auf ihrer Website hessenschau.de und veröffentlicht einen Newsletter. Dazu kommt die App. Für alle diese Kanäle werden format- und plattformgerechte Inhalte erstellt und die Kommentare dazu moderiert. Das Finanzformat „Your Money“, das der hr für die junge Zielgruppe von funk, dem Jugendangebot von ARD und ZDF,

produziert, läuft dagegen nur auf TikTok. Hier gibt es nur einmal in der Woche ein Video, die Kommentare und der Austausch aber laufen sieben Tage die Woche und werden als eigenständiges Produkt behandelt.

In der Regel arbeiten die Kollegen nicht ausschließlich als Community Manager, sondern es ist ein Teil ihrer Aufgaben. Dadurch variiert diese Zahl. Wichtig ist uns, dass das Thema überall im hr präsent ist und als Aufgabe für alle Programmierer verstanden wird.

## Welche Rolle spielt das CM im Reformvorhaben von Intendant Florian Hager? Er kündigte perspektivisch einen Schrumpfungsprozess und eine Transformationsweg von den an Sendeleisten und Kanälen orientierten Strukturen hin zu einer Netzwerkstruktur an.

Für Florian Hager ist CM im

öffentlich-rechtlichen Rundfunk ein Thema, das immer wichtiger wird – weil wir nicht nur senden, sondern auch empfangen und nicht nur Kommunikation auslösen, sondern auch den Raum für die Anschlusskommunikation organisieren wollen. Wo früher vieles nur im kleinen Kreis diskutiert wurde und oft keine große Reichweite und Dynamik entwickeln konnte – da reicht heute manchmal ein Kommentar, ein Meme, um einen großen Diskurs auszulösen. Die Kommentare unter einem Post sind also genauso wichtig wie der Post an sich.

### **Welche Konsequenz hat diese Dynamik?**

Wir müssen Lösungen finden, um auch in den Kommentarspalten unserem Auftrag der Meinungsbildung systematisch gerecht zu werden. Dies darf nicht losgelöst sein, sondern muss zusammen mit unserem journalistischen Verständnis geschehen und kann nicht intern definiert, sondern muss mit den Nutzerinnen und Nutzern tagtäglich kommunikativ „ausgehandelt“ werden. CM ist keine Aufgabe mehr, die beispielsweise „nur“ von Social-Media-Redaktionen gemacht werden sollte. Es sollte tatsächlich eine integrierte Aufgabe sein, die alle betrifft, die bei uns Inhalte produzieren.

### **Zum Community Management gehört auch die Community Compliance, also jene Regeln, die die Diskursatmosphäre positiv halten sollen. Woran orientieren sich diese Regeln im hr?**

Es gibt eine hr-Netiquette, dort sind die Umgangsregeln für unsere digitalen Angebote festgelegt. Dort fließen rechtliche Vorgaben ein, aber auch eigene Regeln, beispielsweise gegen Trolling. Trolle posten in hoher Frequenz immer und immer wieder gleich oder ähnlich lautende Inhalte.

Wir können Kommentare verbergen oder löschen, wenn sie gegen unsere Netiquette gehen und Nutzer blockieren, wenn sie mehrfach oder in besonders schwerer Art und Weise gegen die Regeln verstoßen. Strafbare Kommentare zeigen wir auch an.

### **Wie bereiten Sie Community Manager auf Krisen vor?**

In unserem Playbook gibt es auch eine Krisenskala, anhand derer man beurteilen kann, in welchem Entwicklungsstadium sich eine kommunikative Krise gerade befindet. Dort ist also ein Prozess beschrieben. Und wir bieten Schulungen zum Thema an.

### **Was unternimmt der hr gegen die Verbreitung von Falschinformationen innerhalb der eigenen Communities?**

Bei der Moderation von Nutzerkommentaren gehen wir auch gegen die Verbreitung von Falschinformationen vor. Etwa indem wir mehr Kontext herstellen, Fakten zu den Behauptungen hinzufügen und Quellen benennen. In besonders krassen Fällen können Kommentare auch gelöscht werden.

### **Hat der hr Probleme zum Beispiel mit Bots, die das Ziel haben, Diskussionen in eine bestimmte Richtung zu lenken?**

In unseren Kommentarspalten sind glücklicherweise nur selten Bots aktiv, die versuchen, die Deutungshoheit durch Falschinformationen zu übernehmen. Wenn wir auf sie aufmerksam werden, melden und blockieren wir sie.

### **Welche Rolle spielen Künstliche Intelligenz und Programme wie ChatGPT im CM?**

Bislang tatsächlich nur wenig. ChatGPT kommt gar nicht zum Einsatz. Aber die Bedeutung nimmt stark zu.

### **Zuletzt haben die so genann-**

### **ten Twitter-Files noch einmal verdeutlicht, wie kontrovers und schwierig die Regulierung von Social-Media-Unternehmen ist. Wie geht der hr vor?**

Sowohl das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) als auch der neue „Digital Services Act“ (DSA) geben eine grundsätzlich richtige Richtung vor. Zu den nach wie vor offenen Fragen zählt, was als „illegale Inhalte“, zu betrachten ist, zu deren Löschung die Plattformen verpflichtet sind. Plattformanbieter und Nutzer haben da häufig unterschiedliche Vorstellungen. Mit dem NetzDG konnte dieses Problem nicht gelöst werden.

Bis Gerichte oder Schiedsstellen in konkreten Fällen entscheiden, müssen Plattformen also weiter selbst die Auslegung vornehmen, sich also quasi selbst regulieren. Im Fall von Twitter sehen wir aktuell, welche Schäden in diesem Vakuum entstehen können.

### **Ein Thema, das durch die Twitter-Files an Aktualität gewonnen hat, ist der Austausch zwischen Behörden und Unternehmen. Steht der hr hinsichtlich bestimmter Inhalte in den eigenen Communities in Kontakt mit Behörden?**

Ja, der hr ist Kooperationspartner im Netzwerk „Keine-MachtDemHass“, wo wir uns regelmäßig austauschen. Wir sind auch vernetzt mit der Meldestelle „Hessen gegen Hetze“ und der Zentralstelle zur Bekämpfung der Internetkriminalität (ZIT), einer Einrichtung der Generalstaatsanwaltschaft in Frankfurt. Der Sinn dahinter: Hass und Hetze schnell und wirksam melden. Diese Vernetzung treiben wir weiter voran.

### **Freie Journalisten sind oft nicht in den Redaktionsalltag eingebunden, sie unterhalten aber eigene Social-Media-Kanäle, Webseiten**

### **oder Blogs. Welche Unterschiede im Umgang mit der Community bestehen zwischen Redaktionen und freiberuflichen Journalisten?**

Bei uns in den Redaktionen sind alle Kollegen in der Regel gleich eingebunden, unabhängig von Art der Anstellung. Als Einzelperson, die sich persönlich exponiert und auch positioniert, kann man viel direkter angegriffen werden als beispielsweise der Account einer journalistischen Marke wie etwa der Hessenschau.

### **Was raten Sie Freien?**

Sich frühzeitig mit dem Thema CM beschäftigen, es ist heute ein integraler Bestandteil des Jobprofils von Journalisten. Journalismus im digitalen Raum erzeugt immer eine Anschlusskommunikation, wenn man einigermaßen relevante Inhalte veröffentlicht oder sich als Personenmarke positionieren möchte. Schulungen und Fortbildungsangebote besuchen, wenn man sich unsicher ist. Das Wichtigste: ausprobieren und machen. Keine Angst davor haben. Nur dann lernt man den Umgang damit.

### **Wie wird sich das CM des hr in den kommenden Jahren verändern?**

CM entwickelt sich als Disziplin weiter. Es ist schon jetzt nicht mehr nur eine spezialisierte Ausdrucksform eines Kundendialogs, der primär auf Social-Media-Plattformen stattfindet. CM im hr ist relevant in allen Unternehmensbereichen: In der externen Kommunikation, genauso wie in unserer internen. Seit Ende letzten Jahres etwa haben wir ein neues Intranet, in dem Beiträge durch Mitarbeiter kommentiert werden können. Dort sehen wir schon nach kurzer Zeit einen regen Austausch zu unterschiedlichen Themen.

**Domenico Sciurti**

# „Journalistinnen bleiben stark“

Weltfrauentag: DJV-Bundesfachausschuss Freie widmet Thementag „Diskriminierung und Gewalt im Beruf“

Das Geschlecht eines Menschen bestimmt seine Möglichkeiten. Immer noch. Egal, ob im Privatleben oder im Beruf. In der Arbeitswelt stoßen Frauen bei der Karriere an der „gläsernen Decke“ auf ihre Grenzen. Sie jonglieren mit den Herausforderungen, die Haushalt, Familie und Arbeit mit sich bringen. Auch bei der Entlohnung der Arbeit gibt es immer noch Differenzen – auch wenn es sich um den gleichen Beruf, den gleichen Arbeitgeber handelt. Die Liste der Diskriminierung ist lang und wird von Gewalt gegen Frauen gekrönt.

Auf all diese Aspekte machte am Internationalen Frauentag Anfang März auch der DJV-Bundesfachausschuss Freie (BFA Freie) aufmerksam. Unter dem

Titel „Journalistinnen bleiben stark“ stellten die Mitglieder einen virtuellen Thementag zu „Diskriminierung und Gewalt im Beruf“ auf die Beine. Auch Möglichkeiten zur Hilfe wurde aufgezeigt.

## Drei Erfahrungsberichte

Geht Franziska Klemenz auf eine Demonstration, dann ist ihr Smartphone-Akku geladen, und für den Notfall steckt eine Powerbank in der Tasche. Die Journalistin arbeitet für die Sächsische Zeitung. Aus eigener Erfahrung weiß sie, wie wichtig ein gutes Netzwerk an den Einsatzorten ist. Den Ort kennen, mögliche Rückzugswege frühzeitig ausspähen und in jedem Fall den Presseausweis griffbereit haben, rät sie. Trotz schlech-

ter Erfahrungen – einmal würgte ein Ordner die Journalistin mit ihrem eigenen Schal – macht sie weiter. Warum? „Weil es falsch wäre, wenn die anderen gewinnen“, sagt sie. „Ich sehe es gar nicht ein, mir Angst machen zu lassen.“ Sie ist taff und trotzdem gibt es da Erlebnisse, die sie nicht loslassen und über die sie mit vertrauten Personen sprechen muss. „Wenn konkrete Vergewaltigungsfantasien geäußert werden“, nennt Klemenz ein Beispiel.

„Lügenpresse ist noch das harmloseste, das die Menschen sagen“, findet Petra Bosse. Die freie Journalistin, Videojournalistin und Bloggerin aus Nordrhein-Westfalen, beschäftigt sich beruflich viel mit den Diskussionen um die Verbrei-

tung und den Umgang mit dem Wolf. Dabei ist sie auch im Lokaljournalismus unterwegs und erlebt Anfeindungen. „Nicht der Wolf muss entnommen werden, du musst entnommen werden“, wurde der Journalistin schon an den Kopf geworfen. Auch die Kamera wurde ihr bereits aus der Hand geschlagen. Angefeindet wurde sie insbesondere von einem Verein, der sich für freilebende Wölfe einsetzt. Eine Hilfe waren ihr da die Rechtsschutzversicherung und die Unterstützung des DJV.

Wenn Heidje Beutel irgendwo nicht mehr hingehet, dann sind es Demonstrationen. Beutel ist freie Fernseh- und Videojournalistin in Nordthüringen und Landesvorsitzende des DJV Thüringen. Die Gewalt gegen Journa-

– Anzeige –



PRESSE-VERSORGUNG

# Weil Intelligenz immer häufiger künstlich ist. Auch im Journalismus.



Gut ausformulierte Texte, eigens erdacht und in kürzester Zeit niedergeschrieben von Maschinen: ChatGPT, Neuroflash, Jasper und Co. werden den Journalismus verändern. Wie genau das aussehen wird – ungewiss.

Was dagegen sicher ist: Ihre Zukunft bei uns. Mit maßgeschneiderten Vorsorgekonzepten für Medienschaffende. Damit für Sie später alles passt – egal, was noch passiert. Ihre [www.presse-versorgung.de](http://www.presse-versorgung.de)



listinnen und Journalisten schreke sie ab, ebenso wenn Kollegen davon erzählen, dass die Menschen ihnen mit den Worten „Ich weiß wo du wohnst“ drohen. „Die Leute sind kritischer. Sie pampen einen schneller an.“ Es sei dieses Stürzen auf kleine Fehler, die Diskussionen, die in das Grundsätzliche gingen.

Alle drei machten schon die Erfahrung, dass Drohungen auch die Familie einschlossen. Vor diesem Hintergrund finden sie es nachvollziehbar, wenn bestimmte Themen abgelehnt würden.

### „Medienmisstrauen salonfähig“

Ein „Anstieg von Hass und Abwertung“ gegenüber der Presse als Gesamtkonstrukt aber auch gegenüber Journalistinnen und Journalisten, bestätigte Yann Rees, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für interdisziplinäre Konflikt- und Gewaltforschung an der Universität Bielefeld. Sie hätten sich neben anderen Gruppen, wie Geflüchteten, Politiken und „Linken“ als „Feindbild“ etabliert. „Medienmisstrauen ist in Teilen der Bevölkerung durchaus salonfähig geworden.“ Das sei auch mit dem Erstarken des Rechtspopulismus, der Pegida-Bewegung mit seinen lokalen Ablegern und den „Hygiene-Demonstrationen“ während der Covid-19-Pandemie einhergegangen. Denn, so Rees: „Hass und Angriffe auf Journalistinnen und Journalisten geschehen nicht im luftleeren Raum.“ Sie seien eingebettet in die allgemeine Zunahme von Hasskriminalität, in eine „Normalisierung“ von medienfeindlichen Einstellungen sowie der generellen Verbreitung von analoger und digitaler Hassrede.

Jüngste Studien zeigten, dass Journalistinnen im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen nicht häufiger zum Ziel von Hass und Anfeindungen würden. Andere Studien belegten aber durchaus auch,

dass Frauen und Journalistinnen im Internet „insgesamt häufiger Ziel von abwertenden Kommentaren“ seien.

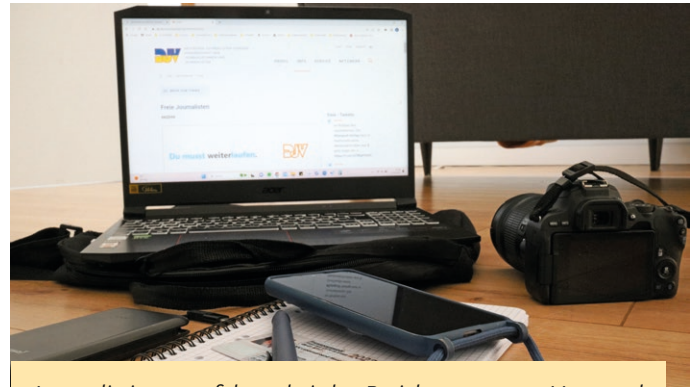
### Gegenseitig stärken

Doch wie mit Anfeindungen und Hass umgehen? Und zwar nicht nur in der realen, sondern auch in der digitalen Welt. Im Workshop „Safety & Health – Wie sich Journalistinnen bei der täglichen Arbeit schützen können“, gaben die freien Journalisten Mariana Friedrich (Mitglied DJV-Bundesvorstand), Henrik Merker (Vorstandmitglied DJV Sachsen) sowie Ulf Buschmann (Mitglied BFA Freie) Tipps.

Denn während Festangestellte die Redaktionen und ihre Arbeitgeber als Ansprechpartner haben, sieht das bei freien Journalistinnen und Journalisten ganz anders aus. Hier komme dem Verband eine wichtige Rolle zu. Kontakte, die Fachausschüsse sowie die Geschäftsstellen böten sich an. Außerhalb könnten auch Notfallseelsorger oder externe Kriseninterventionsteams kontaktiert werden. Vorbereiten könne man sich ebenfalls vorab. Indem etwa Netzwerke aufgebaut und eine eigene Datenbank mit Anlaufstellen erstellt wird.

### Neue Expertengruppe bei der EJF

Kofinanziert wurde der Thementag über die Europäische Journalisten-Föderation (EJF). EJF-Vorsitzende Maja Sever registriert immer noch Ungleichheiten zwischen den Geschlechtern und der Vielfalt in den Redaktionen. „Es ist an der Zeit, den Ungleichheiten ein Ende zu setzen, der stereotypen Berichterstattung über Frauen in den Medien ein Ende zu setzen und wirklich gleichberechtigte Redaktionen zu schaffen“, sagte Sever und erläuterte, welche Rolle die neue Expertengruppe für Gender- und Diversitätsfragen (Gender and Diversity Expert Group – GENDEG) dabei spielen wird.



Journalistinnen erfahren bei der Berichterstattung Hass und Abwertung.  
Foto: Hanna Maiterth

Das EJF-Gremium kam im Januar 2023 das erste Mal in Präsenz zusammen. Die Forderungen der GENDEG reichen von Gleichstellungsplänen in Medienunternehmen über spezifische Protokolle gegen geschlechtsspezifische

Gewalt am Arbeitsplatz und in der Onlinewelt bis hin zur Verantwortung von Regierungen und Institutionen im Hinblick auf die Gesetzeslage.

Hanna Maiterth

## Verbandstag 2023

Samstag, 08. Juli 2023, 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
7. Wahlen
  - a) Geschäftsführender Vorstand
    - aa) 1. Vorsitz
    - bb) 2. Vorsitz
    - cc) Schatzmeister
    - dd) Schriftführung
    - ee) vier Beisitzer
  - b) Rechnungsprüfung
  - c) Schiedskommission
  - d) Mitglieder Fachausschuss Europa
  - e) Delegierte der DJV Verbandstage 2023 und 2024
8. Anträge
  - a) Satzungsändernde Anträge
  - b) Normale Anträge
9. Verschiedenes

### Der Geschäftsführende Vorstand

Mittagsimbiss gegen 13:00 Uhr

# „Neue Stimmfarben im DJV-Chor“

An der Basis des DJV Hessen (2): Wo die Vorsitzenden der Orts- und Bezirksverbände arbeiten - Mika Beuster engagiert sich auf allen drei Verbandsebenen



Mika Beuster (rechts neben dem Landesvorsitzenden Knud Zilian) ist Bezirksverbandsvorsitzender, Beisitzer im Landesvorstand und Vize-Bundesvorsitzender.  
Foto: Karsten Socher

## Mika, Du bist seit knapp drei Monaten Digitalchef bei der Nassauischen Neue Presse/Weilburger Tageblatt in Limburg. Was braucht es für diesen Job?

Eine gewisse Freude daran, sich mit dem stetigen digitalen Wandel zu beschäftigen, sollte schon dabei sein. Es geht in meiner Rolle weniger um die technische Seite, sondern darum, Wege zu finden, mit unseren lokalen journalistischen Inhalten fernab der traditionellen Printzeitung alte und neue Zielgruppen zu erreichen, Debatten zu organisieren und auch in den Dialog mit den Nutzerinnen und Nutzern zu treten. Und: Dabei die Kolleginnen und Kollegen zu gewinnen, diesen spannenden Weg möglichst begeistert mitzugehen.

## Print oder Digital? Womit überzeugst Du Leserinnen und Leser von der Online-Ausgabe?

Mit dem E-Paper gibt es eine Möglichkeit, das Beste aus der

Print-Welt mit digitalen Vorteilen zu verknüpfen. Voll ausspielen kann Online, wenn es um Audio, Video, Interaktivität geht. Da lernen wir gerade, was sinnvoll ist im Lokalen, was sowohl nachgefragt wird und den Nutzerinnen und Nutzern einen echten Mehrwert bietet – und was sich auch im Alltag darstellen lässt. Ich glaube, es ist noch einiges unentdeckt.

## Auf welchen Social Media-Plattformen bist Du aktiv?

Beruflich steht Facebook noch immer an erster Stelle, auch wenn es allmählich seine überragende Dominanz verliert. Privat bin ich vor allem in Clubhouse und auf Twitter unterwegs.

## Wie stehst Du zu Twitter?

Sehr gespalten. 2013 habe ich mich das erste Mal angemeldet und sehr gefremdelt, damals war die Zeichenzahl noch auf SMS-Länge begrenzt. Debatten schienen mir damals holz-

schnittartig. Doch im Laufe der Zeit habe ich es schätzen gelernt, mit vielen Menschen aus Journalismus und Politik in einen direkten Austausch kommen zu können. Trotz aller Tendenzen in Richtung Hatespeech und Desinformation, erst recht seit dem Eigentümerwechsel, habe ich mich entschlossen, vorerst dabei zu bleiben. Mal schauen, ob es jetzt mit dem Urteil des Frank-

furter Landgerichts besser wird.

## Seit wann bist Du Vorsitzender des Bezirksverbands Lahn-Dill?

Seit 2017, als Klaus Andrießen das Amt abgab und auf mich zukam, ob ich mir das vorstellen könne. Habe ich.

## Der Bezirksverband Lahn-Dill ist „nur“ ein kleiner Landesverband. Was läuft dennoch?

In der Tat, er ist klein. Die Coronazeit hat uns wehgetan. Zuvor hatten wir versucht, immerhin einige Mitglieder bei einer jährlichen Veranstaltung in der Region zusammenzubringen. Das fiel nun alles aus. Die letzte Hauptversammlung haben wir immerhin virtuell durchführen können und nach Wegen gesucht, wie wir unseren kleinen Bezirksverband in die Zukunft führen können.

## Was sind eure vordringlichen Themen?

Inhaltlich hatte uns jüngst vor allem die Situation auf Demos mit selbsternannter Querdenkern beschäftigt, bei denen auch Kolleginnen und Kollegen bedroht wurden. Und wir hatten uns eingemischt, als in einer Kreistagssitzung im Lahn-Dill-Kreis ein Kollege öffentlich diskreditiert wurde.

## Die Serie

Beim DJV Hessen sind neun eigenständige Orts- und Bezirksverbände tätig, die jeweils einen eigenen Vorstand wählen und ein eigenes Programm vor Ort anbieten. Über ihre Vorsitzenden sind sie in den Gesamtvorstand eingebunden, womit die regionalen Interessen auf Landesebene vertreten sind. In den nächsten Ausgaben des „Blickpunkts“ stellen wir diese Vorsitzenden nach und nach vor. Mika Beuster ist Vorsitzender des Bezirksverbands Lahn-Dill. Mehr Mitglieder kennen den 44-Jährigen jedoch als stellvertretenden Bundesvorsitzenden des DJV. Er hat unter anderem Politikwissenschaften und Anglistik in Gießen studiert und ist seit Oktober 2022 Digitalchef bei der Nassauischen Neue Presse/Weilburger Tageblatt in Limburg. Außer beim DJV engagiert Beuster sich beim Lions Club in Weilburg an der Lahn.

**Warum engagierst Du Dich dort?**

Weil mir die Kolleginnen und Kollegen, der Journalismus in der Region am Herzen liegt. Es ist meine Heimat, in der eine Versorgung mit Qualitätsjournalismus nicht von Himmel fällt. Es lohnt sich, sich dafür einzusetzen.

**Im Herbst 2021 wurdest Du zum stellvertretenden Vorsitzenden des DJV gewählt. Das bedeutet eine Menge Arbeit und eine Menge Verantwortung. Was sind die wichtigsten Themen auf Bundesebene?**

Digitalisierung, Diversität und Zukunft. Der DJV muss digitaler werden und gleichzeitig muss er Antworten auf die Herausforderungen des digitalen Wandels finden, inhaltlich als auch auf die Änderung der Berufsbilder bezogen. Der DJV muss sich für Menschen öffnen, die andere Hintergründe und Lebenserfahrungen gemacht haben als jene, die derzeit dominieren. Ich verstehe das übrigens nicht als Verdrängungswettbewerb, sondern als Ergänzung unseres DJV-Chors mit neuen Stimmfarben. Ich verstehe Diversität nicht nur auf die Dimensionen Geschlecht, sexuelle Identität oder Migration bezogen, sondern auch auf weitere – etwa Behinderung. Mit jeder individuellen Lebenserfahrung gewinnen wir hinzu, ohne die bisherigen aus dem Blick zu verlieren. Und: Zukunft. In Herne hatten wir 2022 endlich unsere Zukunftswerkstatt. Dort wurden viele Ideen entwickelt, gemeinsam. Es hat sich gezeigt: Die DJV-Mitglieder haben Lust auf Zukunft und das Gestalten.

**Verlage und sogar Fernsehsender beklagen sinkende Zahlen von Bewerbern auf Stellengebote. Vor allem junge Menschen entscheiden sich gegen den Journalistenberuf. Woran liegt das Deiner Meinung nach?**

Man kann lange beklagen, dass das so ist. Man kann auch lange fragen, warum das so ist. Mein Motto: Wenn der Berg nicht zum Propheten kommt, muss der

Prophet eben zum Berg gehen. Wir müssen mehr auf junge Menschen zugehen, zeigen, was wir machen, dass es wichtig ist. Im Tun liegt unsere Überzeugungskraft. Jeder Journalist könnte einmal im Jahr in einer Schulklasse sein und etwas über seinen Beruf erzählen, warum er wichtig ist. Das würde viel mehr gegen Verschwörungsmythen und Desinformation bringen als manche Werbekampagne. Und: Journalismus ist trotz allem für viele immer noch ein Traumberuf.

**Was können wir als DJV tun, um den Nachwuchs zu stärken und zu unterstützen?**

Vor allem eins: Da sein, Ansprechpartner sein, zuhören – aber auch konkrete Angebote machen, zum Mitmachen, zur Unterstützung. Und oft genug können wir als Verband vom Nachwuchs auch so richtig was lernen.

**Der DJV ist ein Zusammenschluss von 15 Landesverbänden mit eigenen Organisationen. Ist diese dezentrale Struktur besser oder hätte es Vorteile, der DJV-Geschäftsstelle in Berlin mehr Befugnisse zu überlassen?**

Wir sind ein föderaler Verband. Er spiegelt die Vielfalt der verschiedenen Regionen wider, gleichzeitig sind wir so nah dran an den Mitgliedern. Der Bund wiederum ist die Infrastruktur, um unseren Einfluss effektiv zu nutzen und eine wahrnehmbare Stimme für den Journalismus in unserem Land zu sein. Das schaffen wir, sowohl in Bund als auch in unserem Bundesland mit einer äußerst motivierten und fähigen Mannschaft aus Haupt- und Ehrenamt, Hand in Hand, ohne große Fettpolster und recht schlank und effizient aufgestellt. Wir werden aber wahrscheinlich immer wieder die Aufgabenverteilung neu justieren und an die Herausforderungen anpassen müssen. Dass dabei alle Interessen berücksichtigt werden, dafür wird unsere lebendige Debattenkultur in den Gremien, ob Gesamtvorstand oder Bundesverbandstag, schon sorgen. Aber ich kenne

unseren DJV am Ende des Tages vor allem als eines: eine Gemeinschaft, die zusammenhält und nach vorne blickt.

**Die Pressefreiheit gerät immer mehr unter Druck. Weltweit, aber auch hierzulande. Wie kann der DJV dagegen steuern?**

In der Tat: Die Pressefreiheit ist in Gefahr. Ganz konkret durch zunehmende Bedrohung, Hass und Hetze von Querdenkern und Faktenleugern. Hier setzt sich der DJV für besseren Schutz und klarere rechtliche Regeln ein, engagiert sich, auch in Hessen, für die Sensibilisierung der Polizeien und anderer Behörden. Aber sie ist auch in Gefahr durch Sparwahn in Sendern und Verlagen, wo oftmals der Rotstift dort angesetzt

wird, wo es um das Wichtigste geht: guten Journalismus. Und dafür braucht es gut ausgestattete Redaktionen und fair bezahlte Journalistinnen und Journalisten.

**Was wünschst du dem DJV?**

Dass wir weiter Europas größte Journalistenorganisation bleiben. Dass wir weiter eine seriöse, starke und laute Stimme für die Pressefreiheit sind. Dass wir weiter die starke Solidargemeinschaft für unsere Kolleginnen und Kollegen sind. Und dass wir weiter viele Mitstreiter für das ehrenamtliche Engagement bei uns gewinnen können, die sagen: DJV macht richtig Spaß!

**Die Fragen stellte Heike Parakenings.**

– Anzeige –

VONOVIA

# Wir stehen Rede und Antwort.

Vonovia ist mit mehr als 550.000 Wohnungen in Deutschland und rund 16.000 Mitarbeitern eines der führenden deutschen Immobilienunternehmen.

Ihre Ansprechpartner in Süddeutschland:



**Olaf Frei**

Pressesprecher  
Tel. 0234 / 314-28 00  
Mobil: 0162 / 268 98 69  
olaf.frei@vonovia.de



**Matthias Wulff**

Leiter Regionales  
Tel. 0234 / 314-18 17  
Mobil: 0160 / 90 60 30 50  
matthias.wulff@vonovia.de

Ihr  
Draht  
zu uns!

www.vonovia.de

Seite 11

1/2023

BLICKPUNKT

# Berichterstattung unter Beschuss

Die aus Kiew geflüchtete Journalistin Julia Mostowa berichtete auf Einladung des DJV-Ortsverbands in Marburg über ihr Heimatland

**Der russische Angriffskrieg auf die Ukraine beschäftigt uns alle. Unter welch schwierigen Bedingungen auch Journalistinnen und Journalisten dort arbeiten, kann sich kaum jemand vorstellen. Neben der permanenten Gefahr von Luftangriffen erschwert vor allem die Zerstörung der Energie-Infrastruktur durch die russische Armee die journalistische Arbeit.**

„Es ist besonders schwer, ohne Elektrizität zu arbeiten“, schilderte die aus der Hauptstadt Kiew stammende Journalistin Julia Mostowa bei einem Vortrag in Marburg die Situation der Kolleginnen und Kollegen in ihrem Heimatland. Viele Medien hätten zwar Benzingeneratoren gekauft und Zugang zum Satelliten-Netzwerk Starlink. „Aber für freie Journalisten ist es nicht einfach“, sagte Mostowa. „Viele arbeiten den ganzen Tag in Cafés oder in der U-Bahn.“

Die U-Bahn habe den Vorteil, dass es immer Strom gebe und man auch im Falle eines Luftangriffs dort bleiben könne.

Mostowa ist im März 2022 nach Deutschland geflüchtet – wenige Wochen nach dem russischen Angriff auf die Ukraine. Die blinde Journalistin kam durch den Kontakt zur Deutschen Blindenstudienanstalt Blista nach Marburg. Bei ihrem Vortrag auf Einladung des DJV skizzierte die 31-jährige, wie der Krieg auch die Medienlandschaft in der Ukraine verändert. Einerseits gebe es ein großes Informationsbedürfnis in der Bevölkerung, auf das die Medien reagieren. „Alle Medien schreiben jetzt über den Krieg – sogar ein Gartenmagazin“, berichtete Mostowa. Auf der anderen Seite habe sich die wirtschaftliche Lage gerade der unabhängigen Medien verschärft, weil viele Unternehmen ihr Werbebudget reduziert hätten.

Das ukrainische Mediensystem sei noch stark von der sowjetischen Zeit geprägt, erläuterte Mostowa, die in der Ukraine unter anderem als Parlamentskorrespondentin gearbeitet hat. Schon vor dem russischen Angriff sei unabhängige Berichterstattung schwierig gewesen. „Recherchen sind nicht sehr verbreitet in der Ukraine“, sagte Mostowa. „Es ist sehr gefährlich, unsere Politiker mögen keine Kritik.“ Die großen Medien würden eher darüber berichten, welche Autos oder Handys Politiker haben, als soziale Probleme aufzugreifen. Journalistinnen und Journalisten könnten nicht damit rechnen, dass sie Rückendeckung von ihren Medien bekommen, wenn sie wegen ihrer Berichterstattung zum Beispiel verklagt werden. In den frühen 2000er-Jahren habe es auch mehrere Morde an Journalisten gegeben.

## Auf Youtube: Der Marburger DJV-Vorsitzende Stefan Dietrich im Gespräch mit der ukrainischen Journalistin Julia Mostowa

*Die Aussichten sind düster. „Russland wird kämpfen bis zum letzten Blutstropfen. Der Krieg wird so lange dauern so lange Russland in der Lage sein wird, Soldaten zu rekrutieren“, sagt die ukrainische Journalistin Julia Mostowa (31), die Ende Januar zu Gast war beim Ortsverband Marburg. Dessen Vorsitzender Stefan Dietrich hat sie für den Youtube-Kanal des DJV Hessen interviewt; Karsten Socher, Social-Media-Beauftragter im Landesvorstand, hat das Gespräch professionell in Szene gesetzt.*

*Was die ernüchternde Prognose der ins Exil geflüchteten Reporterin noch beklemmender macht: Russland ist sich nach Mostowas Einschätzung nach dem bisherigen Kriegsverlauf bewusst, dass es „mit einem Fuß im Grab steht“. In dieser Untergangsstimmung werde es aber alle mit in den Abgrund ziehen, die es erreichen könne. „Wir werden uns noch lange auseinandersetzen müssen mit Putin und seinen Verstehern“, befürchtet die Journalistin.*

*In dem Interview am Rande der Diskussion mit Mitgliedern des Ortsverbands warnte Mostowa davor, russischen Narrativen und Geschichtsklitterungen blindlings zu vertrauen. Russland schreibe die Geschichte um, fabuliere von einem Panrussismus, der einen angeblichen ukrainischen Separatismus neutralisieren wolle.*

*Freie Journalistinnen und Journalisten hätten es derzeit noch schwerer als festangestellte. Beide könnten noch am sichersten in U-Bahn-Stationen arbeiten, wo sie sich bei Luftalarm ohnedies hinflüchten müssten und wo wenigstens die Stromversorgung sichergestellt sei.*



Stefan Dietrich im Gespräch mit Julia Mostowa.  
Screenshot: YouTube

*Perspektivisch könnten sich die strukturellen Arbeitsbedingungen für die Branche zwar verbessern, wenn ein ukrainisches Mediengesetz in Kraft treten würde. Ein solches ist zu den Voraussetzungen für einen EU-Beitritt des Landes gemacht worden.*

*Dann komme es aber wesentlich darauf, wie eine Regulierungsbehörde zusammengesetzt sei. Wenn diese von Politikern und Lobbygruppen dominiert sei, wenn Medienvertreter mit Sachverstand fehlten, könne sich direkte oder indirekte Einflussnahme negativ auf die Berichterstattung einer freien ukrainischen Presse auswirken, warnte Mostowa.*

*Das ganze Interview findet sich im Netz unter <https://www.youtube.com/watch?v=mlywlvX7Mfk>*

Im ukrainischen Journalismus würden viele junge Menschen arbeiten, die oft schlecht bezahlt und ausgebildet seien. „Die Ausbildung an den Universitäten ist nicht sehr aktuell und nicht ganz passend zum heutigen Journalismus“, sagte Mostowa. Viele Medien seien zudem nicht unabhängig, sondern von Parteien unterstützt.



Die erblindete Journalistin Julia Mostowa im Dialog mit Marburger Journalisten. Foto: Karsten Socher

Die Zuhörerinnen und Zuhörer stellten Mostowa nach ihrem Vortrag zahlreiche Fragen zur Ukraine – auch zu den Hintergründen des Krieges. Es sei schwer, den russischen Präsidenten Wladimir Putin zu verstehen, sagte sie: „Alles, was er macht, sieht sehr absurd

aus“. Was Putin tue, mache er aber nicht für die Ukraine, für Europa oder für die Menschen aus Russland – sondern für sich selbst: „Ich denke, dieser Krieg hilft ihm, die eigene Macht zu behalten.“

Wann wird der Krieg enden? Auf diese Frage weiß Julia Mostowa auch keine Antwort. „In der Ukraine sagen alle immer, in einem Monat wird dieser Krieg zu Ende sein.“ Ohne diese Hoffnung könnten die Menschen wohl nicht weiter in dem Land leben, meint Mostowa. Sie selbst ist weniger optimistisch. „Ich kann mir nicht vorstellen, wann dieser Krieg enden wird.“ Auch deshalb ist sie dankbar, mit deutschen Kolleginnen und Kollegen über ihr Land sprechen zu können: „Es ist wichtig, dass das Interesse an der Ukraine nicht nachlässt.“

**Stefan Dietrich**

## Meine Meinung

### Bundesverfassungsgericht gibt „Darmstädter Echo“ recht: Meinungen Dritter dürfen prinzipiell wiedergegeben werden

**Karlsruhe für Darmstadt: Mit einer höchstrichterlichen Entscheidung ist auf Initiative eines hessischen Verlags Anfang des Jahres die Pressefreiheit gestärkt worden. Nach Ansicht des Bundesverfassungsgerichts darf auch die Meinung von Gesprächspartnern wiedergegeben werden, ohne dass diese bis ins letzte Detail gegengeprüft werden muss. Die Karlsruher Richter nahmen mit ihrem richtungsweisenden Urteil das „Darmstädter Echo“ gegen einen Kläger in Schutz, der seine Persönlichkeitsrechte massiv beschnitten und sich verleumdet gesehen hatte.**

Das Dilemma ist ein altbekanntes: Darf ich uneingeschränkt indirekt zitieren? Darf ich einer Quelle vorbehaltlos Gehör verschaffen, und wo endet vor einer Veröffentlichung der Faktencheck? Kann ich Meinungen und Ansichten Dritter publizieren, ohne zuvor einem Attackierten die Möglichkeit zu einer Einordnung eingeräumt zu haben? Wann ist die Auswahl und Wiedergabe eines einzelnen Zitats ausreichend begründet, auch und gerade, wenn diese ein Gesamtbild ergänzen, einen objektiven Gesamteindruck abrunden?

Das Bundesverfassungsgericht sagt Ja – wenn die wiedergegebenen Äußerungen eine „hinreichende Tatsachengrundlage“ stützen und sich der Herausgeber die Ansichten Dritter nicht zu eigen macht.

Im konkreten Fall hatten die beiden Echo-Redakteure Christina Kolb und Thomas Bach im Herbst 2020 unter der Überschrift „Aussteiger packen aus: So geht es in der Guru-Gemeinschaft zu“ über die sektenähnliche Gemeinschaft der „Bergmenschen“ berichtet, die sich vorübergehend in Südhessen niedergelassen hatte und dort auf massive Vorbehalte gestoßen war. Mit deren umstrittenem Kopf war eine Aussteigerin ins Gericht gegangen, hatte dieses selbsternannte „Sprachrohr Gottes“ als einen Mann charakterisiert, der den Staat ablehne und sich beispielsweise Seminargebühren in bar ausbezahlen lasse. Der Mann sehe sich im Besitz der absoluten Wahrheit, in der Gemeinschaft herrsche eine Denunziationskultur.

Mit Verweis auf Verletzung seiner allgemeinen Persönlichkeitsrechte habe sich der Mann gegen



Idyllisch: das Schloss über Lichtenberg im Landkreis Darmstadt-Dieburg. Dort residierten die „Bergmenschen“ vorübergehend. Foto: Guido Schiek

die Berichterstattung gewehrt und auf Unterlassung geklagt. Das Oberlandesgericht Frankfurt hatte ihm in einer Eilentscheidung Recht gegeben. Der „Mindestbestand an tatsächlichen Anknüpfungstatsachen“ sei in dem Online-Artikel nicht erfüllt gewesen. Gegen diese Entscheidung wiederum hatten die VRM Medien, Herausgeber des „Darmstädter Echos“, Verfassungsbeschwerde eingelegt. Mit Erfolg, wie das im Januar veröffentlichte Urteil einer mit drei Richtern besetzten Kammer des Bundesverfassungsgerichts dokumentierte.

Die Presse müsse in ihrer Berichterstattung wiedergegebene Meinungen anderer Personen in der Regel nicht begründen, befanden die Karlsruher Richter. Vermische sich in einer wiedergegebenen Aussage eine Meinung mit einer Tatsachenbehauptung, sei die Berichterstattung mit einer „hinreichenden Tatsachengrundlage“ zulässig. Mit anderen Worten: Können Zitate von Gesprächspartnern eingebettet werden in das Gesamtbild, das aus einer soliden und umfassenden Recherche heraus gezeichnet werden kann, müssen diese nicht ad absurdum ausgerechert werden.

Das OLG muss nun neu über das Verfahren entscheiden.

Meinungen, so Karlsruhe, müssten grundsätzlich nicht begründet werden. Grundrechtsschutz bestehe „unabhängig davon, ob die Äußerung rational oder emotional, begründet oder grundlos ist und ob sie von anderen für nützlich oder schädlich, wertvoll oder wertlos gehalten wird“. Das ist aber kein Freibrief: In der Abwägung zwischen Meinungsfreiheit und Persönlichkeitsrecht mache es durchaus einen Unterschied, ob es sich „um eine auf Tatsachen fußende Schlussfolgerung handelt oder um eine willkürlich aus der Luft gegriffene Wertung“. Letzteres entdeckten die Karlsruher Richter in der Berichterstattung des „Echos“ nicht. Den Frankfurter Richterkollegen hielten sie vor, diese Differenzierung nicht ausreichend gewürdigt zu haben.

Und gaben ihnen für die Neubewertung folgende Überlegung mit: Feststellungen über innere Haltungen anderer Personen („lehnt den Staat ab“) sind in der Regel Meinungsäußerungen, die subjektiv sind und nicht begründet werden müssen. Bei der erforderlichen

(journalistischen) Abwägung zwischen Meinungsfreiheit und Persönlichkeitsrecht spielt es aber eine Rolle, ob eine abschätzige Meinung auf „tatsächliche Anhaltspunkte“ gestützt oder nur ins Blaue hinein geäußert wird. Eine Zeitung dürfe eine solche Meinung wiedergeben, wenn sie ein berechtigtes Interesse hat und sich diese Meinung nicht zu eigen macht.

Selbst wenn das „Echo“ mit der ungeprüften Wiedergabe der Äußerungen der Aussteigerin eine eigene Meinung wiedergegeben haben sollte, stützten ausreichend viele Tatsachen im Kontext diese. Die zudem nur die Sozialsphäre des Mannes berühre, nicht die Privat- oder Intimsphäre.

### Innere Einstellung

„Durch den Beschluss des Bundesverfassungsgerichts sehen wir uns in unserem Vorgehen bestätigt und begrüßen die Entscheidung als ein wichtiges Signal und einen großen Erfolg für das Grundrecht der Presse- und Meinungsfreiheit“, kommentierte Joachim Liebler, Geschäftsführer und Herausgeber der VRM,

im „Echo“ das Urteil. Die letztinstanzliche Entscheidung bestätige die beharrliche und qualitätsvolle Arbeit der Redaktion, „gegen Widerstände und im Dickicht komplexer presserechtlicher Sachverhalte“.

Aus Sicht des renommierten Medienanwalts Christian Russ, der die VRM in Karlsruhe vertreten hatte, hat die dortige Entscheidung „erhebliche Bedeutung für die Meinungs- und Pressefreiheit in Deutschland“. Sie schreibe fest, dass die Presse die innere Einstellung von Personen bewerten und einschätzen dürfe, ohne Unterlassungsansprüchen der Betroffenen ausgesetzt zu sein. Mit anderen Worten: Für den Sekten-Guru waren mit der sauberen Recherche und ausgewogenen Berichterstattung die Grenzen des Zumutbaren nicht überschritten; für das „Darmstädter Echo“ mit seiner überzogener Gegenwehr und Drohung mit Verletzung von Grundrechten sehr wohl. Seine Villa in Südhessen hat der oberste „Bergmensch“ mittlerweile wieder verlassen.

In ihrem Beschluss rufen die Verfassungsrichter in Erinnerung, dass auch die Wiedergabe fremder Einschätzungen von der Mei-

nungsfreiheit geschützt ist. Auch in diesem erweiterten Fall gelte generell, dass Meinungen grundsätzlich nicht begründet werden müssen. Muss gleichberechtigt abgewogen werden zwischen Meinungsfreiheit und Persönlichkeitsrechte, wird es komplizierter – erst recht, wenn es um fremde Auffassungen geht. Unter Verweis auf den Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte stellen die Verfassungsrichter klar, dass es durchaus einen Unterschied macht, ob es sich „um eine auf Tatsachen fußende Schlussfolgerung handelt oder um eine willkürlich aus der Luft gegriffene Wertung“.

Letzteres war aus Karlsruher Sicht im „Echo“-Artikel jedenfalls fernliegend. Dem Artikel habe man genügend Informationen zum Hintergrund und zur Einordnung der Meinung entnehmen können. Nicht einmal das Frankfurter Oberlandesgericht habe in seinem Urteil die Wahrheit der „Anknüpfungstatsachen“ in Zweifel gezogen, ihnen aber keine angemessene Bedeutung gegeben. Da haben die Karlsruher Richter salomonischer geurteilt.

Andreas Lang

## „Feste Einheit gegen jegliche Einflussnahme“

Einmal DJV, immer DJV (1): Norbert Dörholt ist seit 42 Jahren Mitglied – Nicht nur als Sitzungspräsident bei Verbandstagen bekannt

**Norbert Dörholt ist eines der engagiertesten aller langjährigen Mitglieder im DJV. Trotz harter Kindheit im Heim kann er heute auf einen beachtlichen Lebenslauf zurückblicken. Dr. Lydia Polwin-Plass hat mit ihm über seine berufliche Laufbahn, seine Mitgliedschaft im DJV, seine persönlichen Vorlieben und die aktuelle Weltsituation gesprochen.**

**Norbert, wie hat sich deine berufliche Laufbahn entwickelt?**

Volontiert habe ich bei der Mittelbayerischen Zeitung in Regensburg. 1972

heuerte ich bei der Frankfurter Neuen Presse an und schaffte es dort bis zum Redaktionsleiter. 1981 wechselte ich in die Öffentlichkeitsarbeit der damaligen Hoechst AG, wurde Chef vom Dienst für alle Unternehmenspublikationen und Chefredakteur des als beste deutsche Firmenpublikation prämierten internationalen Magazins „Hoechst Heute“. Zwei Jahre später wurde ich zum Unternehmenssprecher ernannt und zeichnete auch für die Hoechst Filmmatineen verantwortlich, wo ich auch für einen Beitrag das Drehbuch schrieb und Regie führte. 1998

warb mich dann das KfH Kuratorium für Dialyse und Nierentransplantation in Neu-Isenburg ab, wo ich als Leiter der Öffentlichkeitsarbeit, der Pressestelle, des Arbeitskreises Organspende und als Mitbegründer des Vereins „Sportler für Organspende“ fungierte. 2001 machte ich mich selbständig, schrieb Geschäftsberichte, betreute Mitarbeiterzeitungen und arbeitete als Pressesprecher der Universitätsklinik Heidelberg und der Gales-Klinik in Stuttgart.

**Und was machst du heute?**

Da ich das Glück hatte, als Journalist meinen Traum leben zu dürfen, lasse ich natürlich auch im höheren Alter die Finger nicht davon und schreibe regelmäßig für die Online-Magazine Offenbach Live und Frankfurt-Live, mit rund 1,2 Millionen Klicks pro Monat. Obwohl ich gar nicht kochen kann, bin ich Pressesprecher des Vereins der Köche Frankfurt. Daneben bin ich in mehreren Ehrenämtern tätig, weshalb mir der Ehrenbrief des Landes Hessen verliehen worden ist. Vom Präsidenten des „Ehrensats der Sindlinger Fastnacht“ bis hin zum Pressesprecher der „Interessenvertretung für Patienten und Versicherte“ ist da alles Mögliche dabei.

### Wie lange bist du schon beim DJV, und wieso hattest du dich damals entschieden, Mitglied zu werden?

Seit 42 Jahren. Gemeinsam kann man mehr erreichen als der beste Einzelkämpfer. Nicht nur gegenüber Arbeitgebern bei Tarifverhandlungen, auch in der Öffentlichkeit, in der wir oft herabwürdigt, verspottet oder sogar körperlich angegriffen werden. In manchen Ländern müssen Journalisten sogar um ihr Leben fürchten. Wir müssen zusammenstehen, uns gegenseitig unterstützen, wenn möglich sogar Aufträge vermitteln und als feste Einheit gegen politische oder andere Einflussnahmen auftreten.

### Was waren deine schönsten Erlebnisse im Verband?

Alte Wegbegleiter, liebe Freunde und journalistische Vorbilder zu treffen. Oder auch wenn nach langen Diskussionen eine gemeinsame Basis gefunden wurde. Wenn journalistische Aktionen Erfolg hatten oder ich als Sitzungspräsident bei den hessischen Landesverbandstagen das Auditorium zum Lachen bringen konnte.

### Zu einem ernsteren Thema: Wie kommst du mit der aktuellen Weltsituation klar?

Die macht mich ganz schön beklommen, besonders der Angriff auf das flächenmäßig größte europäische Land nicht mal zwei Flugstunden von uns entfernt, dazu die Hilflosigkeit der UNO und des Sicherheitsrats, bedingt durch die Vetomächte Russland und China. Das hätte ich nie für möglich gehalten.

### Hast du Angst vor der Zukunft? Was macht dir am meisten Sorgen?

Nein, Angst habe ich nicht. Angst ist sowieso ein schlechter Ratgeber. Aber

Sorge. Am meisten Sorgen macht mir, dass jetzt auch China versuchen könnte, sich Taiwan einzuverleiben. Dann hätte das ganze Chaos eine neue, noch grauslichere Dimension.

### Was könnten unsere Politiker tun, damit die Welt besser wird?

Denk' ich an jene in der Nacht, bin ich um den Schlaf gebracht. Am deutschen Wesen jedenfalls kann, meiner Meinung nach, die Welt nicht genesen. Ich spreche ja niemandem seine guten Absichten ab, doch das Potenzial, die Welt außer durch partielle Hilfeleistungen zu verbessern, haben wir einfach nicht.

### Versuchst du selbst auch etwas zur Verbesserung der Welt beizutragen?

Die Welt verbessern kann ich nicht, wohl aber im persönlichen Umfeld, im überschaubaren Rahmen, helfen: Freunden, Bekannten, Organisationen, Hilfsbedürftigen, materiell wie mental. Umweltschutzmäßig kann ich sagen: Von mir treibt keine einzige Plastiktüte in irgendeinem Ozean herum.

### Was können wir Journalisten tun, damit sich etwas verändert?

Nachhaltig berichten, offenlegen, aufklären, informieren, mahnen, mutig sein – obgleich unsere direkten Einflussmöglichkeiten begrenzt sind. Aber niemand sieht sich gerne ständig öffentlicher Kritik ausgesetzt. Ganz schlimm sind die vielen Fälle von Korruption, weltweit wie auch im eigenen Land, etwa bei der Frankfurter und Wiesbadener Arbeiterwohlfahrt. Da waren es Journalisten, DJV-Kollegen, die diesen Sumpf trockengelegt haben.

### Wie würde für dich eine perfekte Welt aussehen?



„Nachhaltig berichten, offenlegen, aufklären, informieren, mahnen, mutig sein“: Das erwartet Norbert Dörholt von seinem Berufsstand.  
Foto: privat

Ganz klar: Frieden, Wohlstand für alle, Gerechtigkeit, Gesundheit, Hilfsbereitschaft. Doch das ist Schimäre. Eine perfekte Welt wird es nie geben, wohl aber Verbesserungen für die Lebensbedingungen vieler Menschen in allen Kontinenten. Das geschieht im Übrigen auch. Gesundheitsversorgung, Ernährung, Bildung verbessern sich seit Jahren ständig, was allerdings kaum wahrgenommen wird. Wir leben auf einem so schönen Planeten mit einer vielfältigen und prächtigen Flora und Fauna. Doch um eine perfekte Welt zu schaffen, müsste man die Bevölkerung austauschen. Warum? Albert Einstein hat es so formuliert: „Es gibt nur zwei Dinge, die unendlich sind: Das Weltall und die Dummheit der Menschen. Wobei wir uns beim Weltall noch nicht ganz einig sind.“

Die Fragen stellte Dr. Lydia Polwin-Plass.

## Norbert Dörholt ganz persönlich

Lieblingstier? Gunimaus – so nenne ich meine Frau Gunhild.

Lieblingfilm? El Dorado

Lieblingbuch? „Lichtblick statt Blackout“ von Vince Ebert

Lieblings-CD? „The Dubliners“ (Irische Folkmusik)

Lieblingessen? Spaghetti

Lieblingsgetränk? Freibier

Hobby? Philatelie und Musik (Banjo- und Gitarrespielen)

Liebstes Reiseziel? Frankreich

Was beherrscht du nicht? Viel zu viel

Was verabscheust du am meisten? Humorlosigkeit

Größter Wunsch für dich selbst? Ein klarer Verstand

Größter Wunsch für die Welt? Endlich mal Frieden!

Deine Botschaft an die Menschheit? Einer trage des anderen Last (Galater 5)



# HESSISCHER JOURNALISTENPREIS

Verliehen von der Sparda-Bank Hessen eG



Bereits zum 18. Mal verleiht die Sparda-Bank Hessen eG 2023 in Zusammenarbeit mit dem Hessischen Journalistenverband den Hessischen Journalistenpreis. Der mit insgesamt 10.000 Euro dotierte Preis würdigt die Leistung von Autor:innen, die das Bewusstsein für Verantwortung und Qualität des Journalismus lebendig halten und zugleich die Bedeutung regionaler Berichterstattung dokumentieren.

## DAS THEMA 2023: Nachhaltig leben und arbeiten in Hessen

Nie wurde mehr und intensiver über den Klimawandel und unsere Umwelt diskutiert als heute. Und nie war die Lage dramatischer – was uns die sich in den vergangenen Jahren häufenden Klimakatastrophen deutlich vor Augen führen. Nachhaltiger leben und handeln ist das Credo unserer Zeit, um auch nachfolgenden Generationen ein gutes und sicheres Leben zu ermöglichen. Und auch die Arbeitswelt muss sich den sich verändernden Bedingungen anpassen, Unternehmen müssen entsprechend agieren und sich engagieren.

Diesem Thema widmet sich der diesjährige Hessische Journalistenpreis. Gesucht werden journalistische Beiträge, die das Leben und Arbeiten in Hessen unter dem Aspekt der ökologischen, sozialen oder ökonomischen Nachhaltigkeit näher beleuchten, kritisch hinterfragen oder perspektivisch aufarbeiten. Dabei können Personen oder Gruppen, die Gesellschaft oder auch Unternehmen im Fokus der Berichterstattung stehen.

Sie möchten am Wettbewerb teilnehmen und einen oder mehrere Beiträge einreichen? Dann füllen Sie einfach das Kontaktformular unter [sparda-hessen.de/hjp](https://sparda-hessen.de/hjp) aus und senden uns parallel Ihren Beitrag als PDF oder (Download-) Link per E-Mail bzw. WeTransfer an [uk@sparda-hessen.de](mailto:uk@sparda-hessen.de).

**Teilnahmeberechtigt** sind Journalist:innen (bundesweit) mit bereits veröffentlichten deutschsprachigen Beiträgen aus den Jahren 2022 und 2023. Es sind sämtliche Medienformate für den Wettbewerb zugelassen. Über die Vergabe der Preise entscheidet eine unabhängige Jury aus Fachleuten der Wissenschaft und Medienpraxis. Bewerbungsschluss ist der 17. Juli 2023. Wir freuen uns auf Ihre Einsendung!

**Informationen** zu den Wettbewerben und Preisträger:innen der Vorjahre finden Sie unter [hessischer-journalistenpreis.de](https://hessischer-journalistenpreis.de). Die diesjährige Preisverleihung findet am 17. Oktober in Frankfurt am Main statt.

## DIE FAKTEN:

- ▶ Dotierung: insg. 10.000 Euro
- ▶ Ehrenpreis für das bisherige Lebenswerk
- ▶ Thema 2023: „Nachhaltig leben und arbeiten in Hessen“
- ▶ Unabhängige Jury: Fachleute der Wissenschaft und Medienpraxis
- ▶ Teilnahmeberechtigt: Journalist:innen (bundesweit) mit bereits veröffentlichten deutschsprachigen Beiträgen; sämtliche Medienformate zugelassen
- ▶ Einsendeschluss: 17.07.2023
- ▶ Weitere Informationen: [uk@sparda-hessen.de](mailto:uk@sparda-hessen.de), Telefon (0 69) 75 37-373





# Für ein gutes Klima

## Klick-Blei, Frieden stiftender Journalismus und Ablösung durch Chat GPT – was den Online-Journalismus derzeit herausfordert

Keine Woche vergeht, in welcher Journalisten nicht eindringlich – von unterschiedlichen Akteuren – darauf hingewiesen werden, dass sie doch intensiver über Klimathemen in ihren Medien publizieren sollten. Oder sie bekommen die gegenteilige Aussage zu hören, dass es ja jetzt auch mal gut sein muss – mit diesem Thema. Obendrein werden engagierte Klimajournalisten nicht selten als (Klima-)Aktivisten abgestempelt.

### Kolumne

Unstrittig ist, dass die Nutzern der negativen Nachrichten und all der anderen Krisen überdrüssig sind – Stichwort Nachrichtenvermeidung. Und ich kann und will es auch nicht lassen, auf das Thema zumindest auch im Kontext Journalismus hinzuweisen – zumindest will ich immer wieder positive Beispiele dazu erwähnen. Wie also umgehen mit dem Thema?

Klar, es kommt darauf an, wie Klimathemen kommuniziert werden. Mächtig ins Zeug legt sich dabei seit Februar Focus Online. Selbstkritisch äußerte sich Online-Chefredakteur Florian Festl: „Die Berichte zur Klimakatastrophe liegen wie Klick-Blei im Regal. Es sei denn, wir beschwören detailreich den Untergang unserer heiß gelaufenen Welt“. Das Burda-Portal startete Focus Online Earth: „Wir beschäftigen uns umfassend mit der Frage, wie wir die Lebensgrundlagen unserer Erde für nachfolgende Generationen erhalten können“ (focus.de/earth). Elf Kolleginnen und Kollegen betreuen die neue „Klimamarke“, außerdem wurden ein „Klima-Büro“ im Ahrtal und ein Expertennetzwerk gegründet. Weitere Angebote aus dem BurdaForward-Netzwerk wie CHIP, Bunte.de oder Finanzen100 sollen den neuen Schwerpunkt unterstützen. Man darf gespannt sein, ob und wie es gelingt, das Thema bei den Nutzern zu verankern und wie lange das Medienhaus Burda Geld und Geduld aufbringt, auch Themen, die nicht so dem Geschmack der eigenen Zielgruppen entsprechen, zu publizieren.

Wie agil Medien bei ihrer Klimaberichterstattung sein müssen, kann man seit einigen Jahren bei der taz beobachten. Umweltthemen sind dort seit der Gründung vor 45 Jahren und natürlich erst recht online auf der Eins, das heißt aber nicht,

dass sie ein Selbstläufer sind. Mit einer schönen Ansage von neuen Angeboten ist es auch hier nicht getan. Zusammen mit der Agentur Underground zeigen die taz-Kollegen bei ihrer Kampagne „Fever Planet“ mit einer Serie von Video und Content-Ads jetzt „sinnbildlich, was bereits 1,5 Grad mehr mit uns machen“. Der neue „Team Zukunft“-Newsletter (taz.de!/p5376) wird so angepriesen: „Wir wollen 2050 nicht nur erleben, sondern feiern. – Deswegen bekommst du jeden Donnerstag von uns starke Gedanken, mit denen du gewappnet bist für die planetaren Krisen deiner Zeit. Mit dem Dreiklang Klima, Wissen und Utopien begleiten wir dich in Richtung Zukunft. Immer konstruktiv, aber nicht blauäugig.“

„Wir wollen mit dieser Kampagne gezielt die Menschen ansprechen, die noch besonders viel Zukunft vor sich haben“, sagt taz-Kreativdirektor Max Buschfeld. Ausdrücklich verzichtet habe man auf die „bekannten Katastrophenbilder“ sagt Jo Marie Farwick von Underground. Sehr schön betrachten lässt sich die Werbung für das eigene Produkt unter [instagram.com/klima.taz](https://www.instagram.com/klima.taz). Damit zeigen uns die Kollegen nicht nur, wie man für schwierige Themen schlagkräftig wirbt, nein, die Kampagnen der taz werben auch stets in eigener Sache – nämlich für den Journalismus!

### Journalismus, der Frieden stiftet

Seit Oktober 2022 arbeiten elf Stipendiatinnen und Stipendiaten beim Förderprogramm Media for Peace (M4P) des Media Lab Bayern an einem Projekt zum Friedensjournalismus (media-for-peace.com). Gemeinsam mit dem Zentrum für Digitalisierungs- und Technologieförderung (dtec.bw) der Universität der Bundeswehr München (unibw.de) sollen digitale Möglichkeiten entwickelt werden, „um im Libanon und in Afghanistan Journalismus zu unterstützen, der deeskalierend und friedensfördernd ist“. Es nehmen Journalisten, Projektmanager und Entwickler aus den vorgenannten Ländern, aus Südamerika und Deutschland an diesem teil, sie werden finanziell und methodisch unterstützt.



Der Klimawandel ist auch in diesem Winter unübersehbar. Foto: ala

Das Vollzeitprogramm ist in drei Phasen unterteilt: Zwei jeweils dreimonatige User Research- sowie Prototyping- und Test-Phasen sowie eine sechsmonatige Entwicklungsphase für das Endprodukt. Zum Beginn des Programms wurden die Teilnehmenden mit dem Media Lab Bayern und den anzuwendenden Werkzeugen und Methoden vertraut gemacht. In der User Research-Phase erforschen die Teilnehmer unter anderem die Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer in Afghanistan und im Libanon. In diesem Abschnitt sollen die Stipendiaten auch im Friedensjournalismus und dessen Methoden geschult werden.

### Keine Angst vor KI

In der Prototyping- und Test-Phase werden die erstellten Prototypen wöchentlich mit echten Nutzern getestet (so genannte Design Sprints). Die Angebote werden entsprechend weiterentwickelt und angepasst. An einem Demo-Tag, dem 17. April, wählt das M4P-Team den „vierversprechendsten und erfolgreichsten Prototypen“ für die weitere Entwicklung aus. Das ausgewählte Projekt soll dann von maximal fünf Stipendiaten fortgesetzt werden. Sie sollen bis zum Jahresende „eine minimal funktionsfähige Version ihrer Plattform“ entwickeln. Für das neue Medienangebot soll „ein funktionierendes und stabiles Geschäfts- und Organisationsmodell“ entwickelt werden, welches möglicherweise auf alle Konfliktregionen weltweit skaliert werden kann. Ein anspruchsvolles Ziel also. Ende des Jahres sollen die Teilnehmer ihre fertige Plattform der Öffentlichkeit präsentieren. Zwischeninfos über das Projekt gibt es in den M4P-Podcasts von Sabrina Harper vom Media Lab Bayern (medialab-bayern.de).

Und dann war da ja noch was, woran man auch als Journalist nicht vorbeikommt: Die Künstliche Intelligenz. Vor knapp sieben Jahren begann ich mich erstmals mit dem Thema zu beschäftigen: „Was ‚Kollege‘ Roboter alles kann“, lautete der Titel einer Diskussionsrunde: [tinyurl.com/kollege-roboter](https://tinyurl.com/kollege-roboter). Nicht allzu viel lautete unser Resümee damals. Es wurde in den Folgejahren ruhiger um das Thema. Seit Februar steht das Thema nun wieder ganz oben auf der Agenda, für nahezu jedermann zugängliche Werkzeuge wie etwa ChatGPT ([chat.openai.com](https://chat.openai.com)) bieten allein schon für die Textproduktion ungeahnte Möglichkeiten.

Nach ein paar Wochen Testen bin ich hin und hergerissen und ja, es waren anfangs auch Ängste da – wird es jetzt noch schwieriger, meine Arbeitsleistungen zu angemessenen Preisen zu verkaufen? Ich schalte jetzt mal den emotionalen Modus ab: Natürlich kann es hier und da leider weitere Einbußen für Journalisten durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz geben. Wir müssen – oft gehört – konstruktiv, aber auch kreativ mit dem Thema umgehen. Ich probiere recht häufig solche Anwendungen aus und weiß sie mitunter für meine Arbeit zu nutzen – ich lerne sie einigermaßen realistisch einzuschätzen.

Der Einsatz von KI wird künftig für die meisten von uns zum Arbeitstag gehören, lautet meine Prognose. In den Medienhäusern geht man freilich mit anderen Voraussetzungen mit den neuen Optionen um. Wie und wo kann der Einsatz von KI unsere Produkte vielleicht noch besser oder gleichzeitig noch günstiger in der Herstellung machen? Von Urheberrechts- und Haftungsfragen möchte ich gar nicht anfangen. Von Hand habe ich in meiner Linksammlung einige Tipps, die ich auch aktualisiere, zusammengestellt: [tinyurl.com/ki-chatbot](https://tinyurl.com/ki-chatbot).

Thomas Mrazek

## Erst gratis, dann zur Kasse

**Weiterbildung:** Bente Matthes gibt in Online-Workshop des DJV Hessen Tipps zum lukrativen Publishing von Podcasts – Content weiterverwerten

**Ob exotisches Hobby, unterhaltsame „Laber-Episoden“, Einblicke in wahre Verbrechen, bis hin zu Politik oder Wirtschaft – es gibt kaum etwas, was in der Welt der Podcasts nicht zu finden ist. Und so vielfältig Themen und Gestaltung sind, so breit gestreut sind auch die Möglichkeiten, mit dem eigenen Podcast Geld zu verdienen.**

Mit flapsigem Ton kann man allerdings nicht mehr punkten, denn die Hörerschaft hat sich auch bei kostenlosen Inhalten längst an einen gewissen Qualitätsstandard gewöhnt. Die Zeiten, in denen man locker aus der Hüfte schie-

ßen konnte, sind definitiv vorbei, wie Bente Matthes in einem Onlineworkshop für den DJV Hessen anmahnte. Selbst lange Jahre als Journalistin tätig, hat sie sich heute auf unkompliziertes Marketing spezialisiert. Sie berät Influencer und selbst publizierende Journalistinnen und Journalisten, wie diese Einnahmequellen erschließen können.

Vielversprechend sei es, wenn man thematische Nischen bedienen könne. In vielen Bereichen wie etwa Lifestyle ist die Konkurrenz groß. Der erste mögliche Schritt Einnahmen zu kreieren klingt zunächst unlogisch. Tat-

sächlich kann es ein Schlüssel sein, seinen Podcast (zunächst) gratis anzubieten. „So kann man sich als Expertin und Experte etablieren und Reichweite aufbauen.“ Im Anschluss gilt es die allorts vorhandene Gratismentalität im Internet zu überwinden. Die Hörerschaft sei dann bereit für Inhalte zu bezahlen, wenn sie Lösungen und Zugang zu exklusiven Informationen erhält.

Es gilt also, Nutz- und Mehrwerte zu schaffen. In den kostenfreien verfügbaren Episoden ließen sich Themen anreißen, die dann beispielsweise in Beiträgen exklusiv für Abonnenten vertieft werden.

Technisch ist das schon lange kein Hexenwerk mehr. Unter anderem der deutsche Anbieter Steady ([www.steadyhq.com/de](https://www.steadyhq.com/de)) ermöglicht seinen Nutzern, verschiedene Abomodelle zu erstellen und auf eigenen Internetseiten einzubinden. Monatlich erfolgt dann die Abrechnung der Einnahmen. Bezahlte Vorträge oder Teilnahmen an Diskussionsrunden sind weitere angenehme Nebeneffekte, als Expertin und Experte sichtbar zu sein.

Aber auch der gegenteilige Weg kann Erfolg versprechen. So ist das über die Tech-Branche berichtende amerikanische On-

### Das Kleingedruckte

*Die Künstlersozialkasse (KSK): Seit Anfang 2023 können freie Journalisten mehr Geld durch berufs fremde Tätigkeiten hinzuverdienen. Den KSK-Zuschuss für die gesetzliche Krankenversicherung verlieren sie erst, wenn Einnahmen durch berufs fremde Tätigkeiten höher sind als die durch die künstlerische/publizistische Tätigkeit.*

*Im Bereich der gesetzlichen Rentenversicherung bleibt es für Nebentätigkeiten bei der bisherigen Obergrenze, die gesetzlich wie folgt definiert ist: Maximal ist dort ein Gewinn erlaubt in Höhe der „Hälfte der für dieses Jahr geltenden Beitragsbemessungsgrenze in der allgemeinen Rentenversicherung“. Diese Grenze liegt im Jahr 2023 in den neuen Bundesländern bei 7100 Euro im Monat (Hälfte*

*also 3550 Euro) und in den alten Bundesländern bei 7300 Euro (Hälfte 3650 Euro) im Monat.*

*Gewerbe ja oder nein? Wer Werbezeiten, Abos oder Merchandise verkauft, ist gewerblich tätig. Das gilt auch für PR-Beratung. Ob freie Journalisten und Journalistinnen demnach zusätzlich ein Gewerbe anmelden müssen, hängt stark vom Einzelfall ab, welche Tätigkeiten überwiegen. Dies ist mit einer Steuerberatung oder dem Finanzamt zu klären.*

*Weitere Rechtsberatung erhalten Mitglieder kostenfrei beim DJV Hessen.*

Jens Brehl

linemagazin „The Information“ (www.theinformation.com) direkt mit einem Bezahlmodell gestartet. Die Schlüssel sind exklusive und entsprechend wertvolle Informationen über die Geschäftswelt, für die Entscheider bereit sind zu bezahlen. Zudem haben sich die Gründer bereits vorher ein journalistisches Renommee aufgebaut und sind folglich nicht bei Null gestartet.

### Achtung Werbung

Seit jeher finanziert Werbung journalistische Formate. Daher ist es naheliegend, diese auch im eigenen Podcast anzubieten. „Natürlich kostet der Slot am Anfang einer Episode mehr als der in der Mitte und am Ende“, gibt Matthes mit auf den Weg. Werbung wirke dann am besten, wenn nicht der klassische Radiospot zum Einsatz kommt, sondern die Podcasterin, der Podcaster die Werbebotschaft selbst einspricht. So trifft diese die Tonalität des Formats und ist kein Fremdkörper. Allerdings solle man nur Werbung für Produkte und Dienstleister machen, hinter denen man auch stehen könne; Stichwort Glaubwürdigkeit.

In manchen Fällen seien auch Podcast-Gäste bereit, für ihren Auftritt zu bezahlen. Matthes vergleicht dies mit Advertorials in Zeitungen oder Online-medien. Solche Formate gelte es dann transparent zu kennzeichnen, wie auch Werbung generell.

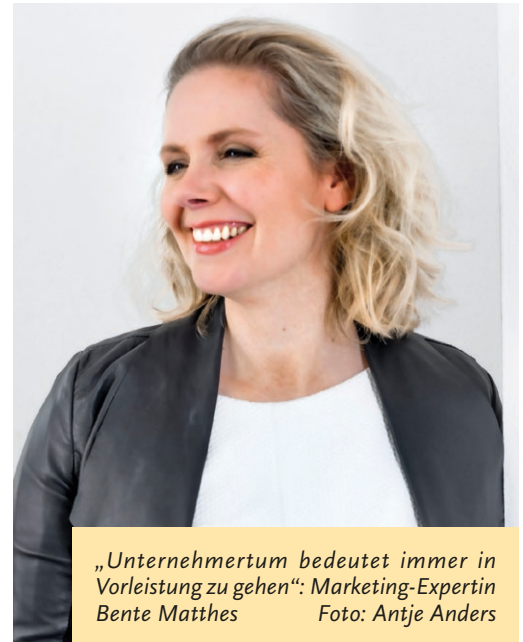
Wer routiniert Podcast-Formate konzipiert und produziert, kann sein Wissen darüber weitergeben. Sei es in Workshops oder bei Auftragsproduktionen für andere Medien oder als PR-Instrument in der Unternehmenskommunikation. Vielleicht lassen sich die spannendsten Inhalte des Podcast auch in einem selbst herausgegebenen E-Book vermarkten oder es interessiert sich sogar ein Verlag dafür? Eine weitere Einnahmequelle kann auch YouTube sein, denn ab 1000 Abonnenten beteiligt die Plattform an den Werbeerlösen.

Hier sei es allerdings nicht sinnvoll, einfach ein Video mit einem Standbild hochzuladen. Dieses häufig auf der Videoplattform anzutreffende Podcast-Format sterbe nach und nach aus. Spannender sei es, die Podcas-

ter in Aktion zu sehen, wie sie miteinander agieren. Dazu muss man nicht zwangsläufig ein Fernsehstudio einrichten – wobei dann auch Ton- und Bildqualität überzeugen müssen. Als Beispiel zeigte Matthes den amerikanischen Podcast „The Minimalists“.

Wie der Name erahnen lässt, dreht sich dort alles rund um einen minimalistischen Lebensstil. Dazu stimmig sind in den Videos zwei sich unterhaltende Männer in schwarzen T-Shirts vor dunklem Hintergrund zu sehen.

Matthes sprudelte nicht nur vor Ideen, wie sich Podcasts und andere journalistische Inhalte monetarisieren lassen, sondern lieferte ein lebendiges Plädoyer für unternehmerisches Denken. Wer selbst Formate herausgibt,



„Unternehmertum bedeutet immer in Vorleistung zu gehen“: Marketing-Expertin Bente Matthes Foto: Antje Anders

muss sich mit den oftmals ungeliebten Aspekten hinter Abkürzungen wie AGB und DSGVO beschäftigen, wie auch mit dem Steuerrecht. „Unternehmertum bedeutet immer in Vorleistung zu gehen – und man muss bereit sein, auch schwierige Zeiten durchzustehen.“ Wer ins Tun komme, könne seine Angebote je nach Resonanz immer wieder anpassen.

Jens Brehl

## Wo der Presserat eingreifen musste

Transgender-Themen gewinnen in Debatte um Diskriminierungen an Gewicht – Kaum Regelverstöße bei Ukraine-Berichterstattung

**Die Kolleginnen und Kollegen in den Redaktionen haben ihrem Publikum 2022 weniger Anlass zu ethisch begründeten Beschwerden gegeben als im Jahr zuvor. Nach Darstellung des Deutschen Presserats ging die Zahl der eingereichten Beschwerden über Print- und Onlinebeiträge mit 1733 gegenüber dem Vorjahr um 823 zurück.**

Die Beschwerdeausschüsse sprachen wegen schwerster Verstöße gegen die journalistische Ethik 47 Rügen aus,

2021 waren es 60 gewesen. Die meisten betrafen nach wie vor den Persönlichkeits- und Opferschutz nach Ziffer 8 (14 Rügen) sowie die Schleichwerbung nach Ziffer 7 (14 Rügen) des Pressekodex. Wegen Schleichwerbung rügte der Presserat häufig Veröffentlichungen, in denen Medikamente oder Diätmittel hervorgehoben wurden, ohne dass daran ein öffentliches Interesse, etwa wegen eines Alleinstellungsmerkmals, bestand. Öfters gaben Redaktionen

zudem „Gastautorinnen“ und „Gastautoren“ Raum, diese Produkte anzupreisen. Allerdings waren diese vielfach alles andere als unabhängig.

Knapp jede dritte Rüge betraf den Persönlichkeitsschutz. Beispielsweise rügte der Beschwerdeausschuss die Veröffentlichung von Opferfotos nach dem Attentat an einer Grundschule im texanischen Uvalde. „Bild.de“ hatte die Porträts von den Twitter- und Facebook-Ac-

counts der Eltern der getöteten Kinder übernommen, ohne die Angehörigen wie in Richtlinie 8.2 des Pressekodex vorgeschrieben, um Erlaubnis zu fragen.

Schwere Verstöße gegen den Persönlichkeitsschutz erkannte der Presserat auch in der identifizierenden Berichterstattung über psychisch kranke Menschen. So zeigte der „Kölner Stadt-Anzeiger“ das Foto einer Frau, die bei einer Operettenaufführung mit ihrem Verhalten



Vom DJV Hessen entsandt, ist Klaus-Peter Andrießen seit 2016 Mitglied des Deutschen Presserates. Foto: Andrießen

aufgefallen war. Der Vorfall war zwar von öffentlichem Interesse, die identifizierende Berichterstattung war jedoch nicht gerechtfertigt und wurde gerügt.

In 40 Fällen wurden die Rügen entsprechend der Forderung des Organs der freiwilligen Selbstkontrolle (Pressekodex, Ziffer 16) inzwischen von den betroffenen Medien veröffentlicht. Die Erscheinungsdaten und die betroffenen Medien listet der Presserat auf seiner Homepage (<https://www.presserat.de/ruegen-presse-uebersicht.html>) auf.

Während im vergangenen Jahr erheblich weniger Eingaben zur Corona-Berichterstattung und weniger Massenbeschwerden als in den Jahren zuvor zu verzeichnen waren, führte auch die Berichterstattung über den Krieg gegen die Ukraine nicht

zu einem Anstieg der Beschwerden. Lediglich 78 Eingaben und damit nur gut vier Prozent des gesamten Beschwerdeaufkommens gingen zu diesem beherrschenden Nachrichtenthema ein.

„Die Leserinnen und Leser haben offenbar ein hohes Vertrauen in die Kriegsberichterstattung der presseethisch gebundenen Medien, gerade wenn es um Sorgfalt und Wahrhaftigkeit geht“, so die Sprecherin des Presserats, Kirsten von Hutten. Einen Großteil der Beschwerden wiesen die Ausschüsse als unbegründet zurück, „weil die betreffenden Redaktionen sich an den Pressekodex gehalten haben.“

### Nationalität von Straftätern

Zurückgegangen ist der Anteil an Beschwerden wegen möglicherweise diskriminierender Nennung der Nationalität von Straftätern. Das könnte sich in diesem Jahr wieder verändern, da die Debatte um die jüngsten Silvester-Krawalle noch nicht in die Statistik des Presserats eingeflossen ist. Im übrigen

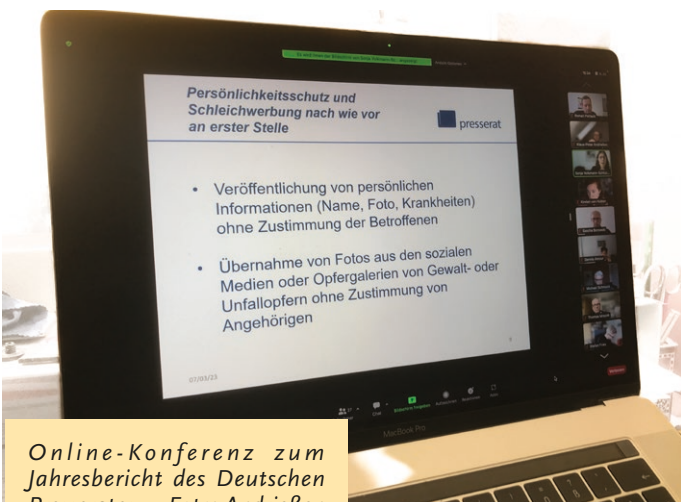


„Hohes Vertrauen in die Kriegsberichterstattung der presseethisch gebundenen Medien“: Kirsten von Hutten, Sprecherin des Presserates.

Foto: Julia Grudda

gen zeige sich mit dem Thema Transgender ein neuer Aspekt bei der öffentlichen Debatte um Diskriminierungen, erklärte Pressesprecherin Sonja Volkmann-Schluck. Die Beschwerdeausschüsse hätten allerdings keinen Anlass gesehen, hier Rügen auszusprechen, da es sich in den behandelten Fällen um die Veröffentlichung von Meinungen gehandelt habe, die der Presserat grundsätzlich nicht bewerte.

So beschwerten sich 63 Personen über einen Artikel in der Zeitschrift „Emma“ über die Grünen-Abgeordnete und trans Frau Tessa Ganserer, die bei der Bundestagswahl auf



Online-Konferenz zum Jahresbericht des Deutschen Presserates. Foto: Andrießen

## Der Presserat beschäftigt sich nicht nur mit Beschwerden

Der Deutsche Presserat zählt 28 Köpfe – je sieben werden von DJV, dju-ver.di, BDZV und MVFP entsendet. Für den DJV sind das gemäß dem Votum des Bundesverbandstages in Lübeck bis Ende 2024 Klaus-Peter Andrießen (Hessen), Negin Behkam (Berlin-Brandenburg), Sascha Borowski (Bayern), Marcel Burkhardt (Rheinland-Pfalz), Maria Ebert (Baden-Württemberg), Sergej Lochthofen (Thüringen) und Jost Müller-Neuhof (Berlin-Brandenburg).

Die Beschwerden werden in drei Ausschüssen sowie dem Ausschuss für den Redaktionsdatenschutz behandelt. Andrießen gehört dem Presserat seit 2016 an, seit 2019 ist er Vorsitzender im Beschwerdeausschuss 2.

Der vollständige Jahresbericht 2022 ist als – barrierefreies – PDF herunterzuladen unter: [https://www.presserat.de/files/presserat/bilder/Downloads%20Jahresberichte/DPRE-2022-](https://www.presserat.de/files/presserat/bilder/Downloads%20Jahresberichte/DPRE-2022-02403_Jahresbericht%202022_BF.pdf)

[02403\\_Jahresbericht%202022\\_BF.pdf](https://www.presserat.de/files/presserat/bilder/Downloads%20Jahresberichte/DPRE-2022-02403_Jahresbericht%202022_BF.pdf)

Der Presserat koordiniert seit 2016 die Zusammenarbeit der beteiligten Verbände und der Innenministerkonferenz am bundeseinheitlichen Presseausweis. 2022 wurden (Stand Ende Oktober 2022) insgesamt 62.826 Presseausweise ausgegeben, etwas weniger als im Jahr davor (67.963).

Der Presserat hat ein breit angelegtes Schulungsprojekt mit der Polizei initiiert, das vom Bund gefördert wird. Unter dem Titel „Schutz der freien Berichterstattung – Rechte und Pflichten von Medien und Polizei“ wird er gemeinsam mit Journalistinnen und Journalisten an Polizeischulen über die verfassungsmäßig festgelegten Aufgaben der Medien, deren Arbeitsweise und Berufsethik informieren sowie den Austausch von Journalistinnen und Journalisten und Beamtinnen und Beamten fördern. kpa

einem Frauenquotenplatz angetreten war. Die Beschwerdeführenden kritisierten, Ganserer werde im Beitrag als Mensch bezeichnet, „der physisch und rechtlich ein Mann“ sei. Der Presserat sah in dem Artikel jedoch eine zulässige journalistische Auseinandersetzung mit der Frage, wie Geschlecht definiert wird und lehnte die Beschwerden als unbegründet ab.

### Pressekodex hat sich bewährt

Weder zum Thema Transgender noch zur voranschreitenden Verwendung von Künstlicher Intelligenz in der Berichterstattung sieht der Presserat bisher die Notwendigkeit einer Anpassung des bewährten Pressekodex. Geschäftsführer Roman Portack berichtete, dass

sich das Plenum des Presse-rates im Frühjahr 2022 mit dem Thema KI beschäftigt und über eine Kennzeichnungspflicht von derart erzeugten Beiträgen diskutiert habe. „Da die Redaktionen für ihre Veröffentlichungen verantwortlich sind, egal ob diese von Volontären, freien oder angestellten Schreibern oder eben künstlicher Intelligenz erstellt wurden,

gibt es bisher aber keine Notwendigkeit für eine Änderung des Pressekodex“, fügte der stellvertretende Sprecher des Presserats, Sascha Borowski, hinzu. Das Thema ist damit jedoch nicht abschließend behandelt, schon in der Frühjahrssitzung steht es wieder auf der Tagesordnung des Plenums.

Klaus-Peter Andrießen

# Wenn Elon Musk seine Muskeln spielen lässt

## Warum sich der Blogger Markus Beckedahl mit Schrecken von Twitter abwendet - Bekenntnisse im Frankfurter Presseclub

**Twitter verstummt, peu à peu. Ende Februar haben in der fünften bekannten Kündigungswelle erneut Hunderte Angestellte ihren Job verloren – und davon erfahren, als sie sich nicht mehr in ihre Accounts einloggen konnten. Beschäftigungspolitik auf Amerikanisch. Einen Monat davor hatte einer der bekanntesten deutschen Blogger und Netzwerkaktivisten, Markus Beckedahl, im Frankfurter Presseclub erklärt, warum er Twitter den Rücken kehrt. Und was er für eine clevere Alternative hält.**

Beckedahl kappt damit Verbindungen in einem tragenden Netzwerk und zu 400.000 Followern. „Wo bin ich hier gelandet?“ hatte sich der 47-Jährige gefragt, als Elon Musk im Herbst seinen Kahl-schlag bei dem Microblogging-Dienst gestartet hatte. 15 Jahre lang war Twitter auch Beckedahls digitaler Lieblings-Marktplatz, erfüllten die Algorithmen am ehesten die Erwartungen des Gründers von netzpolitik.org. Immerhin stand Twitter einst für Basisdemokratie 2.0 und für die Befuerung demokratischer Entwicklungen, etwa im arabischen Frühling.

Diese Aufbruchstimmung sieht Beckedahl seit acht Jahren beendet. Und kann sie an einer Entwicklung festmachen: dem Flüchtlingszustrom aus dem Mittelmeerraum. Diese Menschen sind nicht nur vielerorts mit offenen Armen empfangen worden, sie sind im Netz

genau so unverhohlen angefeindet worden. Hass, Hetze und Desinformationen sind auch und gerade über Twitter verbreitet, retweetet, gelikt worden.

### „Marc Zuckerberg auf Steroiden“

In der Steigerung hat nun Elon Musk die alleinige Kontrolle über das Microblogging-Imperium übernommen. Im Gegensatz zu dessen Vorbesitzer agiere der „Marc Zuckerberg auf Steroiden“ (Beckedahl über Musk) gewissermaßen im luftleeren Raum. Während Zuckerberg noch in ein System von Checks and Balances eingebunden gewesen war, einem Aufsichtsrat rechenschaftspflichtig war, schalte der „durchgeknallte Verschwörungsideologe“ Musk völlig losgelöst. Jüngste Eskalation: die Kündigungswelle Ende Februar, allen vorangegangenen Beschwichtigungen und Relativierungen zum Trotz. Der Braindrain aus dem Silicon Valley geht weiter.

Das System aus Desinformation und Destabilisierung beschädigt aber nicht nur das Unternehmen und seine Werte. Es bringt auch mehr oder weniger gefestigte Demokratien ins Wanken. Nigeria, Indien oder Brasilien führt Beckedahl als Beispiele für Länder an, die in einem prekären Status von digitalen Mobs geflutet werden. In einer Phase des massiven Stellenabbaus und tiefgreifender Verunsicherung bei Twitter komme unheilvoll

dazu, dass es in der Konsequenz an Content-Moderatoren mangle, die bedenkliche Inhalte neutralisieren. Stattdessen müssen Algorithmen über Sperren entscheiden. Die Grenzen der Künstlichen Intelligenz gegenüber kreativer Sprachintelligenz sind bekannt. Auch Deutschland ist nicht immun gegen diese Entwicklung. Sowohl was die destruktive Twitter-Nutzung anbelangt, als auch mit Blick auf die Intransparenz beim oder neuerdings den Mangel an Kontroll-Personal.

### Flops und Vlops

Musks kaltschnäuziges Auftreten befeuere den rüden Umgangston bei Twitter noch, ermuntere Systemkritiker, unverhohlen und aggressiv ihre Ansichten auszudrücken, befürchtet Beckedahl. Paradoxe Effekt: „Im Namen einer vermeintlichen Meinungsfreiheit im Netz wird ebendiese Meinungsfreiheit eingeschränkt.“

Wo das Ganze hinführt? Darüber kann auch Beckedahl nur spekulieren. Womöglich in die Überführung der Twitter-Nutzerdaten in ein neues, kontrolliertes Netzwerk, in der Folge in eine Kommerzialisierung in einem Chat-Bezahlmodell. Immerhin hat Musk einen zweistelligen Milliardenbetrag für die Übernahme von Twitter gezahlt, wartet noch auf einen Return seines Investments.

Und wer kann den Mann, den Becke-

dahl im übertragenen Sinn rechts von der AfD verortet, stoppen? Wenigstens regulatorisch, eventuell mit einem Digital Service Act, den ein mehr oder weniger geschlossener Block wie die EU immerhin gerade auf den Weg gebracht hat? Beckedahl bleibt skeptisch, auch weil es Monate, womöglich Jahre dauern wird, bis diese wegweisende Gesetzgebung für Vlops (very large online platforms) in der Praxis Wirkung entfalten wird.

Bis die EU sich einig ist in der Ausgestaltung der Regulierung, bis in Deutschland im Stuhlkreis ausdiskutiert ist, wer denn zuständig für die Implementierung ist – die Bundesnetzagentur, die Landesmedienanstalten oder vielleicht doch der Zoll –, wird Musk womöglich von einer Vlop auf eine nicht ganz so offene Plattform gesprungen sein, schließt der Netzwerker nicht aus.

### Alternative aus Jena

Also alternativ ein relativ unbekanntes Mikroblogging wie Mastodon, der 2016 im benachbarten Jena entwickelten Software? Warum? Beckedahl hat darauf eine erste Antwort, mit der so viele Pioniere-Softwares und -Dienste im Netz gestartet sind: weil sie gemeinwohlorientiert sind und nicht profitorientiert, siehe Wikipedia oder (noch) Clubhouse. Weil der Datenverkehr dort über open sources laufe, die Codierung frei einsehbar ist. Es brauche ein

öffentlich-rechtliches Netzwerk für die Kommunikation 2.0 und Distribution 2.0.

Dass das öffentlich-rechtliche System diesem digitalen Auftrag den Bedürfnissen entsprechend nicht gerecht werden kann, zeigt die Praxis. Beziehungsweise dessen Nicht-Existenz in der Lebenswirklichkeit junger User. „Wenn das öffentlich-rechtliche System heute neu gedacht werden müsste, würde der Fokus weniger auf Medienvielfalt gelegt als auf Infrastrukturfreiheit“, ist sich Beckedahl sicher.

Wikipedia, so Beckedahl, zeige, dass sich eine Community selbst organisieren und verwalten könne. Mastodon knüpfe an dieses Prinzip an. Es fänden sich Mechanismen und Ressourcen zur Selbstregulierung, und bemerkenswerter noch: User, die gewissermaßen ein digitales Ehrenamt übernehmen und als Content-Moderatoren auf die Einhaltung von Spielregeln und Standards achten. Ein digitaler Verein gewissermaßen, der neue Maßstäbe setzt beim basisdemokratischen Bloggen.

Und diese Nischen-Software kann einen



Mit Musks erratischen Entscheidungen nach der Twitter-Übernahme stellt sich die Suche nach alternativen Wegen zum Bloggen. Foto: ala

Giganten wie Twitter herausfordern? „Man sollte sich ernsthaft mit Mastodon auseinandersetzen“, gibt sich Beckedahl überzeugt. „Es gewinnt an Relevanz.“ Im Gegensatz zu Twitter, wo der Brain-drain ungebremst weiter geht; wo die verbleibende Belegschaft der Willkür des neuen Besitzers ausgesetzt ist; wo nicht abzusehen ist, was noch bleibt, wie eng sich die Blase um einen Egomanen wie Musk schließt. Womöglich so eng wie das neue Netzwerk um Donald Trump, von dem Ersterer, so Beckedahl, viel gelernt habe. Womöglich spekuliere Musk ja auch auf eine Rückkehr Trumps zu Twitter, was dessen Traffic und Marktwert steigern und einen Return of Investment generieren könnte. Wenn sich Musk nicht bereits seinem nächsten Spielzeug zugewandt hat und das alte trotzig verschleudert ...

Andreas Lang

## Lieber nach Jena als ins Silicon Valley?

Mastodon oder Twitter – welche Chancen hat das deutsche Netzwerk? Fachausschuss Audiovisuelle Medien organisiert Austausch

Über 40 Journalistinnen und Journalisten nahmen an der hybriden Veranstaltung des Fachausschusses Audiovisuelle Medien zum Thema „Twitter, Mastodon & Co.“ im Konferenzraum des hr teil. Als Experten waren Jan Eggers, hr-Datenjournalist und Dr. Henning Eichler, Journalist, Dozent und Autor der Studie „Journalismus in sozialen Netzwerken – ARD und ZDF im Bann der Algorithmen?“ eingeladen.

„Wir haben Henning Eichler eingeladen, weil er Journalismus in den sozialen Netzwerken besser kennt als die meisten, vor allem im

Hinblick auf die Diskrepanz zwischen ethischem Journalismus und der von Algorithmen getriebenen Ausspielwegen“, begrüßte Christian Arndt, Mitglied des hr-Personalrats und hr-iNFO Mitarbeiter, seinen Ex-Kollegen. Eichler hatte beim hr als Journalist gearbeitet und ist zurzeit Dozent an der Fachhochschule Rhein-Main in Wiesbaden im Bereich Medien.

„Warum sollte es ein Problem sein für öffentlich-rechtlichen Rundfunk, redaktionelle Inhalte auf Facebook, Instagram, Twitter oder TikTok auszuspielen?“, wollte Arndt von

seinem Gast wissen. Eichler: „Da kommen zwei verschiedene Ansätze von Kommunikation zusammen. Auf der einen Seite reden wir von großen globalen Konzernen, die in der Plattformökonomie agieren.“ Diese Netzwerke wollten vor allem Werbung gezielt an ihre User senden. Dafür würden die Netzwerkeffekte genutzt und Inhalte kostenfrei verbreitet.

### Kein Algorithmus für Sorgfalt

Welche Inhalte das sind, ist für diese Plattformen im Prinzip egal. „Und da sind wir beim



Dozent Henning Eichler (links) und hr-Datenjournalist Jan Eggers zu Gast beim DJV-Fachausschuss Audiovisuelle Medien. Rechts hört ihnen Landesvorstandsmitglied Sylvia Kuck zu. Foto: Wolfgang Minich

Konflikt, den Journalistinnen und Journalisten betrifft“, so Eichler. Einerseits sei es reizvoll, diese Netzwerke zu nutzen und darüber bestimmte Nutzergruppen wie junge Menschen zu erreichen. „Aber wie Inhalte auf diesen Plattformen algorithmisch kuratiert und verbreitet werden, geht nicht zusammen mit bestimmten Grundsätzen journalistischen Qualitätskriterien wie vor allem Meinungsvielfalt, Ausgewogenheit, Hintergründigkeit, Analyse. Das sind alles Merkmale, die von Algorithmen eher nicht unterstützt werden“, gibt der Medien-Wissenschaftler zu bedenken.

Die Forschung belege hinlänglich, dass soziale Netzwerke vor allem Inhalte mit Merkmalen wie etwa Oberflächigkeit, Emotionalisierung oder Hang zu Polarisierung priorisieren. Diese gingen nicht konform mit Qualitätskriterien des Journalismus – Sorgfalt in der Recherche, Ausgewogenheit in der Darstellung, Hintergründe und Zusammenhänge darstellen, Komplexität reduzieren. „Das geht in sozialen Netzwerken nur bedingt. Deswegen sehe ich einen Grundkonflikt: Plattformisierung und Public Value“, fasste Eichler zusammen.

Inhalte würden für die sozialen Plattformen anders aufbereitet und speziell ausgewählt, neudeutsch: „plattformisation“.

„Kann man da schon von vorausgehendem Gehorsam der Plattformen gegenüber sprechen, wenn Social Media-Abteilungen sagen, „das klickt gut?“, fragt Arndt. Eichler dreht den Spieß um: Viele Redaktionen hätten gelernt, erfolgreich auf den Plattformen präsent zu sein, im Sinne der Plattformen, aber auch im Sinne des



Haben kein toxisches Verhältnis zueinander: Henning Eichler (links) und Jan Eggers. Foto: W. Minich

Journalismus. Man müsse allerdings verstehen, wie sich Algorithmen verändern, „und das passiert ja ständig im Hintergrund. Gehorsam ist das nicht, aber eine starke Orientierung.“

Ab wann wird es toxisch? Es werden Daten von Nutzern und Nutzung ausgewertet, antwortet der Medien-Experte. Davon ab-

gesehen, sei jede Medienorganisation, die Inhalte auf den Plattformen zur Verfügung stelle, Teil dieses Ökosystems. Sie machen das System erst möglich.

### Masters of the Fediverse

Bietet das Fediverse, also ein Netzwerk föderierter, voneinander unabhängiger sozialer Netzwerke, Mikroblogging-Dienste und Webseiten eine Chance, sich gegen den Moloch zu stemmen? „Jein“, schaltet sich Datenjournalist Jan Eggers ein. Es gebe schon die Möglichkeit zum Mitgestalten. Allerdings: „Wir treten da gegen die leistungsfähigsten und reichsten Konzerne an, die unglaubliche Entwickler haben. Facebook, TikTok und Co. sind Feind und Freund zugleich.“ Eggers ergänzt: „Plattformökonomie heißt: the winner takes all – denn ich bin da, wo meine Freunde sind.“

Populärster Player im Fediverse ist zurzeit Mastodon, eine denkbare Alternative zu Twitter, erst recht nach der Übernahme durch Elon Musk im Oktober. Immerhin gebe es zum ersten Mal eine Chance, das ein solches Fediverse-Konzept Schubkraft erreichen könnte, äußert sich Eggers vorsichtig optimistisch. Von

Twitter hat er sich nach 14 treuen Jahren jedenfalls zunächst verabschiedet, hat alle Tweets gelöscht.

Für die AVM-Sitzung hat Eggers einen Überblick über das Für und Wider bei der Twitter-Nutzung erstellt. Es war zur Informationsverbreitung geeignet, zur Distribution dagegen nicht. Diskussionen würden zunehmend schwieriger, da sie schneller entgleiten. Zum Senden von direkten Nachrichten ist Twitter hingegen nützlich. Und dann intervenierte Elon Musk. Die Folge: mehr Desinformation, Hacking, Zensur. Eggers: „Es gibt einen deutlichen

Unterschied zwischen Content-Management im Sinne von Plattform-Konformität dem Durchsetzen bestimmter Ansichten.“ Was der neue Besitzer präferiert, ist für Eggers offensichtlich. Er sei kein Freund von Journalisten, Tesla unterhält keine Pressestelle.

Dafür hat der hr-Datenjournalist jetzt ein Mastodon-Konto auf @hessensocial. Der Unterschied zwischen Twitter und Mastodon: Mastodon, Kreation eines Start-ups in Jena, ist ein dezentrales Netzwerk mit vielen Besitzern von Servern, die eine Gemeinschaft bilden. Was erlaubt ist und was

nicht (mehr), entscheiden die Betreiber autonom. Über gemeinsame Schnittstellen können Daten miteinander ausgetauscht werden. Jan Böhmermann hat ebenso einen Server (<https://det.social/>) wie der Chaos Computer Club. Die Entwicklung begann 2016 und basiert auf freier Software (open source). Auf Mastodon können angemeldete Nutzer kurze Nachrichten – sogenannte „Toots“ oder „Tröts“ – senden. Nach Musks Übernahme von Twitter ist die Zahl der Mastodon-User vorübergehend auf acht Millionen. Mittlerweile ist die Zahl der aktiven Nutzer aber wieder gesunken. **Heike Parakenings**

## Blick hinter den Schleier

Autorin Ulrike Keding analysiert bei Lesung im Wiesbadener Liliencarré die Rolle der Frauen bei den anhaltenden Protesten im Iran

„Die heimliche Freiheit – Eine Reise zu Irans starken Frauen“: Der Titel ist vielversprechend und lockte wohl auch deshalb auch Iranerinnen und Iraner zu der Autorenlesung ins Wiesbadener Liliencarré. Beim anschließenden Gespräch mit Autorin Ulrike Keding und Moderator Claus-Jürgen Göpfert zeigten sich unterschiedliche Reaktionen. Vor allem die Iraner waren enttäuscht, manche sogar wütend. Sie hatten sich mehr von dem Abend erhofft und machten damit deutlich, wie unterschiedlich hiesige Positionen zu ihrem Herkunftsland sind.

Seit Monaten gehen die Menschen im Iran auf die Straßen und fordern mehr Rechte ein. Vor allem viele Mädchen und junge Frauen beteiligen sich an den Protesten. Aber auch junge Männer solidarisieren sich. Inzwischen sind mindestens vier junge Demonstranten hingetrichtet worden. Gegen Journalisten geht die Regierung ebenfalls härter vor. Rund 100 Verhaftungen schätzt die NGO „Komitee zum Schutz von Journalisten“ seit dem Beginn der Proteste. Im März berichtet Amnesty International von Folter an Kindern,

die an Protesten teilgenommen haben. Sie sollen laut der Menschenrechtsorganisation unter anderem mit Peitschenhieben, Elektroschocks und sexueller Gewalt gefügig gemacht werden.

Ausgelöst wurden die Demonstrationen gegen das islamische Regime im September durch den Tod der jungen Kurdin Mahsa Amini. Die 22-Jährige war von der „Sittenpolizei“ festgenommen worden, weil sie ihr Kopftuch nicht vorschriftsmäßig getragen haben soll. In der Haft verstarb sie.

Vor diesem Hintergrund war Ulrike Keding in der Reihe „Göpferts Gäste“ auf die Bühne „Marleen“ in Wiesbaden eingeladen worden. Auch wenn die 59-Jährige noch immer zu vielen ihrer Gastgeberinnen Kontakt hat, liegt ihre Reise in den Iran bereits lange zurück. 2019 war sie drei Monate lang als Couch-



Auf dem Perserteppich: Ulrike Keding zu Gast bei iranischen Frauen. Foto: privat

surferin durchs Land gereist und hat anschließend ihre Erlebnisse in lebendig erzählten Geschichten festgehalten. „Sie sind clever. Sie sind dynamisch. Sie haben Humor und einen umwerfenden Charme. Ihr Geist ist vom Widerstand geprägt. Sie erregen Aufruhr im Straßenbild von Iran: die jungen Rebellinnen. Sie bestimmen nicht die Politik. Noch nicht.“, wird sie auf der Rückseite ihres Buches zitiert.

### Alltägliche Bedrohung

Nach dem Ausbruch der Proteste wird sie in einem hr-iNFO Interview gefragt, was sie so stark

an den Frauen empfunden habe. „Ihren Mut, ihre Entschlossenheit, ihr Selbstbewusstsein“, antwortet Ulrike Keding: „Ihr Leben unter der ständigen Bedrohung zu gestalten. Sie wagen sich auf die Straße – oft unter der Bedrohung einer Verhaftung. Ich war in iranischen Familien zu Gast, deren junge Frauen waren fast alle schon einmal verhaftet worden. Das passiert im Iran öfter. Es ist fast an der Tagesordnung.“

Als weltoffen habe sie alle Frauen empfunden, die sie auf ihrer Reise durch den Iran kennengelernt hatte. Auch die Nomadinnen. Nur nicht so po-



litisch. Die Lebensgestaltung der 40- bis 60-Jährigen richte sich noch traditionell an der Versorgung der Familie aus, doch schon ihre Töchter lebten anders und konfrontierten sie damit. Statt fünf bringe eine Iranerin heutzutage durchschnittlich 1,7 Kinder zur Welt – eine der niedrigsten Raten weltweit, so Keding. Viele gingen in die Städte, Stichwort Landflucht. Der junge Mann, der sie zu den iranischen Nomadinnen mitgenommen hatte, beteilige sich ebenfalls an den Protesten und riskiert damit sein Leben. „Ein Leben ohne Freiheit hat keinen Sinn“, begründet er seine Entscheidung. Das gelte ebenso für die Frauen.

Der Unterschied zwischen den Protesten von 2019 und heute? Damals seien die Menschen nach der Bekanntgabe drastisch erhöhter Benzinpreise auf die Straße gegangen, nach wenigen Wochen war der Aufstand beendet. Keding: „Ich glaube, das ist jetzt ein Pulverfass.“ Die jungen Menschen seien seit Jahren ständig der Gewalt ausgesetzt. Sie hätten

einfach genug von diesem Regime. Wird es zum blutigen Niederschlag der Proteste oder zu einem Regimewechsel kommen, will der hr-INFO-Moderator von der Journalistin wissen. Einen Regimewechsel könne sie sich nicht vorstellen, so leicht ließen sich die Erzkonservativen nicht die Macht nehmen. Doch überall sind Stimmen zu vernehmen, statt um die Kleiderordnung der Frauen sollte sich die Regierung um Arbeitsplätze kümmern.

Ihr Buch hat die Wiesbadenerin „allen jungen Menschen von Iran gewidmet, die im Aufbruch sind und das Gesicht dieses Landes prägen werden“. Bei ihrer Reise quer durch das islamische Land wollte sie einen „Blick hinter den Schleier werfen“. Vier Jahre ist das her, die Eindrücke ihrer Reise wirken wie Vorkündigungen der heutigen Demonstrationen. Bereits auf der ersten Buchseite zitiert die Autorin eine junge Iranerin, die sich noch gut an 2009 erinnern kann. „Wir Frauen sind die Mutigsten gewesen.“ Ihr Protest sei niedergeschla-



Autorin Ulrike Keding bei ihrer Lesung in Wiesbaden.

Foto: Wolfgang Kühner

gen worden, nicht aber ihr rebellischer Geist. Und schon vor vier Jahren gab es die Frauenbewegung „Weißer Mittwoch“, an dem die Demonstrantinnen ihren Schleier an einen Stab nagelten und so wie mit wehenden Fahnen durch die Straßen Teherans zogen ...

Heike Parakenings

## Zur Person

*Ulrike Keding, geboren 1963, studierte mit dem Abitur des Wiesbadener Gutenberg-Gymnasiums an der Universität Wien Theater-, Film- und Fernsehwissenschaft sowie Ethnologie. Ein Jahr lang führte sie eine ethnologische und kulturelle Studienreise quer durch Asien. 1991 bis 1992 volontierte sie bei der Deutschen Welle in Köln, bei der sie zunächst als Reporterin arbeitete, später auch bei Radio Berlin Brandenburg, beim WDR und ZDF. Als freie Journalistin schreibt sie für verschiedene Printmedien.*

# Sauerkraut und Satire

Ina Knobloch, Vorsitzende des Ortsverband Frankfurt, kündigt im Jahresausblick am Goetheturm neue Formate an

**„Endlich mal wieder ein richtiges Neujahrstreffen zum Jahresanfang und nicht pandemiebedingt irgendwann im Laufe des Jahres im Freien“, freute sich Ina Knobloch, Vorsitzende des DJV-Ortsverbands Frankfurt. Der hatte seine Mitglieder zu Beginn des Jahres in die Goetheruh am Frankfurter Goetheturm eingeladen. Zum Netzwerken, sich mal wieder persönlich gegenüberstehen und für einen zwanglosen Austausch.**

„Das bot die Gelegenheit, darüber zu sprechen, wo man aktuell steht und was einem auf der Seele liegt“, beobachtete die Vorsitzende im Nachgang. Und zwar unabhängig von bestimmten Themenlagen. „Anekdoten zu Frankfurter Ge-

pflagenheiten dürfen nicht fehlen“, sagte Knobloch und führte dieses Mal die Kolleginnen und Kollegen in das Ritual des Sauerkrauts zum Jahresbeginn ein.

Zahlreiche Angebote konnte der Ortsverband in 2021 und 2022 auf die Beine stellen. Angefangen beim ersten Präsenztreffen im September 2021, das anlässlich des 700. Todestages von Dante Alighieri unter dem Titel „Dantes Inferno in Zeiten von Corona“ stand. Thema waren die sogenannten Slapps, also „Strategic Lawsuits Against Public Participation“ (strategischer Klagen gegen öffentliche Beteiligung). Wie zum Beispiel Klagen gegen Journalisten und Journalistinnen,

die über den Einsatz und die Auswirkungen von Pestiziden in der Landwirtschaft berichten. Noch im gleichen Monat beteiligte sich der Ortsverband im Frankfurter Presseclub an einer Diskussionsrunde zum Thema Journalismus in Zeiten von Wahlen. Im Mittelpunkt stand die Frage: „Brauchen wir einen neuen Kommunikationsstil in der Politik?“

Die Weihnachtsfeier 2021 sowie der Neujahrsempfang 2022 konnten coronabedingt nicht in Präsenz stattfinden. Ersteres wurde in die virtuelle Welt verlegt, zweites im Sommer nachgeholt. Die Jahreshauptversammlung des OV Frankfurt fand Anfang Mai ebenfalls wieder von

Angesicht zu Angesicht im Frankfurter Südbahnhof in den Räumen der Saalbau statt und wurde mit einer Führung in der nahegelegenen FABRIK Sachsenhausen eingeleitet. Anlässlich des bevorstehenden Tags der Pressefreiheit und des Ukrainekriegs ging es bei der Führung um Öl und fossile Brennstoffe, die früher in der FABRIK raffiniert und gehandelt wurden, wie Knobloch mitteilte.

Wenig später organisierte der Ortsverband

eine Veranstaltung in der Europäischen Zentralbank zur Zukunft des Euro und der Kommunikation in Krisenzeiten. „Das Interesse war so überwältigend groß, dass sie gleich zweimal stattgefunden hat, einmal im Juli und noch einmal im September“, blickte Knobloch zurück. Auch beim Neujahrsempfang sei der Vortrag in der EZB ein Thema bei den Mitgliedern gewesen, so Knobloch. „Die Veranstaltung zum Jahresausklang 2022 über Journalismus und Satire in Zusammenarbeit mit dem Frankfurter Presseclub und der Evangelischen Akademie war ebenfalls so erfolgreich, dass der Wunsch für die nächste große Weihnachtsveranstaltung schon beim Neujahrsempfang groß war.“



Rege Resonanz: Mitglieder des Ortsverbands Frankfurt beim ersten Treff in diesem Jahr. Foto: Wolfgang Minich

„Wir wollen einen Stammtisch auf die Beine stellen“, informierte Knobloch die Mitglieder des OV Frankfurt beim

Neujahrsempfang über ein Vorhaben für die kommenden Monate. „Wir visieren den 27. März ab 19 Uhr im Massif Central, der Eventlocation der Kreativbranche in Frankfurt an, die demnächst in die Bethmannhöfe nahe der Paulskirche ziehen wird“, kündigte sie an. Der erste Stammtisch solle aber noch im „alten“ Massif Central in der Eschersheimer Landstraße stattfinden. Mit dem von vielen Mitgliedern gewünschten Stammtisch hätten die Journalisten und Journalistinnen die Möglichkeit, sich regelmäßig themenunabhängig auszutauschen.

Zudem habe der Ortsverband, wie auch jener in Wiesbaden, jetzt ebenfalls eine „großartige Kooperation“ mit dem Frankfurter Presseclub und schon zu einigen Veranstaltungen in den historischen Räumlichkeiten in der Frankfurter Ulmenstraße laden können. „Ein weiteres Thema, das uns in diesem Jahr begleiten wird, ist die Bürgermeisterwahl im März“, sagt Knobloch. „Wo geht die Reise hin? Was bedeutet das Ergebnis für die Verlage, die Medienbranche? Das sind Fragen, mit denen wir uns beschäftigen werden“, ist sich Knobloch sicher.

Hanna Maiterth

## Das muss ins Netz!

In eurem Bezirks- oder Ortsverband ist einiges los?

Ob eigene Veranstaltung, spannende Projekte der Mitglieder oder Neues aus der heimischen Medienwelt: Karsten Socher freut sich über jeden Hinweis an [bild@djv-hessen.de](mailto:bild@djv-hessen.de).

Folgen lohnt sich

Instagram: [https://instagram.com/djv\\_hessen](https://instagram.com/djv_hessen)

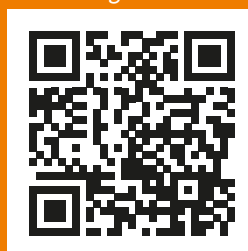
Twitter: <https://twitter.com/djvhessende>

LinkedIn: <https://de.linkedin.com/company/djvhessen>

Facebook: <https://de-de.facebook.com/djvhessen/>

YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCTgHaiRMoj75E-KP1ogT6Zw>

Instagram



Twitter



LinkedIn



Facebook



YouTube



# Mehr Frauen am Drücker

DJV Nord bringt sich in geschlechtsspezifische Auswertung der Titelbilder auf 72 Magazinen ein – Anteil der Urheberinnen steigt

In der deutschen Medienlandschaft sind Fotografinnen und Illustratorinnen nach wie vor unterrepräsentiert, insbesondere bei der Gestaltung von Magazincovern. Zu diesem Ergebnis kommen der DJV Nord, Freelens und der Female Photoclub mit Sitz in Mannheim nach einer Auswertung von publikumsträchtigen Publikationen im vorigen Jahr. Die Ergebnisse und Erkenntnisse haben die drei Organisationen zum Weltfrauentag Anfang März vorgelegt.

Sie haben dafür 72 Magazine untersucht, inklusive einiger Sonderausgaben, die 2022 insgesamt 928 Titelausgaben veröffentlicht haben. Davon lag der Anteil der von Fotografinnen und Illustratorinnen gestalteten Cover bei 25 Prozent, der der männlichen Kollegen bei 54 Prozent. Die übrigen 21 Prozent entfallen auf gemischte Teams, nicht genau zuordenbare Credits oder Agenturcredits ohne Nennung von Urheberin oder Urheber.

Im Vergleich zu der im Jahr 2019 durchgeführten Erhebung

von „Spiegel“ und DJV Hamburg fällt der Trend positiv aus. Damals lag der Anteil der Fotografinnen und Illustratorinnen bei 14 Prozent, der der männlichen Kollegen bei 63 Prozent – allerdings auf Basis einer geringeren Anzahl und unterschiedlicher Magazintitel.

Um einen repräsentativen Querschnitt der deutschen Zeitschriftenlandschaft zu erhalten, haben die Analysten Magazine aus unterschiedlichen Fachrichtungen und Gattungen ausgewählt und in die Kategorien Food und Health, Fotografie, Kunst/ Kultur/ Design, Lifestyle und Fashion, Reportage und Travel, Special Interest, Sport, Unterhaltung, Zeitgeschehen und Wirtschaft sowie Corporate Magazine eingeteilt.

Erfasst wurden die jeweiligen Credits der Cover, die angeben, von wem das Foto oder die Illustration auf der Titelseite stammt. Bei mehreren Urhebern wurden diese einzeln gezählt. Jeder Credit wurde dann einer von vier Kategorien zugeordnet:

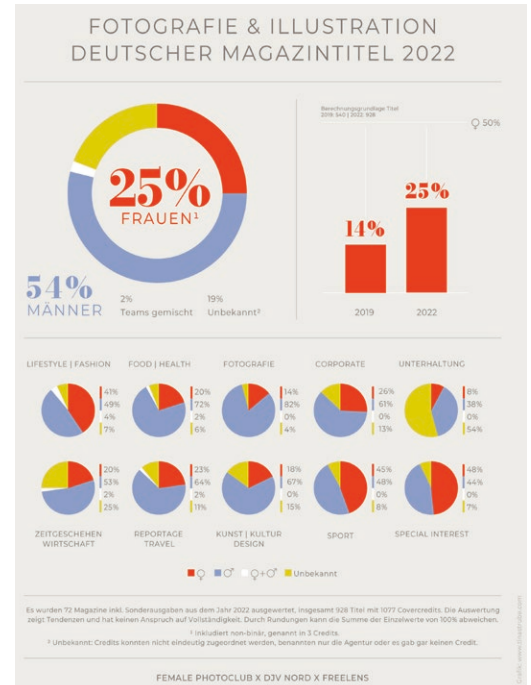
a) Frauen: Im Credit wurde eine Frau genannt (inkludiert non-binäre Personen).

b) Frauen-Männer-Teams: Im Credit wurde ein Team aus einer Frau und einem Mann genannt, die an der Erstellung des Covers gemeinsam beteiligt waren.

c) Männer: Im Credit wurde ein Mann genannt.

d) Unbekannt: Im Credit wurde keine eindeutig zuordenbare Person benannt, sondern etwa nur eine Fotoagentur, das Magazin selbst oder ein Künstlernaam. Auch Fälle ohne jede Angabe eines Cover-Credits sind in dieser Kategorie enthalten.

Von den insgesamt 928 ausgewerteten Magazintiteln sind 1077



Credits erfasst worden, da diese teilweise auch aus Kombinationen mehrerer Fotografien und Illustrationen sowie aus Fotografen- und Illustratoren-Teams bestanden. Fazit: Es geht voran mit einer ausgewogenen Beauftragung und Chancengleichheit, aber es gibt noch eine Menge brachliegendes Potenzial. **red**



Foto: Wolfgang Minich

# Sieh mal, wer da lauscht

**Rezension:** Die französischen Investigativjournalisten Laurent Richard und Sandrine Rigaud dokumentieren in der „Akte Pegasus“ heikle Informationsflüsse

„Diese neuen Recherchen, die wir gerade in Betracht zogen, hatten das Potenzial, zu Enthüllungen vom Kaliber Wikileaks oder denen Edward Snowdens zu werden, sehr viel größer und heikler als alles, was Forbidden Stories je angepackt hatte – mit einem entsprechend größeren Gefahrenpotenzial“, schreibt der französische Investigativjournalist Laurent Richard in seinem gemeinsam mit seiner Kollegin Sandrine Rigaud verfassten Buch „Die Akte Pegasus“, das im Februar erschienen ist.

Den Anfang machte eine Liste mit 50.000 Mobiltelefonnummern auf der ganzen Welt, deren Besitzerinnen und Besitzer mutmaßlich mit der Pegasus-Software des israelischen Unternehmens NSO angegriffen wurden. In der Strafverfolgung war Pegasus ein wichtiges Instrument: Infizierte es erfolgreich ein Smartphone, erhielt man Zugang zu allen gespeicherten Informationen. Kamera und Mikrofon ließen sich vom Nutzer unbemerkt einschalten und damit als Wanzen umfunktionieren, auch das Verschieken von verschlüsselten Nachrichten konnte geknackt werden. Pegasus verschaffte direkten Einblick in die Texteingabe vor dem verschlüsselten Versenden. Ein mächtiges Werkzeug, um Terrorverdächtige, organisierte Kriminelle und pädophile Straftäter zu überführen. Doch was, wenn es in falsche Hände gerät?

Mit diesem Verdacht trat das Sicherheitslab von Amnesty International an das von Richard gegründete Journalismus-Netzwerk Forbidden Stories heran mit der ellenlangen von einem Whistleblower geleakten Liste. Die Journalisten nahmen sich der Zahlenkolonne an und konnte alsbald den ersten Mobilfunknummern Namen zuordnen. Schnell wurde deutlich, dass NSO zwar stets beteuerte, ihre Software nur an rechtsstaatliche Sicherheitsbehörden zu verkaufen, Pegasus allerdings auch von fragwürdigen Regierungen wie in Marokko, Saudi Ara-

bien oder Aserbaidtschan missbraucht wurde.

Unter den mittels Pegasus ausgespähten Zielen fanden sich Oppositionspolitiker, Menschenrechtsaktivisten und jede Menge kritisch berichtende Journalistinnen und Journalisten. Auch im privaten Umfeld des mutmaßlich im Auftrag des saudischen Prinzen brutal ermordeten Journalisten Jamal Khashoggi fanden sich Spuren von Pega-



sus-Angriffen. Nicht weniger als kontinuierlichen und systematischen Missbrauch – ähnlich einer real gewordenen Version von 1984 – haben die Journalistinnen und Journalisten aufgedeckt. Dafür galt es 80 Kolleginnen und Kollegen von 17 Medienunternehmen auf vier Kontinenten und in elf Zeitzonen zu koordinieren – eine organisatorische Meisterleistung.

Kein Medienhaus hätte diese umfangreiche Recherche alleine stemmen können, die auch technisch äußerst herausfordernd war. Die weltweit geleakten Smartphones galt es physisch aufzufinden und mittels IT-Forensik auszuwerten; bei 65 ist es schließlich gelungen. Alles unter enormen Zeit-

druck und höchster Geheimhaltung, denn die Recherchen würden früher oder später von dem auf Cyberspionage spezialisierten Unternehmen entdeckt werden. Ein Fehler war dafür ausreichend.

Alle beteiligten Journalistinnen und Journalisten sowie die unrechtmäßigen Opfer der Spionage durften sich nicht zu früh aus der Deckung wagen und mussten so abhörsicher wie möglich untereinander kommunizieren. Allein das war eine Herkulesaufgabe. Schließlich berichteten – trotz rechtlicher Drohgebärden seitens NSO – im Sommer 2021 koordiniert von Forbidden Stories alle an der Recherche beteiligten Medien, darunter LeMonde, Die Zeit, Süddeutsche Zeitung, Guardian, Washington Post und weitere.

„Die Akte Pegasus“ zeigt auf, wie große internationale Recherchen im Verbund gelingen können und liest sich streckenweise wie ein Thriller. Obwohl der Ausgang mit den Veröffentlichungen bekannt ist, fiebert man auf jeder Seite mit. Ein großes Manko sind jedoch an vielen Stellen fehlende Quellenangaben. In manchen Kapiteln ist nicht ersichtlich, ob Informationen und Zitate aus eigener Recherche oder beispielsweise Medienberichten stammen – und manche Angaben sind schlicht kryptisch: „... erzählte Assiri einer westlichen Zeitung“. Wer erwähnte Medienberichte im Original lesen möchte, muss seinerseits (aufwendig) auf die Suche gehen.

Überraschenderweise mangelt es ausgerechnet bei einem solch brisanten und mit höchstem Aufwand bestens recherchierten Thema in der nachträglichen Buchform stellenweise an der journalistischen Sorgfaltspflicht – die scheinbar auch das Lektorat des Droemer Verlags nicht vermisst hat. Dabei sollte es doch allerspätestens seit der Causa Relotius Standard sein, Quellen offenzulegen. Unterm Strich bleibt aber eine spannende, erhellende und motivierende Lektüre. **Jens Brehl**



### **Bürokräft im Sekretariat (m/w/d)**

Der Deutsche Journalistenverband Landesverband Hessen vertritt die Interessen von rund 2.300 Journalistinnen und Journalisten. Zur Verstärkung unseres kleinen Teams suchen wir ab sofort unbefristet und in Vollzeit (39 Stunden) eine Bürokräft im Sekretariat.

#### **Ihre Aufgaben:**

Sie sind Ansprechpartner für unsere Mitglieder und unsere Gremien. Sie bearbeiten den Posteingang, managen die Dokumentenablage und pflegen die Daten in unserer Mitgliederverwaltung. Ferner unterstützen Sie Ihre Kolleginnen bei der Organisation und Durchführung von Sitzungen und Veranstaltungen.

Für diese Position suchen wir eine kompetente und engagierte Persönlichkeit, die die klassischen Sekretariatsaufgaben beherrscht. Sie zeichnen sich durch Organisationstalent aus und überzeugen durch gute Umgangsformen.

#### **Das bringen Sie mit:**

- abgeschlossene kaufmännische Ausbildung oder vergleichbare Qualifikation
- buchhalterische Kenntnisse
- gute PC-Kenntnisse und sicherer Umgang mit MS Office, Kenntnisse im Umgang mit einem Programm zur Mitgliederverwaltung sind von Vorteil
- selbstständige, strukturierte und problemlösungsorientierte Arbeitsweise
- Teamfähigkeit, Engagement und Zuverlässigkeit gehören zu Ihren Stärken
- sehr gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift
- idealerweise Vorkenntnisse aus einem Verband oder einer Gewerkschaft

#### **Das bieten wir:**

- langfristige Perspektive
- eine angemessene Vergütung
- eine verantwortungsvolle und abwechslungsreiche Tätigkeit
- ein Arbeitsplatz in verkehrsgünstiger Lage von Wiesbaden
- zusätzliche Sozialleistungen

#### **Haben wir Ihr Interesse geweckt?**

Dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftigen Unterlagen inklusive frühestmöglichem Eintrittstermin und unter Angabe Ihrer Gehaltsvorstellung. Bewerbungen senden Sie bitte in einer PDF-Datei mit dem Stichwort „Bewerbung“ ausschließlich per Mail an [Bewerbung@djv-hessen.de](mailto:Bewerbung@djv-hessen.de).

DJV Landesverband Hessen  
Gewerkschaft der Journalisten  
Rheinbahnstraße 3  
65185 Wiesbaden