

**Herausgeber und Verlag: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP) gGmbH,
Emil-von-Behring-Str. 3, 60439 Frankfurt am Main.**

Geschäftsführer: Direktor Jörg Bollmann

Amtsgericht Frankfurt am Main HRB 49081

USt-ID-Nr. DE 114 235 916

Verlagsleiter: Bert Wegener.

Chefredakteur der epd-Zentralredaktion: Karsten Frerichs.

epd medien: Diemut Roether (verantw.), Michael Ridder, Ellen Nebel.

Erscheinungsweise: einmal wöchentlich epd medien (Druckausgabe als PDF). Plus fünf Mal wöchentlich epd medien aktuell (elektronisch als PDF-Datei).

Bezugspreis Online-Abonnement monatl.: 68,15 Euro.

Verlag/Bestellservice (Adresse siehe oben unter GEP): Tel: 069/58098-190,

Fax: 069/58098-226, E-Mail: kundenservice@gep.de

Redaktion epd medien (Adresse siehe oben unter GEP): Tel: 069/58098-135,

Fax: 069/58098-261, E-Mail: medien@epd.de

© GEP, Frankfurt am Main

Alle Rechte vorbehalten. Die mit dem Abo-Vertrag erworbene Nutzungsgenehmigung für epd medien online gilt nur für einen PC-Arbeitsplatz. epd medien darf nur mit Zustimmung des Verlags weiterverwertet, gedruckt, gesendet oder elektronisch kopiert und weiterverbreitet werden.

**Anfragen richten Sie bitte an die epd-Verkaufsleitung (Adresse siehe oben unter GEP),
Tel: 069/58098-259, Fax: 069/58098-300, E-Mail: verkauf@epd.de**

Haftungsausschluss:

Jede Haftung für technische Mängel oder Mängelfolgeschäden ist ausgeschlossen.

[hier geht's weiter >>>](#)

epd medien

Frankfurt am Main ■ www.epd.de

19. April 2019 **16**

INHALT

DOKUMENTATION

„Zurück in die Zukunft – Push the Button!“

32. Journalistentag am 26. Januar 2019 in Berlin

Frank Werneke über den Wert guter Ausbildung für Journalisten	3
Vanessa Vu und Klaus Schrage über Journalismus heute	5
Jan Henning Rogge über das klassische Verlagsvolontariat	8
Michael Neugebauer über das Volontariat bei einer Rundfunkanstalt	10
Henriette Löwisch über die Ausbildung in der Journalistenschule	11
Carina Fron über Ausbildung im praktischen Leben	12
Diskussion über die Weiterbildung von Journalisten	14
Andrea Röpke über Recherchen in der rechten Szene	19

Lebenslanges Lernen. Aus- und Weiterbildung im Journalismus

epd Die gute Nachricht ist: Junge Journalisten werden wieder gesucht. Das berichtete Henriette Löwisch, die Leiterin der Deutschen Journalistenschule in München, beim Journalistentag der Deutschen Journalistinnen- und Journalistenunion in Berlin. Sie werde oft angerufen und gefragt, ob sie jemanden empfehlen könne.

Und was lernen junge Journalistinnen, die in den Beruf wollen? Praxis war ein Aspekt, den alle Ausbilder bei der Tagung betonten, ebenso wie Crossmedialität. Wer beim „Mindener Tageblatt“ volontiere, sei hinterher auch in der Lage „eine Videokamera richtig zu halten“, sagte Ausbildungsredakteur Jan Henning Rogge. Und an der Electronic Media School (EMS) in Potsdam wurden „Smartproduktionen schon gemacht, bevor es den Bericht gab“, sagte Leiter Michael Neugebauer. Aus Sicht der jungen Journalisten ist es jedoch immer noch mühsam, in den Beruf zu kommen. Die freie Journalistin Carina Fron berichtete, wie schwer es sein kann, Ideen an die Redaktionen zu verkaufen, und Vanessa Vu, Redakteurin bei „Zeit Online“, sagte, die jungen Journalisten müssten sich „absurd hoch qualifizieren“, um überhaupt eine Chance zu haben.

Und was ist mit denen, die schon seit Jahren im Beruf sind? Qualifizieren sie sich weiter? Bekommen sie überhaupt die Chance dazu? Adrian Schimpf, Leiter Personal und Recht bei der Madsack Mediengruppe berichtete von regelmäßigen Schulungen für alle Redaktionen. Sein Verlag gehe davon aus, dass die Schulungen immer weiter geführt werden müssten, da die Technologien sich auch stetig weiter entwickeln. Auch in der Funke Mediengruppe gibt es ein großes Weiterbildungsangebot.

Die Medienakademie von ARD und ZDF ist nach Angaben von Martina Lenk, Geschäftsbereichsleiterin Programm und Gestaltung, der größte Ausbilder im Medienbereich im deutschsprachigen Raum. Allerdings stellt auch Lenk fest, dass die Zeit für Weiterbildung immer knapper wird. Gefragt werde, ob der Inhalt, der früher in fünf Tagen vermittelt wurde,

nicht auch in drei Tagen geschafft werden kann. Und Ulrike Dobelstein-Lütke, Leiterin Weiterbildung der Hamburg Media School, berichtete, dass die traditionellen Medienunternehmen sich schwerer mit dem Thema Innovation tun als Mittelstandsunternehmen aus dem Marketing.

Aus- und Weiterbildung bleiben also wichtige Themen, wenn es um die Frage geht, wie Qualität im Journalismus gesichert werden kann. Im Zwiegespräch der jungen Generation mit der alten klang an, dass beide manchmal das Teamgefühl vermissen und sich mehr Austausch wünschen würden, mehr Verständnis füreinander. Dass Journalisten auch voneinander lernen können, scheint nicht in allen Redaktionskulturen verankert zu sein. Und Redaktionen werden zwar allmählich diverser, doch weiterhin gibt es da viel Nachholbedarf.

Die freie Journalistin Andrea Röpke berichtete schließlich von ihren Recherchen im rechten Milieu und von den Anfeindungen, denen sie sich immer wieder ausgesetzt sieht. Anfeindungen, die auch von einer demokratisch gewählten Partei wie der AfD ausgehen.

Wie es Journalisten ergehen kann, die Zweifel an der Glaubwürdigkeit der eigenen Kollegen anmelden, war unlängst im Fall Relotius beim „Spiegel“ zu beobachten. Der Kollege Juan Moreno, der Verdacht schöpfte, recherchierte auf eigene Faust, um die Fälschungen aufzudecken, in der Redaktion des „Spiegel“ fand er zunächst kaum Rückhalt. Für solche Fälle forderte der stellvertretende ver.di-Vorsitzende Frank Werneke eine Beschwerdestelle, an die sich alle wenden können, die einen Verdacht haben.

Wir dokumentieren die Tagung „Zurück in die Zukunft. Push the Button“, die am 26. Januar in Berlin stattfand, mit freundlicher Genehmigung und Unterstützung der dju. Einige Texte wurden aus technischen Gründen leicht gekürzt.



Diemut Roether

IMPRESSUM

Herausgeber und Verlag:
Gemeinschaftswerk der Evang.
Publizistik (GEP) gGmbH in
Frankfurt am Main. HRB 49081
USt-ID-Nr. DE 114235 916
Geschäftsführer:
Direktor Jörg Bollmann
Verlagsleiter: Bert Wegener

Chefredakteur der epd-Zentralredaktion:
Karsten Frerichs
epd medien und epd medien aktuell:
Diemut Roether (Verantw. Redakteurin),
Michael Ridder, Ellen Nebel
Emil-von-Behring-Straße 3
Briefe: Postfach 50 05 50
60394 Frankfurt am Main
Telefon (069) 5 80 98-209
Telefax (069) 5 80 98-261

E-Mail: medien@epd.de
kundenservice@epd.de

Erscheinungsweise: einmal
wöchentlich. (Druckausgabe)
Monatsabonnement: Druckausgabe
plus fünf Mal wöchentlich epd
medien aktuell (elektronisch)
78,20 Euro inkl. MWSt. Inland,
Ausland auf Anfrage.

Nachdruck nur mit Vertrag.

Anzeigen:
m-public Medien
Services GmbH
Zimmerstraße 90
10117 Berlin
Tel.: (030) 32 53 21-432
Fax: (030) 32 53 21-444
E-Mail: christoph@m-public.de
Druck: druckhaus köthen
Friedrichstr. 11/12
06366 Köthen (Anhalt)

„Sauberes Handwerk“

Frank Werneke über den Wert guter Ausbildung für Journalisten

„Zurück in die Zukunft“ heißt das Motto unserer heutigen Veranstaltung und das nehme ich gerne zum Anlass, tatsächlich mal einen kurzen Blick zurück zu wagen, bevor wir uns der Zukunft zuwenden, die ja zweifelsohne – und das freut mich total, das Publikum hier heute prägt. Ich habe schon die erste Beitrittserklärung von einer Volontärin auf meinem Tisch liegen, hoffe, dass mehr dazu kommen und freue mich ganz, ganz doll, hier so viele junge Kolleginnen und Kollegen zu sehen.

Für euch Nachgeborene, 1985 kam der erste Teil des Films „Zurück in die Zukunft“ in die Kinos. Lang ist es her. Wir erinnern uns, Marty McFly, gespielt vom jungen Michael J. Fox, reist mit seinem DeLorean, einem zur Zeitmaschine umgebauten Sportwagen in die Vergangenheit. Dort verändert er die Zukunft, was bekanntermaßen recht knifflig ist, sich aber ganz nach Hollywoodmanier natürlich zum Besseren wendet.

„Reichlich potenzielle Opfer“

Fast zur selben Zeit, nämlich im Jahr 1986 gab es den ersten Journalistentag damals noch der IG Medien. Unser Medienreferent Stephan Kolbe ist mal ins Archiv gegangen und hat in der „Feder“, einem Vorläufer der „Menschen Machen Medien“, unserer medienpolitischen Zeitschrift, nachgesehen, welche Themen 1986 die Kolleginnen und Kollegen bewegt haben, welche Debatten damals geführt wurden.

Dabei haben wir eine interessante Meldung entdeckt, die zu unserem heutigen Thema passt. Die „Feder“ schreibt da, ich zitiere: „Die bereits im Februar mit großem Propagandawirbel für Herbst 1986 angekündigte Journalistenschule Axel Springer findet offenbar reichlich potenzielle Opfer. Nach Auskunft des Springer-Vorstandsvorsitzenden Peter Tamm haben sich bisher mehr als zweitausend junge Menschen um einen der Ausbildungsplätze beworben. Aufgrund dieser enormen Resonanz hat der Verlag die Zahl der Volontärsstellen um weitere zehn auf insgesamt 85 aufgestockt.“

Die Axel Springer Journalistenschule heißt heute Axel Springer Akademie und bildet laut Wikipedia jährlich etwa 40 Journalistinnen und Journalisten aus. Die Zahl der Bewerberinnen dürfte deutlich unter 2.000 liegen, zumindest sind sinkende Bewerberzahlen der Trend, von dem wir aus der Branche hören. Und ich möchte an dieser Stelle gar nicht darüber mutmaßen, warum sich auch die Zahl der Volontärsstellen seitdem mehr als halbiert haben könnte und ob das etwas über den

Stellenwert der journalistischen Ausbildung oder der journalistischen Arbeit im Springer-Verlag aussagt.

Auf jeden Fall aber zeigt es: Das Thema Ausbildung war damals relevant und ist es noch heute. Dass wir heute erneut ein volles Haus haben, bestätigt das und es freut mich sehr. Denn es ist keine Übertreibung, wenn ich sage, dass die Anforderungen an den Journalismus gestiegen sind. Zwar besteht das journalistische Handwerk wie gehabt im Wesentlichen aus Recherchieren, wissen wir alle, einem Thema auf den Grund gehen, realisieren, aufschreiben, drehen, fotografieren, redigieren, das Produkt zur Veröffentlichung fertigstellen.

„Eierlegende Wollmilchsäue“

Wir alle aber wissen, dass sich die Arbeitsabläufe verändert, vor allem aber erheblich verdichtet haben. Das Recherchieren ist zwar manchmal einfacher geworden dank des Internets mit seinen unzähligen Quellen und der kurzen Kommunikationswege, gleichzeitig ist es heute aber auch viel komplexer, wenn es darum geht, beispielsweise in riesigen digitalen Datenbergen die richtigen Informationen herauszufiltern und zu interpretieren. Das Realisieren verlangt zunehmend technische Fähigkeiten. Ohne online geht heute gar nichts mehr, das wissen wir alle und die Kolleginnen und Kollegen werden mehr und mehr zu eierlegenden Wollmilchsäuen.

Und neben das tritt zunehmend auch das Thema Vermarktung. Die freien Kolleginnen und Kollegen hier wissen, wovon ich spreche, denn wer heute als Freiberuflerin oder Freiberufler im Job bestehen will, kommt um gute Netzwerke, ein Mindestmaß an Selbstvermarktung und ökonomisches Denken überhaupt nicht herum.

Dass hier kein falscher Eindruck entsteht – viele der Kenntnisse und Fähigkeiten, die es heute braucht, sind sinnvoll und spannend. Sie eröffnen viele neue Möglichkeiten gerade technischer Art. Neue Tools können nicht nur Spaß machen, sondern auch helfen, Geschichten anders und neu zu erzählen, die Leser-, Zuhörerschaft anders zu packen und anzusprechen. Und all das braucht nun mal eine solide Aus- und Weiterbildung der Journalistinnen und Journalisten.

Wir entdecken da zwei wichtige Trends: Die Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteiger drängen heute früher in den Job, sie sind jünger als noch vor Jahren oder

Jahrzehnten dank G8, Bachelorstudiengängen und dem Wegfall von Wehrpflicht und Zivildienst. Die akademische Ausbildung ist wesentlich verschulter geworden. Das bedeutet, dass der journalistische Nachwuchs das Handwerk verstärkt dort lernen muss, wo es stattfindet, nämlich in den Redaktionen. Ob diese dafür gewappnet sind, auch was die Weiterbildung derjenigen betrifft, die keine Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteiger sind, unter anderem darum wird es heute natürlich ganz wesentlich gehen.

„Die Währung Vertrauen“

Dass an guter Aus- und Weiterbildung jedenfalls kein Weg vorbeiführt, zeigt ein ganz besonderer Aspekt des Journalismus – das Vertrauen in das journalistische Produkt. Bei der Refinanzierung journalistischer Arbeit, die durch die Digitalisierung ja bekanntlich äußerst schwierig geworden ist, ist die Währung Vertrauen noch einmal mehr im Wert gestiegen. Und Vertrauen braucht nun mal ein sauberes Handwerk. Saubere Recherche. Sauberes Realisieren. Sauberes Redigieren.

Der Fall Claas Relotius beim „Spiegel“ offenbart, dass es eben auch gründlich schiefgehen kann. Dabei sollten wir gar nicht in erster Linie mit dem Finger auf jemanden zeigen, der offenbar auch ein gehöriges Maß an krimineller Energie an den Tag gelegt hat. Aber der Fall Claas Relotius zeigt, dass man an den Strukturen ansetzen kann und muss, um sicherzustellen, dass Vertrauen nicht enttäuscht wird.

Es war zunächst ein Kollege im eigenen Haus beim „Spiegel“, Relotius' Koautor Juan Moreno in den USA, dem Zweifel an der Glaubwürdigkeit von Relotius' Storys kamen. Diese äußerte er gegenüber dem „Spiegel“ und erlebte, was Whistleblowern auch aus anderen Branchen regelmäßig geschieht: anstatt seinen Befürchtungen nachzugehen, professionell zu gucken, was da passiert ist, wurde Druck auf Juan Moreno ausgeübt. Sein eigener Job sei in Gefahr bei einer Falschanschuldigung. Sich gegen eine vermeintliche Koryphäe zu stellen und ihn der Lüge zu bezichtigen, hat sicher einiges an Mut gefordert. Und letzten Endes waren es Morenos eigene Nachrecherchen auf eigene Kosten, auf eigenes, hohes persönliches Risiko, die zur Aufdeckung des Falls Claas Relotius geführt haben.

Daraus lernen wir, es braucht bessere Strukturen bei Verdachtsfällen im Journalismus. Wir denken da bei-

spielsweise an eine Beschwerdestelle, so wie wir sie für andere Branchen auch fordern, wo jemand sich im Schutze der Anonymität, aber in sicherer professioneller Atmosphäre hinwenden kann, wenn es den Verdacht gibt. Dass niemand ein eigenes Risiko eingehen muss, um sicherzustellen, dass der Journalismus sauber bleibt. Denn Vertrauen aufzubauen, das dauert lange. Das wissen wir alle. Vertrauen zu verspielen geht sehr schnell.

„Eine Haltung erarbeiten“

Ich bin überzeugt, dass Vertrauen in das journalistische Produkt auch von Haltung lebt, zu wissen, woran man bei jemandem ist. Lernen kann man eine persönliche Haltung sicher nicht, weder im Volontariat noch an der Hochschule. Man kann aber in guter Aus- und Weiterbildung das Rüstzeug dazu erwerben, eine Haltung einzunehmen. Sich durch Recherche Wissen anzueignen und eine Haltung zu erarbeiten und diese mit Fakten und Argumenten zu untermauern, auch das zeigt, wie wichtig Aus- und Weiterbildung sind und das zeigt auch, wie wichtig es ist, dass wir heute Nachmittag noch jemanden haben wie Andrea Röpkke, die genau zum Thema Haltung auch sehr klare Worte finden wird, was ihre eigenen Recherchen im Neonazimilieu angeht.

Marty McFly übrigens, der Held aus „Zurück in die Zukunft“, reist nicht nur in die Vergangenheit, um seine Zukunft zum Besseren zu wenden, im zweiten Teil des Films reist er auch in die Zukunft ins Jahr 2015 – jetzt auch schon ein paar Jahre her, um seinen künftigen Sohn von einem Fehler abzuhalten. Übersetzt auf unseren Journalistentag könnte es heißen, was wollen wir uns mit Blick auf die Errungenschaften bewahren in Sachen Aus- und Weiterbildung, aber auch, was müssen wir im Hier und Jetzt anpacken, damit der Journalismus und journalistische Arbeit eine gute Zukunft haben? In diesem Sinne danke ich jetzt schon mal fürs Zuhören und wünsche uns einen spannenden und erkenntnisreichen Tag. Vielen Dank.

*

Frank Werneke ist stellvertretender Vorsitzender der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di. Da Werneke erkrankt war, wurde seine Begrüßung von dju-Bundesgeschäftsführerin Cornelia Berger vorgetragen.

■

„Wir brauchen Vielfalt“

Vanessa Vu und Klaus Schrage über Journalismus heute

Vanessa Vu: Ich dachte, ich fange an, wurde mir mal gesagt. Wir haben am Anfang übrigens verglichen, wie wir uns vorbereitet haben. Das sind meine Notizen.

Klaus Schrage: Das sind meine.

Vanessa Vu: Völlig klischeehaft werden wir jetzt in unsere Rollen treten. Also hallo, meinen Namen hatte Tina Groll schon freundlicherweise gesagt. Und ich stehe hier gegen alle Wahrscheinlichkeit. Ich bin 27 Jahre jung, weiblich, Arbeiterkind, Migrationshintergrund und jetzt kommt das Beste – ich habe seit Januar einen unbefristeten Vertrag bei „Zeit Online“. Ja, alles das ist nicht normal in deutschen Redaktionen. Sie wissen es wahrscheinlich selber, wenn Sie in Ihre eigenen Redaktionen gucken. Der Durchschnittsjournalist ist ein weißer deutscher Mann, Mitte 40, Mittelschicht, Akademikerkind. Aber so fair muss man sein, die meisten Redaktionen ändern sich. Weil, je prekärer der Job, desto weiblicher der Nachwuchs. Ich weiß noch nicht, ob das eine gute Nachricht ist. Der Rest scheint abgesehen von einzelnen Redaktionen kaum aufzubrechen.

„Das Einheitsbrei-Problem“

So, jetzt können Sie sich fragen, warum rede ich hier nun über Diversität, wo ich doch erklären soll, was junge Journalisten antreibt und was sie so machen und warum sie so ungern in den Journalismus gehen und dort auch bleiben. Ich glaube, dass das Nachwuchstalente-Problem sich nicht ohne das Einheitsbrei-Problem erklären lässt. Weil meine These ist oder meine Erfahrung ist, wenn Redaktionen Homogenität ausstrahlen und das manchmal mit einer gewissen Selbstgerechtigkeit, dann schüchtern sie alle ein, die anders sind. Die jünger oder weiblicher sind, die andere soziale oder kulturelle Hintergründe mitbringen.

Meinesgleichen wird Ihnen viele Geschichten von Leuten erzählen können, also älteren Kollegen, die einem aus Prinzip misstrauen, die gewisse Sprüche haben, die einem gewisse, sehr unbeliebte Aufgaben zuschieben, die Arbeitsstellen blockieren, obwohl sie selber keine Lust mehr auf Arbeit haben und keine Lust mehr auf technischen Fortschritt und einem einfach das Leben schwermachen.

Nun kann man natürlich sagen, ja, war früher bestimmt auch so. Was habe ich für einen deutschen Spruch gelernt, den ich immer noch nicht kann? Lehrjahre sind keine Herrenjahre. Ich bin richtig schlecht in deutschen Sprichwörtern, aber das ist ein Vorteil in diesem Beruf. Aber die Sache ist, dass wir nach so einem Motto nicht

weiterleben können, weil Journalismus heute einfach nicht mehr der coolste Job ist. Ich liebe ihn trotzdem, aber wir wissen alle, es gibt kein Geld für die großen, sauber recherchierten Geschichten. Wenn wir über unseren Beruf sprechen, zucken Leute im Small Talk im besten Fall die Schultern. Im *worst case* muss man mit denen ständig über Fake News diskutieren.

Der Druck und die Arbeitszeitverdichtung sind enorm. Wir müssen uns – gerade die Jungen, beobachte ich, ich höre kaum von Quereinsteigerinnen und Quereinsteigern – wir müssen uns absurd hoch qualifizieren mit vielen unbezahlten oder schlecht bezahlten Praktika. Wir brauchen Skills in Schrift, Wort, Video und Social Media, um später vielleicht in diesen Beruf reinzukommen. Ganz viele fallen schon in der Schulzeit raus, weil sie keine Lust auf diesen Stress haben und später dann in Praktika, weil sie entmutigt werden oder weil sie dann doch gar nicht reinkommen und finanziell irgendwelche Absicherung finden.

„Früher waren die Männer noch weißer“

Dabei hätten wir jungen Leute so viele andere Optionen. Optionen, wo das Arbeitsumfeld diverser ist, wertschätzender uns gegenüber, innovationsfreudiger und die vor allem ein Vielfaches bezahlen. Aber ich will mich persönlich nicht beklagen. Also mir geht es gut und es gibt auch gute Beispiele, ich sehe die Redaktionen, wo sich Dinge verändern.

Ich selber bin bei einem Arbeitgeber, bei dem ich sehr gerne arbeite, weil das Umfeld jung ist, weil ich sehe, dass sie sich Mühe geben, sich diverser aufzustellen. Und außerdem ist es, Tina Groll hat es gesagt, ein wirklich sehr schöner Beruf und ich glaube auch, dass jede Krise ein Umbruch ist.

Ich bin Generation Krise. Seit ich politisch denken kann, höre ich immer das Wort Krise. Jede Art von Krise. Deswegen ist es für mich nichts Außergewöhnliches. Ich mag es. Krise ist Chaos. Chaos macht mir keine Angst. Chaos macht mir Neugierde. Chaos bedeutet nämlich auch, dass Schlechtes gehen und Gutes kommen kann.

Klaus Schrage: Das Schöne an der Digitalisierung, das sieht man an den elektronischen Notizen, ist, dass man seine Schrift hinterher lesen kann. Könnte ich jetzt nicht so. Früher waren die Männer tatsächlich noch weißer. Da gab es dann sogar die weißen Journalisten, die erst mit 75 in Rente gegangen sind. Das hat aufgehört. Die haben ewig blockiert. Was ich sagen will, wir sind natürlich als gewerkschaftlich organisierte Journalisten manchmal ein bisschen enttäuscht von euch. Weil

wir sagen, wir haben in den Tarifverhandlungen was rausgeholt für die jungen Journalisten, aber wenn man überlegt, wo seid ihr denn, wie viele Mitglieder haben wir in deinem Alter, wie viele Mitglieder haben wir unter 30 und wo sind die dann, wenn gestreikt wird, dann sind wir manchmal ein bisschen enttäuscht.

Und ich meine auch, gerade in Onlineredaktionen, nicht in deiner, aber in so einer mittelständischen Online-GmbH, ihr lasst euch immer so verarschen. Weil, man schafft da so eine Atmosphäre, der Chef ist zwar 20 Jahre älter, der verdient das dreifache Gehalt, aber der solidarisiert sich durch das Tragen eines Kapuzenpullis. Mag sein eine Edelmarke, aber es ist ein Kapuzenpulli. Dadurch zeigt er, er gehört zu euch. Ihr dürft eure Chefs duzen. Während der alte Opa wie ich in die Teeküche geht, habt ihr euren Coffee-Point. Ihr kriegt kostenlose Getränke. Ihr habt ein Sofa, einen Kicker, eine Tischtennisplatte. Es wird alles inszeniert, als wäre es eine nachgelagerte Uni oder als hätte dieser alte Verlag ein Gründerzentrum gebaut, in dem sich dann die jungen Menschen so richtig kreativ austoben können. Und der Mist dabei ist, dahinter sitzt der Betriebswirt, der reibt sich die Hände und sagt: „Die machen es doch für 2.000 Euro im Monat, warum soll ich denen mehr zahlen?“ Und da würde ich mir von euch mehr wünschen: dass ihr sagt, nein, das lassen wir uns nicht gefallen, da lehnen wir uns auf. Und da würden wir auch gerne helfen, die alten, weißen Männer.

„Das muss man sich leisten können“

Vanessa Vu: Darauf würde ich tatsächlich eingehen. Ich habe eine Antwort, die vielleicht gar nicht so gefällt. Ich bin ja selber nicht so aktiv. Ich war noch bei keinem Journalistenstreik. Ich bin bei anderen Gelegenheiten auf der Straße. Es ist eine richtig schlechte Ausrede, aber sie ist wahr: Keine Zeit. Bestimmt würde ich sie irgendwie finden, aber ich habe schon darüber gesprochen, dass ich es absurd hart finde, in den Journalismus zu kommen. Dass Leute, die auf Journalistenschulen gehen, einen Masterabschluss mitbringen, dass man nicht nur zwei Praktika macht, sondern wie viele meiner Kommilitonen damals irgendwie zwischen fünf und zehn Praktika. Das muss man sich auch erst mal leisten können. Und in dem ganzen Rennen gehen leider andere, sehr wichtige Dinge verloren. Also ich nehme die Kritik an. Aber was ich noch besser finde, ist mehr Solidarität. Warum sollen und müssen wir uns darum auch noch kümmern? Ja, ich sehe, dass wir es so machen müssen. Aber es ist irgendwie auch ein bisschen viel. Wir sind nicht die, die Leute einstellen zum Beispiel. Wir wollen einfach erst mal in irgendeiner Form reinkommen.

Klaus Schrage: Inwieweit frustriert euch, dass ihr seht - kommen wir noch mal zu den alten, weißen Männern

-, ihr seid ungefähr drei Mal so qualifiziert wie die, die schon da sind. Euch fehlt natürlich zehn Mal so viel Erfahrung, aber im Grunde genommen kommt ihr mit einem viel, viel größeren Bildungsstand, mit einem viel größeren, auch facettenreicheren Wissen in den Job als beispielsweise jemand wie ich, der halt mal irgendwann angefangen hat in einem Volontariat und dann übers Dorf gegangen ist, in die Lokalredaktionen. Aber im Grunde genommen wisst ihr in der Regel viel mehr. Inwieweit beobachtet ihr das und inwieweit nervt euch das?

Vanessa Vu: Ich kann jetzt nicht für alle sprechen, aber meine Beobachtung ist, dass es frustrierend ist. Es ist bestimmt früher auch so gewesen, dass man als Berufseinsteiger natürlich nicht die gleiche Erfahrung mitbringt. Aber letzten Endes wünsche ich mir, dass wir einfach alle Kollegen sind. Ich habe viele Dinge zu lernen. Ich bringe Inhalte mit. Aber ich bin natürlich nicht so fit wie Kollegen, die seit 20, 30 Jahren Texte redigieren. Ich kann einfach nicht in der Geschwindigkeit redigieren. Aber dass wir sehen, dass wir im Grunde alle ein Team auf Augenhöhe sind, wo jeder seine Fähigkeiten mitbringt und genauso zusammenarbeiten. Und einfach das Hierarchiedenken, ich bin länger dabei und deswegen kann ich alles besser und du Grünschnabel, guck doch erst mal, das ist eine Haltung, die mich tatsächlich auch nervt. Wobei ich sagen muss, dass ich sie gar nicht so viel erlebe, wie ich es in gewissen Praktika erlebt habe.

„Wir haben jetzt Kunden“

Klaus Schrage: Es gibt so Bestrebungen im Umgang mit Journalisten, bei Pressestellen von Kommunen, Parteien, von Wirtschaftsverbänden, dass sie sagen, wenn du ein Interview haben willst, dann komm bitte nicht vorbei, sondern schreibe uns eine E-Mail oder irgendeine Nachricht und wir beobachten die dann. Ich vermute, dass junge Menschen vielleicht aufgrund des eigenen Kommunikationsverhaltens einfach leichter darauf einsteigen. Aber ihr nehmt euch natürlich die Chance, jemand zu hören. Da hört man ja auch oft, ob dem was unangenehm ist oder so. Oder jemand anzuschauen, jemand während eines Interviews zu beobachten. Aus meiner Sicht greift das gerade auch in diesen jungen Redaktionen, Onlineredaktionen ein bisschen um sich. Eine Tageszeitung erscheint jeden Tag in der Früh. Da weiß man ungefähr, die wird am Abend oder spätestens um Mitternacht fertig. Aber ihr habt natürlich den Audience-Developer, der schaut, wann die meisten Klicks generiert werden und der sagt dann, das Interview muss da und da fertig sein. Der hat natürlich eher die Garantie, dass es alles so ist, wenn das alles schriftlich geführt wird.

Und diese Bereitschaft, sich von Technik abhängig zu

machen. Wir hatten früher, als ich jung war, Leser, Hörer und Zuschauer. Dann ist irgendwann gekommen, wir haben jetzt Kunden. Wir müssen von unserem Thron runtersteigen und wir haben jetzt Kunden, die wir bedienen müssen. Da holt sich dann der Ressortleiter ein Fachbuch über Hirnforschung und dann kommt eine Software und dann kommen Algorithmen und da wird ein unfassbarer Aufwand getrieben, um herauszufinden, was der Kunde vielleicht haben möchte. Was dem vielleicht jetzt zum Lesen gefallen könnte. Und da denke ich mir, altmodisch, wie ich bin, es brächte doch viel mehr, wenn man diese ganze Energie mal weglässt und einfach sagt, wir schalten den Scheiß einen Tag lang ab und gehen auf die Straße und hören uns um und schauen, was die Leute sagen und wir machen uns unsere eigenen Gedanken und machen eine schöne Geschichte.

„Klickzahlen sind nicht alles“

Vanessa Vu: Ja, definitiv. Ich gehe erst mal auf das mit den schriftlichen Interviews ein. Ich finde, das ist eine Frage von Handwerk, tatsächlich. Bestimmt gibt es da Leute, die sich unter Druck setzen lassen. Ich habe es so gelernt, macht man nicht. Ich habe es in meinem Leben einmal gemacht, weil es gar nicht anders ging und wegen Zeitverschiebung und Zeitdruck. Aber normalerweise finde ich es eher schade, dass wir in Redaktionen so gebunden sind und Texte so schnell entstehen müssen, dass wir nicht die Zeit haben, die Leute persönlich zu treffen. Für mich ist der Unterschied nicht zwischen schriftlich und mündlich, sondern haben wir die Zeit und hat die Redaktion auch den Willen, dass man Leute wirklich rausschickt und sie persönlich an einen Tisch bringt zum Beispiel. Was ich immer sehr viel gewinnbringender finde, was im Alltag aber nicht so ist. Ich rufe meistens Leute einfach nur an, was super schade ist.

Dann das Zweite, was du gesagt hast, Klickzahlen. Ich glaube, es gibt ein Missverständnis oder Misstrauen gegenüber Technik. Klickzahlen sind nicht alles. Aber so wie ich es beobachte, finde ich es sinnvoll zu gucken, was die Leute interessiert. Nicht, um danach zu schreiben, sondern unter anderem um zu überprüfen, funktioniert vielleicht der Titel und der Teaser nicht, funktioniert die Bebilderung nicht? Ich finde es eine sehr sinnvolle Sache, um zu sagen, dieses Ding ist so wertvoll und wir haben so viel Recherche reingesteckt, aber vielleicht können wir es noch mal anders optimieren, um es trotzdem an die Leute zu bringen. Damit will ich nicht sagen, dass es natürlich Redaktionen gibt, die einfach für das Publikum schreiben.

Klar sollten wir rausgehen und mit den Leuten sprechen, aber was ich schön fände und mir mehr wünsche, ist

in den Zeiten von Vertrauenskrise in die Medien, dass Leute auch zu uns kommen und generell ein Dialog stattfindet. Nicht nur darüber, was sie interessiert, sondern wie wir arbeiten. Ich meine, Informationen sind ständig und überall sehr schnell verfügbar, das macht die Leute misstrauisch, weil sie nicht wissen, wie unsere Informationen eigentlich entstehen. Ganz viele Menschen wissen, dass ein Artikel ein Artikel ist. Aber nicht, dass es Kommentare, Reportagen, Nachrichten gibt. Dass es verschiedene Medien in Deutschland gibt, die unterschiedliche Ausrichtungen haben. Da finde ich, es wäre schön, wenn wir unsere Häuser mehr öffnen würden, transparenter sind und in den Dialog treten.

Klaus Schrage: Und wenn wir noch mehr Vielfalt hätten in den Medien, das wäre noch schöner. Ich meine, die Verschwörungstheoretiker sagen, sind ja sowieso bloß drei große Verlagshäuser, die die Meinung im Land bestimmen. Da sagt der Verschwörungstheoretiker natürlich, da kommt in der Früh die E-Mail aus dem Kanzleramt, bitte dieses und jenes schreiben. Und dann widerlege das mal. Aber ich glaube, wo wir uns auf jeden Fall einig sind, wir brauchen Vielfalt. Wir brauchen Vielfalt nicht bloß hinsichtlich der Zahl der Zeitungen. Wir brauchen auch vielfältige Zeitungen. Und wir brauchen, da gebe ich dir total recht, wir brauchen vielfältige Redaktionen, die auch die Menschen, die im Land leben, abbilden.

„Mehr Zeit zum Denken“

Vanessa Vu: Abbilden, anziehen und an sich binden. Alles. Ja.

Klaus Schrage: Also brauchen wir mehr Jobs. Wir brauchen...

Vanessa Vu: Mehr Geld.

Klaus Schrage: Wir brauchen mehr Geld. Und wir brauchen mehr Zeit zum Denken. Und wir brauchen mehr Spaß. Können wir uns da einigen?

Vanessa Vu: Da können wir uns einigen.

*

Vanessa Vu ist Redakteurin bei „Zeit Online“. Gemeinsam mit Minh thu Tran macht sie den Podcast „Rice and Shine“.

Klaus Schrage ist Lokalredakteur und Betriebsratsvorsitzender im Verlag Nürnberger Presse. ■

„Insel der Glückseligen“

Jan Henning Rogge über das klassische Verlagsvolontariat

Viele Wege führen nach Rom, aber noch viel mehr führen nach Minden. Viele kennen das Gesellschaftsspiel „Finden Sie Minden“ – wir sind der kleine Nabel der Welt. Wir haben beim „Mindener Tageblatt“ normalerweise drei Volos, von denen eine Stelle meist reserviert ist für Journalistik-Studierende der TU Dortmund. Die bleiben meist nur ein Jahr bei uns, manchmal aber auch zwei Jahre, wenn sie Lust haben. Wird diese Stelle nicht besetzt, was momentan durch Umstrukturierung der Fall ist, haben wir auch mal drei reguläre Volontäre.

Ich fange an mit dem Sprung ins kalte Wasser, den gibt es bei den meisten Tageszeitungen, die nach dem klassischen Tarifvertrag ausbilden. So funktioniert das Volontariat zumindest bei den kleineren Zeitungen, die sich nicht Units aufbauen, die dann verschulte Inhalte vermitteln und coole Akademien sind. Das klassische Volontariat dauert zwei Jahre, darf maximal auf 15 Monate verkürzt werden und seit Ende 2016 ist es möglich, es um drei Monate zu verlängern. Meist passiert das mit dem Argument, dass man jetzt auch diese coolen Online-Inhalte hat. Bei uns ist es tatsächlich so: Ich bin als Ausbildungsredakteur auch Digitalredakteur. Und bei uns findet Online im normalen Ablauf des Volontariats statt.

„Der erste Crossmedia-Volontär“

Wer sich um ein Volontariat bei einer Tageszeitung bewirbt, hat in der Regel Vorkenntnisse. Tatsächlich ist es bei uns so, dass wir die Volos meistens aus ehemaligen Praktikantinnen und Praktikanten generieren. Ein solches Praktikum dauert im Durchschnitt vier Wochen und ist natürlich – wie überall – nicht bezahlt. Manchmal schaffen wir es, dass wir die Praktikanten auf Wochenendtermine schicken, die sie dann bezahlt bekommen. Viele ehemalige Praktikanten jobben dann neben ihrem Studium zum Beispiel ein bisschen an den Wochenenden oder in den Ferien, das bekommen sie dann auch tatsächlich bezahlt. Natürlich ist das nicht gut bezahlt, wie überall im Journalismus.

Auch bei uns sind die Bewerberzahlen absolut zurückgegangen. Ich weiß, als ich mich vor etwa zwölf Jahren beworben habe, hatten wir noch einen Stapel von 100 Leuten. Aber schon damals war es so, dass der Nachwuchs oft aus Leuten generiert wurde, die schon mal da waren, die man schon kannte. So bin auch ich da reingerutscht. Ich hatte damals das große Glück, dass ich mir mein Volontariat so ein bisschen selber basteln durfte, weil ich der erste Crossmedia-Volontär

beim „Mindener Tageblatt“ war. Damals gab es generell kaum Crossmedia-Volontariate.

Die Mehrheit der Volontäre hat einen Hochschulabschluss, er ist aber nicht Voraussetzung. Man kann ab 18 Jahren ein Volontariat machen, empfohlen wird 21 Jahre. Bei uns hat die Mehrheit, die in den letzten Jahren kam, einen Bachelor. Wir haben immer wieder Leute, die Studienabbrecher sind. Und wir sind interessiert an Leuten, die ein bisschen krudere Biografien haben. Gerade im Lokaljournalismus haben wir es ja auch viel mit kruderen Menschen zu tun.

„Die letzte Klassenfahrt“

Wir sind einfach sehr, sehr dicht dran. Wir gehen sehr viel raus. Wir sind ganz, ganz Wenige in der Redaktion, wenn alles gut läuft. Es hilft ungemein, wenn man vielleicht auch mal eine blöde Phase in seinem Leben hatte, wenn man mit anderen Menschen sprechen möchte. Ich gehe kurz auf die Bezahlung ein, die auch seit dem neuen Tarifabschluss deutlich gestiegen ist – die hätte ich damals auch gerne gehabt. Derzeit gibt es im ersten Ausbildungsjahr 2.011 Euro, im zweiten 2.316 Euro, ab Mai steigen die Gehälter noch einmal. Ich finde, da kann man von leben.

Zum Volontariat gehören natürlich die Volokurse. Die finden an den anerkannten Akademien statt, die es landauf, landab gibt. Insgesamt sind es vier Wochen. Ich bevorzuge die Seminare, die zweimal zwei Wochen dauern, weil die Volos dann zwischendurch Zeit haben, das Gelernte noch mal anzuwenden. Ich kündige die gerne als „die letzte Klassenfahrt eures Lebens“ an und meist sind die Volos dann völlig euphorisch, wenn die wiederkommen und haben richtig Bock darauf, das Gelernte anzuwenden.

Es gibt noch die Empfehlung, nach der weitere zwei Wochen für externe Ausbildung vorgesehen sind. Das muss ich sagen, findet bei uns nicht wirklich so statt. Außerdem gibt es die Volotage. An diesen Tagen wird sich meist in der Redaktion mit einem Kollegen oder einer Kollegin zusammengesetzt und ein Thema besprochen. Wir machen das zusammen mit der „Neuen Westfälischen“, einer Lokalzeitung in Bielefeld, die noch deutlich mehr Lokalausgaben hat. Mit denen kooperieren wir da sehr gut, das könnten wir sonst so nicht bei uns durchführen. Wir machen ein Seminar im Jahr bei uns, das ich dann organisiere. Die „Neue Westfälische“ hat in der Regel um die zwölf Volos.

Volontäre dürfen nicht auf Dauer die Arbeit von Redakteuren leisten. Das ist so im Tarifvertrag vorgesehen. Das sehe ich ein bisschen ambivalent, muss ich ehrlich sagen. Bei uns werden die Volos ins kalte Wasser geschmissen. Das heißt, kein Text, den sie schreiben, geht unredigiert, unkorrigiert online oder in die Zeitung. Wir setzen uns in der Regel mit denen zusammen und besprechen, warum wir was anders machen wollen. Es passiert höchst selten, dass an einem Text gebastelt wird, ohne dass die Volos davon noch Kenntnis haben. Das ist wirklich der Notfall und die absolute Ausnahme. Trotzdem sitzen die bei uns natürlich in der Redaktion und arbeiten richtig mit. Und auch richtig hart. Die dürfen meistens coole Sachen machen, müssen aber auch die „doofen Termine“ mitnehmen. Ich glaube, dass es wichtig ist und dass man nur so wirklich was lernen kann.

„Rat und Hilfe“

Natürlich übernehmen sie nicht die presserechtliche Verantwortung, aber sie sitzen bei uns voll mit drin. Sie machen auch teilweise Spätdienste, haben dann immer einen Ansprechpartner, wenn etwas ist. Es gibt bei uns eine Whatsapp-Gruppe mit ein paar motivierten Redakteurinnen und Redakteuren und eben den Volos. Da bekommen sie jederzeit Rat und Hilfe und das auch meistens um 0.30 Uhr, da ist bei uns Andruck. Eigentlich kriegt man da immer jemanden. Das ist dann der letzte Notnagel. Von dem machen sie meistens eher Gebrauch, als dass sie den eigentlich zuständigen Redakteur oder die Redakteurin anrufen, weil es etwas charmanter ist auf diesem Wege.

In der Ausbildung sollen mindestens drei Ressorts durchlaufen werden, Lokales, Nachrichten/Politik und ein drittes Ressort. Bei uns funktioniert es so, dass wir alle drei Monate wechseln. Das heißt, die Volos durchlaufen die Lokalredaktion, die Onlineredaktion und dann die Nachrichtenredaktion auch tatsächlich in der Reihenfolge. Sie haben bei uns die Möglichkeit, noch ein Wahlressort zu machen. Wir haben eine Kultur- und eine Sportredaktion. Wobei die Kulturredaktion bei so einer kleinen Zeitung natürlich auch nur aus einer Person besteht. Diese drei Ressorts können wir zum Glück abbilden, weil wir noch eine kleine Vollredaktion haben. Ansonsten ist es bei vielen Zeitungen nicht mehr so, gerade der Mantel wird ja oft ausgegliedert, die schicken dann ihre Leute woanders hin. Zum Beispiel das mit uns verbrüderete „Haller Kreisblatt“: Die haben dann die Nachrichtenstation bei der „Neuen Westfälischen“.

Onlinejournalismus soll vorkommen. Das ist tatsächlich die Formulierung, die im Vertrag drinsteht - ich finde es Wahnsinn, wenn es nicht vorkommt. Ich finde es

auch total schräg, wenn es Ausbildungen gibt, in denen Online auf einen Monat, zwei Monate beschränkt ist. Ich glaube, dass man niemanden aus einem Volontariat entlassen sollte, der oder die nicht mindestens ein paar Monate in der Onlineredaktion richtig gearbeitet und nicht nur geschnuppert hat.

Noch so eine Regel: Pro Volo sollen in der Redaktion mindestens drei Redakteure tätig sein. Ab vier Volos sollen es vier Redakteure sein. Volontäre haben Anspruch auf Anleitung und Betreuung durch einen Ausbildungsredakteur oder eine Ausbildungsredakteurin. Bei uns bedeutet das: Ich habe drei Volos und die kann ich gut im Blick haben. Natürlich habe ich nicht immer die Zeit dafür, aber ich bin für sie ansprechbar, wenn es wirklich mal Probleme gibt, auch telefonisch und auch außerhalb der Redaktion. Ich gehe mit ihnen regelmäßig mal was trinken, damit man im Gespräch bleibt. Dieses klassische Volo-Papa oder Volo-Mama-Ding, das es früher oft gab, das versuche ich auch bei uns zu machen. Das hängt immer auch mit den Volos zusammen, wie die dazu Lust haben.

Ich gucke zum Beispiel auch, ob die Volos alle Textgattungen mal gemacht haben, ich führe tatsächlich eine Liste. Haben sie alle eine Reportage geschrieben? Das bleibt nämlich meistens bei einer Lokalzeitung auf der Strecke, weil es zeitintensiv ist. In der Digitalredaktion räumen wir den Volos immer mal wieder eine Woche frei, in der sie eigene freie Projekte machen dürfen. Da dränge ich sie auch dazu, Dinge zu tun, die im normalen Alltag auf der Strecke bleiben. Das ist natürlich sehr abhängig von den Personen, was die daraus machen.

Es gibt zwar ein Zeugnis zum Abschluss, das Volontariat ist aber keine gesetzliche Berufsausbildung. Mit diesem Zeugnis muss man dann gucken, was man macht. Wir haben in den letzten Jahren immer wieder Volos übernommen, weil wir mit unserer Ausbildung selbst sehr zufrieden sind, gerade wegen des crossmedialen Schwerpunkts: Alle Volos sind bei uns in der Lage, eine Videokamera richtig zu halten und einen vernünftigen Nachrichtenbeitrag zu basteln. Alle sind in der Lage, verschiedene Onlinetools einzusetzen, aber eben auch einen guten Text zu schreiben. Wir haben das große Glück, dass wir seit kurzem einen Chefredakteur haben, der sehr viel Wert auf qualitativ gute Inhalte legt. Und vielleicht sind wir auch ein bisschen die Insel der Glückseligen, was das Thema Ausbildung angeht.

*

Jan Henning Rogge ist Ausbildungsredakteur beim „Min-dener Tageblatt“. ■

„Wir vermitteln Soft Skills“

Michael Neugebauer über das Volontariat bei einer Rundfunkanstalt

Volontär bei einer Rundfunkanstalt trifft es bei uns nicht ganz genau. Wir sind ein Unikum oder Unikat, je nachdem, wie Sie wollen. Wir sind eine Tochtergesellschaft vom Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB) und von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB), gegründet 2001. Wir haben seit 2001 eine ganze Reihe von Veränderungen an unserer Ausbildung vorgenommen, aber eine Sache ist immer gleich geblieben: Wir wollen Qualitätsjournalismus. Wir haben deswegen mitgeschrieben an der Charta der Journalistenschulen für Qualitätsjournalismus und diese Charta natürlich auch unterschrieben.

Wir haben jetzt gerade die jüngste Bewerberrunde abgeschlossen und sind stolz und sehr glücklich. Die Bewerberzahl ist stabil geblieben. Wir hatten 180 Bewerbungen. Es sind sogar fünf oder sechs mehr, als wir sie in der letzten Runde hatten. Wir sind ganz fasziniert, dass wir das geschafft haben, gegen den Trend. Die Ausbildung bei uns dauert 20 Monate. Das sind zwei Monate mehr als früher, weil wir einfach merken, wir müssen viel mehr Technik vermitteln, und dabei soll der Inhalt nicht untergehen.

„Nacheinander Online, Audio, Video“

Etwa die Hälfte der Zeit von den 20 Monaten sind die Volos bei uns an der Schule in Potsdam-Babelsberg. Die andere Hälfte sind sie draußen in Redaktionen, beim RBB, beim ZDF, bei „Spiegel Online“, „Buzzfeed“, „Vice“, Auslandsstudios und anderen. Was machen die Volos bei uns in der Schule? Bei uns in der Schule lernen sie nacheinander Online, Audio, Video, immer gleich mit multimedialem Bezug. Wir haben zwei Hörfunkstudios im Haus, wir haben ein Fernsehstudio im Haus, wir haben alles an technischen Geräten, was sie brauchen, um eigene Produktionen machen zu können. Und sie gehen in ihre Außenstationen immer, nachdem sie ein Gewerk gelernt haben.

Sie gehen in eine Onlineredaktion, wenn wir Online gemacht und am Ende des Ausbildungsblocks ein komplettes Projekt fertiggestellt haben. Sie gehen zu Radiostationen, wenn sie Radio bei uns gelernt und in den eigenen Studios Sendungen gemacht haben. Wir beschäftigen uns sehr viel mit Technik. Schon dem ersten Jahrgang haben wir beigebracht, wie man Videojournalismus betreibt. Smartproduktionen haben wir schon gemacht, bevor es den Begriff gab.

Neben Handwerk und dem Umgang mit Technik ist uns auch wichtig, dass wir etwas für die Persönlichkeit tun. Wir vermitteln Soft Skills. Wir reden über Ethik. Und wir geben den Leuten Karrieretipps. Wir wollen, dass die Absolventen fit für den Markt sind.

Wir nennen uns bewusst Medienschule, aber es müssen nicht immer alle stillsitzen und zuhören, was die Lehrkraft vorne sagt. Im Gegenteil, bei uns gibt es so viel Praxis wie nur irgend möglich. Ausbildung bei uns in der Schule heißt, es gibt eine sehr intensive Betreuung. Wir haben in Teilen der Ausbildung bis zu drei Trainer, die parallel arbeiten und wirklich auf jeden Einzelnen gucken. Jeder Einzelne, jede Einzelne von den 16, die jeweils bei uns in einem Jahrgang sind, wird intensiv beobachtet, ermutigt, gefördert. Das kostet viel Geld. Eine Volontärin, ein Volontär kostet insgesamt 105.000 Euro. Das sind die Vollkosten, da ist alles mit drin. Technik, Studios, die Kosten für die Trainer. 105.000 Euro. Ich finde, RBB und MABB lassen sich diese Ausbildung eine ganze Menge kosten.

„Die Betreuung ist intensiver“

Die Volos selber bekommen monatlich 1.000 Euro während der Ausbildungszeit. Wir haben uns bei der Gründung der Schule überlegt, nehmen wir Geld dafür? Es gibt Institute, die sich ja solche Ausbildungen bezahlen lassen. Oder machen wir es zum Nullsummenspiel, keiner kriegt was, keiner zahlt was. Oder geben wir ihnen eine Ausbildungsvergütung. Wir haben uns entschieden, wir geben ihnen eine Ausbildungsvergütung. Die ist nicht so hoch wie in den Redaktionen, aber dafür ist auch die Betreuung viel intensiver.

Bis heute haben wir 172 Absolventen. 98 Prozent von denen sind nach wie vor im Journalismus, im Kommunikationsbereich tätig und verdienen da ihr Geld. Der aktuelle Jahrgang, der elfte, feiert in vier Tagen Abschluss. Alle haben Anschlussjobs. Im Juni geht es mit dem nächsten Jahrgang los, den wir jetzt gerade casten. Falls jemand Appetit bekommen haben sollte: Sie müssten mit Ihrer Bewerbung jetzt bitte noch zwei Jahre warten; dann schreiben wir für den nächsten Jahrgang aus.

*

Michael Neugebauer leitet den Bereich Beratung und Kommunikation in der Electronic Media School. ■

„Praxis steht bei uns ganz vorne“

Henriette Löwisch über die Ausbildung in der Journalistenschule

Ich wurde gebeten, kurz die Ausbildung an der Deutschen Journalistenschule vorzustellen. Die meisten von Ihnen haben darüber wahrscheinlich einige Kenntnisse. Aber vielleicht ist es ja trotzdem ganz nützlich. Die Ausbildung an der DJS hat drei wichtige Aspekte, die typisch sind. Das eine ist, dass sie sehr praktisch ist, denn Journalismus ist ja Handwerk, und das lernt man, indem man es tut. Deswegen wird bei uns sehr viel geübt und getan, unter der Anleitung von Praktikern. Alle Dozentinnen und Dozenten bei uns sind Praktiker, und das hat sich bewährt in den 70 Jahren, in denen es die DJS gibt.

Die Ausbildung an der DJS ist auch sehr herausfordernd. Ich habe mal eine Umfrage gemacht unter Absolventinnen und Absolventen, mit welchen Adjektiven sie ihre Zeit an der DJS beschreiben würden, und das Wort herausfordernd fiel sehr schnell. Es ist eine sehr intensive Zeit. Die Schülerinnen und Schüler sind jeden Tag acht Stunden an der Schule, und da wird tatsächlich acht Stunden unterrichtet und gearbeitet. Und dann geht es abends weiter. Dann müssen zum Beispiel Reportagen geschrieben oder Fernsehbeiträge geschnitten werden. Das ist hart, aber auch sehr attraktiv, denn so eine intensive Zeit zusammen mit 14 anderen Leuten durchzumachen und dabei auch an seine Grenzen zu gehen, ist für viele junge Menschen, die sich ein bisschen gelangweilt haben vielleicht an der Schule oder an der Uni, total schön.

„Reflexion ist wichtig“

Der dritte wichtige Aspekt ist die Crossmedialität. Schön schreiben lernen reicht längst nicht mehr, um sich auf den Beruf vorzubereiten. Unser Anspruch ist auch, die Leute zu befähigen, in Radioredaktionen zu arbeiten, in Fernsehredaktionen, Multimedia zu machen und auch verstärkt Social Media. Und deswegen ist die Herausforderung an der DJS immer, wie packt man das alles in die doch kurze Ausbildungszeit von insgesamt neun Monaten an der Schule, Praktika und Zeit an der Uni noch nicht mitgerechnet. Da experimentieren wir viel rum.

Praxis steht also bei uns ganz vorne. Aber Reflexion ist auch wichtig und dafür ist zusätzlich Zeit im zweiten Ausbildungsweg, den wir haben, im Masterstudium. Denn wir haben zwei Ausbildungswege. Der eine ist die klassische Kompaktausbildung. Die dauert 15 Monate. Neun Monate an der DJS, sechs Monate im Praktikum und dafür kriegt man genauso wie im Volontariat ein

Redakteurinnenzeugnis, das von den Tarifparteien anerkannt ist. 30 von 45 Studierenden im Jahr jedoch absolvieren die DJS in Kombination mit einem Masterstudium Journalismus an der LMU. Auch hier machen sie neun Monate lang Kurse an der DJS und gehen sechs Monate ins Praktikum. Zusätzlich jedoch verbringen sie drei Semester an der Münchner Uni, schreiben dort eine Masterarbeit und schließen dementsprechend mit einem Master ab.

Ich werde oft gefragt, wie kommt man an die DJS, und wie wählen Sie überhaupt die Leute aus? Wir haben ein mehrstufiges Aufnahmeverfahren. Und natürlich ist das sehr selektiv. Wir suchen wirklich die besten für diesen Beruf. Aber für uns ist auch sehr wichtig, ein breites Spektrum von Nachwuchs zu schulen. Deshalb fallen zum Beispiel Bewerberinnen und Bewerber, die ein Fachstudium oder eine Fachausbildung haben, in unserem Aufnahmeverfahren sehr positiv auf. Die heben sich einfach ein bisschen aus der Menge heraus und haben einen Vorteil, denke ich.

„Gute Arbeitsmarktsituation“

Es ist notwendig, erste journalistische Erfahrungen mitzubringen, allein um sich zu vergewissern, dass Journalismus wirklich der Beruf ist, den eine junge Frau oder ein junger Mann ergreifen will. Aber eigentlich reichen ein bis zwei Praktika dafür. Jedes zusätzliche Praktikum, das die Bewerberinnen und Bewerber vor der DJS machen, ist weder eine formale Voraussetzung noch ein wirklich hilfreiches Element in diesem Aufnahmeverfahren. Das wissen viele Leute, glaube ich, nicht. Wir machen ja wie die anderen Journalistenschulen auch einen Wissenstest. Da ist vielleicht interessant zu wissen, dass wir da nicht Goethe und Schiller abfragen. Die Idee ist, aktuelles Wissen abzufragen. Die Idee ist, dass Journalistinnen und Journalisten oder Menschen, die diesen Beruf wollen, neugierig sein müssen und auch wissen wollen, was auf der Welt passiert und was in Deutschland passiert. Dass sie die Nachrichten verfolgen. Dass sie wirklich Zeitung lesen. Dass sie Nachrichten hören. Und das versuchen wir abzufragen in diesen Tests.

Den Ausschlag gibt aber letztlich wahrscheinlich ein diffuses Kriterium, das man mit Persönlichkeit benennen könnte. Das hat auch mit den heutigen Zeiten zu tun. Um Journalistin zu werden oder Journalist, ist wirklich viel Mut notwendig. Das wissen wir alle, und das hat gar nicht zuvorderst was mit der Arbeitsmarktsituation

zu tun, sondern mit dem, was Journalistinnen und Journalisten draußen erleben. Es erfordert Mut, es erfordert eine Leidenschaft für den Beruf und natürlich auch Talent. Das ist klar.

Was sind die Zukunftsaussichten für unsere Absolventinnen und Absolventen? Interessanterweise machen wir die Beobachtung – ich bin keine Wissenschaftlerin, ich mache anekdotisch die Beobachtung – dass die Aussichten für Absolventinnen und Absolventen der DJS momentan viel besser sind als vor zehn Jahren. Es ist in manchen Bereichen schon so, dass es eine Art Fachkräftemangel gibt. Ich werde sehr oft angerufen und gefragt, ob ich jemanden empfehlen kann. Und ich kann gar nicht so viele Leute liefern wie gebraucht werden in den Medien im Moment. Das hat unter anderem damit zu tun, dass manche Regionalzeitungen es wirklich noch mal wissen wollen. Und dass die verstanden haben, dass digitale Innovation sich bezahlt macht. Es müssen auch zum Beispiel die öffentlich-rechtlichen Anstalten den demografischen Wandel verkraften.

Es gibt im Moment also eine gute Arbeitsmarktsituation für gut ausgebildete junge Nachwuchsjournalisten.

Die Arbeitgeber müssen allerdings bedenken, dass der Nachwuchs auch anspruchsvoll ist – und zwar aus guten Gründen. Also Leute, die in den Journalismus wollen, die wollen schon einigermaßen anständig verdienen. Die wollen was Sinnvolles tun. Die wollen eine Arbeit, an der sie Freude haben und mit der sie trotzdem eine Familie ernähren können. Das müssen die Verleger und Intendantinnen und Intendanten lösen, dieses Problem.

Und nun ein Letztes: Vielfalt wird überall dringend gesucht. Unterschiedliche Familiengeschichten, Hintergründe, Biografien, unterschiedliche Interessen, Mediengattungen, Talente. Diese Vielfalt wird von den Arbeitgebern eindeutig nachgefragt. Da liegt für die DJS eine große Aufgabe, mehr Leute an die Schule zu bringen, die aus einem breiteren Spektrum der Gesellschaft kommen. Das ist sehr schwierig. Aber ich sehe es als eine meiner zentralen Aufgaben.

*

Henriette Löwisch ist Leiterin und Geschäftsführerin der Deutschen Journalistenschule in München. ■

„Pitchen, pitchen, pitchen“

Carina Fron über Ausbildung im praktischen Leben

Mein Name ist Carina Fron, ich bin seit drei Jahren freie Journalistin mit dem Schwerpunkt Wissenschaft. Warum, erklärt sich auch während meines kurzen Vortrags von selbst. Ich habe jemanden mitgebracht. Keine Schwimmflügel, aber einen Freund von mir. Das ist Theo (ein Skelett). Theo lebt mit mir seit zehn Jahren zusammen. Er ist recht still, aber ein netter Typ. Und trägt auch gerne mal meine Handtaschen oder T-Shirts. Theo begleitet mich seit zehn Jahren, nicht weil ich ihn habe verhungern lassen als freien Journalisten und er irgendwo eine Unterkunft brauchte. Sondern weil ich eine Ausbildung als Physiotherapeutin gemacht habe, da gehört es irgendwie dazu, ein eigenes Skelett zu haben.

Nach den drei Jahren Ausbildung habe ich gemerkt: Medizin, Wissenschaft, super. Physiotherapie leider nicht so. Also habe ich noch ein Studium gemacht, weil die Eltern auch gesagt haben: „Studier doch mal, das kann man nach dem Abi doch machen.“ Und ich habe gedacht Germanistik, weil irgendwas mit Büchern ist immer cool. Und ich lese ja auch viel. Und dann sitze ich so in den ersten Vorlesungen und dann sitzen

800 Menschen um mich rum. Und ich denke, hm, viele Menschen lesen wohl gerne, das ist blöd. Also überlegt man sich, wie man irgendwie rausstechen kann.

Dann gibt es das Universitätsradio in Leipzig, Mephisto 97.6. Und die meisten, die in Redaktionen arbeiten, haben schon mal irgendwen von Mephisto 97.6 getroffen, denn wir scheinen wie eine Epidemie überall zu sein. Da bin ich hingegangen und dachte, da kannst du Onlineartikel schreiben. Sieht doch cool aus auf dem Lebenslauf. Bin ich hingegangen, bin leider falsch abgebogen, was übrigens eine Art Markenzeichen von mir ist, weil ich verlaufe mich auch gerne, und bin in der Musikredaktion gelandet und habe nach vier Wochen meinen ersten Musikbeitrag gemacht und gedacht, hu, cool, das macht ganz schön Spaß. Die Band Killers zerreißen und das im Radio hören, warum nicht. Also bin ich geblieben und habe quasi Blut geleckt und gedacht, Radio, das ist es, was ich machen möchte.

Dann aber denkt man irgendwann, okay, die Welt von Mephisto 97.6 ist toll, aber sie ist wahnsinnig klein und man kennt jeden, und man arbeitet jeden Tag sich

da wirklich den Hintern ab. Studieren war eher so wie ein Hobby oder so. Da habe ich gedacht, gut, ich muss rausgehen, ich muss Praktika, Praktika, Praktika machen. Also habe ich so eine kleine Praktikumstour gemacht und bin in verschiedenen Redaktionen gewesen und habe Erfahrungen gesammelt und vor allem aber auch Kontakte. Das kann ich jedem mitgeben, der als Freier arbeitet. Jeden Kontakt schätzen und jeden Kontakt behalten, weil man trifft sich immer wieder und die Medienwelt ist dann am Ende doch gar nicht so groß.

„Sich präsent machen“

Dann natürlich habe ich angefangen, auch irgendwann zu arbeiten, weil irgendwann muss man auch Geld verdienen und irgendwann sagt Mama auch: „Ja, das war schön, dass du jetzt fünf Jahre studiert hast. Was bist du jetzt noch mal?“ Genau, Germanistikstudent, Bachelor, sehr schön. Also bin ich arbeiten gegangen. Auch da habe ich verschiedene Arbeitgeber gefunden und von den Praktika natürlich auch Kontakte mitgenommen. Am Anfang klassisch, wie jeder, der so in Redaktionen anfängt, Umfragen gemacht. Umfragen, Umfragen, Umfragen. Bis die Leute nicht mehr konnten und nur noch genervt von mir waren. Dann geht es irgendwann weiter. Und jetzt gerade sitze ich an meinem ersten Feature. Vor drei Jahren anfangen mit Umfragen bis Feature bin ich schon ziemlich glücklich, dass es so gelaufen ist, und hätte es auch selber nicht so erwartet.

Mein Geheimrezept, und das ist nicht so geheim, ist pitchen, pitchen, pitchen. Denn man muss seine Ideen irgendwie in die Welt bringen. Und ich muss ganz ehrlich sagen, in meiner Zeit als Mephisto-Anhängerin hat mir das niemand beigebracht. Und mir hat im Grunde auch niemand erzählt, wie man einen Beitrag mit Tönen macht. Ich habe einfach alles gemacht. Und irgendwann hat jemand danach gesagt: „Das war aber nicht so gelungen.“ Oder: „Ja, gute Idee und irgendwie innovativ und irgendwie schön.“ Aber sowas wie: „Wir setzen uns jetzt mal zum Seminar hin und lernen das, wie es geht“, gab es nicht. Auf jeden Fall ist pitchen eines der großen Dinge, die wir als freie Journalisten lernen müssen. Nämlich unsere Ideen auch den Redaktionen zu verkaufen. Außerdem zuverlässig sein. Es gibt nichts Schlimmeres, als wenn Redaktionen dasitzen und wissen, 14.15 Uhr läuft unsere Sendung, wir haben noch nicht mal ein Skript gesehen. Das ist nicht gut.

Deswegen kann ich nur zum Abschluss sagen, es gibt fünf Dinge, die für mich ganz wichtig sind: nicht aufgeben, weil es manchmal nervt. Und es nervt, wenn man sein Thema an fünf Redaktionen schickt, und fünf Redaktionen sagen: „Ist voll schön, dass du an uns gedacht hast, aber passt nicht so in unsere Schiene.“

Oder: „Haben wir schon so ähnlich verkauft.“ Klar kann das frustrierend sein, und klar denkt man dann, wenn ich einmal schon eine Absage bekommen habe, darf ich noch mal hinschicken? Immer. Man darf die so lange nerven, bis die irgendwann sagen: „Du, wir haben da mal was eingereicht, du darfst dich uns nicht mehr auf 500 Meter nähern.“ Das wäre so die Grenze von Nerven. Aber eigentlich kann man da nichts falsch machen.

Was ich gerade schon gesagt habe, man muss zuverlässig sein. Die Kontakte pflegen. Redaktionen pflegen. Immer mal nachfragen. Sich präsent machen. Auch mal einen Kaffee trinken gehen mit den Redakteuren. Die Leute merken sich, wenn man am Ende irgendwie auch eine fruchtbare Zusammenarbeit hatte. Da ich in der Wissenschaft arbeite, habe ich es oft, dass Leute auf mich zukommen und sagen: „Guck mal, wir haben hier eine Studie gemacht, könnte das was für Dich sein?“ Und ich sage ja oder nein. Aber manchmal erfährt man Dinge auch viel früher als andere und hat da vielleicht auch einen kleinen Vorteil.

„Geschichten erzählen“

Ich glaube, das, was ich jeden Tag noch übe, ist ruhig bleiben und seine Ideen rausschicken. Ruhig bleiben bedeutet für mich, ich weiß am Anfang des Monats nicht, wieviel ich verdiene. Aber bisher hat es immer gereicht, um die Miete und um Essen zu bezahlen und mir schöne Klamotten zu kaufen, wie man sieht. Das bedeutet, ich habe alles richtig gemacht. Aber es ist schon schwer, verlangt einiges ab, jungen Leuten wie uns zu sagen, ja, es gibt viele Unsicherheiten, aber ihr müsst da einfach dranbleiben und es wird schon. Andererseits, ich kann auch mal eine Woche im Jogginganzug arbeiten. Das ist auch okay. Und ich kann mir meine Sachen frei einteilen. Ich habe keine Verpflichtungen in dem Sinne, dass ich Sachen machen müsste, nur weil eine Redaktion das möchte, etwa dass man eine Umfrage macht. Ich bin mein eigener Boss. Was auch bedeutet, dass wir immer sehr schwierige Verhandlungen um Urlaubstage haben. Aber so ist es nun mal.

Und das Allerwichtigste ist, nicht zu vergessen, warum man das macht. Ich habe immer wieder Leute um mich rum, die mit mir reden und sagen, ja, ach, gab es wieder so eine Durstphase, ich habe keine Aufträge, ich weiß nicht, was ich machen soll. Die Leute vergessen manchmal zu schnell bei den Schichten, die sie abschrubben, weil sie Geld brauchen – oder bei den Beiträgen, die sie machen, wo sie eher halbherzig dran sind –, was daran so schön ist, was wir machen und warum das so toll ist. Und immer, wenn ich da sitze und denke, Anfang des Monats, es ist Weihnachten, ich

habe noch kein Geld und kann keine Geschenke kaufen, dann denke ich wieder daran, warum ich es mache.

Und das Beste ist einfach, Geschichten zu erzählen und Menschen zu treffen, und jeder Tag sieht anders aus. Ich kann am Anfang des Monats nie sagen, wie meine nächsten zwei Wochen aussehen. Was blöd für Freizeitplanung ist, aber schön für mich. Und das hier, was ich gemacht habe, ist kein klassischer Weg. Und

das, was ich gemacht habe, ist vielleicht auch nicht für jeden erstrebenswert. Ich kann es mir nicht anders vorstellen, aber ich kann mir vorstellen, dass andere vielleicht anders nach Rom kommen wollen als ich.

*

Carina Fron ist freie Journalistin. ■

„Chefredakteure haben Vorbildfunktion“

Diskussion über die Weiterbildung von Journalisten

Vera Linß: Unser Thema ist „Weiterbildung – vorangehen statt stehenbleiben: Welche Weiterbildung benötigen feste und freie Journalistinnen und Journalisten und wie kann diese sichergestellt werden?“ Herr Schimpf, was ist gute Weiterbildung? Worauf wird bei der Madsack Gruppe Wert gelegt?

Adrian Schimpf: Ich freue mich, hier zu sein und mit Ihnen zu diskutieren, wie Sie die Sachen alle so sehen. Ein Feedback von so vielen Gewerkschaftern auf einmal kriegt man als Personalchef nicht unbedingt. Wir sind ja ein regionaler Verlag, bringen fünfzehn Tageszeitungen heraus und wissen, dass dieses Geschäftsmodell „gedruckte regionale Tageszeitung“ sich so langsam dem Ende nähern wird. Wir müssen es schaffen, dieses Geschäftsmodell in die digitale Zeit zu transformieren. Dafür brauchen wir digital gut ausgebildete Journalisten. Wir haben bei Madsack ungefähr 700, 750 tolle Journalisten, die zum Teil zu einer Zeit angefangen haben, als die Setzer noch aktiv waren. Die sind richtig gute lokale und regionale Journalisten und mit Leidenschaft und Feuereifer dabei. Es ist unsere gemeinsame Aufgabe, uns fitzumachen für die digitale Transformation. Das ist zurzeit die Kernaufgabe in der Weiterbildung unserer Journalisten.

Linß: Was sind Schlüsselqualifikationen, die man da erwerben muss?

Schimpf: Wir haben den Madsack Mediacampus gelauncht, im Internet zu finden unter: <https://www.madsack-medien-campus.de/>. Ein Teil dieser Schulungsinhalte sind klassisches journalistisches Handwerk. Das geht ja nicht weg, nur weil es digital gemacht wird. Da gibt es aber auch ganz spezifisch digitale Schulungsinhalte. In der ersten Runde schulen wir in allen Redaktionen, die wir haben, vor Ort in kleinen Gruppen. Nicht mehr als zehn Leute. Man soll Zeit haben zu lernen. Man soll sich austauschen können.

Keine Angst haben zu fragen. Zu Wort kommen. Und wir haben einen Headcoach, einen obersten Schulungsleiter, der fährt tatsächlich herum, 220 Tage im Jahr, ist immer in den Lokalredaktionen – in Neuruppin, in Zossen, in Königs Wusterhausen, in Lübeck und sonst wo. In der ersten Schulungsreihe haben wir fünf Blöcke: Grundlagen online, Texten fürs Web, Social Media, SEO (*Search Engine Optimization = Suchmaschinenoptimierung, Anmerkung d. Red.*), dann Videos drehen. Wir sind darauf eingestellt, dass wir diese Schulung quasi ad infinitum weiterführen werden, weil wir auch davon ausgehen, dass die technische Entwicklung nicht aufhören wird und dieser Schulungsbedarf permanent bestehen wird.

Linß: Jörg Brokmann, wie ist es bei der „Braunschweiger Zeitung“, was sind die Schlüsselqualifikationen, die man erwerben soll?

Jörg Brokmann: Wir gehören zum Funke Konzern und sind im Prinzip Konkurrenten von Madsack. Ich habe mir noch mal angeguckt, Herr Schimpf, wie die Kollegen weitergebildet werden. Liest sich alles schön. Liest sich bei uns auch schön im Funke-Konzern. Wir haben so einen Weiterbildungskatalog aufgelegt: Circa zwei Drittel für kaufmännische Bereiche, Vertrieb und Marketing. Ein Drittel Journalismus, Kommunikation. Also da ist eine Menge dabei, was wir, auch ich, dazulernen können.

Linß: Frau Ulrike Dobelstein-Lüthe, Sie bieten an der Hamburg Media School ein Fellowship an für 20 Journalist*innen. Das Ganze wird von Facebook gesponsert. Könnte man jetzt annehmen, das ist eine besonders moderne Ausbildung oder vielleicht eine Ausbildung zum Klickjournalismus. Was genau machen Sie da?

Ulrike Dobelstein-Lüthe: Ich darf diesen Bereich zusammen mit Professor Weichert leiten. Es ist eine neue Ausbildung. Es geht um ganz elementare Dinge wie

Datenjournalismus, Medienethik, Verification. Es geht aber auch um Unternehmertum, Ideen und Kreativmanagement. Und es ist ganz sicher nicht der Aufruf zum Klickjournalismus. Wir gehen damit ganz offen um, dass Facebook dort der Finanzier ist. Wir haben als Hamburg Media School sehr lange darüber diskutiert und uns dann dafür entschieden, das Programm aufzusetzen unter der Prämisse, dass es keine Einflussnahme gibt auf die Inhalte. Das haben wir sichergestellt, indem es einen Beirat gibt und einen Arbeitskreis. Da geht es vorrangig darum, wirklich digital fitzumachen.

LinB: Was sind die wichtigsten Tools, die man da lernt?

Dobelstein-Lüthe: Das, was die 20 Journalisten mitnehmen, ist erst mal der gegenseitige Austausch. Sie schätzen es wahnsinnig, mit Mitte-20-Jährigen und mit Ende-50-Jährigen zusammen zu sein. Wir haben eine sehr diverse Gruppe zusammengestellt - aus dem Print-, Bewegtbild- und Onlinebereich. Da kommen unterschiedlichste Backgrounds zusammen. Ganz faszinierend fand ich, dass sie nach dem ersten Tag gesagt haben, es habe sich allein deshalb gelohnt herzukommen, um sich unter Kollegen auszutauschen und festzustellen: „Wir haben ähnliche Probleme und wir müssen alle an einem Strang ziehen.“ Das ist eigentlich das große Thema. Das Programm läuft jetzt seit November. Was die meisten mitgenommen haben, ist das Thema Verification, das heißt, wie komme ich eigentlich zu meinen Daten und wie kann ich Quellen sortieren und was ist eigentlich richtig und falsch und worauf würde ich als Journalist eventuell sogar reinfallen. Auch da haben viele große Augen gemacht und festgestellt: „Mist, ich wäre ein Kandidat, der es nicht gewusst hätte.“ Was im Moment ganz viele mitnehmen, ist das Thema Mobile Reporting. Das werden wir nächste Woche hier in Berlin unterrichten. Fast alle haben schon im Bewerbungsprozess gesagt, das ist das, was mich am meisten interessiert.

LinB: Frau Lenk von der ARD/ZDF Medienakademie. Welche Inhalte sind denn wichtig für Ihr Weiterbildungsangebot?

Martina Lenk: Ich möchte gar nicht auf die Inhalte eingehen. Sondern ich finde, es ist grundsätzlich was ganz anderes wichtig, was jeder Kollege mitbringen sollte, der im medialen Bereich arbeitet: Er sollte neugierig sein, *open-minded* und wissbegierig. Manche Kollegen meinen, irgendwann ist Schluss, ich muss mich nicht weiterbilden. Ich kenne das aus meiner praktischen Arbeit, ich war auch mal bei Madsack. Wenn jemand meint, er hat ein Content Management System gelernt und da sagt jemand, da muss ein neues drauf oder da gibt es ein Update, dann fangen alle

an, die Augen zu verdrehen. Solange man innerlich so aufgestellt ist, ist jede Weiterbildung zum Fenster rausgeschmissen. Das muss man einmal mit sich klären und da haben die Führungskräfte eine ganz große Aufgabe, ihre Mitarbeiter regelmäßig abzuholen und zu sagen: „Möchtest du dich weiterentwickeln - Stichwort Mitarbeiterjahresgespräche - und wenn ja wie?“ Freie, die für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk arbeiten, dürfen bei uns ein Seminar machen. Das wissen viele nicht und das wiederum ist ganz klar eine Aufgabe der Führungskraft, so etwas zu kommunizieren. Da nicht einfach nur immer zu sagen, die Personalabteilung muss sich um Personalentwicklung kümmern. Die kann es ganz häufig ganz schlecht, weil einfach die Inhalte inzwischen so extrem diversifiziert sind. Wenn Sie sich das anschauen in einem Zeitungshaus, da muss einer schreiben können, da muss einer was drehen können, da soll einer Social Media verstehen und zwar nicht nur den einen Kanal, sondern 95 verschiedene Kanäle und so weiter. Das kann eine Personalentwicklerin nicht alles wissen und auch nicht, was die Frau Schmitt jetzt lernen muss. Das kann im besten Fall nur die Führungskraft wissen, denn was jeder Einzelne lernen muss, ist von Fall zu Fall unterschiedlich.

LinB: Herr Schimpf, würden Sie sagen, bei den Mitarbeitern gibt es eine mangelnde Offenheit für Weiterbildung?

Schimpf: Nein, überhaupt nicht. Man kann nicht sagen, wir machen da einen schönen Katalog mit vielen Angeboten

und dann sucht euch halt was raus, wenn ihr euch fortbilden wollt. Das funktioniert nicht. Ich war ja in meinem früheren Leben mal Leiter der Gruner+Jahr-Personalentwicklung. Die hat auch dieses Katalogsystem gehabt. Das führt dann dazu, dass manche Chefredakteure sagen, wer in meiner Redaktion arbeitet, hat gefälligst alles schon zu können. Der braucht keine Weiterbildung, die ist teuer, das läuft ja auf meinen Etat. Dann gibt es Chefredakteure, die sagen, ich würde das ja gerne bezahlen, aber ich kann den Menschen nicht entbehren. Er muss halt in der Zeit arbeiten, wo das Seminar ist. Und dann gibt es die Kollegen, die sagen, das ist ja schön, dass du dir ein paar freie Tage machst, komm doch mal lieber her und hilf uns. Es gibt viele, viele Gründe, warum man dann eben keine Fortbildung aus diesem Katalog bucht. Wenn man es doch macht, dann sitzt man da alleine, hat ganz viele tolle Ideen und kommt zurück in die Redaktion und die Kollegen sagen: „Gott, jetzt kommt er vom Seminar und hat diese neuen Ideen. Na, das verflüssigt sich schon wieder, wenn er wieder in der Treitmühle ist.“ Deswegen glaube ich, das funktioniert nicht. Ich bin der festen Überzeugung, was die Verlage für Weiterbildung ausgeben, sind Investitionen. Man würde ja auch nicht sagen: „Ach,

„Es gibt keine Einflussnahme auf Inhalte.“

bei den Investitionen in Druckmaschinen, da überlegen wir uns mal, dass wir so einen Katalog machen und dann kann ja jeder überlegen, ob er eine bestellt oder nicht und dann schauen wir mal." Da geht man ja auch anders ran als Gesamtmedienunternehmen. Man muss genau überlegen, wofür investiere ich. Deswegen haben wir uns halt gesagt, die digitale Transformation, das ist so eine Herausforderung, das ist eigentlich die Kernaufgabe, daran entscheidet sich, ob es in 20 Jahren Funke überhaupt noch geben wird, ob es Madsack überhaupt noch geben wird. Entweder wir schaffen diese digitale Transformation, also die Entwicklung eines Geschäftsmodells, bei uns für regionalen Journalismus in digitalen Zeiten, aber dann müssen unsere Leute das auch können. Deswegen geht da jeder rein.

Linß: Aber wie machen Sie das? Gehen Sie auf die Leute zu und sagen, du und du und du musst es jetzt?

Schimpf: Da gibt es einen Termin. Wir haben 750 Journalisten, es werden alle geschult. Deswegen gibt es ja diesen Headcoach. Der hat 220 Tage im Jahr zu tun. Nicht nur er, wir buchen dann Trainer dazu. Wir machen „train the trainer“, damit wir interne Trainer haben, die dann trainieren können. Und dann gibt es in jeder Redaktion Termine und da gibt es auch kein: „Ich gucke mir das mal an und vielleicht habe ich Zeit.“ Das ist Arbeitszeit, da geht man hin. Und da sitzen einige auch erst mal mit verschränkten Armen und sagen, was soll ich mir das noch antun, in drei Jahren gehe ich in Rente. Oder da sitzen einige, die sind 40 und sagen, ich bin ja Printjournalist. Warum soll ich jetzt in einer Digitalschulung sein. Und nach drei Stunden kommen die meisten raus und sagen: „Geil. Jetzt habe ich mal eine Idee, was ich machen könnte.“

Linß: Herr Brokmann, wie ist es bei Ihnen, gibt es ein Desinteresse oder ist die Mehrheit offen? Wie läuft das mit der Weiterbildung?

Brokmann: Chefredakteure haben meines Erachtens Vorbildfunktion. Aber in der jetzigen Zeit werden die Chefredakteure bisweilen überholt von ihren Geschäftsführern – das ist nicht nur bei Funke so, das ist ganz sicher bei Springer und bei Madsack so – und fühlen sich dieser Aufgabe bisweilen aus verschiedenen Gründen nicht gewachsen – Kostendruck –, selbst Vorbild zu sein, sich weiterbilden zu müssen. Ich mache mir allergrößte Sorgen um die Zukunft unseres Berufsstandes, weil die Arbeitgeber es bisher nicht gewohnt waren, ihre Mannschaft so zu führen, dass sie Geld mit reinholt. Das war sie nicht gewohnt und da haben Arbeitgeber großer Verlage allergrößte Schwierigkeiten.

Linß: Nicht so geschult, dass sie das Geld mit reinholt, wie meinen Sie das?

Brokmann: Bisher war es so, dass ich geschrieben und meinen Tariflohn bekommen habe. Das wird auf Sicht so nicht mehr möglich sein. Man kann auch nicht einfach sagen, schreiben wir Printjournalismus ab und die Alten müssen halt irgendwas anderes tun. Das muss meines Erachtens anders angegangen werden, nicht mit dem Drehen an kleinen Schrauben, sondern mit Investitionen. Ich habe jetzt in Tutzing gelernt, mit der 360°-Kamera umzugehen. Ich weiß nicht, ob dieser Begriff irgendwann bei uns im Verlag schon mal gefallen ist. Da war es ein Thema. Und da müssen wir, die Arbeitgeber und ich als Arbeitnehmervertreter ganz, ganz neue Wege beschreiten.

Linß: Frau Dobelstein-Lütke, zu Ihnen kommen Leute, die große Lust haben, so was zu machen. Dann ist es aber manchmal gar nicht so einfach, das beim Arbeitgeber durchzusetzen.

Dobelstein-Lütke: Ich sehe das auch von zwei Seiten. Ich diskutiere mit Arbeitgebern über die Sinnhaftigkeit von Bildungs- und Weiterbildungsmaßnahmen, um sie zu überzeugen. Ich habe aber auf der anderen Seite auch Gespräche mit möglichen Teilnehmern. Das Fellowship ist ja ein kostenfreies Programm und die Journalisten bekommen ein Jahr lang vierzig Seminartage plus zehn Tage Innovation Field Trip kostenfrei zur Verfügung gestellt. Wir haben im hohen dreistelligen Bereich Bewerbungen bekommen. Das zeigt für mich immer schon einen Bedarf für dieses Thema, der auch außerhalb der Medienhäuser da ist. Nur 20 haben es geschafft. Ich habe alle, denen wir absagen mussten, persönlich angerufen – einfach auch aus Respekt, weil diese Bewerbungsphase sehr intensiv war. Von fast von allen kam die Rückmeldung: „Oh Mann, das ist jetzt richtig doof für mich, dass ich es nicht geworden bin, weil ich das Gefühl habe, ich hätte es ganz dringend gebraucht. Das ist die einzige Weiterbildung, die mein Chefredakteur oder Chef mir zugestanden hat, weil es eben nichts kostet.“ Dann gab es auch eine Diskussion, weil wir gesagt haben, wir hätten vom Arbeitgeber oder ansonsten vom Auftraggeber gerne eine Bestätigung, dass diese Person für die 50 Tage freigestellt wird. Auch da haperte es schon bei einigen. Da gab es dann Anrufe von Bewerbern: „Ich kriege das Schreiben nicht, weil mein Vorgesetzter der Meinung ist, dass diese 50 Tage nicht machbar sind.“ Und das waren vorrangig Frauen, denen das so ging, Anfang 50, die dann in diesen Gesprächen gesagt haben: „Ich fühle mich abgehängt, ich fühle mich nicht mehr mitgenommen und es wäre für mich noch mal die Chance gewesen, die nächsten knapp 20 Jahre wieder richtig Fuß zu fassen.“

LinB: Frau Lenk, können Sie das Problem mit der Freistellung bestätigen?

Lenk: Ja, wir als größter Ausbilder im Medienbereich im deutschsprachigen Raum mit über 18.000 Teilnehmern stellen fest: Die durchschnittliche Seminardauer wird immer kürzer. Die Führungskräfte und die Personalentwicklungen kommen auf uns zu: „Mensch, könnt ihr den Inhalt, den wir bisher immer in fünf Tagen gemacht haben, nicht in drei Tagen schaffen zum Preis von einem?“ Wir machen nicht nur Katalogangebote, sondern sehr viele sogenannte Inhouse-Schulungen, wo man einem Trainer 24 Leute vor die Nase setzt. Was glauben Sie, was dann jemand wirklich gelernt hat? Klar, hat er das alles mal gehört. Aber es geht ja darum, Skills einzuüben. Da haben wir zunehmend Probleme, das überhaupt umsetzen zu können mit den Kollegen, weil sie gar nicht kommen sollen, kommen dürfen oder aber die Dauer möglichst kurz sein soll. Ein Tag, zwei Tage und E-Learning ist noch viel besser.

Dobelstein-Lüthe: Ich kann total verstehen, dass die Häuser auch im Zwiespalt sind. Da ist halt ganz viel im Umbruch und dann sollen sie die Mitarbeiter noch abholen. Ich mache die Erfahrung - ich stehe hier ja auch für die Weiterbildung der Hamburg Media School insgesamt -, dass wir vorrangig Mittelstandsunternehmen zum Thema Onlinemarketing, Digitalisierung, Change Management schulen. Für mich ist immer schockierend zu sehen, dass eigentlich die Häuser, die ja für Innovation und Neugierde stehen müssten, sich schwerer mit diesem Thema tun als Mittelstandsunternehmen.

LinB: Wie ist es mit den Freien bei Ihnen in Sachen Weiterbildung?

Schimpf: Wir erkennen an, dass wir es schaffen müssen, alle Kolleginnen und Kollegen, die wir haben, mitzunehmen. Das bedeutet einen Kulturwandel genauso wie die Tatsache, dass wir Weiterbildung intern machen. Das heißt, dass wir alle, die bei uns arbeiten, in diesen Kleingruppen schulen. Das Produkt wird nur dann gut sein, wenn die, die das herstellen, auch wissen oder bestmöglich wissen, wie digitaler Journalismus funktioniert. Und da die freien Mitarbeiter ja für uns tätig sind, macht es Sinn, wenn sie bei diesen Schulungen auch in geeigneter Form rechtlich einwandfrei mitmachen können. Man muss aufpassen, dass aus einem freien Unternehmer, das ist ja ein freier Mitarbeiter, kein Arbeitnehmer wird. Da muss man bei der Einladung zu solchen Schulungen immer ein bisschen im Wording aufpassen.

*„Die durchschnittliche
Seminardauer wird immer
kürzer.“*

LinB: Nun wird von den Freien immer erwartet, dass sie das selber bezahlen oder es selber in ihrer Freizeit machen. Ist zumindest meine Erfahrung. Wie ist es bei Ihnen?

Schimpf: In dem klassischen Katalogseminar ist das so. Ein freier Mitarbeiter kann da bei Madsack nichts buchen, weil es nur für Angestellte ist. Wenn ein Buchungsprozess, der für Arbeitnehmer gedacht ist, von freien Mitarbeitern genutzt würde, ist das rechtliche Risiko zu groß ist, dass da Grenzen verschwimmen.

LinB: Ist er dann nicht auch schon so ein bisschen Mitarbeiter zweiter Klasse?

Schimpf: Nein, überhaupt nicht. Ein freier Mitarbeiter hat einen anderen rechtlichen Status. Es ist sozusagen eine völlig andere Form der Mitarbeit.

LinB: Ich mache gleich weiter, aber es gibt eine zwingende Wortmeldung.

Peter Freitag, stellvertretender Vorsitzender der dju: Herr Schimpf, wenn Sie bei den freien Mitarbeitern aus rechtlichen Gründen Angst haben, dass der Zoll oder wer auch immer kommt und sagt, die müsst ihr jetzt fest anstellen, weil die bei euch eine Fortbildung machen, dann können Sie aus der Nummer ganz leicht rauskommen. Die deutschen Tageszeitungsverlage sollten mal hingehen und ihre freien Mitarbeiter anständig honorieren, so dass sie sich eine Fortbildung leisten können, die sie sich bei einem beliebigen Anbieter suchen können. Der erste Schritt wäre, die Vergütungsregeln, die wir für freie Journalisten an Tageszeitungen abgeschlossen haben, endlich mal einzuhalten. Ich denke, das gilt auch für den Madsack-Konzern, für DuMont, Funke, das gilt eigentlich für alle, bis auf wenige Ausnahmen. „Kieler Nachrichten“, die waren mal so drauf, dass sie es freiwillig gezahlt haben. Das wäre ein erster Schritt, wo wirklich was für die Qualität im Journalismus getan werden kann.

LinB: Möchten Sie darauf antworten?

Schimpf: Nein, das ist ja ein überraschungsfreies Statement. Ich kann nur sagen, wie wir es bei der Madsack Mediengruppe mit der Weiterbildung halten. Und die Frage, ob Verlegerverbände gemeinsame Vergütungsregeln abschließen oder nicht, müsste jetzt der Verhandlungsführer der Verlegerverbände beantworten. Insoweit finde ich den Punkt, den Sie gemacht haben, völlig richtig. Es ist ja tatsächlich so, dass ein freier Mitarbeiter, wenn er dann freier Mitarbeiter ist und das auch leben will, seine Fortbildung selber finanzie-

ren muss. Und dazu muss er dann auch die Honorare entsprechend verhandeln.

Linß: Wie ist es bei Ihnen, bei der „Braunschweiger Zeitung“?

Brokmann: Ähnlich. Ich kenne bei uns, vier, fünf freie Journalisten, die sich mit freier Mitarbeit voll finanzieren können. Die anderen machen es nebenbei. Ich bin Lokalredakteur, war Redaktionsleiter bis vor ein paar Jahren und ich sehe mit Erschrecken, dass gerade die Freien nicht die Zeit haben, sich weiterzubilden. Das ist ja ein Teufelskreis. Da sie wenig verdienen, geringe Zeilenhonorare – das ist bei Madsack genauso wie bei uns – können sie sich nicht weiterbilden und sich gar nicht auf die neue digitale Transformation einstellen. Ich habe gerade zwei, drei, vier Kolleginnen und Kollegen vor Augen, die aus dem Teufelskreis nicht rauskommen. Sie flüchten sich dann in Pflege ihrer Familienangehörigen und versuchen daraus einigermaßen ihre Existenz zu bestreiten. Ich habe eine Frau vor Augen, die ist 50. Eine Einser-Absolventin an ihrem Gymnasium und die ist in der Situation. Die Situation zu knacken, in irgendeiner Form zu lösen, damit wir eine Zukunft haben – da kann ich nur an die Verleger und an die Personalchefs appellieren, sich mit uns Betriebsräten in Verbindung zu setzen, zu verhandeln, neue Dinge zu erdenken, um genau da eine Zukunft für Printprodukte zu sichern.

Linß: Meine Erfahrung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist, dass auch die Freien extrem unter Zeitdruck sind und sich die Zeit nicht nehmen möchten oder nicht nehmen können für Weiterbildung. Wie viele Freie kommen zur ARD/ZDF-Medienakademie?

Lenk: Das ist für mich schwer zu erheben, weil wir nicht abfragen, bist du frei, bist du fest angestellt? Es kann sich bei uns jeder anmelden, bis hin zu einer Privatperson. Man muss ja nicht mal Journalist sein. Man kann auch bei Conti Reifenschrauber sein. Bei unseren Trainern – wir haben über 700 – wissen wir sehr wohl, ob das ein Fester oder ein fester freier Trainer ist. Da gibt es dann von Rundfunkanstalt zu Rundfunkanstalt – das sind ja Arbeitgeber dieser Kollegen – sehr unterschiedliche Regelungen.

Linß: Und bei Ihnen, sind da nur Feste oder auch... ?

Dobelstein-Lütke: Nein, ich spreche jetzt mal fürs Fellowship. Da haben wir eine Mischung. Da sind auch einige Freie drin. Uns war auch wichtig, das Angebot zu machen.

*

Vera Linß ist freie Medienjournalistin. Sie hat die Diskussionsrunde zum Thema Weiterbildung moderiert.

Adrian Schimpf ist Leiter Personal und Recht bei der Madsack Mediengruppe.

Martina Lenk ist Geschäftsbereichsleiterin Programm und Gestaltung bei der Medienakademie von ARD und ZDF.

Ulrike Dobelstein-Lütke ist Leiterin Weiterbildung der Hamburg Media School.

Jörg Brokmann ist Betriebsratsvorsitzender bei der „Braunschweiger Zeitung“, die zur Funke Mediengruppe gehört. ■

„Es geht um unsere Werte“

Andrea Röpke über Haltung im Journalismus

Wir Fachjournalisten arbeiten tatsächlich als Exoten. Ich glaube, die wenigsten von Ihnen werden so arbeiten, wie ich es zum Beispiel als freie Journalistin tun kann. Ich betrachte meinen Beruf wirklich als absolute Freiheit. Es gibt wenige Berufe, in denen man derartig die Thematik wählen kann, die Art und Weise, wie man herangeht und sich tatsächlich einen Recherche-Freiraum schafft. Das ist super spannend und ich mache das wirklich gerne, auch wenn es natürlich Höhen und Tiefen gibt. Hier möchte ich einen Einblick geben.

Für mich ist natürlich der Schwerpunkt meiner Arbeit tatsächlich die Recherche. Dafür möchte ich auch noch mal eine Lanze brechen, weil ich denke, Journalismus, investigativer Journalismus, Fachjournalismus, wie ich ihn ausübe, ist wirklich nur möglich durch nachhaltige, intensive, klassische Recherche. In den 90er Jahren – tatsächlich, ich gehöre schon zur älteren Generation – in den 90er Jahren haben wir das gar nicht so „undercover“ genannt, sondern eher „in die Szene reingehen“.

„Es war schwer zu ertragen“

Ich habe meine Diplomarbeit über eine Altnaziorganisation geschrieben. Ich bin dadurch mit vielen SS-Leuten, die damals noch in großer Zahl lebten, in Verbindung gekommen. Die haben mich als Sympathisantin aufgefasst und wir haben dann für den „Stern“ 1994 eine Woche lang in SS-Kreisen gelebt, beim Ulrichsberg-Treffen in Österreich. Und ich habe auch die Überlebenden der „Leibstandarte Adolf Hitler“ zum Beispiel in Action erlebt, wie sie mit ihren „Heldentaten“ prahlten. Es war schwer zu ertragen. Reue gab es nicht. Dann tauchte FPÖ-Star Jörg Haider auf und die alten SSler kletterten begeistert auf die Stühle.

Wir haben sogar eine Audienz gewährt bekommen bei Gudrun Burwitz, der Tochter von Heinrich Himmler, „Reichsführer SS“. Ein SS-Führer sorgte dafür. Das waren zum Teil erschütternde Erfahrungen und Erlebnisse, die mich nachhaltig geprägt haben. Die bis heute vielleicht auch mein Handeln und Tun prägen.

Erich Priebke ist einer, der damals ausgeliefert wurde aus Argentinien, der dort gelebt hat als Deutscher, die deutsche Schule in Bariloche mit gegründet hatte und der dann später wegen Kriegsverbrechen in Italien vor Gericht gestellt wurde. Bei Erich Priebke ist noch mal deutlich geworden, wie stark sich die Neonaziverbindungen bis heute tatsächlich um die letzten hochbelasteten Kriegsverbrecher gekümmert haben. Das war ganz deut-

lich. Ich bin damals bei einem hochrangigen Mitarbeiter von Daimler-Benz in Baden-Württemberg gelandet, als wir die Unterstützerkreise recherchiert haben. Er und seine Frau waren geradezu fanatisch. Das gehörte damals zu den Recherchen dazu.

Wir haben dann zusammen mit „Panorama“ über den NPD-Wahlkampf 2005 in Schleswig-Holstein berichtet, eigentlich ein Bundesland, von dem man denkt, da gäbe es nicht so viel rechte Aggression und Gewaltbereitschaft. Weit gefehlt. Unser Team kam gegen den Widerstand einiger NPD-Hardliner tatsächlich in diese Wahlkampfveranstaltung hinein. Es war eng und die wollten uns nicht, pöbelten herum. Das Ganze eskalierte dann, als eine kleine Gruppe von Gegendemonstranten draußen an der Straße auftauchte.

„Journalisten als Schutzschilde“

Die NPD zeigte in Steinburg ihr wahres Gesicht. Das war für uns ganz wichtig zu zeigen. Aber das war nicht ohne. Die hatten damals noch keine Kreide gefressen und waren nicht so professionell. Die Neonazis stürmten nach draußen, nahmen alles mit, Tische, Stühle. Wir Journalisten wurden teilweise als Schutzschilde genommen, es flogen Steine und vieles ging zu Bruch. Zwei Polizisten, die vor Ort waren, gaben Warnschüsse ab. Das waren Erfahrungen, die man nicht abschütteln kann. Eine am Boden liegende Frau wurde von NPDIern getreten.

Es folgten weitere Recherchen. Ich war natürlich nicht alleine, es gab meistens einen Kreis engagierter Leute vor Ort, die mir halfen oder wir vernetzten uns anderweitig. Wir haben immer viel Arbeit reingesteckt, aber auch sehr viel Anerkennung dafür bekommen. Das hat mir sehr geholfen bei der Arbeit und bei den folgenden, schwierigen Recherchen zur Kindererziehung der Rechtsextremen. Diese einschlägige Kindererziehung ist bis heute eines der Themen, an denen ich intensiv sitze.

Dazu zählen auch die Recherchen zur „Heimattreuen Deutschen Jugend“ (HDJ), die 2009 verboten wurde. Das waren schwierige Geschichten. Wir haben einiges erlebt. Wir sind verfolgt worden. Wir sind angegriffen worden. Das sind negative Erfahrungen gewesen, auf die hätten wir auch gerne verzichtet. Aber das ist eben so, wenn man das Innerste dieser Szene offenlegen will. Bilder zeigen ein HDJ-Lager, das wir wirklich heimlich aus dem Wald heraus gefilmt haben. Wir waren zu viert. Es ging um die soldatische Erziehung, den Drill,

der da Hunderten von Kindern zuteil wurde. Und der sich schon 42 Jahre vorher durch die „Wiking-Jugend“ vorgebildet hatte. Auch nach deren Verbot 1994 wurde damit weitergemacht.

Das Thema organisierte neonazistische Kindererziehung wurde um 2006 herum von offizieller Seite heruntergespielt – ich hatte im Auftrag der Redaktion damals die Verfassungsschutzämter abzuklappern und zuständige Behörden anzurufen. Die haben zum Teil gefragt, ob ich nichts Besseres zu tun hätte, die HDJ sei kein Beobachtungsobjekt, die seien nicht wichtig und so weiter. Wir haben trotzdem weitergemacht. Es war wahnsinnig schwierig. Solange wir nicht die entscheidenden Bilder und das Material von den Kindern in den Lagern hatten, sah es in den Redaktionen sehr schwierig aus, uns Aufträge zu geben. Die Kollegen und ich haben wirklich alles zusammengesammelt. Viel kam auch vom Apabiz, einem antifaschistischen Archiv in Berlin, deren Recherchen sind immer besonders fundiert.

„Eine ganz alte Geschichte“

Ich muss sagen, was man heute sieht oder was immer wieder mit der HDJ in Verbindung gebracht wird, diese Bilder im Wald, diese Bilder bei der Verfolgungsjagd, das ist nur ein Bruchteil gewesen. Wir haben alle wirklich akribisch ganz klassische Auswertung des Primärmaterials geleistet, Archivarbeit ohne Ende. Bis zum Verbot 2009 gab es sogar Werbeanzeigen der HDJ innerhalb der Szene, um Kinder zu ködern. Sie sehen, das ist alles eine ganz alte Geschichte, aber viele Inhalte ähneln denen von heute.

Mit dem Bildmaterial von diesen Zeltlagern und dem Drill der Kinder konnte viel erreicht werden – Schilder wie „Führerbunker“ an den Zelten machten deutlich, welche Ideologie dort herrschte. Dass das mit Demokratie und Gleichheitsprinzipien überhaupt nichts mehr zu tun hatte in diesen Lagern, wurde auch deutlich. Die Öffentlichkeit reagierte empört auf das Bildmaterial in den Politiksendungen, 2009 kam es auf politischen Druck hin zum Verbot.

Und jetzt besteht unsere undankbare Aufgabe darin, tatsächlich nachzuweisen, dass die rechte Szene so ähnlich weitermacht. Wir können natürlich nicht mehr diese Bilder bringen. Es finden keine Lager in dieser Größenordnung statt und wenn, dann noch mehr im Verborgenen. Sie sind schlauer geworden, professioneller, noch konspirativer geworden. Dann folgte der Prozess wegen des Angriffs auf meinen Kollegen und mich. Ich war da als Opfer, als Betroffene vertreten. Der Bundesführer der HDJ hatte mich 2006 niedergeschlagen. In aller Öffentlichkeit. Auch diese Opferperspektive ist natürlich eine Erfahrung, die man selber erst mal

machen muss. Und die natürlich auch was mit einem etwas macht.

In Ostwestfalen-Lippe macht diese „Heimattreue Deutsche Jugend“ tatsächlich im kleinen Stil noch weiter. Dort geben Neonazis, als wäre nichts gewesen, als gäbe es kein Verbot, ihre Kinder bei einem ehemaligen Leiter einer HDJ-Einheit ab. An solchen Orten wachsen Kinder mit Feindbildern auf, zu denen auch wir zählen. Das ist erschreckend. Die ehemaligen Anführer der HDJ-„Hermannsland“ tauchten bei der rechten Demonstration am 1. September in Chemnitz auf, sie hatten auch dort Jugendliche dabei.

„Wir können nicht genug filmen“

Unsere Vorort- Recherche geht wirklich nur mit intensiver Vorbereitung. Und wir haben leider immer wieder auch massiv Ärger mit der Polizei. Wir bekommen dann von Beamten zum Beispiel gesagt, warum wir denn so viele Bilder machen müssen, wir hätten doch jetzt genug gefilmt. Das ist eine immer wiederkehrende Aussage bei sämtlichen Events. Da kann man nur sagen, wir können gar nicht genug fotografieren und filmen, um wirklich Archivmaterial zu haben und vernünftige Recherche über die rechte Szene betreiben zu können.

Wir haben mehr oder weniger durch Zufall eine der größten Naziimmobilien in Mecklenburg-Vorpommern entdeckt. Wir wollten eigentlich etwas ganz anderes recherchieren, waren hinter einem Ordnungsdienst-Treffen der NPD her. Dachten, wir kriegen da jetzt Wehrsport vor die Kamera. Und sind dann letztendlich im Gewerbegebiet in Grevesmühlen im Grünen Weg 5 gelandet und haben dieses „Thinghaus“ entdeckt. Das muss man sich mal vorstellen, ist natürlich völlig überspitzt von mir gesagt. Dieses „Thinghaus“ kann jeder sehen, der dort an dem Autohaus vorbeifährt. Es war damals so eine Art Fort, gesichert mit hohem Zaun und Wachturm. Heute laufen Wachhunde herum. Draußen hängt ein fettes NPD-Transparent. Dort treffen sich die Rechtsextremen aus der Region. Aber es hatte bisher dahin niemand darüber berichtet, keiner hatte uns davon erzählt. Man hat es einfach ignoriert, wohl nicht genau hingeschaut.

Wir haben dann angefangen, intensiver über dieses Nazizentrum zu berichten. Das übrigens bis heute existiert. Gemeinsam mit anderen Kollegen und Kolleginnen habe ich dort Kinderfeste dokumentiert, was nur mit Teleobjektiven auf Abstand machbar war, die Neonazis dort waren sehr aggressiv. Wir können nur immer wieder darauf hinweisen, dass es diese vielen rechtsextremen Immobilien gibt. Dass diese Immobilien auch frequentiert werden, ausstrahlen.

Das war einer meiner Schwerpunkte. Ich stehe nach Berichterstattungen auch immer für Vorträge zur Verfügung. Versuche an Schulen zu gehen, in der Prävention zu helfen durch journalistische Aufklärung das Ganze regional dann nicht einschlafen zu lassen. Das betrachte ich auch als Teil meiner Aufgaben.

„Die Rolle der Frauen“

2011 haben Andreas Speit und ich ein Buch über die rechte Frauenszene geschrieben, es heißt „Mädelsache“. Jetzt bin ich ein bisschen nachtragend, muss ich gestehen. Wir haben im März 2011 das Buch veröffentlicht und es gab sofort Statements dazu vonseiten der Verfassungsschutzbehörden, die gesagt haben, wir würden Hysterie betreiben, würden übertreiben. Rechte Frauen würden in der Szene keine Rolle spielen. Das mussten die Behörden sagen, weil es keine gegenderten Statistiken oder ähnliches von deren Seite gab. Sie hatten die Problematik ignoriert. Rechtsextreme Frauen existierten aus der Sicht oder in der sogenannten Präventionsarbeit der Behörden scheinbar nicht. Wir mussten da ganz schön gegen anrudern mit unserem Buch.

Es war schwierig. Und nur knapp sechs Monate später, am 4. November 2011, hat sich Beate Zschäpe in Jena auf dem Polizeirevier gestellt. Das ganze Ausmaß der Verbrechen des NSU kam ins Rollen. Die Rolle der Frauen auch im rechten Terror kam endlich zur Sprache. Man konnte nicht nur von einer Nazibraut, von einer Mitläuferin reden. Das Ganze hat fünf Jahre lang dann später im Prozess auch noch eine Rolle gespielt. Das heißt, wir haben da auch das bekommen, was ich jedem von Ihnen gönne, wirklich von Herzen gönne - Bestätigung, dass wir mit unseren Recherchen richtiggelegen haben. Das tut einem gut. Das brauchen wir.

Natürlich hat man auch Fehler gemacht. Natürlich hat man sich auch in Themen verzettelt, hat sicherlich auch vielleicht eine falsche Dynamik geahnt in bestimmten Bereichen. Aber wie gesagt, bei manchen Themen oder bei diesen Themen, gerade rechte Frauen beschäftigen mich auch bis heute, da ist es mir sehr wichtig, das auch noch mal zu sagen, dass man wirklich, wenn man das Gefühl hat, gute Recherche betrieben zu haben, gutes Bauchgefühl hat und viel Ahnung hat, wirklich tief drin ist, dann sollte man bei der Stange bleiben und die Publikation dennoch machen. Da sollten wir uns vor allen Dingen auch nicht so abhängig machen von der Bestätigung ausgerechnet von umstrittenen Verfassungsschutzbehörden.

Die Völkischen und ihre Ideologie sind jetzt eines der Themen, mit denen wir uns heute intensiv beschäftigen. Es ist ein schwieriges Thema. Das sind nicht einfach

Nationalisten, die sind in Familien aufgewachsen, die seit Generationen daran glauben, dass einer weißen, deutschen homogenen „Volksgemeinschaft“ ein Vorrecht zusteht. Nicht alle Menschen sind für die gleich. Sie lehnen die moderne und liberale Welt völlig ab. Diese Szene ist ideologisch gefestigt, die wollen weiterhin im Verborgenen agieren, die kann man nicht einfach um ein Interview oder ein Gespräch bitten. Die sind argwöhnisch. Schon die Kinder lernen: Presse und Medien lügen. Das ist bei denen nicht neu.

„Homogene Volksgemeinschaft“

Dann stellt sich eher nicht die Frage, mit den Rechten reden, sondern dann muss man wirklich recherchieren und versuchen, ohne deren Zutun und Bewilligung hinter deren Kulissen zu schauen. Natürlich immer legal und immer von öffentlichem Grund aus. Diese einflussreiche und gut vernetzte Szene möchte nicht gefilmt werden. Sie wollen uns bei ihren Brauchtumsveranstaltungen oder Jugendlagern nicht dabei haben. Da werden keine Interviews gegeben.

Und warum ist das so wichtig? Warum ist so wichtig zu zeigen, dass es überall in Deutschland völkische Sippen gibt? Dass die Kinder völkisch-nationalistisch erzogen werden mit dem Gedanken, zu einer deutschen Elite zu gehören, zu einer homogenen „Volksgemeinschaft“ im NS-Sinne? Warum ist das so wichtig? Weil wir eben solche Phänomene haben, wie wir es mit einem Video belegen können.

Das ist die Identitäre Bewegung, das sind diese modernen Rechtsextremen - ich würde sie auch noch nicht als Neurechte, sondern als rechtsextrem bezeichnen, obwohl sie sich selber so brüsten, als seien sie ganz neu. Als kämen sie irgendwie gar nicht irgendwo her. Diese Behauptungen widerlegen wir.

2015 haben die Kollegen und ich ein Jugendzeltlager des nationalistischen „Sturmvogel - Deutscher Jugendbund“ fotografiert. Das war in Grabow in Brandenburg. Die Kinder mussten morgens eine Stunde strammstehen, die konnten kaum noch. Dann haben wir einen Volkstanz-Event in der Lüneburger Heide heimlich gedreht und nach beiden Veranstaltungen nachgewiesen: Das sind Völkische, von denen welche in der NPD, der AfD, der Identitären Bewegung oder anderen rechtsextremen Gruppierungen aktiv sind. Es gab Recherchen dazu von Antifaschisten von Exit und anderen. Für uns bedeutet es, wir haben Materialien und wir müssen abgleichen, wer ist wo politisch aktiv, alles akribisch prüfen.

Wir geben Antworten auf Fragen wie: Können wir über diese Szene überhaupt berichten, die so im Verborgenen agiert, die angeblich auf den Bauernhöfen doch nur die

Kinder in Ruhe und Frieden unter Gesinnungsgenossen aufziehen will, warum haben wir als Journalisten Interesse daran, sie politisch an die Öffentlichkeit zu holen? Darauf geben wir Antworten. Diese Kinder sind betroffen. Sie werden frühzeitig von Rechtsextremen involviert. Ungefragt.

„Es ist viel Recherche notwendig“

Das heißt, es ist viel Recherche notwendig, um nachzuweisen, dass das nicht nur zurückgezogen lebende Völkische sind. Die verbreiten ihre Ideologie und ihre Netzwerke, beides reicht bis tief in die AfD. Wir Fachjournalisten haben oft Probleme bei der Berichterstattung zur AfD. Ich kann das vielleicht am besten an meinen eigenen Erfahrungen schildern. Parteitag der AfD, Landesparteitag in Demmin in Mecklenburg-Vorpommern. Ich arbeite wie alle anderen in der Halle mit einer kleinen Kamera. Dann wird meine Anwesenheit tatsächlich thematisiert, vor der ganzen Versammlung. Da ist Frau Röpke. Und jetzt stimmen wir mal darüber ab, ob die drinbleiben darf. Die meisten der AfDler haben dann für meinen Rausschmiss plädiert und ich bin vor den ganzen Kolleginnen und Kollegen vom Ordnungsdienst rausgeschmissen worden.

Es sind natürlich auch Recherchen vorausgegangen, Berichte, die denen nicht gefallen haben. Einige aus den Reihen der AfD hatten Kontakte zur Kameradschaftsszene. Ich bin dann in Bremen zusammen mit meinem Kollegen noch einmal gewaltsam durch die AfDler rausgeschmissen worden. Also, es geht auch immer ziemlich rabiät zu. Die wollen uns dann immer die Kamera entreißen. War eigentlich wie vorher bei der NPD. Und natürlich war es unangenehm vor allen Kolleginnen und Kollegen.

Dann denkt man anschließend darüber nach, wie komme ich jetzt an die nötigen Informationen, wie berichte ich, ich kann jetzt nur noch draußen stehen. Wie kriege ich raus, was da drinnen läuft. Ich mache keine Tagesberichterstattung oder eher selten. Das heißt, ich habe meistens länger Zeit. Aber ich muss eben auch die aktuellen Informationen bekommen. Wir haben Gott sei Dank eine gute Vernetzung. Wir haben auch eine gute Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern. Der Austausch hilft einem sehr. Aber es ist wirklich eine Einschränkung, wenn man zu den rechten Veranstaltungen, obwohl oft öffentlich, nicht mehr reinkommt. Aber mittlerweile ist es ja so, dass es nicht nur uns Fachjournalisten betrifft, sondern einen Großteil der Redaktionen. Sogar die ganz großen.

Wir haben natürlich die gesamtgesellschaftliche Problematik seit 2014 und wir haben vorher auch schon gewarnt, haben in Berichten und Vorträgen immer wieder

auf die Studien von Professor Heitmeyer hingewiesen, die besagen, dass ein beachtlicher Teil der Deutschen erschreckende Demokratiemüdigkeit aufzeigt. 2015 bei den „Hooligans gegen Salafisten“ (HoGeSa) in Köln war ich dabei. Habe die Aggression, die Gewalt erlebt. Die Ohnmacht der Zuständigen, der Polizei. Dabei war bekannt, wie gefährlich rechte Hooligans sein können. Wir haben „Pegida“-Aufmärsche gefilmt, fotografiert.

Wir waren jetzt im Herbst 2018 in Chemnitz dabei. Für „Monitor“ haben meine Kollegen und ich gemeinsam berichtet. Wir versuchen, immer wieder aufzuzeigen, wie gewaltbereit die AfD wirklich ist. Vor allen Dingen auch wie strategisch und arbeitsteilig sie vorgeht. Deren Professionalität zu verdeutlichen ist wichtig. Das muss meines Erachtens noch deutlicher gezeigt werden. Da sind wir oft viel zu zögerlich und zurückhaltend.

„Unter Ausschluss der Öffentlichkeit“

Ich möchte Ihnen gerne noch ein Beispiel aufzeigen. Frank Magnitz ist in Bremen der AfD-Chef. Sie haben alle die Bilder gesehen, die er selber gepostet hat, nach dem Angriff auf ihn. Gleich nach dem Überfall in Bremen am Goethe-Theater hat er sich von einem Handwerker fotografieren lassen. Da war er noch nicht mal im Krankenhaus. Und im Krankenhaus dann sofort von einem Sanitäter und das Ganze über die sozialen Netzwerke rausgehauen. Ich weiß nicht, ob Sie es mitbekommen haben, die taz hat auch darüber berichtet, dass Frank Magnitz an seine Parteimitglieder geschrieben hat, er hätte das Ganze eben mal medial ausnutzen müssen. Er hatte eine mediale Strategie dahinter.

Wir haben den Magnitz auch schon vorher erlebt mit seiner ganzen Aggression, mit seiner Ausschlussarbeit der Presse. Es war gerade letzte Woche Landesparteitag in Bremen. Wieder mal völlig unter Ausschluss der Öffentlichkeit. Keine Medien waren zugelassen. Keiner kam rein. Was ich dann auch wieder nicht verstehe, ist die Haltung der Medien und gerade explizit in Bremen. Zum Beispiel, das ist jetzt wirklich nur ein Beispiel, der „Weser-Kurier“ hat im letzten Jahr immer wieder Facebook-Meldungen oder Twittermeldungen von der AfD oder deren Chef, Frank Magnitz, anscheinend eins zu eins übernommen. Deren Parolen erhielten Nachrichtenwert ohne großartige Abwägung, wie mir scheint.

Auch nach dem Angriff auf Magnitz, als er noch im Krankenhaus lag, wurde seinen Aussagen Glauben geschenkt, obwohl vorher bekannt war, dass er durchaus ein eher fragwürdiger Politiker ist. Er hat quasi im Krankenhaus gelegen und muss wirklich zig Medienvertreter empfangen haben, zig Interviews gegeben

haben. Magnitz behauptete, er sei mit einem Kantholz angegriffen worden, das machte den Angriff gleich viel brutaler. Medien brachten diese Behauptung sofort. Er sagte auch, die Angreifer hätten auf ihm herumgetreten. Videoaufzeichnungen der Kameras des Goethe-Theaters in Bremen sprachen dagegen. Ließen Magnitz unglaublich erscheinen.

„Aggressive Hetze“

Was ich nicht verstehe, ist: Warum lässt man die Polizei, die Staatsanwaltschaft nicht ermitteln? Warum lassen sich die Medien auf die reißerische Tour eines Mannes ein, der für seine aggressive Hetze vorher bestens bekannt war. Er wurde angegriffen, die Polizei ermittelt. Punkt. Warum zitiert man den Mann, den man vorher als so pressefeindlich erlebt hat, derartig ausgiebig und ungefiltert? Magnitz ist jemand, der selbst aggressiv auftritt. Und warum geht man als Medienvertreter, als Redaktion nicht etwas distanzierter damit um? Warum verlässt man sich nicht auf eigene Recherchen? Ich finde das sehr, sehr problematisch und ich wollte es hier auch noch mal kurz aufzeigen.

Auch AfD-Chef Jörg Meuthen hat sofort von mehreren Angreifern in Bremen gesprochen, die Magnitz halb totgeschlagen hätten. Das von der Polizei gezeigte Videomaterial ergab dann ein anderes Bild. Sicherlich, der Angriff, die Brutalität war da. Aber auch ein Betroffener hat die Wahrheit zu sagen, vor allem wenn er auch noch in der Öffentlichkeit steht wie Frank Magnitz.

„Wir sind Teil des Ganzen“

Meine journalistische Intention ist, durchaus Haltung zu zeigen. Ich glaube, wir können eine Position beziehen und dennoch sachlich berichten. Ich hatte von Anfang an Probleme mit diesem Hans-Joachim-Friedrichs-Spruch, man soll sich nicht mit einer Sache gemein machen. Wer zum Beispiel über die Seenotrettung im Mittelmeer berichtet, kann aus meiner Sicht keine neutrale Haltung haben. Da geht es um unsere Werte, Demokratie, um Vielfalt. Es geht um unser aller Leben. Es geht um humanitäre Ziele, um Ethik und bitteschön, als Journalisten sind wir Teil des Ganzen. Wir stehen nicht außen vor.

Hinzu kommt dann aber, dass wir doppelt und dreifach recherchieren, um uns abzusichern. Und ohne Anwälte geht leider gar nichts mehr. Wenn ver.di mir nicht beistehen würde, hätte ich größere Schwierigkeiten. Weil ich immer wieder auch juristische Hilfe erhalte.

Und das ist das letzte Beispiel. Es ist eine Filmdokumentation. Sie können sich gar nicht vorstellen, unter

welchen Umständen die entstanden ist. Auch mit welcher Sorgfalt und Ehrfurcht wir dazu recherchiert haben. Wir haben Mails anonym zugespielt bekommen, wie es heute so ist. Sie sagten viel aus über eine Merck-Erbenfamilie. Viele Redaktionen, auch Freie, bekommen Mails zugespielt und die erste Haltung ist natürlich: Sind die wirklich authentisch, sind die echt? Was ist mit diesen Mails? Blufft da jemand?

Bei diesen Mails ging es 2015 darum, dass sie aus dem Spektrum der Erben des Merck-Konzerns kamen und aufzeigten, dass einer engste Kontakte zur Holocaustleugner-Szene unterhält. Der größte Pharmakonzern Deutschlands und dann das. Dass ein Markus Haverkamp bei der internationalen Konferenz der Holocaustleugner, der sogenannten Teherankonferenz, die Übersetzung gemacht hat, war bekannt und öffentlich zugänglich. Auch, dass der bei David Duke, einem ehemaligen Anführer des Ku-Klux-Klans in den USA dabei war, aber wir wussten bis dato nicht, dass dieser Haverkamp in Wirklichkeit Stangenberg-Haverkamp heißt und einer der rund 130 Erben des Familienkonzerns Merck ist.

„Das braune Netzwerk“

Und ich weiß nicht, ob Sie das schon erlebt haben, man hat dann diese belastenden Mails und steht da wirklich wie vor einem Berg und fragt sich, was können wir damit machen? Wir als freie Journalisten, wie weit können wir uns vorwagen? Können wir uns mit diesem Konzern anlegen? Können wir da wirklich was nachweisen? Und ich muss sagen, das war wirklich eine der herausforderndsten und spannendsten Recherchen, die wir bisher erlebt haben. Wir prüften zunächst zahlreiche Informationen, um die Authentizität der Mails zu gewährleisten. Dann mussten wir herausfinden, wie der überhaupt jetzt aussieht. Ist es derselbe? Dann haben wir das rausbekommen, sind nach Darmstadt gefahren, haben ihn bei einem Gesellschaftertreffen gesehen und danach haben wir ihn dann tatsächlich beim Nazitreffen, tief im Thüringer Wald, gefilmt.

Meine Kollegin Caterina Woj hat an dem Treffen teilgenommen, wir saßen draußen. Es entstanden heimliche Filmaufnahmen. Das sind Dinge, da muss man genau abwägen, wie weit man gehen kann. Wenn Nazis, Holocaustleugner einem sagen, dass man nicht filmen soll, dann muss man abwägen, macht man es dennoch oder macht man es nicht? Warum sollte man sonst dahin gehen? Einfach nur um mit denen zu reden, zu plaudern und ohne Bildmaterial wieder rauszugehen, dann hätten wir lieber verzichtet. Also wie gesagt, das sind ethische Gesichtspunkte, das ist journalistische Abwägung, das muss sich jeder genau überlegen.

2017 haben wir dann über das Braune Netzwerk in der ARD berichtet. Der Merck-Konzern ist dann intern kurios damit umgegangen. Wir bekamen da noch mal interne Informationen anonym zugespielt, wie der Konzern mit unserer Recherche und den Enthüllungen umgegangen ist.

„Lieber Markus“, Markus ist der Merck-Erbe mit dem Nazihintergrund, „die Gesellschafterversammlung ist gestern ohne Eklat abgelaufen. Mein Appell, die Emotionen für die Kaffeepause aufzuheben, hat gewirkt. (. . .) als Versammlungsleiter habe ich den Fall Markus Stangenberg-Haverkamp als allerletztes behandelt um 13 Uhr 40, wo jeder eigentlich nach vier Stunden zum Essen wollte. Bei all dem Ärger, den unsere linken Medienfeinde dir und leider damit primär mir verur-

sacht haben, lief der Schluss fast harmonisch ab.“ Also Sie sehen, wir haben anscheinend nicht so sehr viel erreicht. Immerhin wurden wir jetzt mehrfach schon zu Vorträgen nach Darmstadt geladen, von Gewerkschaften und Studierenden.

Das heißt, wir bleiben dran, wir wollen die Problematik dort wachhalten. Aber es wird Ihnen allen so gehen, dass es nicht so einfach ist, etwas zu verbessern. Mit einer einzigen Berichterstattung oder einem Film ist zumeist noch nichts getan.

*

Andrea Röpke ist freie Journalistin mit dem Themenschwerpunkt Rechtsextremismus. ■