

# DOKUMENTATION

10. DJV-Journalistinnenkongress



**FRAU MACHT MEDIEN**

Journalistin 3.0 –  
Unsere Chancen im Medienalltag

**8./9. März 2014, Hotel Park-Inn Köln City-West**

## ***Inhaltsverzeichnis***

- ▶ Programm ▶ Seite 2
- ▶ Begrüßung *Dr. Mechthild Mäsker* ▶ Seite 3
- ▶ Grußwort *Ulrike Kaiser* ▶ Seite 5
- ▶ Podiumsdiskussion „Journalistin 3.0“ ▶ Seite 8
- ▶ Workshops
- ▷ Workshop 1: Fem:) Publica ▶ Seite 39  
Referentin: *Carolin Neumann*
- ▷ Workshop 2: Fem:) Site ▶ Seite 44  
Referentin: *Anna-Maria Wagner*
- ▷ Workshop 3: Fem:) Book ▶ Seite 58  
Referentin: *Jennifer Jones*
- ▷ Workshop 4: Fem:) Time ▶ Seite 76  
Referentin: *Cordula Nussbaum*
- ▷ Workshop 5: Fem:) Picture ▶ Seite 82  
Referentin: *Heike Rost*
- ▶ Podiumsdiskussion Fem:) Quote ▶ Seite 84
- ▶ Pressestimmen ▶ Seite 108
- ▶ Twitter-Stimmen zum Kongress ▶ Seite 114
- ▶ Foto-Impressionen ▶ Seite 115

### **Impressum**

Herausgeber: Deutscher Journalisten-Verband, Bannauerstraße 60, 53115 Bonn  
Tel.: 0228/201720 – Fax: 0228/2017232 – E-Mail: [qua@djv.de](mailto:qua@djv.de) – Internet: [www.djv.de](http://www.djv.de)  
V.i.S.d.P.: Regine Sakowsky  
Fotos: Simone Ahrend, sah-photo

## **Grußwort**

### **Dr. Mechthild Mäsker**

Vorsitzende des DJV-Fachausschusses Chancengleichheit



Wir wollen jetzt zwei Tage miteinander netzwerken, lernen, uns kennenlernen, vieles vielleicht auch über uns selbst erfahren und auch lernen, mitnehmen, weiterbilden, um uns voranzubringen. Darauf freut sich mit Euch der Fachausschuss Chancengleichheit des DJV, der diesen Kongress wieder organisiert hat.

Der Weltfrauentag ist immer ein Tag, an dem es viel von Frauen in den Medien hört, d. h., wir schreiben viel über den Weltfrauentag. Das ist offenbar ein Ereignis, mit dem sich Vielfalt auch in den Medien beschäftigt oder die Medienvielfalt. „Glamour“ beispielsweise hat zu diesem Tag geschrieben: „Es reiben sich alljährlich besonders die Blumenverkäufer, Parfümerien und Schmuckgeschäfte die Hände. Welche Frau freut sich an diesem Tag nicht über ein kleines bisschen Aufmerksamkeit?“ Doch der Internationale Frauentag war nicht immer ein Tag der Geschenke. „Ach was“, hören wir uns dann vielleicht gerade gleich sagen. In der Tat, der Weltfrauentag – ich denke, die meisten von Ihnen wissen es – wurde einst initiiert von der Sozialistin Klara Zetkin. Seit 1977 ist dieser Tag von der Generalversammlung der UN als Internationaler Frauentag anerkannt. Ich finde diese Herkunft, dieses Ereignis des Frauentags manchmal etwas seltsam, diese inhaltliche Implikation. Aber das, was sich dann tatsächlich daraus entwickelt hat – es gibt z. B. Online-Blumengrußkarten zum Internationalen Frauentag – es gibt diverse Artikel, die sich jetzt damit beschäftigen. In der Kölnischen Rundschau gab es z. B. gerade gestern einen Artikel: „Was steckt hinter den Frauenklischees?“ Es geht beispielsweise darum, dass Frauen frieren, Frauen können nicht Autofahren, haben doppelt so viele Schuhe wie Männer...“ Dies wurde mit zehn Thesen hinterlegt, die unterlegt wurden mit harten Fakten und beispielsweise gibt es eine Studie, die besagt, dass Frauen 17,3 Paar Schuhe haben und Männer nur 8,2. Ich glaube, bei mir sind es mehr als 17,3. Es gibt durchaus ein paar spannende Erkenntnisse, auch wenn sich das abseits des politischen Frauentags abspielt.

Dpa-Nord hat in der vergangenen Woche einen Artikel geschrieben: „Frauen im Norden nun auch öfter auf ungewöhnlichen Top-Positionen“. Da wurden beispielsweise die Knast-Chefinnen in Lübeck und Neumünster kurz benannt, das

Hauptzollamt Kiel hat eine Chefin, die Präsidentin des Landesrechnungshofes. Es gibt eine weibliche Präses für die IHK zu Lübeck, die auch gleichzeitig für die IHK Schleswig-Holstein zuständig ist. Es gibt eine Landesarbeitsagenturchefin, das Landesarbeitsgericht, das Landessozialgericht, das Oberlandesgericht und das Obergericht haben jeweils eine Präsidentin. Da sind schon richtig viele Frauen an Top-Positionen. Eines konnte der dpa-Kollege in diesem Artikel nicht auffahren – nämlich eine Chefredakteurin oder eine Intendantin im Norden. In der eigenen Branche ist es dann doch nicht ganz so weit her, vielleicht hat er in dieser Branche auch gar nicht recherchiert, weil sie ihm als Branche nicht zu ungewöhnlich schien. Aber es zeigt jedenfalls: In vielen Branchen, in vielen Bereichen sind Frauen an Top-Positionen. Wir haben da viel erreicht, aber eben in manchen Bereichen auch nicht. Und unsere eigene Branche scheint da ein wenig Schneckentempo vorzulegen.

Der Verein „Pro Quote“ – darüber werden wir ja morgen reden – ist vor zwei Jahren angetreten, das zu ändern, zumindest im Zahlenbereich. Was damit dann sonst noch verbunden ist, außer vielleicht den reinen Zahlen, das müssen wir vielleicht morgen noch einmal diskutieren.

Heute geht es um unsere Zukunft als Journalistin, ob frei, ob fest angestellt, ob Hörfunk, Online, Tageszeitung, digital, trimedial/multimedial – wie auch immer – darüber wollen wir nachher hier auf dem Podium diskutieren und auch natürlich gerne untereinander mit Euch. Ich hoffe, dass ihr viel dazu beitragen könnt, Fragen habt an die Expertinnen, dass ihr euch an der Diskussion beteiligt.

## Eröffnung

**Ulrike Kaiser**

Stellvertretende DJV-Bundesvorsitzende



Ein herzliches Willkommen vom DJV-Bundesvorstand zum zehnten Kongress FRAU MACHT MEDIEN. Und ein herzliches Dankeschön an den Fachausschuss Chancengleichheit für dieses Markenzeichen, das er mit seiner stetigen Arbeit für den DJV gesetzt hat. Der zehnte Kongress – ein Jubiläum, das wir just am Weltfrauentag mit interessanten Themen und kollegialen Gesprächen feiern wollen.

Apropos kollegiale Gespräche: Lasst mich kurz, aber durchaus nachdrücklich erinnern an wenig kollegiale Gespräche, die parallel in Hamburg stattfinden, mit den Verlegern. Dort läuft zurzeit die achte Tarifrunde für die Redakteurinnen und

Redakteure an Tageszeitungen. Ich hoffe, es ist in Eurem Sinne, wenn wir von hier aus unseren Verhandlungskommissionen Erfolg wünschen und unsere Solidarität bekunden – Solidarität auch mit den vielen Streikenden, die in den vergangenen Tagen und Wochen in den Ausstand getreten sind. Für ihre Forderungen nach fairer Gehaltsanhebung. Und gegen die Verleger-Zumutungen nach weiterer Absenkung der Tarife.

Was FRAU MACHT MEDIEN mit dieser Tarifauseinandersetzung zu tun hat, liegt auf der Hand: Es geht nicht alleine um die 14.000 Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen. Es geht um eine weitere Signalwirkung auch auf andere Medienbereiche und auf die Honorare von Freien: Was im Tageszeitungsbereich erreicht oder nicht erreicht wird, wirkt sich auf alle Medienbereiche aus, auf Feste wie auf Freie. Wir haben also allen Grund, für unsere Interessen einzutreten und zu kämpfen.

Und Einsatz für faire Arbeitsbedingungen und faire Chancen ist schließlich auch Thema dieses Kongresses: Journalistin 3.0 – unsere Chancen im Medienalltag. Wo diese Chancen liegen, das sagt schon der Titel dieser Konferenz: im Digitalen, im Netz. Sowieso.

Aber nicht mehr nur im Web 2.0. Sondern im Web 3.0. Das ist, wie wir wissen, das sogenannte denkende Netz. Das Netz, das nicht mehr nur Daten speichert, sie auf Abruf zur Verfügung stellt und Interaktionen zwischen den Nutzern ermöglicht. Sondern viel mehr als das.

Web 3.0 ist das semantische Netz, das selbsttätig Zusammenhänge zwischen Informationen herstellt, sie aufbereitet und dann als individuelles Bindeglied zwischen Nutzer, Diensten und Inhalten vermittelt. Ein Netz, das Orientierung gleich

mitliefert. Das die Fülle von Informationen kanalisiert, sie filtert und als individuellen Service an den jeweiligen Nutzer weitergibt.

Okay, diese Orientierungsfunktion wurde bisher uns zugeschrieben. Uns Journalistinnen und Journalisten. Orientierungsfunktion im Informationsdschungel: Das galt als sichere berufliche Bank mit Zukunft. Wir werden also künftig mit den IT-Fachleuten darüber streiten müssen, was uns Journalistinnen an Aufgaben noch übrig bleibt, wenn das Netz zunehmend mit semantischer Intelligenz ausgestattet wird. Wir werden unter Beweis stellen müssen, dass die menschliche, die journalistische, die weibliche Intelligenz nicht nur mithalten kann mit der künstlichen, sondern sie – wovon wir sicher ausgehen – bei weitem überflügelt.

Hauptsache, wir rennen den Entwicklungen nicht hinterher. Sondern sind an der Spitze der Bewegung. Aber sind wir das? Sind speziell wir Journalistinnen das? An der Spitze der Bewegung?

Viele von uns sind es. Die Digital Natives, also die Jüngeren unter uns, allemal. Und doch müssen wir uns fragen, ob sich nicht auch im Web 2.0 ähnliche Kriterien einnisten wie in den herkömmlichen Medien: Frauen sind gut, kreativ, ideenreich und bienenfleißig. Wir twittern, bloggen und posten uns die Finger wund – aber das öffentliche Bild der digitalen Welt bestimmen andere.

Ob es uns gefällt oder nicht: Die Alphatiere im Web 2.0 sind Männchen. Sascha Lobo, Don Alphonso, Markus Beckedahl, Stefan Niggemeier, Richard Gutjahr, Jochen Wegner, Wolfgang Blau, Stefan Plöchinger – diese und weitere Namen fallen uns sofort ein, wenn wir über mehr oder weniger journalistisch geprägte Meinungsführer nachdenken, die der Netzgemeinde sagen, wo es langgeht, die Talkshows und Expertenrunden bestreiten.

Und die Meinungsführerinnen? Katharina Borchert, Mercedes Bunz und natürlich Arianna Huffington. Und dann war da der Riesen-Aufschrei. Aber welche Frau noch?

Da sollte die Internet-Suche helfen. Also Eingabe: „deutsche Bloggerinnen“. Und was dann kommt, könnte glatt einen neuen Aufschrei provozieren: „Die 20 einflussreichsten Modeblogs“ oder „Beste deutsche Beauty Blogs“. Nichts gegen die engagierte Arbeit dieser Kolleginnen, die auch viele, viele Follower haben. Aber kann das alles gewesen sein? Mode, Kosmetik, Küche?

Also habe mir die aktuelle Hitliste der 20 beliebtesten Blogs genauer angeschaut, darunter zumeist journalistisch geprägte wie der satirische Spitzentitel Der Postillon oder die Blogrebellin, die NachDenkSeiten oder Stefan Niggemeier. Unter den 20 ist sage und schreibe nur ein einziges Blog, das von Frauen initiiert wurde und gemacht wird: Die netzfrauen.org stehen auf Platz 6. Daneben gibt es noch vier, die von einem gemischten Team geleitet werden und drei verschweigen ihren presserechtlich Verantwortlichen. Fünf Prozent Frauenanteil unter den beliebtesten Blogmachern – das liegt knapp über der jahrzehntelangen, miesen Quote der Chefredakteurinnen von Tageszeitungen.

Anderes Beispiel. Ende Januar haben wir ein trauriges Jubiläum verzeichnet: ein Jahr Redaktionsschließung der Westfälischen Rundschau. Bei der Veranstaltung in Dortmund wurde ein Schwerpunkt darauf gelegt, welche beruflichen Perspektiven die

entlassenen Redakteure und Freien inzwischen für sich gesucht und gefunden haben. Einige von ihnen haben ihr regionales Know-how, ihre kommunalpolitische Kompetenz eingesetzt und lokale Blogs gegründet in Dortmund und Umgebung. Nach Kenntnis der Betroffenen war darunter nicht eine einzige Kollegin.

Ich wollte das nicht glauben und habe recherchiert. Die Initiative Lokalblogger.de listet inzwischen 68 journalistische lokale Blogs in Deutschland auf. Ein Blick in die Impresen zeigt, dass von diesen 68 lediglich zehn von Frauen verantwortet werden. Zehn von 68 – immerhin fast 15 Prozent, aber gemessen am hohen Frauenanteil gerade in Lokalredaktionen eine bemerkenswert geringe Quote.

Woran liegt es? An der technischen oder journalistischen Kompetenz bestimmt nicht. Am unternehmerischen Risiko, an der scheinbaren oder tatsächlichen Aussichtslosigkeit mangels Geschäftsmodell solcher Blogs? An der Kurzfristigkeit, an der Kurzlebigkeit von Internet-Nachrichten? An der einsamen Arbeitssituation als Alleinunterhalter ohne kollegiales Team?

Ich weiß es nicht. Ein weiß nur eines, Kolleginnen: Es gibt für uns noch viel zu tun im Web 2.0. Und erst recht im Web 3.0, wenn wir die Zukunft für uns reklamieren wollen. Mit Neugier, mit Kreativität, mit Lust am Gestalten und am Erfolg, mit Leidenschaft für Journalismus sollten wir den Weg ins Web 3.0 antreten oder fortsetzen. Als Journalistinnen 3.0.

Ich hoffe, dass diese Konferenz dazu viele Anregungen vermittelt, und danke den Organisatorinnen vom DJV-Fachausschuss Chancengleichheit, namentlich Mechthild Mäsker, Regine Sakowsky und Verena Quarz, für ihre wie immer hervorragende Vorbereitung. Also: Auf ins Web 3.0 und viel Spaß dabei!

## ***Podiumsdiskussion*** **„Journalistin 3.0“**

### Teilnehmerinnen:

**Katrin Rönicke** (Bloggerin, Feministin)

**Heike Rost** (freie Fotografin und Journalistin)

**Katalin Valeš** (Journalistin, Autorin)

### Moderation:

**Dr. Mechthild Mäsker**



### **Dr. Mechthild Mäsker**

Journalistin 3.0 – was ist das, was verbinden wir damit? Wir haben bei dem, wie Frauen arbeiten, alle die Erfahrung gemacht, dass Multitasking für Frauen nichts Außergewöhnliches ist. Multimedial ist für Journalistinnen in vielfacher Hinsicht auch eine Selbstverständlichkeit. Warum also sollen wir darüber reden? Ich glaube, wir sollen darüber reden, weil wir auch im Digitalen, Multimedialen einen Qualitätsjournalismus wollen, weil die schicke Technik, mit der wir uns da umgeben, mit all ihren Möglichkeiten, manchmal sogar ein bisschen vom Inhalt abzulenken droht und weil Allverfügbarkeit die Einzigartigkeit einschränkt, weil sie sie zumindest beeinflusst und weil sich in den vergangenen zwei Jahrzehnten jedenfalls die Technik und das Internet sich eingemischt haben in unseren redaktionellen, journalistischen Alltag. Wenn ich mir ansehe, was sich innerhalb weniger Jahrzehnte mit Smartphones, mit Tablets, mit PCs allgemein verändert hat, dann ist das schon irre. Und es ist unglaublich, was unsere Technikerin im NDR Studio Lübeck, die seit mehr als 30 Jahren in der Radiotechnik unterwegs ist, alles an Technologie lernen musste. Diese technischen Veränderungen müssen ja nicht alle schlecht sein. Wir haben neue Verbreitungswege, neue Finanzierungsformen, neue Herausforderungen und Möglichkeiten für uns als Journalistinnen der Zukunft. Welche Möglichkeiten das sind, welche Chancen, welche Risiken vielleicht auch damit verbunden sind, darüber wollen wir jetzt auf dem Podium reden. Ich würde gerne die Kolleginnen, die gleich hier sitzen werden, einzeln kurz vorstellen und eine kurze Eingangsfrage an die jeweilige Referentin richten.

Als Erste würde ich Katalin Valeš zu mir bitten.

Journalistin, Autorin, Wissenschaftlerin, so können wir Sie, glaube ich, beschreiben. Das ist ein anderer Zugang zum Thema als viele haben, weil sie sehr stark journalistisch draufgucken. Sie haben sich in Ihrer Diplomarbeit mit der Anziehungskraft des Berufs Journalismus für Frauen, aber auch dem Thema „Pausen im journalistischen Alltag“ beschäftigt. Darüber haben Sie sogar ein Buch geschrieben, wobei ich mir denke, „Pausen im journalistischen Alltag“ – wer kennt denn so was? Diese Allzeitverfügbarkeit, die wir haben, die eigentlich ja jeder Pause abhold ist, ist das jetzt unsere Kultur, unsere Arbeitskultur, müssen wir uns einfach daran halten, müssen wir uns daran gewöhnen und so arbeiten, wie es uns die äußeren Bedingungen vorgeben?

### **Katalin Valeš**

Die Praxis in den Redaktionen sieht ja so aus: Online hat ja zu einer Entgrenzung der Zeit geführt. Wenn man vorher eine Sendung gemacht hat, war die zu Ende und man konnte Feierabend machen. Eine Zeitung wurde gedruckt und wo früher die Arbeit aufgehört hat, fängt jetzt ein zweiter Arbeitsschritt an: das Onlinestellen der Inhalte. Ja, es ist eine Allzeitbereitschaft da und jeder Einzelne muss überlegen, wie weit er oder sie das mitmachen kann und will. Ich habe mit meiner damaligen Kommilitonin Ulrike Sommerfeld im Jahr 2010 diese Studienarbeit zu den Pausen im journalistischen Berufsalltag verfasst. Wir haben Redaktionen befragt, Redakteure, Redakteurinnen und freie Journalisten, 78 Leute waren das. Wir wollten wissen, ob sie überhaupt Pausen kennen und was Pausen für sie bedeutet? Das Ergebnis: Die Journalistinnen und Journalisten machen schon Pause. Es ist nicht so, dass sie rund um die Uhr arbeiten. Gerade die Mittagspause ist eine ganz wichtige Konstante, für Frauen ein bisschen mehr als für Männer. Aber auch so macht ein Journalist/eine Journalistin im Schnitt 1,5 Pausen neben der Mittagspause am Tag. Man muss sich fragen, inwieweit man allzeit verfügbar sein möchte. Für die meisten ist es heute gerade mit den mobilen Endgeräten gar kein Problem, abends nach Feierabend noch einmal die aktuelle Nachrichtenlage abzuchecken. Das machen die meisten sicher auch, viele schauen nochmal in die E-Mails. Ich habe neulich auf eine Anfrage von einem stellvertretenden Redakteur eines Senders um kurz vor Mitternacht noch eine Antwort bekommen. Da habe ich mir gedacht: Der Mann arbeitet aber auch immerzu. Man muss sich fragen: Wenn man E-Mails so spät schreibt, erstens: Was hat das für eine Außenwirkung? Zweitens: Möchte ich an diesem Hamsterrad mitdrehen? Ist es nicht auch einmal Zeit, „Nein“ zu sagen? In Seminaren und während meiner Fernstudien am Institut für Journalistik haben wir viel über Zeitmanagement und Zeiterfahrung gesprochen und wir haben gemerkt: Am Anfang geht es eine Weile, dass man allzeit verfügbar sein kann und vielleicht auch möchte. Im Studium oder beim Einstieg in den Beruf. Besonders auch im Freien-Bereich, wo der wirtschaftliche Druck einfach noch größer ist. Man muss sich aber fragen: Wie weit kann und will ich das mitmachen? Die Gefahr von Burnout ist groß, gerade bei Journalistinnen und Journalisten, die hochgradig motiviert sind, gerade bei Berufsanfängern. Teilweise sind Pausen sehr verpönt. Wer eine Pause macht, gilt ein bisschen als Verräter seiner Zunft, denn wir haben ja keine Stechuhrmentalität, wir lieben unseren Beruf und man muss sich da gut überlegen, wo die Grenzen zwischen Beruf und Privatleben gezogen werden. Was passiert, wenn ich jetzt wirklich „Nein“ sage? Oft werden negative Konsequenzen befürchtet oder dass man sich bei den Kollegen unbeliebt macht. Vielleicht hilft es, sich in bestimmten Situationen einmal die Gegenfrage zu stellen: Aber wie gehe ich selbst damit um, wenn Kolleginnen und Kollegen „Nein“ sagen? Meist respektiert man das und stellt es nicht wirklich in Frage. Da wird mit zweierlei Maß gemessen.

**Dr. Mäscher**

Die Nächste ist Heike Rost, freie Bildjournalistin und langjährig im DJV aktiv, unter anderem als Landesvorsitzende in Rheinland Pfalz und im Presserat. Frau Rost gehört als Bildjournalistin ein bisschen zur aussterbenden Zunft. Darüber können wir sicherlich gleich auch noch kurz sprechen. Aber zunächst würde ich gerne wissen, wie viel Technik, Allverfügbarkeit unser Leben als Journalistin beeinflusst. Was bedeutet für Dich Journalistin 3.0 zu sein? Wo guckst Du noch, was sind Aufträge, was sind Werte, die Du damit verbindest, was gehört zu Deinem Arbeitsalltag und was ist dann auch Dein Selbstverständnis als Journalistin 3.0?

**Heike Rost**

Ich glaube, ich bin so eine Art wandelnder Anachronismus. Ich liebe Technik und habe als Kind schon nie mit Puppen gespielt, immer etwas geschraubt. Mein Postbote behauptet heute: „Frau Rost, wenn ich Ihnen Computerteile bringe, dann glitzern Ihre Augen wie die meiner Frau im Schuhladen.“ Er hat Recht. In die Digitalfotografie bin ich vor Jahren mit Lust und Laune eingestiegen, habe 1996 meine erste eigene Website im Netz gelauncht, war damit sehr früh dabei. Seit etwa 2002 bin ich mit einem eigenen Blog (zunächst unter Ausschluss der Öffentlichkeit) unterwegs, baue meine Websites seit einigen Jahren selbst. Ich blogge mit Lust und Laune, mittlerweile auf meiner eigenen Plattform mit Schwerpunkt Visuelle Kultur. Eigentlich sind es mittlerweile zwei Blogs, der andere ist ein reines Textblog, für die Geschichten, die nicht wirklich Platz haben bei Auftraggeberinnen und Auftraggebern. Darüber hinaus gibt es natürlich meine Portfolio-Seite, Facebook, Twitter. Was meine Kollegin eben gesagt hat, hat mich sehr fasziniert. Klar kenne ich Pausen. Ich mache sie sehr konsequent und versuche das in meinen Arbeitsalltag zu integrieren, sofern der Terminkalender das hergibt. Das kann so aussehen, dass ich zwei- bis dreimal in der Woche statt Mittagspause Sport mache, laufen, schwimmen, radfahren – alles, was das Hirn freiräumt – und dann für meine Kunden nicht erreichbar bin. Ich bin auch während ich arbeite für meine Kunden nicht erreichbar. Sie wissen das und ich habe sie darauf entsprechend trainiert, weil meine Kunden mir ziemlich viel Geld bezahlen für meine ungeteilte Aufmerksamkeit. Das ist einer der ernstesten Punkte für die Journalistin 3.0. Ich finde es sehr unhöflich, in Gesprächen zu twittern und gleichzeitig einen Handyanruf anzunehmen. Das ist ein No-go, das schließt sich aus. Das setzt einen auch, wenn man konzentriert an einer Geschichte arbeitet, ob das eine Text- oder eine Bildreportage ist, an der Stelle unnötig unter Druck. Ich sage dann auch schon mal freundlich „Nein“ oder bitte: „Nehmen Sie die Mailbox, schicken Sie mir eine E-Mail.“ Dazu gehört dann auch, diese regelmäßig abzurufen und darauf zu antworten und zu zugesagten Zeitpunkten zu antworten. Insofern lässt sich der Arbeitsalltag 3.0 eigentlich ganz gut organisieren.

**Dr. Mäscher**

Das klingt sehr systematisch und strukturiert, wie Du das machst.

**Rost**

Das ist sehr strukturiert. Ich erlebe immer wieder, wenn ich neue Kollegen oder Leute aus anderen Branchen kennen lerne, dass diese ziemlich erstaunt sind. Um sechs, halb sieben morgens klingelt mein Wecker normalerweise und ich habe einen sehr durchstrukturierten Arbeitstag, wie jeder, der in einem anderen Beruf arbeitet, am Schreibtisch sitzt, auch. Das kollidiert manchmal mit Kunden, die mich wie beispielsweise gestern anrufen und um die Mittagszeit sagen: „Ich hoffe nicht, dass

ich Sie bei diesem wunderbaren Wetter gerade im Café störe.“ Da habe ich erst einmal schallend gelacht, die Kundin war am Telefon völlig verblüfft. Ich sagte: „Zwischen mir und dem Café stehen Ihre 50 Gigabyte Bilddaten, die ich bis heute Abend für Sie bearbeiten möchte. Insofern echt guter Witz.“ Sie hat sich sofort entschuldigt und fand das alles ganz klasse, aber so viel zum Thema Selbstdisziplin. Ich gestehe, ich hätte nämlich lieber im Café gegessen.

### **Dr. Mäscher**

Frau Valeš, Sie sagten vorhin, dass Sie auch in dem Bereich der Journalistenausbildung arbeiten. Wer vermittelt denn eigentlich heute im digitalen Zeitalter journalistische Grundsätze an die jungen Kolleginnen und Kollegen, die dort hinkommen? Die wissen zwar, sie arbeiten frei oder fest, sie arbeiten multimedial. Aber was ist mit journalistischen Grundsätzen, wo kommen die her?



### **Valeš**

Meine Erfahrung: Die journalistischen Grundsätze schließen sich nicht aus, nur weil Technik verwendet wird. Man kann Technologie im Idealfall als einen besseren Stift verstehen, der dabei hilft, Geschichten zu erzählen und, wie Sie das ja auch machen, mit den Blogs Inhalte noch weiter zu drehen, die in den klassischen Medien keinen Platz finden. Die journalistischen Grundsätze müssen heute und in Zukunft höher gehalten werden denn je. Vermittelt werden diese Grundsätze, zumindest am Institut für Journalistik in Dortmund für das ich einige Jahre während meines Studiums tätig war, zum einen durch die Lehrenden, durch den Mittelbau, und durch die Lehrredaktionen. Auch die älteren Studenten, die bereits mit einem Bein im Beruf stehen, vermitteln journalistische Grundsätze. Ein wichtiger Bestandteil der Dortmunder Journalistenausbildung ist eine Art Generationenvertrag – das wird besonders in den Lehrredaktionen gelebt. Die älteren Studenten haben bereits ein Volontariat absolviert und geben ihre Erfahrungen aus den Redaktionen weiter. Auch in den Seminaren sind Berufsethik und journalistische Grundsätze auch heute noch wichtiger Bestandteil des Curriculums. Daran ändert auch die neue Technik nichts. Im Gegenteil, sie erfordert das Einhalten journalistischer Standards mehr denn je. Denn nicht nur wir sind digital geworden und mündiger, sondern auch unsere Rezipienten. Jeder kann heute „googeln“, also eine Recherche mithilfe einer Suchmaschine im Internet starten. Jeder kann alles nachprüfen und es wird nachgeprüft, wie an Kommentaren in den digital veröffentlichten Artikeln und Sendungen zu sehen ist. Sobald etwas nicht gründlich recherchiert ist, gibt es sicherlich nicht nur einen, sondern zehn Kommentare, die andere Quellen aufweisen und wo manche Inhalte wieder richtig gestellt werden. Man muss nicht Journalistik

studiert haben, um Journalistin zu werden, und man muss auch keine Journalistenschule besucht haben. Viele machen das, das ist ein guter Weg dorthin. Gut im Sinne von, dass ihn rund 50 Prozent wählen, aber nicht nur. Die Werte werden in den Redaktionen vermittelt, im Idealfall von den Kolleginnen und Kollegen, die schon da sind. Im Idealfall von den Vorgesetzten. Aber es muss auch von innen kommen. Das ist ganz wichtig. Man muss davon ausgehen, dass der Journalismus heute auf ein anderes Publikum trifft als noch vor 20 Jahren, wo die klassischen Medien die einzige Informationsquelle waren.

### **Dr. Mäsker**

Heike, Du bist ja nicht nur in Deinem eigenen Blog unterwegs, sondern guckst auch viel in anderen. Findest Du dort auch Beiträge, bei denen Du denkst: Dahinter steckt auch journalistisches Grundhandwerk. Oder gibt es eine sehr große und breite Vielfalt von Beiträgen, wo vielleicht nur ein geringer Teil journalistisch Akzente setzen kann?

### **Rost**

Ich bin ein bisschen die Eier legende Wollmilchsau und bezeichne mich normalerweise nicht als Bildjournalistin, sondern als Fotografin. Das sind meine Wurzeln, da komme ich her. Dass zehn Jahre Tageszeitung und tagesaktuelle Berichterstattung dahinter liegen, nach meiner Fotografenausbildung, ist jetzt mein persönlicher Weg. Ich genieße die Vielfalt des Netzes, auch die vielen Abstufungen und Spielarten, die es da gibt, und bin in unterschiedlichen Bereichen unterwegs, die auf den ersten Blick vielleicht nicht als journalistisches Produkt durchgehen, beispielsweise im Bereich Corporate Publishing. Ich bin immer wieder sehr begeistert, was es dort für Nischen für wirklich tollen Journalismus gibt. Das ist eine große Freude, sich das anzuschauen, und ich persönlich spiele damit auch sehr gerne.

### **Dr. Mäsker**

Das ist dann eine kreative Ausübung dieses Berufs, aber es muss ja auch irgendwann dahin gehen, dass ich davon leben kann.

### **Rost**

Das mit der Kreativität ist relativ. Ich mag das überhaupt nicht, wenn einer zu mir sagt, wenn ich mit der Kamera oder dem iPhone ankomme oder was immer ich als Werkzeug dabei habe: „So ein toller kreativer Beruf, Du kannst Dich ja permanent selbst verwirklichen.“ Da kann ich nur sagen, es sind 80 Prozent Routine und sehr viel harte Arbeit und 20 Prozent kreative Dinge. Ich glaube, ich habe diese 25 Jahre eigentlich nur deswegen erfolgreich überstanden, weil ich auf sehr vielen Hochzeiten tanze. Das geht von Fortbildungen über Vorlesungen, über Workshops, die ich mache bis hin zu Schreiben und Fotografieren. Und ich bin in beiden Welten, in Sprache und Bild, zu Hause und mache das sehr gerne, weil die beiden Dinge für mich sehr eng verknüpft sind, je nachdem, welche Geschichten ich mache. Ich stehe nach 25 Jahren in dem Beruf immer noch morgens auf und sage: „Ja! Was bringt dieser Tag?“ Ich liebe meinen Beruf.

### **Dr. Mäsker**

Das klingt auch so. Es gibt manche Kollegin, die schon morgens die Schwere des Berufsalltags aus ihrem Bett mit an ihren Schreibtisch schleppt und den ganzen Tag auch sehr gedrückt und sehr mühsam durch den Alltag schlurft. Ich finde es immer

toll, dass Du Deine Freude am Beruf so ausstrahlst, aber er kann ja auch nur dann erfolgreich sein, Dich ernähren, wenn Du sehr viel Engagement hineingibst.



### **Rost**

Engagement ist sicherlich das Eine. Sehr viel harte Arbeit, permanent dranbleiben, selbst auch Fortbildungen machen. Ich bin ein großer Fan davon, mir selbst mindestens einmal im Jahr eine umfänglichere Fortbildung zu gönnen, zum einen zwecks Inspiration, zum anderen zwecks Aneignung von Fachkenntnissen. Da findet bei uns Freiberuflern ja sehr viel im Selbststudium, in Nachtschichten, mit Handbuch am Rechner und in intensiver Internetrecherche statt. Ich finde das sehr entspannend, wenn man sich einmal im Jahr einen Block freischaufelt und sagt, ich tue etwas für mich selbst, ich bezahle für einen Workshop, ich investiere in mich selbst. Ich finde es sehr wichtig, sich Wissen anzueignen, zu vertiefen, andere Ideen und Kollegen kennen zu lernen, gerade wenn man das im Rahmen eines Workshops tut. Ich habe in den letzten Jahren immer sehr gute Erfahrungen gemacht; nicht zuletzt deswegen, weil ich bei diesen Workshops immer versuche, über den Tellerrand hinaus zu schauen. Ich schreibe zweisprachig, ich denke zweisprachig – deutsch/englisch. Wenn man über den Tellerrand hinausschaut, muss ich sagen: manche Befindlichkeiten halte ich seit einigen Jahren für typisch Deutsch. Das ist so eine gewisse Erdschwere, eine Kopflastigkeit, gerade was Themen wie Gender, Umgang von Kollegen, aber auch Inhalte angeht. Ich hatte letztes Jahr das Vergnügen, einen einwöchigen Workshop bei einem amerikanischen Kollegen zu machen. Das war eine grandiose Erfahrung. Als einzige Frau mit elf Kollegen, ich bin mit „Muffensausen“ da hingefahren und dachte: „Um Gottes willen, das schaffst Du nie.“ Als ich einige Tage vorher kurz davor war, den Workshop abzusagen und einem guten Freund gestand: „Ich kriege das nicht geregelt, der Typ ist preisgekrönt, toller Bildjournalist usw.“, hat mir dieser gute Freund verbal kräftig dahin getreten, wo es wehtut: „Und wenn ich Dich im Zug am Sitz annagele, Du fährst dahin!“ Dann kam ich zur Tür rein und war sehr überrascht, dass das Arbeiten in dieser zwölfköpfigen Gruppe – acht Amerikaner, zwei Schweden, ein Niederländer und eine Deutsche – grandios war. Da waren Gender-Fragen kein Thema, es wurde nicht über Technik diskutiert. Die wesentliche Frage war: Wie ist er oder sie als Mensch? Wo steht er oder sie als Fotograf? Und darauf wurde aufgebaut. Es waren grandiose Gespräche, ich habe mit den Kollegen heute noch viel Kontakt übers Netz, und ich kann nur sagen: Ich habe selten so entspannt und inspiriert gearbeitet – toll!

**Dr. Mäscher**

Sich Fortbildungen, Seminare, Workshops zu gönnen, sich klarzumachen, dass ich auch wenn ich schon 10, 20, 30 Jahre im Beruf bin, noch immer etwas Neues lernen kann, nicht nur auf der technischen Ebene, sondern auch, indem ich mich inhaltlich mit dem, was ich tue, befasse, ist wichtig. Haben die jungen Frauen aus Ihrer Berufserfahrung und aus Ihrer Erfahrung im Institut schon eine Vorstellung, wo sie einmal hingehen wollen oder lautet der Tenor erst einmal: Ich finde diesen Beruf toll, meine Berufsmotivation reizt mich einfach, dieses Schreiben, Geschichten erzählen können. Gehen die da schon weiter oder ist tatsächlich die erste Berufsmotivation noch ganz klein und bescheiden?

**Valeš**

Sie haben das schon gut zusammengefasst. Ich habe 259 angehende Journalistinnen und Journalisten zu ihrer Berufsmotivation gefragt und wollte wissen, ob sich das im Vergleich zu vor 30 Jahren vielleicht geändert hat, als der Journalismus noch eine Männerdomäne war. Ich wollte schauen, ob es Unterschiede zwischen heute und früher gibt, wobei natürlich die Daten von früher nicht quantitativ sind, sondern eher qualitativer Natur. In meiner Studie hatten die Teilnehmer zum einen freie Antwortmöglichkeiten. Zusätzlich verwendete ich auch das Instrument einer Rangfolge und ich konnte verschiedene Cluster bilden, die sich aus den verschiedenen Fragen zusammengesetzt haben. Vielleicht sollte ich noch erwähnen, dass es ca. 25 Minuten gedauert hat, den Fragebogen auszufüllen. Das macht man nicht mal eben so. Daher war ich selbst sehr überrascht über die hohe Teilnehmerzahl.

Um auf Ihre Frage zurückzukommen: An erster Stelle der Berufswahlmotive angehender Journalistinnen stand der Wunsch nach Abwechslung, gefolgt von Neugier und dem Wunsch, lebenslang dazu zu lernen. Dann kamen das Interesse an verschiedenen Themen und die journalistischen Tätigkeiten, die die Menschen für sich entdeckt hatten – dass es beispielsweise Spaß macht zu schreiben oder zu fotografieren. Was nur eine marginale Rolle spielte, waren äußere Faktoren wie Geld, Macht, solides Einkommen oder die Arbeitsbedingungen. Das sind Sachen, die gewinnen erst später im Berufsleben an Bedeutung. Spätestens wenn die Familie dazukommt spielen diese Dinge dann plötzlich doch eine Rolle. Die jüngeren Kollegen sind schon von Haus aus mehr-medial aufgestellt. In meiner Befragung lag die Berufserfahrung in verschiedenen Medien im Schnitt bei 2,5 – d. h. viele lagen darüber, einige darunter. Für die jetzige Generation an Journalistinnen, die in den Beruf gehen, stellt es kein Problem dar, in Bildern zu denken, danach zu schreiben und danach noch im Hörfunk etwas zu machen. Ich habe auch lange diese Diskussionen geführt, dass man Crossmedia natürlich auch verteufeln kann: Aber heute ist es eine andere Herangehensweise. Was die Jüngeren nicht so stark haben wie die Älteren, ist eine inhaltliche Positionierung, also wirklich konkrete Themengebiete, in denen sie stark sind. Ich glaube, es ist bei der älteren Generation stärker verbreitet, dass sie Experten sind in bestimmten Inhalten, und ich glaube, da ist auch eine Zusammenarbeit zwischen älteren und jüngeren Kollegen sehr ertragreich, weil die einen von den anderen lernen können. Also alles in allem sind die angehenden Journalistinnen von heute eher sehr offen, sowohl was den Themenbereich, als auch das Medium Ihrer Tätigkeit angeht.

**Dr. Mäscher**

Eine der Kolleginnen, die beim Verbandstag auf unsere Frage, wo sie sich in zehn Jahren als Journalistin sieht, geantwortet hat, sagte: „In zehn Jahren bin ich als Journalistin Redaktionsleiterin/Ressortleiterin.“ In meinem Berufsalltag erlebe ich das eher bei den jungen Männern. Da kommt der nächste Volontär zur Tür herein und er glaubt, er ist schon so gut wie der neue Washington-Korrespondent. Bei jungen Frauen sehe ich es eher weniger, dass sie eine Perspektive entwickeln, Karriere zu machen, Karriere machen zu wollen, auch bestimmte Positionen erreichen zu wollen. Wie sehen Sie das welche Erfahrungen haben Sie da gemacht?

**Valeš**

Bei meiner Befragung waren zwei Drittel Frauen und ein Drittel Männer, so wie sich das heute auch in den Bewerberzahlen für journalistische Ausbildungsgänge widerspiegelt. Bei Männern und Frauen war in meiner Befragung der Wunsch, Karriere im Journalismus zu machen, nicht sehr hoch. 36 Prozent haben gesagt: „Ich möchte eine Führungsposition anstreben“. Das differenzierte sich später nochmal, wenn ich gezielt gefragt habe: „Möchten Sie später Ressortleiter/in werden oder Chefredakteur/in?“ Da waren etwas mehr Männer, die hier zustimmten – aber im einstelligen Prozent-Bereich – als Frauen. Aber Frauen haben an anderer Stelle viel häufiger angekreuzt, dass sie Karriere machen wollen. Also ist zu vermuten, dass Frauen vielleicht unter Karriere etwas anderes verstehen als Männer, nicht unbedingt den hierarchischen Aufstieg. Bei der Arbeitsmarktkonferenz Medien und Kultur war Anfang des Jahres kürzlich davon die Rede, dass man Karriere nicht als Leiter begreifen sollte, sondern als Klettergerüst. Das ist nicht mein eigenes Bild, aber das sollten wir an dieser Stelle trotzdem mal ganz kurz sacken lassen. Ich empfand das als ein wunderschönes Bild, denn ein Klettergerüst als Karrieresinnbild hat so viel mehr Möglichkeiten als die altbekannte „Karriereleiter“ und lässt so viel mehr Spielraum – auch ein Auf und Ab ist möglich. Ein Klettergerüst hat mehrere Dimensionen. Vielleicht müssen wir bei Journalistin 3.0 überlegen, inwiefern sich das alte Karriereverständnis verschiebt. Wenn wir als Frauen Karriere definieren wollen, ob das denn diesem männlichen Ideal von Aufstieg und Hierarchien hinterher hetzen muss oder ob man nicht etwas Eigenes kreieren kann.

(Inzwischen ist Katrin Rönicke verspätet zum Podium dazu gekommen.)

**Dr. Mäscher**

Frau Rönicke, bei Wikipedia steht über Sie: Deutsche Journalistin und Bloggerin und als Schwerpunktthemen Geschlechterdemokratie und Emanzipation. Dazu noch eine Ostwest-Biografie, also Wurzeln in der damaligen DDR. Wenn Sie sich vorstellen, sagen Sie aber nicht, ich bin Feministin oder ähnliches, oder? Ich glaube, das ist das meist verschreckende Wort, das jemand bei der Vorstellung benutzen kann.

**Kathrin Rönicke**

Wenn man meinen Namen bei Google eingibt, wird man so oft auf das Wort Feminismus stoßen, dass es keine Rolle mehr spielt, ob ich es bei der Vorstellung sage oder nicht. Von daher: Ich stehe dazu und gerade auch heute, am 8. März, ist es ein guter Tag zu sagen: Ich bin Feministin, und ich finde es auch spätestens seit 2008 kein Wort mehr, das ich mir nicht anziehen würde. Seit „Wir Alphas Mädchen“ benutze ich es auch wieder. Wir hatten tatsächlich vor 2008 eine Debatte, wo viele gesagt haben, das Wort ist verbrannt, das können wir nicht mehr benutzen. Da hängen Bilder, da hängt eine Symbolik dran, da entstehen in den Köpfen so viele Vorurteile, die wollen wir alle nicht haben. Ich finde aber, seitdem hat sich unglaublich viel getan, auch gerade durch das Netz, durch die Debatten, die im Netz stattfinden, durch die Vernetzung im Netz, durch ganz viel Aufklärungsarbeit, dass mich bisher noch niemand bei irgendeinem Vorstellungsgespräch schräg angeguckt hat, weil ich Feministin bin. Ich glaube im Gegenteil, dass sich alle meine bisherigen Arbeitgeber ziemlich gut darüber im Klaren waren, wer ich bin, wofür ich stehe, dass ich Feministin bin und das auch entsprechend in das Arbeitsverhältnis haben einfließen lassen. Ich habe es bei Herfried Münkler, für den ich früher mal gearbeitet habe, schon erlebt, der dann tatsächlich in seinen Vorlesungen schon mal gegendert hat. Das fand ich sehr spannend und sehr schön zu sehen.

**Dr. Mäscher**

Wie gehen denn Ihre Altersgenossinnen damit um?

**Rönicke**

Ganz unterschiedlich. Ich bewege mich in verschiedenen sozialen Milieus und je nachdem, in welchem ich gerade bin, ist das ein Thema oder auch überhaupt gar nicht. Ich habe zwei kleine Kinder. In Kindergarten und Schule ist es kein so großes Thema, wobei ich dann am ehesten die bin, die es aufs Tableau bringt, und da merke ich dann schon: Da gibt es Vorbehalte, und im restlichen journalistischen beruflichen Umfeld findet es eigentlich erstaunlich viel statt – zumindest in meiner kleinen Filterblase.

**Dr. Mäscher**

Nun sind Sie als Journalistin, eben auch als Bloggerin sehr stark unterwegs seit vielen Jahren. Wo sehen Sie die Rolle junger Journalistinnen in diesem digitalen großen Weltbereich?

**Rönicke**

Ich glaube, es geht vor allem darum, diesen digitalen Raum nicht komplett den Männern zu überlassen. Das ist gerade die große Aufgabe. Wir haben es im Netz erlebt, wie wir es auch in der Gesellschaft davor erlebt haben, dass Männer verschiedene Räume besetzt und die Macht auch unter sich aufgeteilt haben. Es war sehr lange so, dass man in Deutschland einen oder vielleicht zwei Blogger kannte,

dahinter kam erst mal nichts und schon gar keine Frau. Mittlerweile schwenken viele Blogs um – es gibt ja viele großen Medien angeschlossene Blogs – ich schreibe ja selbst für einen Blog bei der FAZ. Es gibt beim Stern mittlerweile Blogs, bei der Süddeutschen, bei der Zeit – eigentlich haben alle mittlerweile Blogs eingeführt, und alle achten darauf, dass dort auch Frauen gleichmäßig vertreten sind. Genauso erlebe ich es bei der „re:publica“, das ist eine Konferenz, die einmal jährlich in Berlin stattfindet, wo sich die ganze Netzgemeinde trifft. Da war ich 2009 zum allerersten Mal und ich war wirklich geschockt, weil sich nur Männer trafen. Auf den Podien unterhielten sich nur Experten, bei denen man nicht die weibliche Form benutzen muss, weil sie einfach nicht vorhanden war. Mittlerweile findet die Konferenz unter der Prämisse statt, dass wenn dort mehr Menschen auf dem Podium sitzen, mindestens die Hälfte Frauen sein müssen. Es hat sich unglaublich viel bewegt in den letzten fünf Jahren und hier müssen Frauen und auch Journalistinnen einfach hartnäckig bleiben, und ich glaube, das sind die meisten auch.

### **Dr. Mäsker**

Ulrike Kaiser hatte vorhin in ihrer Eröffnungsrede kurz darauf hingewiesen, dass die bekannteren Blogger in der Tat Männer sind, dass es wenige „Edelfedern“, wie wir sie im Printjournalismus nennen, der weiblichen Art in diesem Bereich gibt. Wie sieht es denn mit der Finanzierung aus? Mit Crowdfunding, hier gibt es meines Wissens auch Erkenntnisse darüber, dass auch das etwas ist, was Männer viel mehr nutzen, wo sie eben auch sehr viel erfolgreicher sind. Das eine ist ja, diese Technik zu nutzen, mich zu verbreiten, meine Geschichten zu erzählen. Andererseits muss ich damit ja auch mein Geld verdienen, ich will davon leben können.



### **Rönicke**

Da darf man sich keiner Utopie hingeben, gerade nicht als Frau. Ich sehe das ganz genauso. Crowdfunding, von Blogs leben können, oder Flatter, das ist ein kleiner Mikropay-Dienst – das sind alles Dinge, von denen sich Männer teilweise ernähren können, aber auch nur einzelne exponierte. Für die meisten Frauen funktionieren Blogs nicht als Einnahmequelle – zumindest bei den meisten Frauen, die ich kenne. Auch Crowdfunding ist mit Vorsicht zu genießen. Es ist bei Frauen sehr viel seltener als bei Männern, dass sie auf die Summe kommen, die sie brauchen, um etwas auf die Beine zu stellen. Einfach auch wieder, weil wir die Boys-Networks im Netz haben und die Women-Networks ein bisschen hinterherhinken. Wir arbeiten daran, sie aufzubauen und jede einzelne Frau kann das auch tun. Seit heute gibt es z. B. die Speakerinnen.org-Liste, das ist eine Liste im Netz, wo Frauen zu verschiedenen

Kernthemen ihre Kompetenz zeigen und sich auch untereinander vernetzen können und zum Beispiel für Konferenzen oder dergleichen angefragt werden können. Das sind so kleine Bereiche, in denen sich langsam endlich etwas tut. Aber Blogs funktionieren vor allem als eine Art Portfolio. So würde ich das beschreiben. Ein eigenes Blog zu haben, ist für eine Journalistin eine gute Gelegenheit, um Texte zu publizieren, die man vielleicht in keiner Zeitung veröffentlicht hat, die aber interessant sind, die zeigen, wie man denkt, in welchen Bereichen man sich jenseits der journalistischen Arbeit bewegt und natürlich auch ein Vernetzungsinstrument. Blogs funktionieren ebenso wie Facebook oder Twitter sehr interaktiv. Wenn man jemanden verlinkt, erscheint es bei dieser Person im Blog und umgekehrt auch. Da hat man eben diese Netzwerkeffekte, die man häufig in der Printzeitung noch gar nicht so generieren kann. Dafür ist es gut, aber ich würde eigentlich immer sagen, meistens als Ergänzung. Es sei denn, man schreibt für eine der großen Zeitungen in einem Blog, dort gibt es teilweise auch Bezahlung.

### **Dr. Mäscher**

Das heißt, es gehört zum Profil dazu, heute so etwas zu haben, mich damit vielleicht in bestimmten Bereichen bekannt zu machen, und das dann indirekt als Einnahmequelle zu suchen, oder wie soll ich das verstehen?

### **Rönicke**

Ja, genau. Das ist ein guter Einstieg für Frauen, die vielleicht gerade noch studieren und sich noch nicht akut Gedanken um das Geld machen müssen, aber gerne zeigen wollen, wie sie schreiben, wozu sie schreiben, was sie auf dem Kasten haben. Und wenn man sich dann irgendwo bewirbt, kann man auf diese Texte verweisen und zeigen: Das und das habe ich gemacht, so ist meine Art zu schreiben, so recherchiere ich. Dafür ist das sicherlich sehr gut. Und für die Vernetzung, die natürlich auch dazu führen kann, dass man für bestimmte Berufe vielleicht angesprochen wird oder als kompetent befunden wird.

### **Dr. Mäscher**

Heike, wie sieht Deine Erfahrung aus, was die Jobangebote oder die Aufträge angeht, die Menge an Aufträgen, die auf Dich zukommen, weil Du vielleicht in anderen Bereichen bekannt bist, weil Du als Bloggerin unterwegs bist? Welche Erfahrungen hast Du da gemacht?

### **Rost**

Das ist ganz unterschiedlich. Zum einen ist es schon so, dass mein Blog „Image and view“ sich den themenaffinen Welten rund um Fotografie und visuelle Kultur widmet. Das Blog ist auch mittlerweile zweisprachig geworden, weil Kollegen Gastbeiträge liefern für dieses Blog. Ich selbst komme leider im letzten Jahr kaum dazu, weil ich viel zu tun hatte und viel unterwegs war. Es ist teilweise Zweitverwertung, es ist teilweise Positionierung, natürlich mit Vernetzung mit Facebook und Twitter. Mit Google+ werde ich nicht richtig warm, ansonsten bin ich auch bei Instagram zu finden. Da haben sich sehr viele tolle Vernetzungen mit Kollegen ergeben, sowohl aus dem deutschsprachigen als auch dem internationalen Raum. Und über das Interesse kommen mit der Zeit natürlich auch Anfragen für Aufträge und Produktionen. Diese Möglichkeiten möchte ich nicht mehr missen. Ich glaube aber, Frauen fehlt häufig das „Rampensau-Gen“. Das muss ich mal ganz grobgerastert so formulieren. Ich mache seit Jahren immer wieder für die Journalistentage des DJV Besetzungen von Podien, die sich mit Bildjournalismus beschäftigen. Der

Frauenanteil in diesem Bereich liegt bei 20 Prozent Frauen, 80 Prozent Männern. Ich scheitere regelmäßig an der Frauenquote, weil entweder unter den 20 Prozent Kolleginnen sind wie Anja Niedringhaus und andere, die sehr, sehr erfolgreich sind, die man nicht kriegt, die Terminprobleme haben. Oder es ist die andere Kategorie, die sagt: »Ich möchte nicht in der ersten Reihe stehen, nein, aufs Podium möchte ich nicht so gerne. Da sitze ich mit lauter Männern und muss mich mit denen rumstreiten.« Ich glaube schon, dass man als Frau den Mut haben muss, auch gelegentlich in Diskussionen reinzugrätschen, Themen aufzugreifen, unangenehme Themen aufzugreifen. Ich bin ein sehr diskussionsfreudiger Mensch, ob in Fotografengruppen, auf Facebook, in Kollegenrunden. Spannend ist, dass man manche Diskussionen immer noch anders erlebt, wenn man als Frau mit Ahnung in Runden hineingeht. Ich tue mich generell schwer zu sagen, man kriegt als Frau dort die volle Packung ab und kriegt da andere Prügel als ein Mann unter Männern. Aber ich glaube, dass man als Frau genug Courage haben sollte, um mal ordentlich dagegen zu halten, und auch jemand, der im eigenen Blog rumpöbelt, kurzerhand zu sperren und ihm die Rote Karte zu zeigen und ihm zu zeigen: So nicht. Das machen nämlich die ganzen anderen Jungs der Netzszene von Beckedahl bis Knüwer genauso: Die sind unglaublich schnell, die haben eine unglaublich große Klappe – und wenn nach ihrer Meinung jemand dummes Zeug redet, dann machen sie ihn klein.

### **Dr. Mäscher**

Das klingt alles sehr zeitaufwendig. Du musst immer wieder vergleichen, Du musst immer wieder schauen, was im Blog gerade los ist, was in Deinem Netzwerk los ist. Ich finde das ist ausgesprochen zeitaufwendig und zeitraubend. Wie kriege ich da eine Taktung hin, dass ich einerseits journalistisch arbeite, um meinen Lebensunterhalt zu bestreiten, gleichzeitig Foren, Blogs und alles Mögliche nutze, was vielleicht auch nützlich für mein Profil ist, und dann auch mal Zeit bleibt für eine kleine Pause, für die Familie? Gerade bei den Freien stelle ich mir das unglaublich schwierig vor, hier eine Balance zu finden und mich so aufzustellen, dass ich nicht unbedingt zu den Journalistinnen gehöre, die dann mit 1.000 Euro im Monat am Existenzminimum kratzen.

### **Rönicke**

Für mich selbst habe ich irgendwann entschieden: Nein, ich möchte Twitter nicht mehr rund um die Uhr nutzen. Ich habe auch meinen Account verschenkt, weil ich einfach das Gefühl hatte, es bringt mir weniger, als es mich kostet. Gerade an Zeit, aber auch Nerven, Energie. Bei Facebook genauso. Ich habe irgendwann mein persönliches Profil auf Facebook einfach geschlossen und eine Seite eingerichtet, was dazu führt, dass ich nicht mehr sehe, was alle anderen Menschen machen. Das heißt, dass ich einerseits viel mehr Zeitsouveränität habe, das heißt, ich gucke: Wann interessiert mich ein bestimmtes Thema? Dann schaue ich, welche Quellen mich zu diesem Thema informieren können. Es ist nicht mehr so, dass alles auf mich einströmt. Auf der anderen Seite muss man natürlich auch da Kosten und Nutzen abwägen. Wenn ich sehe, dass bestimmte Leute Zigtausende Follower auf Twitter haben, dann sollte man das natürlich nutzen. Man sollte die Möglichkeiten nutzen, die man hat und sich genau überlegen, welches Medium mir jetzt am meisten bringt. Da muss man sich dann eben irgendwann entscheiden. Da wird der Tag auch organisiert, dann hat man morgens vielleicht eine Stunde, um E-Mails zu lesen, dann mittags noch eine Stunde, um E-Mails zu lesen, und abends will man auch irgendwann mal seine Ruhe haben. Es ergibt sich für mich eigentlich von selbst. Aber

ich weiß auch, dass die Falle relativ groß ist. Viele Menschen berichten, dass Twitter ein Sog ist, in den sie reinkommen, dass er auch unglaublich viel im Gehirn auslöst – positives Feedback, Favs, Retweets... Twitter ist auch sehr gut darin, einem vorzuspielen, dass das, was man tut, was einen interessiert, was man selbst dort verbreitet, ganz viel Feedback generiert. Mittlerweile wird alles Mögliche als Nachricht verbreitet. Das, was Du retweetet hast, haben noch 20 andere Leute retweetet und so weiter. Es wird Dir etwas vorgespiegelt wie: Du bist total wichtig, mach noch mehr, gib noch mehr, wo man wirklich aufpassen muss. Wenn man gleichzeitig mal ein Stück zurücktritt und guckt: Was will ich, was sind meine Themen, wie kann ich diese Themen gut setzen und verbreiten, dann hat man eben diesen Effekt: Ich blogge einfach einen Blogpost in meinen Blog, und wenn der gut ist und wenn der interessant ist, dann wird daraus ein Selbstläufer.

### **Rost**

Das kann ich nur unterstreichen. Ich mache so gut wie kein SEO (Search Engine Optimization), ich schreibe auch keine SEO-optimierten Texte. Ich mache da überhaupt nichts, und trotzdem: Wer meinen Namen bei Google eingibt, hat als ersten Treffer entweder meinen Blog oder meine normale Portfolioseite. Ich habe bis heute keine Ahnung, wie ich das geschafft habe. Es dürften die vernünftigen Inhalte sein. Ansonsten kann ich das, was Sie gesagt haben, nur unterstreichen. Ich finde nichts so schwachsinnig wie beispielsweise den berühmten Klout-Score, der misst, wie oft was wo retweetet und geliked wird. Das ist so ein Unsinn; es gibt diese Ökonomie der Like-Klicks nach dem Motto: Gefällt Dir mein Bild, dann klicke ich auch mal bei Dir den Like-Button. Das hat mit der inhaltlichen Qualität gar nichts zu tun. Ich glaube, davon sollte man sich in den virtuellen Welten sehr schnell befreien und lieber sagen: Inhalte ja, vernünftige, spannende, interessante, durchaus auch mal das eine oder andere Persönliche, auch davon lebt so etwas. Das hat sehr viel mit Teilen, mit Miteinander zu tun. Der Begriff Social Media – soziale Netzwerke – kommt nicht von ungefähr. Da sind Menschen unterwegs, die man zur Kenntnis nehmen muss. Sich selbst sollte man gelegentlich disziplinieren und sich sagen, ich muss da jetzt nicht allen Unfug absondern und ich muss jetzt auch nicht retweeten. Es gehört sehr viel Selbstdisziplin und Selbstorganisation dazu, konsequent zu sagen: Nein, ich habe jetzt gerade einen Kundenauftrag, jetzt erst mal nicht. Alles andere, was stört, wird ausgeblendet, darin bin ich sehr konsequent. Ansonsten ist es eine Sache der Prioritäten: Was brauche ich gerade, an welcher Geschichte bin ich dran, was brauche ich an Hintergrundinfos? Insofern nutze ich Dinge wie Twitter und Facebook als Inspirationsquelle, aber auch als Netzwerkquelle, als gezielte Recherchequelle und weniger als soziales Leben, das habe ich außerhalb des Netzes zum Glück in ausreichender Menge.

### **Valeš**

Was auch immer Journalistin 3.0 ist, aber das geht in die Richtung, was Sie beide sagen. Vor ein paar Jahren war diese Allzeitverfügbarkeit noch verbreiteter. Man ist in dieses Hamsterrad reingekommen und hat sich nicht getraut, „Stopp!“ zu sagen. Wer konsequent ist und sagt, „meine E-Mail-Bearbeitungszeiten sind in der Zeit von ... bis ...“ oder wer bei seinem E-Mail-Programm einstellt, wann die E-Mail verschickt wird, kann sich am Ende etwas von diesem Hamsterrad der Allzeit-Bereit-Mentalität distanzieren. Es gibt einige, die das so machen. Man muss es eben nur klar an sein Gegenüber, an seine Kunden kommunizieren. Für die festangestellte Redakteurin ist das ebenso möglich, wie für die freie Autorin. Vielleicht erfordert das am Anfang etwas Mut, aber wer nicht nur kurze Zeit in diesem Beruf arbeiten möchte, sondern

viele Jahre und dabei auch gesund bleiben möchte, für den oder die lohnt sich dieser Schritt. Es bringt nichts, abends bis spät in der Redaktion zu sein, aber in Wirklichkeit nicht produktiv sein können, wenn man nicht mehr kann.

### **Rost**

Ich glaube, das kommt auch auf die individuelle Tätigkeit an. Bei mir ist es zum Beispiel als Fotografin so, dass ich sehr viel unterwegs bin. Ich arbeite überregional, bundesweit, in den DACH-Ländern. Mittlerweile bin ich großer Fan von mobilem Arbeiten. Mir reichen teilweise meine Kamera, mein Laptop und mein Handy, um ins Internet zu gehen. Das kann schon dazu führen, dass ich je nach Terminlage tagsüber von morgens bis abends in irgendwelchen konzeptionellen Gesprächen sitze, dass ich drei Tage vor Ort auf einer Reportage bin und dann tatsächlich erst abends nach 21 Uhr mal gucke, was im virtuellen Büro los war. Ich bin eine One-Woman-Show, da muss man sich schon etwas selbst disziplinieren und sagen: Okay, der Kunde, der Auftraggeber wartet auf ein Feedback, auf eine Meinung, auf was auch immer. Das passiert dann bei mir mitunter auch schon mal mitten in der Nacht. Die Kunden haben sich an meine Marotten gewöhnt, insofern nimmt sich das, glaube ich, nichts. Solange nicht irgendwelcher Quatsch drinsteht, tausend Tippfehler produziert werden, alles sachlich richtig ist und die verschickten Download-Links stimmen, habe ich auch kein Problem, morgens um 5 Uhr eine E-Mail zu schicken. Das ist eben manchmal vom Produktionsablauf, von meiner eigenen Arbeitsauslastung phasenweise schlicht und ergreifend nicht anders zu machen.



### **Dr. Mäsker**

Aber es signalisiert schon eine Allzeitverfügbarkeit. Ich kriege manchmal von meiner Kollegin und Freundin Jutta nachts um 1 oder 2 Uhr Mails, wobei ich denke: Wie schrecklich, jetzt sitzt die Frau immer noch am Schreibtisch.

### **Valeš**

Ich habe auch gar nichts dagegen. Ich arbeite auch gerne abends. Problematisch wird es nur, wenn das Gegenüber denkt, er muss fünf Minuten später auch antworten. Da übt dann vielleicht auch Druck auf andere aus und fördert eine verzerrte Erwartungshaltung. Es ist nicht problematisch, nachts zu arbeiten. Das muss jeder für sich selbst entscheiden. Es gibt ja auch den Bio-Rhythmus, dem man nicht entgegen arbeiten sollte.

Was ich vorhin noch zu den Alphamädchen sagen wollte: Es ist tatsächlich so: In der Umfrage, die ich gemacht habe, war der Punkt „Ich möchte in den Journalismus, damit ich bekannt werde und mein Name in der Zeitung steht, mein Gesicht im Fernsehen zu sehen ist“ von weitaus mehr Männern als Frauen angekreuzt worden. Das waren ungefähr 46 Prozent der Männer im Vergleich zu 30 Prozent Frauen. Es ist tatsächlich auch da zu beobachten.

### **Rost**

Das mit den Alphamännchen ist etwas, was ich aus diversen Fotografen-Netzwerken auf Facebook bestätigen kann. Der Tonfall dort ist in den letzten zwei, drei Jahren zunehmend härter geworden. Es sind fast überwiegend Männer, die diskutieren – und zwar in einem sehr rauen Tonfall. Da ist dann schnell mal ein giftiger Kommentar dabei, und ich frage mich dann immer: Jungs, ist Euch nicht klar, dass das Öffentlichkeit ist? Das sind keine geschlossene Gruppen noch sonst etwas, dort bewegen sich teilweise zwischen 1.000 und 1.500 Bildjournalisten aus allen Sparten. Man ist da nicht unter sich wie in kleinen Kneipenrunden, wo man jemand unreflektiert anfährt, das ist Öffentlichkeit. Ich erlebe auch häufig, dass Kollegen und Kolleginnen, die in diesen Netzwerken drin sind, dann plötzlich eine persönliche Nachricht schreiben und sagen: Der hat gerade wieder einen Tonfall...! Ich antworte dann oft: Wenn es Dir nicht passt, dann sag ihm das direkt. Schreibe ihm eine E-Mail, wenn Du das nicht öffentlich tun willst – im schlimmsten Fall gibt es einen Sperrfilter, für solche Fälle sind diese Dinge da – oder sag öffentlich höflich und freundlich: „Dein Tonfall passt mir jetzt gerade nicht. Komm bitte auf die Sachebene zurück.“ Ich finde es schade, dass viele Frauen eher dazu neigen, sich aus solchen Diskussionen zurückzuziehen, obwohl sie etwas zu sagen haben, weil dieser Tonfall nervt. Ich glaube schon, dass man etwas dagegensetzen kann.

### **Dr. Mäscher**

Bei dem, was Sie geschildert haben, wie Sie persönlich damit umgehen, welche Erfahrungen Sie gemacht haben, frage ich mich: Wie lerne ich, meine Prioritäten zu setzen. Ist das alles „Learning by doing“ und „Learning by Failure“, weil ich irgendwann festgestellt habe: Ich kann jetzt wirklich nicht mehr, ich muss mich irgendwie neu sortieren, ich muss meinen Tag anders strukturieren. Wie kann ich das lernen?

### **Valeš**

Das kann nicht verallgemeinert werden. Man muss jeden abholen, wo er oder sie steht. Die fest angestellte Redakteurin im Rundfunk hat ein anderes Zeitmanagement-Problem als die Lokalredakteurin bei der Tageszeitung oder die Freiberuflerin. Auch mit den Blogs ist es eine tolle Sache, wenn sie Inhalte haben, die bedient werden. Ich bin kein Fan davon, dass jeder einen Blog hat, nur um einen Blog zu haben. Ich bin der Meinung, wer einen Blog hat, der muss auch entsprechende Inhalte anbieten. Manche haben durch ihre journalistische Tätigkeit die Möglichkeit oder das Glück, alles in den klassischen Medien unterbringen zu können, was sie zu sagen haben – da ist dann kein Überhang. Es muss sich nicht jeder genötigt fühlen, nach dieser Diskussion heute einen Blog aufzumachen. Es ist on-top, es bringt in der Regel kein Geld. Man muss sich wirklich überlegen, ob man das möchte. Die Antwort auf die Frage, wie man das lernen kann, lautet, dass es im Kopf anfängt. Man muss sich erst einmal fragen, „Ist das, wie ich gerade meine Zeit einteile, wie ich mit meiner Zeit umgehe, die ja auch Lebenszeit ist, nicht nur Arbeitszeit, ist das okay?“ Wer diese Frage für sich mit „Ja“ beantwortet, braucht gar

nichts lernen. Es gibt zwar diese klassische Zeitmanagement-Lehre, die linkshirnige und rechtshirnige Menschen mit unterschiedlichen Zeitempfindungen und Organisationsstrukturen erklärt und berät, wo man sagt, „Du musst Dich strukturieren. Prioritäten der Sache A direkt erledigen, B-Prioritäten dann später“, aber das passt nicht für jeden. Ich glaube, an diesem Wochenende wird hier auch ein Workshop zum Thema angeboten, an dem einige von Ihnen teilnehmen werden. Man muss sich überlegen, was für jeden passt und welche Haltung man demgegenüber haben möchte. Man kann sich allerdings auch nicht versperren, und deswegen sind die vorhin angesprochenen Fortbildungen auch wichtig. Ich habe im letzten Jahr beim Herbsttreffen der Medienfrauen eine einzige Frau kennen gelernt, die sich strikt weigert, das Internet zu benutzen. Das war total spannend, aber das Leben ist aus meiner Sicht so doch sehr viel mühsamer.

### **Rost**

Das kann ich nur unterschreiben. Das geht in allen Ebenen los. So wie das der höchst unterschiedliche Workflow bei Bildjournalisten ist, die alle irgendwas anderes machen. DIE Bilddatenbank gibt es genauso wenig wie den Königsweg der Verschlagwortung oder der Bildsortierung. Es muss zu einem passen, was man da macht. Das ist genauso wie eine Kameraausrüstung. Die „One fits all“ gibt es nicht, man muss die Kamera heute danach auswählen, was man an Geschichten macht, in welchen Bereichen man unterwegs ist. Mitunter ist ein Smartphone ausreichend, mitunter muss es dann das High-End-Teil mit 36 Megapixeln sein, das ist ganz unterschiedlich. Und genauso funktioniert es als Mensch auch. Das ist für mich selbst seit Jahren eigentlich das, was ich als permanente Selbstreflexion bezeichnen würde. Das ist die ganze Mischung von manchmal ausufernden Selbstzweifeln, was, glaube ich, auch ein typisches Frauending ist, bis hin tatsächlich zu den Überlegungen: Wo bin ich jetzt, wo stehe ich, wo will ich hin, was will ich machen? Und das meine ich gar nicht mal im Sinne wehleidiger, permanenter Nabelschau oder ähnliches. Man muss in der Tat manchmal genau hinsehen, wo man steht und ehrlich Bilanz ziehen. Dinge wie Selbstorganisation und Grenzen sind durchaus etwas, was man finden kann und auch muss, sonst geht man in dem Beruf wirklich kaputt.

### **Dr. Mäsker**

Was heißt denn diese Entwicklung eigentlich für unser Berufsbild?

### **Rönicke**

Ich glaube, es hat zwei Seiten. Wir haben jetzt immer angesprochen, wie wir als Journalistin die sozialen Medien nutzen können, um voranzukommen, unsere Karriere zu gestalten. Aber wie wirken eigentlich die sozialen Medien auf uns? Diese Frage finde ich eigentlich fast noch spannender, weil ich das Gefühl habe, dass es eine Tendenz gibt, auch im klassischen Journalismus darauf zu schauen, wie viele Klicks hatte jetzt ein Artikel, welche Kommentare stehen darunter? Es gab eine Umfrage in drei Ländern – in Schweden, Polen und Russland – unter Journalistinnen, wie sie das Feedback, das auch kommt, wahrnehmen und wie sie das in ihrer Arbeit beeinflusst. Über 70 Prozent haben angegeben, dass sie das tatsächlich beeinflusst und dass sie ihre Inhalte schon darauf ausrichten, dass sie viel angeklickt werden, dass es sich gut verbreiten wird, dass es eine Story ist, die im Netz einen Schneeballeffekt auslösen kann. Das finde ich gefährlich.

**Dr. Mäsker**

Bezogen auf die Inhalte oder bezogen darauf, wie ich die Geschichte erzähle?

**Rönicke**

Beides. Zu gucken, was ist gerade ganz viel in meiner Facebook-Timeline oder in meiner Twitter-Timeline? Dann muss ich dazu jetzt auch noch etwas sagen. Das ist der eine Punkt. Der andere Punkt ist aber auch, wenn ich schon einmal etwas geschrieben habe, was vielleicht kontrovers ist und ich bekomme sehr viel negatives Feedback darauf. Das kann passieren. Meistens ist es im Internet so, dass es zu jeder Meinung irgendwelche Foren gibt und sich Menschen schon organisiert haben. Und wenn in einem dieser Foren jemand postet: „Guckt mal, Frau Rönicke hat dort und dort das gesagt – völliger Quatsch, wir müssen wir jetzt mal das Gegenteil beweisen“ kann es passieren, dass Sie 50 Kommentare unter Ihrem Artikel haben, die alle sagen: „Das ist ja völliger Quatsch!“ Da müssen Sie jetzt eine besonders dicke Haut haben, die Sie vor zehn Jahren, als es die Kommentare unter den Artikeln noch nicht gab, noch nicht haben mussten. Das verändert einen, das verändert auch den Journalismus. Wir haben in der New York Times das Phänomen, dass diese mittlerweile nur noch Kommentare freischaltet, die auch dem Kriterium eines Leserbriefes entsprechen würden. Das finde ich zum Beispiel sehr gut, weil nicht mehr so viel Schund unter den Artikeln steht. Wer wissen möchte, was ich meine, guckt einfach mal bei Spiegel-Online unter die Artikel. Die Kommentare sind teilweise unterirdisch. Da fragt man sich wirklich nur noch: Wozu ist diese Kommentarspalte eigentlich da und warum bietet Spiegel-Online solchen Leuten ein Forum? Diese Leute haben überall im Netz ihre richtigen Foren, wo sie einander die Ohren volljammern können – warum müssen sie es dort tun? Ich glaube, dass das auch ein ganz bewusster Prozess sein muss, den Journalistinnen und Journalisten heute mitzugestalten haben. Wo sie auch, wenn sie zum Beispiel auf einer höheren Ebene sind, sagen können: Wir wollen, dass unser Netzauftritt so und so aussieht, wir möchten das moderieren, wir möchten die Dinge auch in der Hand haben, wir wollen die sein, die Inhalte aussuchen und die auch die Debatte ein Stück weit steuern. Ich glaube, das liegt schon in der Verantwortung. Das Netz tendiert dazu, ziemlich anarchisch herzugehen und wer am lautesten schreibt, bekommt möglicherweise die meiste Zustimmung. Ich glaube, dass die Verantwortung von Journalismus darin liegt, nicht nach diesem Prinzip zu funktionieren, sondern zu recherchieren – Fakten, Fakten-Check und nochmal Fakten-Check und dann in die Debatte zu gehen.

**Dr. Mäscher**

Aber häufig ist ja die Erfahrung von Kolleginnen und Kollegen, dass diese Zeit für Fakten-Check, die Recherche, das, was dazu gehört, um eine Geschichte rund zu machen, dass das etwas ist, wozu immer weniger Zeit zur Verfügung steht.

**Rönicke**

Das Problem ist auch, dass Twitter immer schneller wird, Twitter wird immer schneller sein. Auf Twitter wird jede Nachricht im Zweifel als Erstes stehen. Wir können also gar nicht schneller sein als die sozialen Medien. Also wo liegt unsere Kompetenz? Ich kann es nur noch einmal unterstreichen: Unsere Kompetenz ist nicht schneller zu sein als Twitter, sondern besser. Und die Inhalte, die wir verbreiten, zu checken und auch lange zu recherchieren. Ich glaube, Serge Michel von der Le Monde Diplomatique nannte das einmal den „slow journalism“, also einen langsamen Journalismus, der sich Zeit nimmt für seine Themen. Ich glaube, dass das auch tatsächlich die Zukunft des Journalismus in digitalen Zeiten ist. Auf der re:publica 2009 haben die Blogger noch gesagt: Wir lösen den Journalismus ab, Journalismus ist überflüssig. Das würden sie heute auch nicht mehr so sehen, weil sie einfach nicht mehr die Möglichkeiten haben, die Dinge so intensiv und so tiefgehend zu recherchieren, wenn sie nicht selbst Journalisten sind, sondern eigentlich etwas anderes machen. Das ist glaube ich eine zentrale Aufgabe.

**Valeš**

Das bedarf aber auch einer Einigkeit innerhalb unserer gesamten Zunft. Zum Beispiel bei einem Verbandstag oder einem Kongress wie heute, dass man sich da untereinander abstimmt. Wenn nämlich einer langsam arbeitet und gründlich und der andere schreibt in der gleichen Zeit schon fünf Meldungen, die moderne Form des Lohndumpings, das geht, wenn das einer macht. Aber man muss bedenken, dass auch ein großer Konkurrenzdruck herrscht. Man muss sich in den Redaktionen überlegen, inwiefern man dieses „quick and dirty“ unterstützen möchte. Nicht nur die Freien, sondern auch die Redakteure haben eine große Verantwortung. Für eine gewisse Zeit geht das immer, dass einer für zwei arbeitet, aber unterstützt man dann nicht auch ein System, das langfristig auf Kosten unserer eigenen Gesundheit am Laufen gehalten wird, dass Arbeitsplätze einspart und unsolidarisch ist?

**Dr. Mäscher**

Auch bei uns im öffentlich-rechtlichen Rundfunk stehen wir oft vor der Frage: Was machen wir jetzt schnell online, was können wir als erstes online bringen? Vor einiger Zeit ist in Lübeck ein Haus eingestürzt. Das Erste war: Schickt uns schnell mal mit dem iPhone ein Foto für online. Darauf habe ich gesagt: Ich habe kein iPhone, ich hatte noch ein Blackberry, damit ging das nicht so schnell. Eine Fernsehkollegin hatte ein iPhone mit und hat dann ein Foto geschickt und es war völlig egal, wie dieses Foto aussah, Hauptsache sie hatten erst mal irgendein Foto für die Homepage, wo man sieht: Da ist ein Haus eingestürzt. Das ist schon eine schwierige Geschichte. Quick and dirty ist tatsächlich ein Teil unseres täglichen Berufslebens geworden. Ich finde es ausgesprochen schwierig, wieder diesen Schritt zurück zu gehen. Ich frage mich auch: Wie wird das unterstützt von der jeweiligen Redaktionsleitung? Sind denn die Chefredaktionen, ob Print oder Online oder Rundfunk, sind diese eigentlich schon so weit, dass sie merken, dass Qualitätsjournalismus im Netz eben nicht heißt „quick and dirty“ und nicht immer: Wer ist der Erste?

## **Valeš**

Nicht nur. Das eine schließt ja das andere nicht aus. Es ist ja eine Stärke des Internets, schnell zu sein und das erste Bild zu haben. Und da müssen die klassischen Medien aufpassen, dass sie nicht abgehängt werden. Aber ich glaube, eine gute Mischung in den Redaktionen und Medienhäusern ist richtig und gut. Es wäre auch gut, wenn die Redaktionen auch für die Leser leichter zu erreichen wären. Ich habe manchmal das Gefühl, wenn man sich Internetauftritte anschaut, dann ist der Kontakt zu den Redaktionen das am besten gehütete Geheimnis überhaupt. Freie Journalisten findet man mit schönem Profil und Telefonnummer im Internet, aber wenn der Leser wirklich mal eine Redaktion kontaktieren möchte, bin ich nicht sicher, ob sie die Ausdauer dafür haben. Ich spreche vom Leser, meine aber auch den Hörer oder Zuschauer. Das wäre vielleicht auch mal ein Schritt, um im neuen digitalen Zeitalter mehr Hörerbindung, Zuschauerbindung und Leserbindung aufzubauen. Es kommen ja dadurch durchaus auch gute Anregungen und Expertisen, die die Redaktionen auch umsetzen können.

## **Rost**

Ich glaube nicht, dass sich die Geschwindigkeit des Netzes und inhaltliche Tiefe ausschließen müssen. Ich beziehe mich immer ganz gerne auf ein grandioses Projekt namens „Hashtag Sandy“, das im Internet zu finden ist. Das ist über Instagram, über Twitter, über Facebook sehr erfolgreich gelaufen. Fünf Fotografen, die für das Time Magazine die Auswirkungen des Hurricane Sandy mit ihren Smartphones dokumentiert haben, eine grandiose Geschichte. Sie haben sehr viel über Instagram als Kommunikationskanal verbreitet, sowohl unter dem Account des Time Magazine als auch unter ihren eigenen Accounts. Ich habe mich kürzlich per E-Mail mit Ed Kashi unterhalten – und per Chat, sehr effizient über zwei Kontinente und mit Zeitverschiebung. Was ihn am meisten überrascht hat, war die unglaubliche Resonanz der Leute, die auf Instagram unterwegs waren. Sie haben nicht etwa sensationsheischend auf Instagram verfolgt und mitgeguckt, nein, die haben Hilfsangebote gemacht. Sie haben direkt nachgefragt in Kommentaren: Wo können wir Hilfestellung geben, wo können wir uns freiwillig melden für Hilfseinsätze? Da waren alle Fotografen völlig baff. Das war das eine. Das zweite war, dass sie natürlich mit Smartphones und »richtigen« Kameras auch noch eine hervorragende Berichterstattung gemacht haben. Das dritte war, dass viele dieser Kollegen, unter anderen Benjamin Lowy, hinterher gesagt haben: Ich war immer mit sperrigem Equipment unterwegs und ich fand das toll, mal mit dem Smartphone unterwegs zu sein, nichts was mich belastet. Das kann ich nur bestätigen. Mit kleiner Ausrüstung, auch mit dem Smartphone, renne ich den ganzen Tag rum, da kann ich Geschichten erzählen, ich bin nah dran, werde nicht wahrgenommen als Fotograf, nicht als Störfaktor, ich bin quasi im ganz normalen Alltag mit drin. Smartphones sind mittlerweile sehr leistungsfähig, das geht also problemlos bis 20/30 hochzuziehen, wenn man ein wenig Ahnung davon hat, wo die Grenzen der Smartphones sind – und was man mit Apps und allem Drum und Dran so alles veranstalten kann. Eine ganz spannende Unterhaltung, Geschwindigkeit der Übermittlung und inhaltliche Tiefe schließen sich oft überhaupt nicht aus. Wo es sich ausschließt, ist mit Sicherheit im redaktionellen Alltag, auch im Alltag der Kollegen, wo vieles auf der Strecke bleibt, von Recherche über Inspiration bis zu ethischen Aspekten. Ich habe in den letzten Tagen ein tolles Interview von Topher Cocks gelesen, im amerikanischen Blog „PhotoEditor.com“ – tolle Inspirationsquelle, die ich jedem empfehlen kann, der sich mit Bildjournalismus und mit Bildern beschäftigt. Cocks hat sehr viel über Inspiration geschrieben und ich selbst nehme aus einer Fortbildung

letztes Jahr mit amerikanischen Kollegen mit, dass dort wir vor allem über Inspiration geredet haben, über das Leben, über die Frage unserer Sichtweisen und Perspektiven. Ich bin mit den digitalen Medien groß geworden, war unter den ersten Fotografen in Rhein/Main, die komplett auf digitale Produktion umgestiegen sind. Deswegen ist mir ehrlich gesagt völlig egal, ob ich einen Film in der Kamera habe oder einen Chip. Das sind unterschiedliche Spielarten, aber ich unterhalte mich auch nicht oft über Technik, sondern viel mehr und öfter über Bilder, über Inhalte, über Geschichten, die ich erzähle. Ich glaube, das haben wir in Teilen verlernt. Wir diskutieren immer über Technik, über Megapixel, über Kameraauflösung und dann kommt solcher Unfug dabei heraus, dass Kunden manchmal sagen: Aber die Kameras von heute machen doch so tolle Bilder! Ganz toll, auf der technischen Ebene bestimmt – weil jeder dressierte Affe es mit so einer Kamera hinkommt, zumindest ein technisch einwandfreies, gut belichtetes Bild zu machen, das im Idealfall auch noch scharf ist. Die Geschichte dieses Bildes, seine inhaltliche Qualität, das ist etwas ganz anderes. Und dann lande ich bei Gary Knight. Gary Knight war der Chairman der diesjährigen Jury des World Press Awards. Er hat ein großes Interview gegeben für das British Journal of Photography und hat in diesen zwei Teilen des Interviews zum einen gesagt: Wir haben fast 10 Prozent der Arbeiten aus dem Verkehr gezogen und disqualifiziert, weil sie manipuliert waren. Das ist eine Frage der Haltung von Bildjournalisten zu sagen: Was ist echt, was ist authentisch, was ist meine Geschichte, die ich erzählen will? Und die zweite Geschichte, die ich noch viel interessanter fand, war, dass er – und dabei sprach er für die komplette Jury – sagte: Wir vermissen die emotional dichten, die inhaltlich tiefen Geschichten. Wir haben ganz viele Bildstrecken bekommen, die dürftig erzählt sind, die in sich nicht stimmig sind von der Geschichte her, die schlecht editiert und bearbeitet sind. Das hat die Jury unter Federführung von Gary Knight daran festgemacht, dass es mittlerweile nur noch wenige Publikationen gibt wie Time oder Agenturen wie Reuters oder AP, die sich noch erlauben können, einen Fotografen für drei Wochen auf ein Thema konzentriert irgendwo hinzuschicken und zu sagen: Mach das mal, und zwar nicht in zwei Tagen, sondern mach das in ein, zwei Wochen.

### **Dr. Mäscher**

Wenn ich das übertrage auf die inhaltlichen Dinge, auf die Geschichte, die wir erzählen, dann denke ich ja schon, dass sich etwas zu bewegen scheint weg von „Wir können alles und ganz schnell“ hin jetzt auch wieder zu mehr inhaltlichen Schwerpunkten, hin wieder zu mehr journalistischer Qualität statt Quantität?

### **Rönicke**

Das wäre der Wunsch, aber das sieht gerade ehrlich gesagt nicht so aus, weil das Problem ist, dass alle journalistischen Medien, die ich kenne, immer weniger Geld haben, Leute rausschmeißen, immer weniger zahlen. Das Fotohonorar wurde meines Wissens in den letzten zehn Jahren um Dreiviertel gekürzt. Auf jeden Fall sind die Preise, die man für Fotos bekommt, nicht gerade gestiegen. Und auch im Textbereich wird gerade nichts besser, sondern der Druck ist enorm. Heute stand wieder in der Zeitung, dass gerade auch die Öffentlich-Rechtlichen unter großem Spardruck stehen, obwohl sie gleichzeitig neue Sachen aufbauen wollen, mehr recherchieren wollen usw. Es ist ein großer Zielkonflikt, dass das Geld immer weniger wird, dass der Druck immer größer wird und gleichzeitig genau das jetzt passieren müsste, was man gar nicht bezahlen kann. Ich weiß nicht, wie man dieses Dilemma löst. Das einzige Beispiel, bei dem ich bisher dachte, dass es ein Weg sein könnte, dieses Dilemma aufzulösen, war Luxemburg. Da werden nämlich

Journalistinnen und Journalisten staatlich bezahlt und haben einen bestimmten Lohn. Ich komme aus der DDR und habe deswegen entsprechende Vorbehalte – aber ich habe noch keine andere Idee gefunden. Da bekommt die Mitarbeiterin einer Wochenzeitung, die hier in Deutschland keine Chance hätte, die bei einer kleinen Wochenzeitung mit vier oder fünf Leuten in der Redaktion arbeitet, sehr alternativ, aber eben auf Projekte, auf Themenbereiche schauend, die sonst keiner macht, 2.000 Euro im Monat.

### **Valeš**

Ich glaube, Journalistinnen und Journalisten können sich immer ganz gut für andere einsetzen, aber immer sehr schwer für sich selbst. Es ist leider so, dass Information in der Gesellschaft nicht gerade einen hohen Stellenwert hat. Durch das Internet sieht es so aus, als würden Informationen nichts kosten, als seien sie nichts wert. Man müsste vielleicht auch einmal damit beginnen, Eigenkampagnen zu betreiben für den Journalismus, was die GEZ ja zum Teil schon macht mit dieser Werbung „Ihre Rundfunkgebühren“. Ich glaube, dass der breiten Öffentlichkeit, die ja von den Medien als vierte Gewalt im Staat profitiert, nicht klar ist, dass das Geld kostet, dass eine Meldung nicht mal eben so geschrieben wird. Zwar ist der Journalismus an sich eine Profession, aber theoretisch könnte diese Profession jeder ausüben. Das klingt hart, aber letztendlich können die meisten irgendetwas schreiben und heutzutage kann jeder im Internet recherchieren, jedes Schulkind, jedes Kindergartenkind kann Fotos machen. Jeder kann Journalismus – zumindest könnte ich mir vorstellen, dass einige unserer Rezipienten das denken. Doch was Journalistinnen und Journalisten tatsächlich leisten, was sie von Nicht-Journalisten unterscheidet, ist, denke ich, nicht jedem klar. Vielleicht müssten Journalistinnen und Journalisten anfangen, mehr für sich einzustehen, für Ihre Profession und Professionalität, damit die Bevölkerung auch bereit ist, dafür zu zahlen und nicht immer alle nur über die sogenannte Medienkrise jammern, als wäre es eine Naturgewalt.

### **Dr. Mäsker**

Aber da sind wir ja schon untereinander nicht solidarisch. Wenn ich mir anschau, was in den Tageszeitungen an Artikeln erscheint, von Kolleginnen und Kollegen geschrieben über die beitrags- und gebührenfinanzierten Rundfunkleute, wie ich auch selbst manchmal angegangen werde nach dem Motto: Du brauchst ja gar nicht zu arbeiten, Du wirst ja sowieso bezahlt und Dein Gehalt ist doch immer sicher und dafür bezahlen wir ja nun alle... Das ist ein gewisser Neidfaktor, der dabei durchkommt, wo ich auch nur sagen kann: Entschuldigung, ich muss genauso für mein Geld arbeiten wie ihr. Ja, ich habe einen Rundfunkbeitrag im Hintergrund, ich kann damit sehr selbstbewusst umgehen, kann mir vielleicht auch manchmal eine etwas kritischere Haltung erlauben als vielleicht der Tageszeitungskollege, der beim Bürgermeister auf dem Schoß sitzen muss, um seine Geschichten zu kriegen. Der Bürgermeister redet mit uns nicht so gerne, weil er mit uns keinen Deal hat. Weil wir ihn auch vielleicht kritischer angehen. Wir sind da ein bisschen unabhängiger. Ich habe auf der anderen Seite vielleicht nicht die Exklusivgeschichten. Aber solche Geschichte zeigen auf, dass wir untereinander schon nicht solidarisch sind und ich stelle mir vor, dass es eher immer schwieriger wird. Journalismus ist ja kein geschützter Beruf ist, trotzdem sind Medien immer noch leicht mit Glamour verbunden. Was ist denn nun tatsächlich Qualitätsjournalismus, wofür brauchen wir ihn? Ich glaube diese „vierte Gewalt“-Geschichte ist bei ganz vielen schon gar nicht mehr präsent.

## Rost

Ich glaube, das ist ein ganz vielschichtiges Problem. Ich habe erst in den letzten Tagen in einer Fotografengruppe auf Facebook eine Diskussion erlebt, als eine Kollegin unter den Kollegen zum Stichwort Klickstrecken nachgefragt hat. Wie honorieren Eure Redaktionen das, wenn man als Fotograf so etwas baut und als Auftrag abgeliefert? Sie hat etliche dumme Antworten, aber wenig Brauchbares zu hören bekommen. Sie ist dann irgendwann mal dumm angemacht worden: Es gibt eine Mittelstandsgemeinschaft Fotomarketing (MFM), dann guck doch da – mit dem deutlichen Unterton: Wenn Du zu blöd bist, dann ist Dir nicht zu helfen. Das Ende vom Lied war, dass die Kollegin irgendwann die Diskussion verlassen hat nach dem Motto, sie habe es nicht nötig, sich so vorführen zu lassen. Was zum einen eine leidige Erfahrung ist, denn unter Kollegen wird viel zu wenig über Honorare, über Arbeitsbedingungen geredet, über Knebelverträge, über sonstige Dinge. Das gehört zum alltäglichen Brot all derer, die im DJV in der Beratung oder in der aktiven Arbeit tätig sind. Die Kolleginnen kennen das aus eigener Erfahrung, dass wir uns da den Mund fusselig reden. Wir erklären den Kollegen, was eine MFM ist, wir erklären ihnen, wie man Rechnungen schreibt. Hinterher gehen sie raus und handeln wider besseres Wissen – auch möglicherweise in der Erkenntnis, dass ein Nein nicht geht, oder weil irgendeiner sich immer findet, der für noch einen Euro weniger arbeitet. Nichtsdestotrotz bin ich ein großer Fan davon, über Dinge zu reden, die den eigenen Beruf angehen. Ich empfehle Kunden sehr gerne: Schafft Euch mal die MFM an, die Honorarübersichten, und zwar bitte bevor ihr für jedes größere redaktionelle Konzept ein Angebot abfragt. Es hilft ungemein, vorher mal in die Zahlen reinzuschauen, als hinterher hyperventilierend unter dem Schreibtisch zu liegen und den billigsten Fotografen zu buchen. Es kostet alle Beteiligten unnötig Zeit, Nerven, Arbeitszeit. Insofern reiche ich da gerne mal eine MFM rüber. Zum anderen: Ja, man sollte hier und da konsequent Nein sagen, und das auch nicht zickig oder „nein, für das Geld habe ich keine Lust zu arbeiten“, sondern mit einer glasklaren Begründung, beispielsweise Wissen Sie eigentlich, dass ich für diesen Job mit 30.000 Euro Equipment unterwegs bin? Das bewege ich nicht für 100 Euro am Tag!

## Valeš

Ich glaube, da ist auch eine Grenze im Kopf. Bei den Berufseinsteigern, die ich gefragt habe, ist natürlich auch rausgekommen, dass die Motivation hochintrinsisch ist. Man tut das gerne. Man möchte kein Geld bekommen für etwas, das man gerne tut. Das Problem unseres Berufes ist aber nun einmal, dass er eben auch unseren Lebensunterhalt finanzieren muss. Es gibt Studien darüber, dass sich gerade bei intrinsisch motivierter Arbeit die intrinsische Motivation in dem Moment umkehrt, in dem diese Arbeit belohnt wird. Es klingt vielleicht paradox: aber die Motivation sinkt mit der Bezahlung. In dem Maße, in dem die Bezahlung steigt, sinkt die Bereitschaft, etwas dafür zu tun. Plötzlich wird etwas, das man zuvor aus Spaß gemacht hat, bezahlt und somit als Arbeit angesehen. Ich habe das selbst einmal bei einem Projekt, bei dem ich während meiner Zeit als Chefin vom Dienst der TV-Lehrredaktion des Dortmunder Instituts für Journalistik beteiligt war, beobachten können. Das ist die Kunst, die man sich als Berufsanfänger überlegen muss – und auch immer wieder mal im Berufsleben – zu sagen: Geld zu bekommen für etwas, was mir Spaß macht, ist nicht schlecht, es ist nichts Verpönte, es hat nichts Anrühiges. Bei Honorarverhandlungen ein hohes Honorar zu verlangen, ist auch nicht sittenwidrig. Das ist in anderen Berufen ganz normal, aber Journalistinnen denken ganz oft, dass sie Ihrem jeweiligen Arbeitgeber die Arbeitszeit schenken müssen – weil sie ja so viel Spaß macht, weil man sich ja so selbstverwirklichen

kann. Eine Antwort auf die Frage nach der Berufsmotivation in meiner Studie lautete: „Das ist so ein toller Beruf, ich darf das machen, was ich schon immer machen wollte und bekomme dafür sogar noch Geld“. Doch Geldverdienen ist ja auch irgendwie der Sinn von so einem Beruf – was nicht heißt, dass es nicht andere Beweggründe daneben geben darf.

### **Rost**

Das kann ich nur unterschreiben, was Sie da sagen. Ich würde mir aus dem Aspekt heraus oft wünschen, dass viele gestandene Kollegen im Beruf von sich aus manchmal mit jungen Kollegen reden, sie auch ein bisschen an die Hand nehmen und versuchen, genau diesem Bild in den Köpfen entgegen zu wirken. Das böse Erwachen kommt meistens dann, wenn die Kamera kaputt ist und man plötzlich vor der Wahl steht, entweder nicht so arbeiten zu können, wie man das möchte und muss, oder mal eben mehrere tausend Euro für ein neues Kameragehäuse auf den Tisch zu legen. Das ist knallharte Betriebswirtschaft, das ist überlebensnotwendig. Und genau darüber unterhalte ich mich mit den jungen Kollegen. Ich werde ehrlich gesagt ein bisschen schlecht gelaunt, wenn ich von den Kollegen diese Blauäugigkeit höre wie: Naja, ich kann ja da was machen, was total kreativ ist, was mit Medien und ich kriege dann sogar noch Geld dafür.



### **Valeš**

Die Motivation ist ja auch gut, es ist ja schön, wenn man sich freut. Das Problem ist einfach, dass viele denken – auch bei den Honorarverhandlungen merkt man das – dass es schlecht ist, Geld einzunehmen. Und da wäre eine Zusammenarbeit zwischen Erfahrenen und Neulingen ganz toll und wichtig, auch mit Co-Projekten, weil natürlich Neulinge, die frisch von irgendwelchen Studiengängen kommen, noch einmal einen anderen Blick auf die Dinge haben. Nicht unbedingt besser, aber anders – und das befruchtet sich ja gegenseitig. Hier sollte man mehr voneinander profitieren.

### **Dr. Mäsker**

Mich erinnert das ein bisschen an die Kollegen im Privatfunk, die nachts moderiert haben, dafür gar kein Honorar bekommen haben nach dem Motto: Da können Sie das ja lernen und üben! Dann dürfen sie also nachts moderieren und sich mit der Technik vertraut machen und da kann man nur sagen: Man schlägt sich die Nächte um die Ohren, und zwar nicht nur eine, sondern fünf am Stück und bekommt dafür gar kein Geld. Wovon lebst Du dann? Noch zusätzlich von einem Tagesjob – man kann sich vorstellen, wie er dann aussieht.

### **Rönicke**

Das Problem ist auch, dass das rückkoppelt, und zwar in den Redaktionen. Diese gewöhnen sich dann nämlich daran. Zum Beispiel ist es relativ üblich geworden – gerade im Rundfunk – wenn irgendjemand ein Buch geschrieben hat über irgendein Thema, diese Person dann einzuladen, mit dieser Person darüber zu sprechen und für diese Zeit, für dieses Gespräch kein Honorar zu zahlen, weil die Person die Möglichkeit erhält, sich selbst darzustellen und das muss Lohn genug sein. Das ist eine gerade in unserem Beruf sehr verbreitete Ethik: Du erhältst doch hier den Platz, Du kannst Dich hier selbst darstellen. Huffington Post funktioniert komplett nach

diesem Prinzip. Wir liefern Dir die Aufmerksamkeit, die Währung im Internet, und dafür gibst Du uns kostenlos Deine Inhalte. Da muss man dann wirklich aufpassen – das kann an manchen Stellen gut sein und gut funktionieren, aber es ist eine Gefahr für den Berufsstand, für Menschen, die damit ihr Geld verdienen wollen. Das muss man irgendwie trennen. Dass es einen Bereich gibt, in dem Dinge ehrenamtlich passieren, das gibt es auch in anderen beruflichen Bereichen. Es gibt Menschen, die machen das entweder weil sie in Rente gegangen sind ehrenamtlich oder weil sie einfach daran Spaß haben. Wir Journalistinnen müssen auch damit leben, dass andere Menschen ohne Geld schreiben, fotografieren, vielleicht auch mal im Radio sind, aber die Balance muss einfach gewahrt bleiben und es muss klar sein: Das ist ein Beruf, ich mache hier eine Arbeit, ich investiere Zeit, ich investiere Recherche, ich investiere auch Equipment und dafür werde ich bezahlt. Das ist etwas, was man gerade auch jungen Frauen nachdrücklich vermitteln muss, weil ich oft das Gefühl habe, dass das Verhältnis von Frauen zu Geld ein anderes ist als das Verhältnis von Männern zu Geld.

### **Dr. Mäsker**

Wir hatten beim Journalistinnentag vor zwei Jahren einen sehr erfolgreichen Workshop, in dem es genau um dieses Thema Frauen und Geld ging. Ich würde gerne das Podium für Euch hier im Publikum öffnen. Ihr könnt Euch natürlich an der Diskussion beteiligen, von eigenen Erfahrungen berichten, Fragen stellen.

### **Beitrag aus dem Publikum**

Frau Rönicke, ich würde gerne noch etwas zur Huffington Post sagen. Ich arbeite beim Burda Verlag, kenne die Huffington Post und fand es auch nicht so schön, als die Huffington Post alle Blogger eingeladen und ihnen eine Plattform geboten hat. Die Blogger sind Hausfrauen, ganz viele Möchtegern-Journalisten und ich glaube bis auf einen Polizisten, der auch unter Lausipennies twittert, sind das alles Menschen, die meinen, sie seien auch Journalisten. Da geht es aber teilweise um Kirschkuchenrezepte – es kommt darauf an, welche Inhalte man lesen will, aber niemand wird ja dazu gezwungen. Das wollte ich nur noch einmal sagen, damit man es differenziert betrachten kann.

### **Rönicke**

Ja, es ging nur um die Art und Weise, wie sie angetreten sind. Nach dem Motto: Wir revolutionieren jetzt den Journalismus usw. Davon darf man sich eben nicht blenden lassen.

### **Rost**

Noch eine kurze Ergänzung dazu: Es ist durchaus auch so, dass man als Fotograf gerne mal gefragt wird: »Ach, Du hast doch eine Kamera, kannst Du nicht mal eben?.. Das kostet doch nichts, ist doch digital, kein Filmmaterial usw.« So einfach – und so falsch: Jeder Druck auf den Auslöser kostet Geld, das ist mechanischer Verschleiß, das ist eine betriebswirtschaftliche Kalkulation. Bei solchen Dingen werde ich dann auch gelegentlich mal schlecht gelaunt. Nichtsdestotrotz kann es natürlich für Journalisten, egal in welcher Sparte, durchaus mal eine Gelegenheit geben, ohne Honorar zu arbeiten. Das ist eine ganz individuelle Entscheidung und ich mache das zum Beispiel dann gelegentlich, wenn es um ein Charity Projekt geht, wo ich dann auch sage: Ich weiß ganz genau, diese Organisation kratzt am Limit, ich finde es spannend, was sie macht. Die unterstütze ich dann mit meinen Fotos. Ich kenne einige Agenturen, die im Bereich Editorial Design unterwegs sind, die so etwas auch

machen. Die haben dicke Kunden und sagen: Es ist für uns Zeit etwas zurückzugeben, indem wir das eine oder andere Charity Projekt, die eine oder andere kleine Initiative aus dem Bereich Frauenprojekte, Bildung, was immer da unterwegs ist, mit unserer Arbeitsleistung unterstützen. Wir haben einen tollen Referenzfall, weil es ein unglaublich spannendes Projekt ist, die haben natürlich auch einen Nutzen davon. Dafür gibt es ganz genaue vertragliche Regelungen, das sollte man tun. Bei Fotografen gibt's beispielsweise das Time-for-Print-Modell. Eigentlich ideal, wenn man sich überlegt, neue Dinge auszuprobieren. Bezüglich der Nutzungsrechte sollte man das allerdings sehr klar definieren mit den Leuten, die man da vor die Kamera geholt hat. Dafür gibt es gute Gründe.

### **Gisela Goblirsch (Publikum)**

Ich mache beim BJV Verhandlungstraining. Für alle, die immer nur an sich denken – das hört sich jetzt ganz böse an, Frauen denken an sich – ich habe Spaß bei der Arbeit, ich finde das toll, ich darf das machen usw. Ich bitte Sie, denken Sie doch bitte auch mal an die anderen, die machen nämlich Kohle damit. Denken Sie bitte daran: Die Verlage verdienen Geld damit, auch auf einer Website, bei der am Rand Werbung läuft, verdient der Betreiber Geld. Und warum soll ich jemanden, der viel Geld damit verdient, gerade als Berufsanfänger, meine Arbeit schenken? In dem ganzen Spiel gibt es zwei Parteien und deshalb denken Sie bitte daran: Es ist nicht nur Euer Wissen und Euer Spaß, sondern es ist Eure Lebenszeit, die Sie damit verbringen, dafür zu sorgen, dass jemand anders Geld damit macht.

### **Dr. Mäscher**

Und wenn ich wenig Geld verdiene, habe ich das Problem, dass ich am Existenzminimum rumkrebse, ich habe keine Altersversorgung... es geht ja immer weiter. Je mehr ich mich unter Wert verkaufe, umso weniger Wert bekomme ich vielleicht auch von außen zugetragen.

### **Melanie Böge (Publikum)**

Ich arbeite als Bildredakteurin und wollte fragen, wie Sie darauf kommen zu sagen, Bildjournalisten seien eine aussterbende Spezies – oder habe ich das falsch verstanden?

### **Dr. Mäscher**

Ich habe das vorhin gesagt, weil ich den Eindruck habe, dass professionelle Bildjournalisten, jedenfalls bei den Tageszeitungen, immer weniger bezahlt und angestellt werden. Wenn ich mir in Schleswig-Holstein die Tageszeitungen ansehe und wenn ich mir angucke, wie die Bild-Zeitung mit den Leserfotos umgeht. Wenn man genauer hinguckt, müsste jeder von uns erkennen können, welches Bild in einer Tageszeitung von einem Bildjournalisten gemacht wurde und welches Bild vielleicht von einem Redakteur, einer Reporterin gemacht wurde, die mit einer digitalen Kamera in die Hand gedrückt losgeschickt wird nach dem Motto: Mach mal noch ein Foto für unsere Onlineseite. Das ist ein qualitativer Unterschied. Aber dieser qualitative Unterschied wird von vielen schon gar nicht mehr wahrgenommen und wird in der Öffentlichkeit und auch unter Kollegen dann nicht so geschätzt. Das, finde ich, ist immer der Punkt, wo es dann kippt.



### Rost

Ich finde die Frage toll und bin dankbar, dass Sie das Thema noch einmal aufgegriffen haben, denn da hat mich vorhin schon der kleine Teufel in mir gejuckt und gesagt: Tut mir leid, Mechthild, das ist Quatsch. Im lokalen, im regionalen Bereich ist das mit Sicherheit so. Ich kenne alleine im Rhein-Main-Gebiet sehr viele Redaktionen, wo tatsächlich die „Hilfsarbeiter“ statt Bildjournalisten tätig sind. Im internationalen Bereich sehen Sie es bei der Chicago Sun Times, die ihren kompletten Photographer Staff vor kurzem feuerte, worunter Pulitzer-Preisträger aus dem journalistischen Bereich waren. Weil die Herausgeber der Meinung sind, das könne man jetzt alles mit Smartphones machen. Die Konkurrenzzeitung Chicago Sun hat dies zu einer wunderbaren PR-Aktion genutzt und im Internet ein tolles Blog gemacht, einen Tumblr, und hat die Titelseiten der Chicago Sun Times und der eigentlichen Chicago-Zeitung, die auf Fotografen setzen, gegenübergestellt. Das ist ein Unterschied wie Tag und Nacht. Es gibt eben für alles Grenzen. Ich glaube nicht, dass Bildjournalisten aussterben. Ich habe auch kein größeres Problem damit, dass jeder meint, fotografieren zu können. Das ist gut und schön, weil ich glaube, dass das Bewusstsein für Fotografie, der Umgang mit Fotografie etwas ganz tolles ist. Wir sind im 21. Jahrhundert auch erst am Beginn einer Entwicklung, was eine Veränderung von Bildsprache, von erzählerischen Geschichten angehen kann. Ich finde es grundsätzlich eine tolle Sache. Was ich sehr zwiespältig sehe ist, dass der Umgang mit Bildern uns noch nicht so vertraut ist wie die Informationsübermittlung mit Sprache. Da fehlt ganz viel. Und wenn ich in manche Bildredaktion reinschaue, bin ich manchmal erschrocken, was junge Kollegen an visuellen Kompetenzen fehlt, aber auch an Allgemeinbildung, an Allgemeinwissen, um Bilder korrekt einordnen zu können. Das führt ab und an zu erstaunlichen Debatten von der Technikenebene bis hin zu irgendwelchen komischen Briefings, wo ich als Fotografin irgendwann fragen muss: Sie sind aber nicht mal mit Fotografie unterwegs gewesen? Antwort: »Nein, warum?« Das merkt man am Briefing. Da gibt es schon erhebliche Unterschiede. Als Bildjournalisten und Fotografen haben wir einiges an Verantwortung, gelegentlich über das zu reden, was wir tun, über unsere Position, über unsere Inhalte, und da kommt dann der Faktor Mensch ins Spiel. Da funktioniert alles, was Web 3.0 heißt, was Fotografie heißt, was digitale Fotografie heißt, sehr, sehr undigital. Entscheidend ist immer, wo man als Mensch steht im Erzählen von Geschichten. Wenn man sich international anschaut: Wer ist eigentlich als Fotograf erfolgreich, z. B. beim World Press Award? Das sind fast alle Kollegen, die ein paar Jahresringe haben, ein paar Ecken und Kanten und Beulen im Lack und eine immense Erfahrung mitbringen in dem, was sie tun. Das sind auch allesamt Kollegen, die einen breiten Horizont haben, die studiert haben, zum Teil etwas ganz anderes als Bildjournalismus. Wenn ich mir Kollegen anschau wie David und Peter Turnley, die ich persönlich sehr schätze, die haben beide an der Sorbonne studiert, einen Master in französischer Literatur und Science Politique gemacht. Durch eine solche Bildung verändert sich der Blickwinkel auf die Welt. Man merkt an der Bildsprache, an der Art und Weise, wie die beiden Reportagen machen, wie auch viele andere Kollegen, dass der Blickwinkel ein anderer ist als bei jemand, der »einfach nur Bilder macht« und nicht den entsprechenden Wissensfundus dahinter hat. Das beziehe ich auf alle Kollegen, ob das jetzt Jan Grarup ist, der ganz hervorragende Sachen macht, Andy Spyra und so weiter. Die haben allesamt einen Horizont und beschäftigen sich mit weit mehr als nur der eigenen Kamera. Und die eigene Kamera ist sie alle – das kommt im Dialog immer wieder raus – ein

Werkzeug. Das ist ihnen im Grunde völlig egal, ob sie eine Kamera dabei haben, den 38-Megapixel-Boliden oder eine Keksdose mit einem Loch darin. Sie sagen, ich habe eine Geschichte im Kopf, ich habe Bilder im Kopf und die kommen ganz woanders her, die kommen aus dem Leben.

### **Dr. Mäscher**

Aber das ist ja dann das Problem. Wenn ich davon ausgehe, dass ich Geschichten am besten erzählen kann, wenn ich die entsprechende Lebenserfahrung habe, damit kann ich den jungen Kolleginnen den Beruf jetzt nicht unbedingt schmackhaft machen.

### **Rost**

Es gibt hervorragende junge Kollegen auch unter den Fotografen. Ich bin immer wieder sehr verblüfft, was die Intensität der Bildsprache, das technische Wissen angeht. Sie sind sehr sensibel in der Umsetzung, im Umgang mit Leuten. Wie immer im Leben gibt es da solche und solche, das ist vor allem eine Frage der Persönlichkeit. Es gibt hervorragenden Bildjournalismus da draußen, nur die Rahmenbedingungen stimmen nicht mehr. Die Rahmenbedingungen stimmen dann nicht, wenn Getty beispielsweise, wie jetzt in den letzten Tagen gerade groß durch das Netz gerauscht, für Blogs und Blogger einen Großteil des Bildbestands für lau zur Verfügung stellt. Es ist ein hochkomplexes Thema, das wird in Fotografenkreisen gerade rauf- und runterdiskutiert. Die einen sagen: Oh Gott, wir werden alle arbeitslos. Die anderen sagen: Ach Du liebe Güte, wenn jetzt die New York Times oder sonst irgendwelche Newssites sich das Bildmaterial von Getty für lau unter den Nagel reißen, ist das ganz gefährlich. Es gibt ein paar Spielregeln, die heißen für Getty: Wir blenden Werbung ein, wir verlinken auf unsere eigenen Seiten, wir bestimmen über Bilder und Inhalte; glaubt jemand ernsthaft, dass irgendeine Newssite auf dieser Welt irgendein Interesse daran haben könnte, wenn durch einen Klick des Teilens in die sozialen Netzwerke der Weg zu Getty zurückführt anstatt auf die eigene Publikation? An dieser Stelle erledigen sich manche Dinge aus finanziellen Gründen von alleine. Ich glaube auch nicht, dass irgendeine Newssite dieser Welt Interesse daran hat, von Getty definierte Werbung auf der eigenen Seite zu sehen, die möglicherweise eigene Werbemodelle, Onlineanzeigen etc. völlig konterkariert und Werbung zu sehen, an deren Erlösen sie nicht beteiligt werden. Insofern kann man nur sagen, was die amerikanischen Kollegen sagen: Lehn Dich zurück, trink eine Tasse Tee und warte erst mal ab!

### **Valeš**

Zumindest wird bei den Bildjournalisten darüber diskutiert. Springer verwertet ja auch gerne zweimal, dreimal, viermal. Da bekommen die Bildjournalisten wenigstens für die Zweitverwertung auch noch mal Honorare, zumindest wenn man als Freier dort etwas einreicht. Die Texte werden mit „copyandpaste“ verwertet. Es gibt eine interne Regelung, dass eine Zweitverwertung nicht immer auch honoriert wird. Da müsste man sich auch noch mal überlegen, wie Autoren damit langfristig umgehen möchten.

### **Rost**

Die Zweitverwertung bekommen Sie beileibe auch als Bildjournalist nicht überall und automatisch honoriert, das ist eine Frage der jeweiligen vertraglichen Gestaltung, die mittlerweile oft pro Einzelauftrag ausgehandelt wird und pro Einzelauftrag entsprechend vereinbart oder gezahlt oder eben nicht gezahlt wird.

**Rönicke**

Ich wollte noch kurz etwas sagen zu der Frage, wie wir jungen Journalistinnen den Beruf schmackhaft machen können, wenn die Erfahrung das ist, was uns berühmt macht und auf den Sockel hebt. Ich finde das gar keinen Widerspruch. Wenn jemand mit Mitte 20/Anfang 30 ungefähr anfängt in den Beruf einzusteigen und dann denkt, übermorgen ist er sofort der Star und bekommt den Pulitzer-Preis, dann hat er sowieso eine falsche Einstellung zu dem Ganzen. Wenn ich irgendwo anfangen, egal in welchem Beruf – ich habe früher jahrelang gekellnert und immer wenn ich irgendwo neu angefangen habe, habe ich mindestens ein halbes Jahr gebraucht, um mich einzufinden, um die Spielregeln zu können, um meinen eigenen Rhythmus zu kriegen. Das ist im Journalismus nichts anderes und da braucht man vielleicht auch manchmal zehn oder 20 Jahre, ehe man zur Höchstform aufläuft. Ich freue mich schon auf diese Zeit, aber ich habe nicht den Anspruch, dass das heute ist.

**Rost**

Daran, was Sie gerade gesagt haben, ist ganz viel Wahres dran.

**Carmen Molitor (Publikum)**

Ich wollte noch einmal zurückkommen auf die Frage der Finanzierungsmodelle, also alternative Finanzierungsmodelle für Journalismus, wo immer wieder ja auch die staatliche Version ein bisschen in die Diskussion reinkommt. Was die Kollegin eben auch erzählt hat, dass der Staat da etwas finanziert, das finde ich sehr kontraproduktiv, weil ich glaube, dass wir oft noch viel zu nah an der Macht sind mit unserem Journalismus, vor allem mit dem Lokaljournalismus. Wir müssen uns für meine Begriffe noch viel mehr überlegen, was wir für die Leute tun können und nicht so sehr den oft bequemeren Weg gehen, so eine Art Verlautbarungsjournalismus auch mitzumachen, ein Beispiel: Polizeimeldungen, die sehr oft ins Blatt kommen, die wir als Wahrheit darstellen, das ist nur eine PR der Polizei, das muss man sich auch mal überlegen. Da ist zum Beispiel eben in der Diskussion für mich auch ein wenig ins Spiel gekommen, dass solche sozialen Medien auch dazu dienen, dass beispielsweise bei Veranstaltungen auch mal eine andere Sicht der Dinge als jetzt diese Polizeimeldungen, z. B. die Demonstrationen in Hamburg, wo über Twitter auch einfach Leute zu finden sind, die da eine andere Meinung vertreten können. Und wenn wir die anderen Stimmen ernster nehmen würden, als eben dieses oft ganz Machtnahe der Berichterstattung, dann fände ich das vielleicht einen Weg, wo man wieder mehr Leute kriegen könnte, die auch für Journalismus bezahlen wollen.

**Rönicke**

Ich habe nicht ganz mitbekommen, was die Strategie war. Können Sie noch einmal ausführen, wie dann die Bezahlung stattfindet? Im Moment gibt es ja tatsächlich zwei Möglichkeiten: die erste ist Bezahlung durch die Kunden, also die Menschen, die den Journalismus konsumieren, und die zweite Möglichkeit ist durch Anzeigen und Werbung. Es gibt immer mehr Blätter oder auch immer mehr Sender und andere Medien, die vor allem über Anzeigen funktionieren. Ich merke das jetzt gerade auch am eigenen Leib, dass man dann als Journalistin gesagt bekommt: Tut uns leid, wir können jetzt diese Story nicht machen, weil wir im Moment zu wenige Anzeigenkunden haben. Und auf einmal ist man abhängig von der Wirtschaft und von den Leuten, die Anzeigen schalten, die Werbung machen. Ich weiß nicht, ob ich das so super finden soll. Ein zweites Konzept habe ich zum Beispiel bei der

Frankfurter Allgemeinen Zeitung gesehen. Dahinter steht mittlerweile eine Stiftung, das wäre vielleicht auch eine Idee, wie man so etwas machen könnte. Aber so richtig gut sind wir immer noch nicht dabei. Und dafür, dass wir sagen, wir sind die vierte Macht, was ich absolut unterschreiben würde, also wir sind die vierte Macht in diesem Land, denn es muss ja irgendjemand kontrollieren, was die Mächtigen tun, dann muss diese vierte Macht aber auch entsprechend ausgestattet sein. Sonst können wir es auch lassen.

### **Rost**

Ich wünsche mir, dass in Deutschland mal solche Einigkeit unter Verlegern herrscht, wie die Entwicklung in den Niederlanden zeigt: Sämtliche niederländische Tageszeitungen sind hinter einer gemeinsam entwickelten Paywall verschwunden. Das ging gestern erst durchs Netz. Mir hat irgendwann hinter vorgehaltener Hand der Geschäftsführer eines nicht mal kleinen Medienhauses gesagt: Naja, dafür ist der Leidensdruck bei uns noch nicht hoch genug. Fand ich ganz spannend. Ich habe schallend gelacht, weil ich das aus diversen anderen Diskussionen kenne. Aber grundsätzlich wäre da mal was dran, wenn große Verlagshäuser tatsächlich, was solche Infrastrukturgeschichten der Bezahlung, der Paywalls angeht, an einem Strang ziehen würden. Auf der anderen Seite gibt es auch Entwicklungen wie Newsweek, die vor einigen Jahren den Weg gegangen sind, nur noch online zu erscheinen und seit kurzem wieder als Hochglanzmagazin. Online hat nicht funktioniert. Das finde ich eine spannende Entwicklung, weil ich letztes Wochenende in München bei einer Konferenz war zum Thema Editorial Design. Von den Designern kam die Rückmeldung: Es gibt unwahrscheinlich viele Neugründungen von Magazinen tatsächlich als Printausgabe. Besonders nett auf einen Punkt hat das der belgische Publizist Mike Koedinger gebracht: »Der alte Porno ist online und die neue Erotik ist gedruckt.« Ein wunderbares Fazit eines Editorial-Designers. Crowdfunding hat natürlich immer seine Vor- und Nachteile, auf der einen Seite Unabhängigkeit von traditionellen Strukturen, auf der anderen Seite das Thema Aufmerksamkeitsökonomie etc. Über soziale Netzwerke sein eigenes Publikum aufzubauen, seine eigene Audience und Vermarktung, was viele amerikanische und immer mehr europäische Kollegen machen, das ist nicht mehr wegzudenken. Ich finde das einen sehr spannenden und sehr zukunftsweisenden Blick. Wenn man sich beispielsweise anschaut, welche Fotobücher beim Mois de la Photo, in Paris gezeigt wurden! , Zweidrittel der Fotobücher, die bei der Aperture Foundation zur Prämierung für einen Wettbewerb eingereicht wurden, sind als Self-Publishing entstanden. Und das schaffen die Leute nur, weil sie im Netz über soziale Netzwerke, über Facebook, über ihre eigenen Plattformen ein entsprechendes Publikum aufgebaut haben. Das ist eine verdammt zähe Arbeit und das ist eine ziemlich lange Arbeit. Das geht nicht von heute auf morgen und mit drei Mausklicks.

### **Mäsker**

Diese Finanzierungsmodelle, die wir zum Teil mitdiskutiert haben, sind insgesamt übrigens Thema im DJV. Wir haben im Moment den Themenschwerpunkt Zukunft des Journalismus und auch Finanzierung des Journalismus. Wir hatten auf dem letzten Verbandstag dazu schon ein paar Papiere, die wir auch durchaus kontrovers diskutiert haben. In Euren Landesverbänden sollte demnächst auch die aktualisierte Version dieser Papiere auftauchen und ich kann Euch nur ermuntern, Euch an dieser Diskussion auch zu beteiligen und zu schauen: Welche Ideen habt Ihr? Welche Ideen gibt es noch? Stiftungsmodelle zum Beispiel sind in der Tat auch etwas, was bei uns noch gar nicht oder ganz wenig funktioniert. Da gibt es andere Länder, die da

schon sehr viel weiter sind. Staatliche Finanzierung ist sicherlich etwas, das wir uns am wenigsten vorstellen können Diese Diskussion ist also auch im DJV gerade aktuell und Ihr könnt Euch gerne daran beteiligen. Es gibt noch eine weitere Wortmeldung, dann würde ich so langsam die Schlussrunde einläuten.

### **Petra Lohse (Publikum)**

Ich bin im Landesvorstand des DJV in Rheinland-Pfalz und kann nur unterstützen, was Mechthild gerade gesagt hat. Das Problem im Internet ist natürlich, dass sich da sehr schnell am Anfang wirklich diese Gratismentalität durchgesetzt hat. Ich kann Qualität für lau kriegen. Das ist natürlich von Anfang an ein sehr großes Problem gewesen und bei den Bezahlschranken ist es so – ich weiß es bei uns von der Tageszeitung in Trier – die praktizieren das seit einiger Zeit. Das ist sehr mühsam und sie sind mit den Erlösen längst noch nicht so weit, wie sie gerne wären. Ich finde das sehr gut, dass sie das macht. Die Rhein-Zeitung in Rheinland-Pfalz macht das jetzt auch relativ flächendeckend, aber das ist ein sehr mühsames Geschäft. Ich finde das sachlich richtig, aber es ist sehr schwierig, das einzuführen und das wirklich durchzusetzen.

### **Dr. Mäscher**

Vielen Dank!

Ich möchte den dreien auf dem Podium gerne noch eine Abschlussfrage stellen. Ich würde gerne von Euch einmal den Satz vervollständigt haben: In zehn Jahren bin ich als Journalistin...

### **Rönicke**

Keine Ahnung. Ich hoffe, dass ich in zehn Jahren einfach eine Erfahrung habe, ein Netzwerk und Wissen und auch Zugang zu Quellen, dass ich so arbeiten kann, wie ich es mir bei Journalistinnen als ideal vorstelle. Also irgendwo in der Welt passiert etwas Aufregendes und ich weiß genau, wen ich anrufen muss, mit welcher tollen Bildjournalistin ich dann dahin kann und berichte dann davon. So was in der Art finde ich total großartig- Dann sind meine Kinder auch schon größer, dann kann ich das auch zeitlich alles umsetzen. Ich sehe da ganz viel Potential und ich glaube auch, dass wir Journalistinnen vor allem kurz davor stehen, die Welt zu erobern, weil die Globalisierung das auch von uns verlangt. Es gibt diese blinden Flecken in der Welt, Deutschland und was hier passiert wird zunehmend langweilig, das kann man auch in einer Tageszeitung abhandeln, es kommt darauf an, diese vernetzte Welt auch aktiv mitzugestalten. Auch von hier aus. Das wäre etwas, was ich gerne machen würde in zehn Jahren.

### **Valeš**

Ich mag solche Fragen eigentlich gar nicht. Es kommt im Leben doch sowieso immer alles anders, als man denkt. Aber um trotzdem zu antworten: In zehn Jahren bin ich als Journalistin erfolgreich und in der Lage, die Themen umsetzen zu können, die wichtig sind.

### **Rost**

Ich würde es gerne mit einem Augenzwinkern beantworten: Ich werde in zehn Jahren mit Sicherheit mit den Dingen, mit dem Leben an sich mit der gleichen Leidenschaft umgehen, wie ich das jetzt tue, weil ich glaube, dass wir in unglaublich spannenden Zeiten leben. Und der Rest, der Erfolg, der Nichterfolg, kommt mit Sicherheit dann auch aus dieser Lebenshaltung heraus. Aber vielleicht fällt mir ja in der Zwischenzeit

irgendwo der Himmel auf den Kopf, das weiß man nie. Insofern spreche ich ungern über das, was heute in zehn Jahren ist.

**Dr. Mäsker**

Der Himmel kann uns eigentlich nur unterstützen und tragen und fördern, finde ich. Journalistin 3.0 auch noch mit himmlischer Unterstützung, da kann es uns ja eigentlich nur gut gehen. Ich danke Euch zunächst mal für die Podiumsrunde hier. Danke auch Euch im Publikum fürs Zuhören, fürs aktive Zuhören, fürs Mithorchen. Ich möchte enden mit einem kleinen Zitat von Klara Zetkin, die mal gesagt hat: „Lassen wir uns nicht schrecken durch die Ungunst äußerer Umstände, haben wir für alle Schwierigkeiten nur eine Antwort: Erst recht!“ Oder international gesprochen würde ich sagen: „We can do it!“ Also auf jeden Fall viel Spaß weiterhin beim Kongress.

## **Workshop 1: Fem:) Publica**

Carolin Neumann, vocer.org

### **Ein ABC über Selbstvermarktung und Geld verdienen mit Journalismus (im Netz)**



#### **F**austregeln

Kleinvieh macht auch Mist!  
Der Mix macht's!  
Nicht jede Methode ist für alles geeignet.  
Vermarktung ist alles viel wert.  
Haben Sie Geduld!  
Denken Sie unternehmerisch!  
Um Geld bitten  $\neq$  betteln  
Nicht verzagen!

-----

#### **A**ffiliate-Programme

Mit **Partnerprogrammen** z.B. von Amazon lassen sich einige Cent verdienen, die sich läppern. Schönes Beispiel: Tobias Gillen, Autor des E-Books "[Verschlüsselt! - Wie ich sichere Kommunikation im Netz lernte](#)", bei dem in 14 Tagen immerhin 100 Euro zusammenkamen. Der Buchtitel ist übrigens mit *meinem* Amazon-Partner-Account verlinkt und würde *mir* ein paar Cent bringen, wenn Sie das E-Book kaufen. ;)

Weitere Beispiele, die so (teil)finanziert werden: [Journelles](#), [Caschys Blog](#)

## Bloggen

Heute mit Journalismus Geld zu verdienen - und nicht nur im Netz -, bedeutet, sich und seine Kompetenzen sicht- und googlebar zu machen, zum Beispiel durch regelmäßiges [Twittern](#) oder ein eigenes Blog. Ein ressourcenschonender Anfang ist etwa die Begleitung einer aktuellen Recherche durch Tweets oder die Veröffentlichung von Meta-Erkenntnissen im eigenen Blog. Dieses lässt sich auch auf verschiedene Weisen vermarkten und zu Lousy Pennies machen (siehe Rest des ABCs).

## Crowdfunding

Sich die eigene Idee von anderen (der "Crowd") finanzieren lassen, z.B. via [Startnext](#), [Krautreporter](#), [Kickstarter](#), [Indiegogo](#), [Nordstarter](#) u.v.m.

Praktisch: Wie funktioniert Crowdfunding?

- Crashkurs bei **Krautreporter**: <http://hilfe.krautreporter.de/home>
- Guter Leitfaden auch bei **Startnext**: <http://www.startnext.de/Hilfe/leitfaden.html>
- Kosten? Krautreporter zum Beispiel kostet mich als Crowdfunderin [im Erfolgsfall 5%](#) plus [Paypal-Gebühren](#)
- Unabhängigkeit? Laut [offiziellen Angaben](#) z.B. von Krautreporter soll ich auch Spender ablehnen können.
- [Über Steuerfragen beim Crowdfunding](#) - im Zweifelsfall immer den Experten fragen!

Lesetipp: [Dirk von Gehlen über Tücken und Chancen des Crowdfunding](#)

Hörtyp: [Ein Jahr Krautreporter bei "Was mit Medien"](#)

Ein paar Beispiele quer durch die Bank:

[Follow the Money](#), [Substanz](#), [We Are The Pigs](#), [Weeklys](#), [Seven Sights](#), [Jung & Naiv](#), [De Correspondent](#) (1,7 Millionen Dollar!)

## Fotografie

Viel Arbeit für wenige Cent: Ohnehin gemachte (Presse)Fotos verkaufen, z.B. mit [Fotolia](#) oder [Istockphoto](#)

Vielversprechend ist auch der neue [Market von EyeEm](#), der volle Kontrolle und 50% der Einnahmen beim Verkauf von Smartphonefotos verspricht. (Noch nur auf Einladung)

Nebenbei eher künstlerisch unterwegs? Mit [Twenty20](#) (ehemals Instacanvas) können Sie Ihre Instagram-Bilder vermarkten.

## Google Authorship

Sehr leicht besser gefunden werden, sich besser aufstellen mit [Google Authorship](#) und Verknüpfung verschiedener Profile. [Beispiel](#).

Gucktipp: [Vortrag von der Social Media Week Hamburg](#) zum Thema

## **J**ournalistenpreise

Gute Übersicht bei [journalist.de](http://journalist.de):

<http://www.journalist.de/karriere/journalistenpreise.html>

## **M**arke

Neben dem richtigen Mix zunehmend wichtig: unternehmerjournalistisch denken (siehe > *Unternehmerjournalismus*) und eine Marke werden. Aller Anfang ist sehr leicht dieser Tage, zum Beispiel mit [Torial](#) (= "verlängerte Visitenkarte", so ein Kommentar aus dem Workshop).

Klicktipp: [Profilbildung im Netz für Journalisten](#), eine Präsentation der "ProfilAgentin"

## **M**icropayment

Sich von zufriedenen Lesern mit ein paar Cent belohnen lassen: [Flattr](#) - starke Marke, die damit Geld verdient: [Podcaster Tim Pritlove](#)

- Geheimtipp: Flattr mit allen möglichen Accounts verbinden, z.B. Twitter, Instagram, YouTube, Soundcloud, Vimeo, Flickr u.a.

Eine Paywall errichten und Geld verlangen, bevor ein Beitrag gelesen werden kann: [TinyPass](#)

Texte (z.B. weiterführende Dokumente) als PDF kostenpflichtig zur Verfügung stellen: [Scribd](#) (Tool wird in den USA z.B. genutzt, um kostenlos rechtliche Dokumente zur Verfügung zu stellen, [siehe hier](#))

Bonusmaterial semi-kostenpflichtig zur Verfügung stellen? Ein Plugin für Wordpress-Blogs ist in der Testphase: [LaterPay](#) (Beispiel, wie das aussehen kann: [gutjahr.biz](http://gutjahr.biz))

## **S**penden

Via [Paypal](#) zum Spenden aufrufen - gute Anleitung [hier](#)

Positivbeispiel: Richard Gutjahr, dessen Leser seine Berichterstattung vom Tahrir Platz bezahlen <http://gutjahr.biz/?s=kairo#!/2011/03/kairo-bilanz>

## **S**ponsoring

Wer sich eine Marke aufgebaut hat - ob als Ein- oder Mehr-Mann/Frau-Unternehmen -, kann mit etwas Verkaufstalent einen **Sponsor** an Land ziehen. Geschafft haben das zum Beispiel [Mobilebranche.de](#), [neuerdings.com](#), [Lousypennies.de](#) oder Tilo Jung ([Jung & Naiv](#)). Sponsoring z.B. von Google wie im letzten Fall ist nicht unumstritten, [Lesetipp hierzu](#).

## Stiftungen

(exemplarisch)

[Stiftung der Hamburger Presse](#) - auch wenn auf der Website kein Aufruf zu finden ist, sind Förderungen möglich

[Robert Bosch Stiftung](#) - bietet zahlreiche Förderprogramme, u.a. für innovativen Wissenschaftsjournalismus

[Rudolf Augstein Stiftung](#) - z.B. für innovative Projekte im Qualitätsjournalismus, *keine* Recherchen

Sie alle haben gemein: Je besser und weiter gedacht eine Idee ist, inkl. Kalkulationen, desto besser. Lose Sammlung weiterer Stiftungen [hier](#). So ermöglicht z.B. [hostwriter.org](http://hostwriter.org)

Klicktipp: [Sammlung von Stiftungen und Weiterbildungsprogrammen beim DJV](#)

Weiterführender Lesetipp: [Knackpunkt Gemeinnützigkeit](#) - über die Schwierigkeiten für Stiftungs- und Spendenfinanzierung in Deutschland

## Stipendien

Förderung für Innovation im Journalismus: [VOCER Innovation Medialab](#), aktuelle Ausschreibung läuft bis 27. April

Ansonsten werden primär *Recherchestipendien* angeboten. Gute Übersicht bei [journalist.de](http://www.journalist.de): <http://www.journalist.de/karriere/stipendien.html>

## Unternehmerjournalismus

Tipps von Ulrike Langer, aktuell in der „Freienbibel“:

1. Die eigenen Stärken analysieren
2. Marktlücken entdecken
3. Stärken zu einem Spezialgebiet weiterentwickeln
4. Den eigenen Marktwert steigern
5. Über klassische Auftraggeber hinausdenken
6. Es gibt kein Entweder/Oder

## Vernetzen

Den eigenen Namen zur Marke machen, unternehmerisch denken und sich vernetzen, sind neben sauberer Arbeit wichtige Erfolgsfaktoren.

**Lesetipp:** Marina Fried setzt 20 Jahre Erfahrung in [sieben hilfreiche Tipps zum Netzwerken](#) um

Gute Möglichkeiten, die Netzwerkkompetenz auszuprobieren: [Netzwerk Recherche Jahrestagung](#) 4./5. Juli, [Scoopcamp](#) 4. September, [Besser Online](#) 13. September, [Reeperbahn Festival Conference](#) 18./19. September u.v.m.

## **V**orträge

Nutzen Sie Ihr Wissen und geben Sie es weiter: als Dozentin, als Rednerin, auf Panels, in Workshops. (Siehe auch Ulrike Langer: "Es gibt kein Entweder-Oder!")

## **W**erbung

Keine Lust, selbst Anzeigen zu akquirieren? Recht unkomplizierte Möglichkeiten, Werbung einzubauen, bieten z.B. [Google AdSense](#) oder [Stilanzeigen](#) - aber Vorsicht mit dem TKP z.B. bei letzterem: Sieht schick aus, zahlt aber so gut wie nichts. AdSense hingegen funktioniert auf Basis von Klicks.

Je nach Reichweite und Erwartungen bietet es sich an, sich einem Vermarkternetzwerk anzuschließen, z.B. [Netzathleten](#) oder [Populis](#).

## **Z** wie Abwegiges

Ans Ende des ABCs geschummelt hat sich **Abwegiges**: Journalisten, die jenseits ihrer ursprünglichen Arbeit eine Nische finden, sich selbst ausprobieren und so die journalistische Arbeit querfinanzieren (oder ersetzen).

Beispiele: [Bettina Bläß](#) mit einem Foto-Showroom und [Michalis Pantelouris](#) mit Olivenöl

---

## **L**esetipps

[Freienbibel](#), die crowdgefundete Zusammenstellung über freien Journalismus heute (Amazon-Affiliate-Link)

[Was Journalisten verdienen](#), Blog mit aktuellen Honoraren direkt aus der Medienpraxis

Das Blog zu Burdas berühmten **Lousy Pennies** über Geld verdienen im Journalismus: [lousypennies.de](#)

Empfehlenswert zum Thema "Geld verdienen im Netz" sind stets auch die Vorträge von [Ulrike Langer](#) (hier [exemplarische Folien](#) anschaulich).

[Zur Website von Carolin Neumann](#)

## **Workshop 2: Fem:) Site**

**Anna-Maria Wagner, Community Management und Online-Projektarbeit,  
DJV Berlin**



DEUTSCHER  
JOURNALISTEN-  
VERBAND 

Anna-Maria Wagner  
DJV Referentin für Community Management //  
Online-Kommunikation

**Digitales Selbstmarketing für  
Journalist\_innen**

**DJV Journalistinnentag 2014 // FRAU MACHT MEDIEN**



## Überblick

1. Ziele: Warum Selbstmarketing?
2. Instrumente
  - Social Media
  - Website und Blog
  - Branchennetzwerke und Portfolios
3. Verzahnung aller Kanäle
4. Gefahren: Online-Reputation und Rechte
5. Wirkung und Erfolgskontrolle
6. Praxis: Strategie und Umsetzung



## Ziele: Warum Selbstmarketing?

- o Den eigenen Marktwert steigern
- o Auf neue Anforderungen im Arbeitsmarkt reagieren
- o Profilierung für Berufseinsteiger
- o Erfolgchancen von (Online-)Bewerbungen erhöhen
- o Kunden- und Auftragsakquise
- o Gewinnung von Spendern oder Kooperationspartnern (Crowdfunding)
- o Reichweite erhöhen - z.B. für Online-Artikel
- o Vernetzung mit Kolleg\_innen
- o Dialog mit Publikum (Lesern, Zuschauern...)



## Arbeitsmarkt für Journalisten im Wandel

**Stellenbeschreibung** 1. November 2013, 12:21 Uhr

### Onlineredakteur (m/w) Unterhaltung & TV

Unsere Personalabteilung freut sich auf Ihre Bewerbung.

[Auf Twittern](#)
[Auf LinkedIn](#)
[Auf Facebook](#)
[Auf Google+](#)
[Verwenden](#)



**S**ie wollen in einer Redaktion arbeiten, in der Kreativität, Experimente, humorvolle und unkonventionelle Zugänge zu Themen und Projekten erwünscht statt verboten sind? In der Ihr Instagram-Kanal, Ihr Blog oder Ihre Twitter-Credibility mehr zählen als Ihr formeller Lebenslauf? In der Ideen und Engagement wichtiger sind als Hierarchien?

Dann bewerben Sie sich jetzt (zunächst auf 2 Jahre befristet) als

**Onlineredakteur (m/w) Unterhaltung & TV**

Wir suchen Kollegen/-innen, die den Interaktion mit dem User (im Social Web oder anderswo) und das Kuratieren von Netzfundstücken genau so viel Spaß machen wie das Schreiben von Blogs oder Artikeln.



## Oder mit anderen Worten...


**Jan Böhmermann** ⚙️ [Folgen](#)  
 @janboehmermann

Fangt an zu twittern, lernt Internet und kümmert Euch um Eure Apps - sonst kauft Euch die Funke Mediengruppe!

↩️ Antworten
↻ Retweetet
★ Favorisieren
⋮ Mehr

**RETWEETS** 107    **FAVORITEN** 80






## Instrumente: Social Media / Blogs & Website / Branchennetzwerke & Portfolio



## Instrumente: Profil zeigen auf Twitter



- Professionelles, aber interessantes Foto und aussagekräftige Beschreibung (Bio)
- Link zu Blog, XING-Profil o.ä.
- Kolleg\_innen, Chefredakteur\_innen, Verlagen und Redaktionen folgen
  - über Twitter werden viele Jobangebote verbreitet
- Nicht jedem zurückfolgen (Spam)
- Listen sind ein guter Einstieg, um interessante Twitter-Accounts zu entdecken
- Selbst Netzwerke über Listen aufbauen



## Twitter: Mehr Follower und Retweets



1. Relevante, originäre und originelle Beiträge erzeugen Follower
2. Tweets mit Links, Bildern und Videos anreichern
3. Kurz fassen: Weniger als 100 Zeichen sind optimal
4. #Hashtags nutzen: gezielt bei fachlich relevanten Debatten mitmischen, bei Tagungen und Events twittern
5. Nützliche Inhalte teilen und Quelle (via @) erwähnen, aber nicht nur retweeten
6. Interagieren, Konversationen beginnen
7. Nicht zu professionell sein, lieber auch mal Persönlichkeit und Humor zeigen

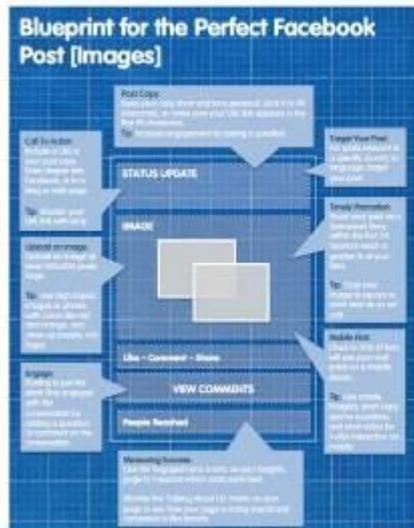


## Facebook: Seite oder Personenprofil?

- Facebook-Seiten sind das Mittel der Wahl für professionelles Selbstmarketing
- Personenprofile können in Seiten umgewandelt werden
- Lohnt sich eine Seite für mich? Potenziale realistisch einschätzen!
- Alternativ kann auch die „Abonnieren“-Funktion für alle Facebook-Nutzer aktiviert werden. Vorsicht: Privates und Berufliches nicht vermischen



## Facebook: Mehr Interaktionen



1. Posten, wenn die Fans/Interessenten Zeit haben: früh morgens, kurz vor Mittag oder gegen 17.00 Uhr
2. Wichtige News am Donnerstag oder Freitag posten
3. Weniger ist mehr: Ideal sind 3-4 Posts pro Woche
4. kurze Posts haben höhere Interaktionsraten: Ideal sind 80 Zeichen in Kombination mit einem Link
5. Kein Post ohne Bild (!)
6. Posts, die eine Fragestellung beinhalten, bewirken mehr Kommentare
7. Bei Links ggf. Bild manuell hochladen, Überschrift und Teaser editieren



## Instrumente: Website oder Blog?

### Die Website..

- ...ist die „Visitenkarte“ im Netz
- ...sollte professionell und sachlich gestaltet werden

### Der Blog...

- ...darf subjektiv sein: ideal, um das eigene Profil zu schärfen
- ...ist kein Ersatz für die Website

### Für beide gilt:

- Zeitaufwändig: Für und Wider im Vorfeld sorgfältig abwägen
- Aktualität ist Pflicht
- Als Plattform nutzen: andere Profile im Web verlinken & Dialogmöglichkeiten anbieten
- Suchmaschinen-Optimierung beachten



## Instrumente: Website



- Umsetzung am günstigsten über Blog-Software wie WordPress
  - Konzeption/Layout anpassen; keine Kommentarfunktion et
- Bei CM-System ggf. professionelle Unterstützung holen
- **SEO-Basics beachten:**
  - Keywords in Metadaten (Site Description / Title-Tag)
  - Keyworddichte von 3-4 %, Keywords in Überschriften, Bildern und Links aufgreifen
  - Häufig aktualisieren – auch kleine Änderungen sorgen für Indizierung
  - Für Backlinks sorgen



## Instrumente: Blog

### Erste Schritte

- Thema finden: Z.B. Nische suchen und fokussieren
- Einrichtung über WordPress, tumblr, Blogspot etc.
- Erst mal grafisch experimentieren, 2 bis 3 Beiträge schreiben ... dann erst aktiv über andere Kanäle lancieren
- Blogroll einrichten
- Trackbacks setzen

### Ergänzend oder alternativ

- Gastschreiber werden
- in bekannten Blogs kommentieren



## Instrumente: XING

14 Mio. Mitglieder weltweit, führendes Netzwerk für berufliche Kontakte

### Dos:

- Professionelles Profilbild & aussagekräftiges Referenzen
- Vollständige und aktuelle Angaben: Verbessert den Algorithmus
- Das Ich-Biete-Feld ist SEO-relevant
- Newsfeed: Statusmeldungen und Links posten
- News (und Jobangebote) von Medien-Unternehmen abonnieren
- An Gruppen-(Diskussionen) teilnehmen (z.B. DJV Freie)

### Dont's:

- Aggressive Werbung / Akquise
- Wahllose, unpersönliche Kontaktanfragen



## Instrumente: DJV-Journalisten-Datenbank



- Allgemeine Journalisten-Suche, spezifische Suche nach Freien und Bildjournalisten
- Umfassende Filterfunktionen z.B. nach geografischen Parametern und thematischen Schwerpunkten
- Abruf von Bild- und Textdateien (Referenzen)
- Mobiloptimierte Version



## Instrumente: Profil in DJV-Datenbank

The image displays two screenshots of the DJV website interface. The left screenshot shows a profile form with the following sections:

- PROFIL** (selected), INFO, SERVICE, KONTAKT
- Navigation: Home - News - Register - Search
- Profile tabs: Profil, Info, Service, Kontakt
- Form fields for:
  - Name, Adresse, Profession
  - Personal data: Name, Geburtsdatum, Geschlecht, Matrikelnummer, Beruf
  - Professional data: Beruf, Arbeitgeber, Adresse, Telefon, E-Mail, Website
  - Other data: Adresse, Telefon, E-Mail, Website

The right screenshot shows a completed profile page:

- Navigation: Home - News - Register - Search
- Profile tabs: Profil, Info, Service, Kontakt
- Profile information:
  - Name: Anna Maria
  - Profession: Journalistin
  - Address: ...
  - Phone: ...
  - Email: ...
  - Website: ...
- Gallery: A row of five small images.
- Further options: A list of expandable sections like 'Mein Profil', 'Meine Werke', etc.



## Instrumente: torial.com

- Eigenwerbung: „Entwickle deine journalistische Marke und werde sichtbar für Kooperationspartner und Auftraggeber.“
- Fokus der Plattform liegt auf digitalen Referenzen und Arbeitsproben
- Kostengünstige und zeitsparende Möglichkeit für digitales Selbstmarketing



### Instrumente: Profilansicht bei torial

**Bettina Blass**  
selbstständige Wirtschaftsjournalistin, Köln

Abonnieren Feed Erweitern

**Profil**

**E-Mail** bb@wirtschaft-verstehen.de  
**Telefon** 0221-48535326

**Wirtschaft verstehen!**  
Lukasstr. 14  
50623 Köln  
Deutschland

**Von Berufs wegen neugierig**  
Ich bin seit 1997 hauptberufliche Journalistin, seit 2003 selbstständige Wirtschaftsjournalistin, Dozentin und Buchautorin. Vor der Selbstständigkeit habe ich bei WISO/DFP und der G-J WirtschaftsressourceOnline gearbeitet. Meine These: Wer schneller ABKlappchen hinterfragt, und sich über manche Dinge wundert, ist mit seinen Themen näher am Leser.

**Schwerpunkte**  
WIRTSCHAFTSRESSOURCEN  
VERBREITUNG: ONLINE/WEB  
MÜNDLICH MÜNDLICH

**Webseite Profile**  
bei Facebook  
bei Twitter  
bei Twitter  
F4 für Journalisten  
Seminar: Das Netz und ich  
Wirtschaft verstehen!

**Auftraggeber**  
Demos Verlag  
Faction DVV/BW  
Geklemt  
hochschulrat.com



### Instrumente: Portfolio Ansicht bei torial

**Bettina Blass**  
selbstständige Wirtschaftsjournalistin, Köln

Abonnieren Feed Erweitern

**Portfolio** Profil

**Projekt Digitalien: Lesezeichen fuer analoge Leser**  
Hast Zweifel, wer sich für ein...  
Leserzeitung mit QR-Modulen...  
interessiert, muss Bücher...

via wirtschaft-verstehen.de

**Lebensmittel-Kauf im Internet: Wie es geht, und was es bringt**  
Tertgenomer: Kasejau, wie...  
Phonologiemuppe, Kartellen und...  
Appl. zwel...

via soffings.me

**Weiterbildung online**  
Fürs Leben lernen wir, teilt es. Und...  
lebenslanges Lernen fördern Vertreter...  
der...

via ttbuerjournalistus.de





## Plattformübergreifende Hinweise, Tipps und Regeln



## Instrumente: Verzahnung aller Kanäle

### Berufliche Profile stets untereinander verlinken

- z.B. Blog, Social Media, Portfolio
- E-Mail-Signatur zur Bewerbung nutzen

### Tools nutzen

- Postings managen: Hootsuite, Twitterfeed
- Unter der Social-Media-Identität in (Fach-)Blogs kommentieren (Login via Twitter/Facebook & Co.)
- Google Authorship: Verknüpfung des Google+ Profils mit eigenen Inhalten im Web, Einrichtung über [plus.google.com/authorship](https://plus.google.com/authorship)

### „Real life“ nicht vergessen

- Vorträge und Events über Social Media ankündigen
- virtuelle Kontakte auf Veranstaltungen kennenlernen...
- Bei potenziellen Aufträgen / Jobs telefonisch nachfassen



## Instrumente: Wirkungs- und Erfolgskontrolle



### Fast alle Web- und Social-Media-Dienste implizieren Tracking- und Statistik-Funktionen:

- Webstatistik – z.B. *Google-Analytics*
- Blogstatistik von WordPress & Co.
- *Facebook*-Seiten beinhalten ein mächtiges Analyse-Tool
- Shortlinks posten und überprüfen: z.B. über *bit.ly*
- Nutzung von Social-Media-Clients zur Überprüfung von Resonanz und Reichweite: z.B. *Hootsuite*
- *Klout*-Score: Themenbezogenes „Influencer“-Ranking
- In regelmäßigen Abständen „Ego-Google“, ggf. mit *Alert* überwachen, Google Authorship



## Gefahren: Online-Reputation und Rechte

### Professionell bleiben

- Nur Inhalte veröffentlichen, mit denen man persönlich konfrontiert werden will: Vorsicht bei anonymen Statements, geschlossenen (Facebook-)Gruppen und religiösen oder politischen Themen
- Tweets sind i.d.R. öffentlich und über Google auffindbar
- Privatsphäre-Einstellungen: Bei rein privat genutzten Accounts Sichtbarkeit und Suchmaschinen-Auffindbarkeit einschränken

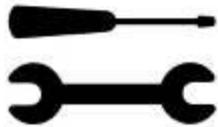
### Klasse statt Masse

- Auf eine überschaubare Anzahl von Plattformen konzentrieren, die dem Zeitbudget gerecht werden
- Ggf. Accounts bzw. Domains registrieren, um den Namen zu schützen
- Dauerhaft vernachlässigte Profile (veraltet, unvollständig..) lieber löschen

### Urheberrechte beachten (des Arbeits- oder Auftraggebers oder eigene)

- Umfangreiche oder geschützte Inhalte auf nur Plattformen bereit stellen, die man selbst kontrolliert (Website, Blog) statt auf Facebook & Co.





## Praxis: Strategie und Umsetzung

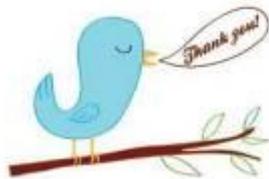


### Praxisaufgabe B: „Fahrplan“ Selbstmarketing

1. **Ziele und Zielgruppe:** Was wollen Sie erreichen (Neupositionierung, Aufträge, Job)? Von wem wollen Sie wahrgenommen werden?
2. **Marke/Angebot:** Worüber wollen Sie schreiben (z.B. im Blog / auf Twitter)? Welche Inhalte wollen Sie im Netz publik machen (vorhandene Referenzen / Arbeitsproben)?
3. **Fokus:** Was ist Ihr Alleinstellungsmerkmal? Mit welchen Keywords wollen Sie bei potenziellen Auftrag- oder Arbeitgebern gefunden werden? Legen Sie ca. fünf Schlagworte fest.
4. **Instrumente:** Über welche (zusätzlichen) Kanäle erreichen Sie Ihre Zielgruppen?
5. **Umsetzung:** Welche Ressourcen benötigen Sie (neue Kenntnisse, Technik, Profi-Unterstützung)? Welches Zeitbudget haben Sie?



## Überblick: Strategie und Instrumente



Anna-Maria Wagner // [www.djv.de](http://www.djv.de)

Mail: [wag@djv.de](mailto:wag@djv.de)

Twitter: @DJVde / @\_favicon

**Viel Erfolg...!**

## **Workshop 3: Fem:) Book**

**Jennifer Jones, Leitung Onlinemarketing und Social Media, Rowohlt Verlag**



### Buch 3.0 – Social Media im Verlag

Was heißt das überhaupt?



---



Jennifer Jones 16.04.2014

The image shows a presentation slide for a workshop. On the left is the Rowohlt logo, a red square with the white letters 'ro'. Below it is a word cloud of various Rowohlt logos in different colors and orientations. The main text on the right reads 'Buch 3.0 – Social Media im Verlag' and 'Was heißt das überhaupt?'. At the bottom left is the Rowohlt logo again, and at the bottom right is the date 'Jennifer Jones 16.04.2014'.

## Was machen wir hier heute?

### Agenda

- **Wer bin ich**  
Kurze Vorstellung
- **Was ist Social Media**  
aber nur kurz ;-)
- **Was macht Rowohlt**  
und warum
- **Was macht der Leser**  
im Web 3.0
- **Wie finden sich Verlag und Inhalt**  
im Web 3.0
- **Fragen, Fragen, Fragen**  
gerne immer zwischendurch

## Wer bin ich?

### Vorstellung



### Wer bin Ich

- @Jones94
- jonsi
- Jonser
- Jenniferjones94

## Wer ist Rowohlt?

Vorstellung

«Mein Verlag hat kein Gesicht,  
aber tausend Augen»

Credo des Verlagsgründers Ernst Rowohlt

**ro.wohlt**

Jennifer Jones 15.04.2014

**ro.wohlt**

Weltbekannte Autoren

**Paul Auster**  
**Albert Camus**  
**Jonathan Franzen**  
**Ernest Hemingway**  
**Stephen Hawking**



**Imre Kertész**  
**Toni Morrison**  
**Vladimir Nabokov**  
**John Updike**

## Rowohlt in Zahlen - 2012

- Umsätze mit Buch (Hardcover): 26,5 Mio.
- Umsätze mit Buch (Taschenbuch): 43,5 Mio. €
- Gesamtumsatz (international, inkl. D, A, CH): 70,0 Mio. €
- Umsätze durch E-Book: 4 bis 5%, Tendenz steigend  
Anzahl Novitäten in 2012: 454 Print-Titel  
- davon Taschenbuch: 340
- Lieferbare E-Books 2012 > 1.400 Titel
- Mitarbeiter 2012 > 135



6

## Was ist Social Media?

### Was ist Social Media



- **Social Networks**  
Facebook, Twitter, Google+, MySpace
- **Blogs**
- **Foren**
- **Content-Communities**  
YouTube, Instagram, Pinterest, Flickr, Slideshare
- **Messaging**  
Chats, Skype, ICQ, Whats App

## Immer noch ein Hype?

### Was ist Social Media



<1.000.000.000 Facebook-Nutzer

25.000.000 in Deutschland

(Stand Sept. 2013 Facebookmarketing)

Wenn Facebook ein Land wäre:

1. China
2. Indien
3. **Facebook**
4. USA
5. Indonesien

## Wo geht es hin?

### Was ist Social Media



### Die Fakten:

- 18 Millionen monatlich aktive **mobile Nutzer** (65 % aller deutschen Smartphone-Nutzer)
- 13 Millionen täglich aktive **mobile Nutzer**

## Was machen wir?

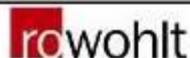
### Was macht Rowohlt und warum



- Austausch und direkter Kontakt zu den Lesern
- Branding und Vertrauensaufbau in die Marke Rowohlt
- Vernetzung mit Autoren und Buchhandel
- Vernetzung mit Multiplikatoren (Blogger, Vielleser)
- Marketing und Verbreitung von Novitäten und Backlist
- Generieren von Lesermeinungen / Rezensionen
- Ausnützen von viralen Effekten



→ Gespräche initiieren = Online Word of Mouth  
 → Empfehlungsmarketing



Jennifer Jones 15.04.2014

## Was machen wir?

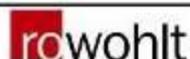
### Was macht Rowohlt



- Aufbau von Blogs / Microsites zu Einzeltiteln
- Platzierung von Inhalten/ Zusatz-Content – **Content-Marketing**
- Aufbau von Leserschaft, Community
- Marketing und Verbreitung von Titeln und Autoren

[www.tausendherbste.de](http://www.tausendherbste.de)  
[www.bonita-avenue.de](http://www.bonita-avenue.de)  
[www.trans-atlantik.net](http://www.trans-atlantik.net)

[www.das-krokodil.de](http://www.das-krokodil.de)  
[www.wie-sollten-wir-sein.de](http://www.wie-sollten-wir-sein.de)



Jennifer Jones 15.04.2014

## Facebook Rowohlt

### Was macht Rowohlt



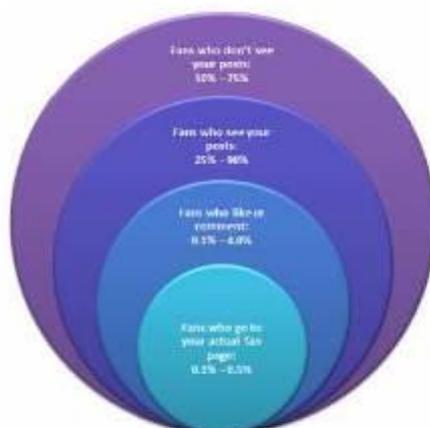
#### 21.850 Fans

- stetig wachsend: Ø 8-10 täglich
- ca. 70,7 % Frauen
- 23% 25-34 18,5% 35-44
- ca. 20,2 % Männer

- Austausch und Interaktion mit Lesern, Autoren, Buchhandel
- Redaktioneller Content
- Ansprechbar und persönlich sein  
Rowohlt ein Gesicht geben
- (Gewinnspiele) und Aktionen

## Facebook-Funktionalität

### Kleiner Exkurs der Ed-Rank



- Meldungen werden von den Usern im Newsstream gelesen
- Darf nicht als Push-Medium verstanden werden
- Die Seiten werden häufig gar nicht besucht
- Großteil der Nutzer verwendet ausschließlich den Filter *Hauptmeldungen*
- Vielzahl von Beiträgen werden gar nicht gelesen
- Wichtig ist daher, dass die Nutzer der Seite sich aktiv beteiligen damit die Meldungen überhaupt gelesen werden

### Qualitative wertvolle Leser generieren

## Facebook Rowohlt

### Was macht Rowohlt

#### Klare Vorteile

- Social Media-Budget – z. B. Möglichkeit zur Programmierung von Anwendungen, Reichweiten-Unterstützung durch FB-Ads
- Social Media-Redaktion
- Keine Abverkaufs-Vorgaben



Aufräumtest



Chantalsator



Blinde Vögel



Liebe ist - E-Card

## Vernetzung mit Autoren

### Was macht Rowohlt

#### Viele Autoren haben eigene Seiten bei Facebook

- Unterstützung und Vernetzung
- Ausnützen unserer Reichweite
- Gemeinsame Aktionen und (Gewinnspiele)

#### Wichtig ist die Unterstützung beim Selbstmarketing

Entwicklung eines „Hilfe-Blogs“ [www.autor-im-netz.de](http://www.autor-im-netz.de)



## Buchboutique

### Was macht Rowohlt

**BUCHBOUTIQUE**  
WWW.BUCH-BOUTIQUE.DE

**Aufbau einer eigenen  
Community für Leserinnen**  
Webseite und Facebook

- Zusätzliche Reichweite, neue Kommunikationsart
- Plattform mit hoher Reichweite, auf der sich eine weiblich Zielgruppe über Bücher, Lesen und Literatur austauschen kann
- Zielgruppe wird gedüstert, Community aufgebaut, um Titel besser platzieren zu können und vor allem Nicht-Budget-Titel „mitzuziehen“

## Genreseiten

### Was macht Rowohlt

#### Stärkung von Genre-Seiten auf Facebook

- Unterschiedliche Themenschwerpunkte  
Zusätzliche Reichweite
- Bündelung von Zielgruppen zusammen mit den  
Holtzbrinck Verlagen



## Twitter

### Was macht Rowohlt



### 5.900 Follower

- Schnelle Kommunikation in Echtzeit
- Teaserfunktion durch Verbreiten von Shortlinks
- Zusätzliche Reichweite
- **Vernetzung mit Autoren**  
Branchenmedien und Handel

@isabo\_  
@mmeckel  
@buddenbohm  
@hannahbeitzer  
@ankowitsch

@bbl\_redaktion  
@bbl\_news  
@Book\_Fair  
@buchmesse  
@mayersche  
@hugendubel

rowohlt

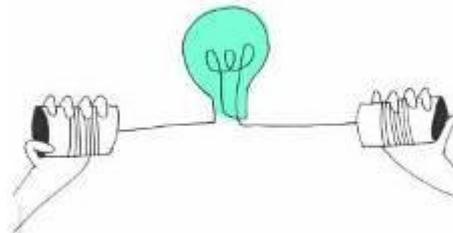
Jennifer Jones 15.04.2014

## Was heißt das für den Job

### Was machen wir?

#### Schnittstellen-Funktion

- Redaktionelle Fähigkeiten
- Starke soziale und kommunikative Fähigkeiten
- Gut vernetzt – und bereit sich zu vernetzen
- Unternehmerisches Denken



rowohlt

Jennifer Jones 15.04.2014

## Was heißt das für den Job?

### Kleiner Exkurs

Was sollte ich nicht machen ;-)



## Was heißt das alles für den Leser?

### Im Web 3.0

#### Stichwort: Social Reading

- Viele Leser sind in Social Media „unterwegs“
- Austausch über das Buch – mit dem Autor
- Der gläserne Leser, das gläserne Buch
- Inhalte erweitern sich – Texte zum Text
- Als Verlag darauf reagieren – antworten können
  - In Echtzeit

## Was heißt das alles für den Leser?

Im Web 3.0



rowohlt

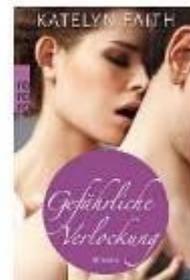
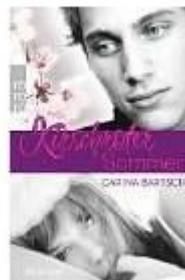
Jennifer Jones 15.04.2014

## Was heißt das alles für den Leser?

Im Web 3.0

### Stichwort: Selfpublishing

- Leser können zum Autor werden
- Einfach und ohne Verlag
- Immer öfter auch ein „Selfpublishing-Vortauf“, bei Erfolg erscheinen die Bücher dann in gedruckter Form bei Verlagen



rowohlt

Jennifer Jones 15.04.2014

## Was heißt das alles für die Inhalte?

### Wie finden wir neue Ansätze

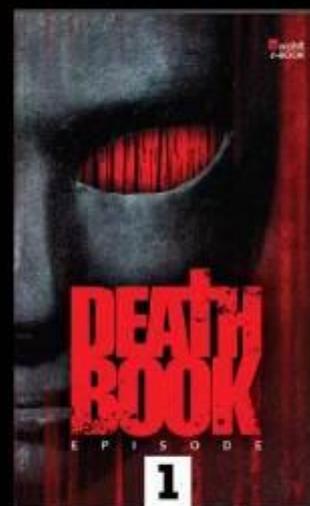
#### Stichwort: Vernetzung

- Viele Leser sind in Social Media „unterwegs“
- Sie „abholen“, wo sie sich bewegen
- Geschichten mit Anbindung an Social Media
- Interaktion und Austausch anbieten
- Neue Formen des Storytelling

### Der E-Book Episoden-Thriller

- insgesamt 10 Folgen
- 1. Folge am 24.9.2013  
→ Gratis zum Kennenlernen
- 10. Folge am 26.11.2013
- Preis pro Folge € 1,49
- [www.deathbook-der-thriller.de](http://www.deathbook-der-thriller.de)

# DEATHBOOK



# DEATHBOOK

## Social Media: Ein Experiment – mit dir



[www.deathbook-der-thriller.de](http://www.deathbook-der-thriller.de)

# DEATHBOOK

## Meta-Phase: Blogger-Casting

### Blogge um dein Leben!

Logg dich in ein Netzwerk von Tieren! Der Bessel Verlag will Thrillerautor Andreas Blawerstein suchen einen fantastischen Blogger für «Deathbook», ein atemberaubendes digitales Thriller-Projekt: eine Geschichte, die Realität und Fiktion in dem noch nie dagewesenen Punkt verbindet.

Und hier kommst du ins Spiel:

- Du wirst zu einer Figur aus dem Roman werden.
- Du wirst die Vorgeschichte des Thrillers erleben, die du in einem gemeinsamen Interview mit dem Autor und dem Bessel Verlag entwickelst.
- Du triffst endlich wieder auf Charakteren wie «Deathbook» in der Story an.

[f](#) [t](#) [c](#) [v](#) [y](#)

### Eine Geschichte auf Leben und Tod

Triff dich am 18.07.2013 mit einer Todesträcker. Der Autor und eine Fernseh-Amy wählen die perfekte Besetzung für die Story aus.

# DEATHBOOK

## Teaser-Phase: Beginn des Prologs

**Posten und Sterben**

20. September 2013

Ich bin ein Mediennutzer und ich habe über Jahre hinweg die Welt der Blogs und Social Media kennen gelernt. Ich habe gelernt, dass es nicht nur um die Inhalte geht, sondern auch um die Präsentation der Inhalte. Ich habe gelernt, dass es nicht nur um die Inhalte geht, sondern auch um die Präsentation der Inhalte. Ich habe gelernt, dass es nicht nur um die Inhalte geht, sondern auch um die Präsentation der Inhalte.

Ich bin ein Mediennutzer und ich habe über Jahre hinweg die Welt der Blogs und Social Media kennen gelernt. Ich habe gelernt, dass es nicht nur um die Inhalte geht, sondern auch um die Präsentation der Inhalte. Ich habe gelernt, dass es nicht nur um die Inhalte geht, sondern auch um die Präsentation der Inhalte. Ich habe gelernt, dass es nicht nur um die Inhalte geht, sondern auch um die Präsentation der Inhalte.

**Regelwerke von Social Media zeigen sich bald im realen Welt**

- Achten Sie immer auf Ihre...
- Haben Sie sich von Online-Blogger Produktionen der Land überwachen...
- Öffnen Sie keine...
- Gehen Sie nicht auf...
- Klären Sie die...
- Folgende die...
- Verbinden Sie sich immer...
- Suchen Sie nach...
- Werden Sie ein...
- Tun Sie nichts...
- Kein...
- Bereiten Sie...
- Achten Sie...
- Prüfen Sie...

**Mato Coenly**

das hier ist nicht ein Blog und es ist keine Werbung. Ich werde nicht sagen, wer ich bin. Alles, was ich über mich veröffentlichen will, bin ein Blogger die du, im Internet bist ich auf etwas gesteuert, vor dem die Menschen nicht viel haben Angst haben. Ich bin nicht ein Blog und ich bin nicht ein Blog, die Internet nicht gesteuert, die nicht immer die meisten beschäftigen, sind die Nichts gegenüber der Sache, der ich auf der Spure ist. Ich quert aus auf, er weiß, dass die in Hamburg wohnt, und gerade tief in einem Projekt steckt.

Ich habe eine Rolle im Internet, die Rolle, die ich von nicht anonym. Ich werde mich, die Internet nicht Informationen im Netz, die nicht so viele und viele Informationen, die du gerade angepostet ist.

Zugegeben, auch ich habe die Gefahr unterschätzt. Mach du nicht denken alle die alles, was ich tun kann ist, wenn ich nicht will, das ich nicht er akzeptiert, wenn ich nicht will, laufe ich nicht direkt in die Arme, die Menschen sind immer mit jemanden von nicht eigenen Dummheit zu schützen. Die meisten müssen Fehler selber machen, um es zu vermeiden. Und dann ist es zu spät.

Ich werde nicht verzeihen, er gibt nicht die ihm sein nicht. Bitte nicht verzeihen, zu tauchen. Wenn ich heute deine Hilfe, Teile diese...

# DEATHBOOK

## Teaser-Phase: Vermischung von Realität und Fiktion



**Death-book.com - Leiste deinen Beitrag**

**Mato**

das hier ist sowohl ein Mordfall als auch eine Warnung. Ich kann dir nicht sagen, wer ich bin. Alles, was ich über mich veröffentlichen will, bin ein Blogger wie du, im Internet bist ich auf etwas gesteuert, vor dem die Menschen...

## Was heißt das alles für die Inhalte?

### Wie finden wir neue Autoren

#### Stichwort: Vernetzung

- Viele Lektoren sind in Social Media „unterwegs“
- Themen und Meinungen dadurch eher „Sachbuchlastig“
- Oftmals auch Entdeckung durch Artikel  
Hannah Beitzer – Christian Fuchs
- Viele Blogger, die durch Qualität, Schreibstil und Idee auffallen
- Besondere Typen auf Twitter

## Wie finden wir neue Autoren?

### Blogs



**is a blog**  
Allmähliche Verfertigung

Isabel Bogdan  
<http://isabelbogdan.de/>



Julian Hartmann (Pseudonym)  
<http://www.schlussmitluschig.de>

**HERZDAMENGESCHICHTEN**

Buddenbohm & Söhne

Maximilian Buddenbohm  
<http://www.herzdamengeschichten.de/>

## Wie finden wir neue Autoren?

### Twitter



Twitter-Oma  
@renatebergmann



Katja Dittich  
@katjaberlin

## Wie finden wir neue Autoren?

### Themen und Artikel

#### Wir wollen nicht unsere Eltern wählen

30. AUG 2013



Unsere Eltern hatten damals, in der einbetonierten Bonner Republik, als Lebensläufe noch vorgezeichnet schienen und sich alle ordentlich langweilten, eine gewisse Lust am Chaos. Sie wollten bürgerliche Lebensentwürfe in ihre [...]

Hannah Beitzer  
<http://hannah-beitzer.de/>



Alice Bota, Khuê Pham, Özlem Topcu  
<https://www.facebook.com/WirNeuenDeutschen/>



Christian Fuchs, John Goetz  
<https://www.facebook.com/GeheimerKrieg>



*Danke  
für die  
Aufmerksamkeit!*



Jennifer Jones 15.04.2014

## **Workshop 4: Fem:) Time**

**Cordula Nussbaum (Journalistin, Coach, Speakerin,  
www.Kreative-Chaoten.com)**



### **Wer hat an der Uhr gedreht? Zeitmanagement für Journalisten**

*Den ganzen Tag sind Sie auf den Beinen, doch abends haben Sie nicht einmal die Hälfte von dem geschafft, was Sie schaffen wollten? Erfahren Sie, wie Sie kompetenter mit Ihrer Zeit umgehen und mehr Energie für die wirklich wichtigen Aufgaben finden.*

Journalistinnen und Journalisten brennen sehr häufig für Themen – und verlieren dann beim Recherchieren, Schreiben und Redigieren oftmals die Zeit aus den Augen. Dann werden Deadlines zum echten Motivationskiller – und unter dem Zeitdruck leidet nicht nur der Journalist, sondern auch die Qualität. Ein Bumerang. Denn wer jetzt „halbfertige“ Beiträge liefert, der bekommt nicht nur die Sachen zum Vollenden zurück, sondern auch noch Stress mit Redaktionen, Kollegen und Chefredakteuren.

Stellen Sie deshalb rechtzeitig die Weichen, um Energieeinsatz und Stresspegel für die eigenen Beiträge in die richtige Balance zu bringen.

**TIPP 1: Eine Aufgabe füllt stets die Zeit aus, die wir ihr einräumen. Legen Sie deshalb lieber knappe Zeitfenster fest.**

Die gute Nachricht: Sie haben es in Hand, ob Sie sich für Ihren Journalismus aufopfern oder ob Freizeit und Spaß ebenbürtige Partner sind. Nutzen Sie diesen Beitrag, um die häufigsten Zeitfresser eines Journalisten kennenzulernen und rechtzeitig Ihr persönliches Arbeitszeitmodell zu kreieren.

**Klare Vorstellung vom Einsatz**

Regelmäßige Arbeitszeiten gelten in der kreativen Zunft als eher exotisch. Dennoch: Legen Sie fest, wie viele Stunden Sie im Schnitt pro Woche in Ihre journalistische Tätigkeit investieren wollen. 30, 40 oder 50 Stunden? Wie oft wollen Sie abends oder nachts arbeiten? Wenn Sie selbstständig sind: Notieren Sie auch, wie hoch Ihr gewünschter Umsatz und Ihr gewünschter Gewinn sind, die Sie mit diesem Zeitaufwand erwirtschaften wollen. Seien Sie realistisch, um sich nicht zu überfordern, und berücksichtigen Sie, dass mehr Umsatz zunächst auch einmal mehr Arbeitseinsatz erfordert.

**Zeitlimits setzen**

Nehmen Sie sich das „Parkinson-Prinzip“ zu Herzen: Eine Aufgabe füllt stets die Zeit aus, die wir ihr einräumen. Das haben Sie sicherlich in Ihrer täglichen Arbeit bereits beobachten können. Sie haben nur 30 Minuten Zeit, um ein Interview zu führen? Dann werden Sie es in 30 Minuten auch schaffen. Sie haben zwei Stunden dafür Zeit? Dann werden Sie auch die zwei Stunden locker damit füllen können. Berufstätige, die sorgfältig mit ihrer Ressource Zeit haushalten, legen sich deshalb für bestimmte (Routine-) Tätigkeiten ein knappes Zeitbudget fest.

**TIPP 2: Arbeiten Sie an Ihrer Berufstätigkeit, statt immer nur in ihr**

Viele Journalisten schufteten 80 Stunden die Woche – und schlugen sich in dieser Zeit häufig nur mit unwichtigen Kleinkramarbeiten herum, die sie langfristig überhaupt nicht weiterbringen. Nach einer Studie des Kaizen-Institutes gehen rund 40 Prozent eines Arbeitstages bei unproduktiven Arbeiten verloren (vgl. Kaizen-Institut, 2004). Gut, manche Dinge müssen eben sein, wie das Dokumentieren oder die Reisekostenabrechnung. Achten Sie jedoch darauf, dass Sie zunehmend mehr Anteile Ihrer Arbeitszeit für Tätigkeiten investieren, die Sie, Ihre Beiträge oder Ihre beruflichen Ziele fördern.

Erfolgreiche Berufstätige agieren nach dem Prinzip „Nicht härter, sondern cleverer arbeiten“. Klar, dass man als Freiberufler oder Experte in seinem Fachgebiet oft Mädchen für alles ist.

Die Kunst besteht darin, sich immer wieder aus dem Hamsterrad zu befreien und sich zu fragen: Ist es zielführend (wichtig), was ich gerade treibe? Nein? Macht es zumindest Spaß oder bringt Entspannung? Nein? Dann sollten Sie diese Tätigkeiten künftig streichen, delegieren oder einmal versuchen, diese Dinge effizienter zu erledigen, damit Sie schneller wieder bei Ihren wichtigen Aufgaben sind.

**TIPP 3: Machen Sie Konzepte für Ihre Tage, Wochen und Monate**

Wer Konzepte macht über die Dinge, die in den nächsten Tagen, Wochen oder Monaten auf ihn zukommen, der befreit sich ein Stück weit von der Fremdbestimmung durch andere. Wichtig dabei: Lösen Sie sich vom Anspruch, alles akribisch planen zu wollen. Denn der Alltag eines Journalisten ist einfach nicht immer planbar. Da können Sie noch so viele Listen und Pläne erstellen – die Aktualität bestimmt sehr häufig, was in den Medien thematisiert werden muss. Und Sie können

nicht einfach sagen „Heute schreibe ich den Artikel über den Schuldenschnitt für Griechenland fertig“, wenn der Ministerpräsident zurücktritt.

„Planen“ hilft Journalisten also nicht – aber ein Konzept als Arbeitsentwurf und eine grobe Skizze –, mit der Erlaubnis, jederzeit etwas zu ändern – können viel Ruhe bringen.

Und: Brechen Sie vor allem auch dann Ihre „großen“ beruflichen Ziele auf die „kleinen“ Alltäglichkeiten in Ihrem Berufsalltag herunter. Was wollen Sie in fünf Jahren machen?

Welche Themen behandeln, für welche Redaktionen schreiben? Denken Sie dabei in Etappen: Stecken Sie sich Tages- und Wochenziele, aber auch längerfristige Monats- bzw. Jahresziele. So verschiebt sich auch automatisch Ihre Prioritätensetzung, weil manche Projekte an Dringlichkeit verlieren, andere dafür in den Vordergrund rücken. Nehmen Sie sich mindestens einmal im Jahr ein paar Tage am Stück frei, schaffen Sie sich Zeit für Aufstiegsträume, für „Dreamdays“ und für die weitere strategische Planung Ihrer Zukunft oder der Ihres Unternehmens. Große Konzerne sind hier ein gutes Vorbild: Diese schicken ihre Führungskräfte regelmäßig auf Strategie-Klausur-Tage.

### **So konzeptionieren Sie richtig**

Es genügt, wenn Sie rund fünf bis zehn Minuten pro Tag die Aktivitäten und Termine der kommenden Tage aufschreiben und ein wenig „Ordnung“ in den jeweiligen Tages- und Wochenablauf bringen. Das kann Ihnen bis zu zwei Stunden freie Zeit beschern, in der Sie sich dann auf die Ihnen wichtigen Aufgaben konzentrieren können.

Nehmen Sie sich einmal im Monat Zeit, die kommenden Monate und Jahre zu überdenken. Nehmen Sie sich gegen Ende der Woche (Donnerstag oder Freitag) die neue Woche vor und lassen Sie Ihre Termine und Aufgaben Revue passieren. Konzeptionieren Sie am besten ca. 30 bis 60 Minuten vor Ihrem Feierabend den kommenden Tag im Groben. Notieren Sie Ihre Aufgaben und Termine und vergeben Sie dabei nur 50 Prozent Ihrer Zeit. Die restlichen 50 Prozent brauchen Sie als Puffer: Stau, Verspätungen eines Geschäftspartners, Kopfweh, Krankheit. Das gibt Ihnen bereits zu diesem Zeitpunkt – und damit rechtzeitig – den Spielraum, einen zu engen Zeitplan zu entzerren.

### **Widerwillen gegen Planung?**

Sie spüren einen großen Widerwillen in sich, wenn Sie das Wort „Planung“ hören? Dann kann es sein, dass Sie eher zu den „Kreativen Chaoten“ gehören – den flexiblen, ideenreichen, visionären Menschen, die einfach andere Hilfsmittel brauchen, um sich und Ihre Aufgaben erfolgreich und mit Spaß dauerhaft zu organisieren. Unter [www.Kreative-Chaoten.com](http://www.Kreative-Chaoten.com) finden Sie die kostenlose Denkstil-Analyse „Chaot oder Systematiker“, die Ihnen zeigt, wie Sie „ticken“, und wertvolle Tipps für jede Denke liefert.

### **Auszeiten einplanen**

Planen Sie unbedingt Auszeiten mit ein. Die Hoffnung, „irgendwann, wenn es ruhiger wird, fahre ich mit meiner Familie weg“ erfüllt sich nie. Im Leben der meisten Journalisten bedeutet das Wort „Privatleben“ oft die Zeit, die nach dem Job noch übrig bleibt. Und das übliche Verhaltensmuster eines Kreativen ist, bei überraschenden Geschäftsterminen immer als Erstes den abendlichen Saunabesuch, das intime Abendessen mit der Frau, die Ballettaufführung der

Tochter oder den Kurzurlaub mit der Familie sausen zu lassen. Schließlich ist man ja pflichtbewusst.

Doch auf Dauer machen Sie sich so zum Sklaven Ihrer Abgabe- und Fremdtermine. Planen Sie deshalb freie Zeiten schriftlich ein und verteidigen Sie diese. Treffen Sie sich nicht zähneknirschend am Samstagnachmittag – während die Tochter ihre erste Ballettaufführung hat – mit einem potenziellen Informanten. Als proaktiver Berufstätiger schlagen Sie bei so einer Anfrage Alternativen vor. Damit zeigen Sie ein gesundes Selbstbewusstsein.

### **Kopf abschalten**

Achten Sie darauf, dass Sie in Ihrer Freizeit auch den „Kopf abschalten“, also wirklich voll bei Ihrer Freizeit sind – und nicht nur körperlich anwesend. Denn Erholung ist in erster Linie Kopfsache.



### **TIPP 4: Setzen Sie Prioritäten**

Lernen Sie, Wichtiges von Unwichtigem zu unterscheiden und sich bewusst zunächst den wichtigen Aufgaben zu widmen. Ist die Aufgabe, die Sie gerade angehen, wirklich (!) wichtig fürs persönliche Vorankommen oder für die Qualität Ihres Beitrags? Überwinden Sie Ihren Widerwillen – und setzen Sie sich direkt an die Aufgabe, die Priorität hat. Klar, Sie sind Ihr eigener Chef und die Verlockung ist groß, sich die Dinge „rauszupicken“, die mehr Spaß machen. Doch: Der Spaß hört spätestens dann auf, wenn Sie wegen Überarbeitung auf dem Zahnfleisch kriechen. Motivieren Sie sich, indem Sie sich immer wieder den Gewinn des Prioritätensetzens vor Augen halten: die Erfolgserlebnisse, die freien und schönen Stunden, mit denen Sie sich im Anschluss belohnen. Weil Sie keine Zeit mit unnötigem „Krimskrams“ verplempert haben – und Ihr freier Abend früher beginnt als sonst.

### **TIPP 5: Finden Sie die richtigen Hilfsmittel für die richtigen Arbeitsabläufe**

Gehen Sie wachsam durch Ihren Alltag und verbessern Sie konsequent Arbeitsabläufe und Zusammenarbeit. Nichts ist so gut, als dass es nicht noch besser werden könnte. Halten Sie die Augen offen. Wie organisieren sich Ihre Kollegen? Was können Sie in der eigenen Organisation von anderen lernen? Lernen Sie dabei unbedingt von Menschen, die die gleichen Talente haben wie Sie. Sonst kann es nämlich sein, dass Sie sich einen total systematischen Kollegen als Vorbild nehmen – und sich als „kreativer Chaot“ daran die Zähne ausbeißen. Kommen Sie Zeitfallen in Ihren internen Arbeitsläufen auf die Spur – und seien Sie so mutig, sich auch von Strukturen in Ihrer Organisation zu verabschieden, die sich nicht bewähren. Arbeiten

Sie im Team (und nicht alleine im Home Office), dann holen Sie die Kollegen mit ins Boot. Die Wahrscheinlichkeit ist groß, dass zähe Abläufe nicht nur Sie ärgern, sondern alle im Team. Und gemeinsam haben Sie mehr „Macht“, Veränderungen durchzusetzen.

Manchmal liegt es auch an den fehlenden Hilfsmitteln. Was bietet sich gerade auf dem Markt an bunten, übersichtlichen „Helfern“, um das eigene Arbeitsterrain übersichtlicher zu gestalten? Klicken Sie sich durch einen Onlinekatalog von Büroausstattern oder gönnen sich einen Shopping-Nachmittag für das neue Ablagesystem.

### **Auszeiten einplanen**

Planen Sie unbedingt Auszeiten mit ein. Die Hoffnung, „irgendwann, wenn es ruhiger wird, fahre ich mit meiner Familie weg“ erfüllt sich nie. Im Leben der meisten Journalisten bedeutet das Wort „Privatleben“ oft die Zeit, die nach dem Job noch übrig bleibt. Und das übliche Verhaltensmuster eines Kreativen ist, bei überraschenden Geschäftsterminen immer als Erstes den abendlichen Saunabesuch, das intime Abendessen mit der Frau, die Ballettaufführung der Tochter oder den Kurzurlaub mit der Familie sausen zu lassen. Schließlich ist man ja pflichtbewusst.

Doch auf Dauer machen Sie sich so zum Sklaven Ihrer Abgabe- und Fremddtermine. Planen Sie deshalb freie Zeiten schriftlich ein und verteidigen Sie diese. Treffen Sie sich nicht zähneknirschend am Samstagnachmittag – während die Tochter ihre erste Ballettaufführung hat – mit einem potenziellen Informanten. Als proaktiver Berufstätiger schlagen Sie bei so einer Anfrage Alternativen vor. Damit zeigen Sie ein gesundes Selbstbewusstsein.

### **Kopf abschalten**

Achten Sie darauf, dass Sie in Ihrer Freizeit auch den „Kopf abschalten“, also wirklich voll bei Ihrer Freizeit sind – und nicht nur körperlich anwesend. Denn Erholung ist in erster Linie Kopfsache.

### **TIPP 4: Setzen Sie Prioritäten**

Lernen Sie, Wichtiges von Unwichtigem zu unterscheiden und sich bewusst zunächst den wichtigen Aufgaben zu widmen. Ist die Aufgabe, die Sie gerade angehen, wirklich (!) wichtig fürs persönliche Vorankommen oder für die Qualität Ihres Beitrags? Überwinden Sie Ihren Widerwillen – und setzen Sie sich direkt an die Aufgabe, die Priorität hat. Klar, Sie sind Ihr eigener Chef und die Verlockung ist groß, sich die Dinge „rauszupicken“, die mehr Spaß machen. Doch: Der Spaß hört spätestens dann auf, wenn Sie wegen Überarbeitung auf dem Zahnfleisch kriechen. Motivieren Sie sich, indem Sie sich immer wieder den Gewinn des Prioritätensetzens vor Augen halten: die Erfolgserlebnisse, die freien und schönen Stunden, mit denen Sie sich im Anschluss belohnen. Weil Sie keine Zeit mit unnötigem „Krimskrams“ verplempert haben – und Ihr freier Abend früher beginnt als sonst.

### **TIPP 5: Finden Sie die richtigen Hilfsmittel für die richtigen Arbeitsabläufe**

Gehen Sie wachsam durch Ihren Alltag und verbessern Sie konsequent Arbeitsabläufe und Zusammenarbeit. Nichts ist so gut, als dass es nicht noch besser werden könnte. Halten Sie die Augen offen. Wie organisieren sich Ihre Kollegen? Was können Sie in der eigenen Organisation von anderen lernen? Lernen Sie dabei unbedingt von Menschen, die die gleichen Talente haben wie Sie. Sonst kann es nämlich sein, dass Sie sich einen total systematischen Kollegen als Vorbild nehmen

– und sich als „kreativer Chaos“ daran die Zähne ausbeißen. Kommen Sie Zeitfallen in Ihren internen Arbeitsläufen auf die Spur – und seien Sie so mutig, sich auch von Strukturen in Ihrer Organisation zu verabschieden, die sich nicht bewähren. Arbeiten Sie im Team (und nicht alleine im Home Office), dann holen Sie die Kollegen mit ins Boot. Die Wahrscheinlichkeit ist groß, dass zähe Abläufe nicht nur Sie ärgern, sondern alle im Team. Und gemeinsam haben Sie mehr „Macht“, Veränderungen durchzusetzen.

Manchmal liegt es auch an den fehlenden Hilfsmitteln. Was bietet sich gerade auf dem Markt an bunten, übersichtlichen „Helfern“, um das eigene Arbeitsterrain übersichtlicher zu gestalten? Klicken Sie sich durch einen Onlinekatalog von Büroausstattern oder gönnen sich einen Shopping-Nachmittag für das neue Ablagesystem.

### **TIPP 6: Seien Sie zuverlässig**

Redaktionen wünschen sich heute neben einer guten Qualität der Arbeit vor allem Zuverlässigkeit und einen perfekten Service. Das klingt jetzt sehr banal. Aber im täglichen Geschäftsalltag schießen sich immer mehr (freie) Journalisten ins Aus, weil Sie Abgabeterminen verbummeln oder Interviewpartner stundenlang warten lassen.

Punkten Sie deshalb in der Gunst der Redaktionen einfach mit Zuverlässigkeit und Service. Auch, wenn Sie viel um die Ohren haben. Ihren Geschäftspartner interessiert nicht, was bei Ihnen möglicherweise für Schwierigkeiten auftauchen.

Machen Sie sich bewusst: Menschen, die von Ihrer schlampigen Arbeit oder zeitlichen Unzuverlässigkeit genervt sind, kommen nicht mehr auf Sie zurück und geben diese schlechte Erfahrung im Mittel elfmal an andere (potenzielle Kunden, Informanten etc.) weiter (vgl. Nussbaum, 2007, S. 137)<sup>ii</sup>. Damit schaffen Sie sich selbst eine große Zeitfalle: Einerseits müssen Sie die verärgerten Menschen besänftigen – und dann müssen Sie sich auf die Suche nach neuen Kunden, Informanten etc. machen. Effizient ist das nicht, denn es ist fünf- bis siebenmal teurer und zeitaufwendiger, neue Kontakte zu finden als bestehende Kontakte zu binden (vgl. Nussbaum, 2007, S. 123)<sup>iii</sup>.

i Zit. nach NWZ online vom 24.2.2007;

<http://www.nwzonline.de/Aktuelles/Bildungundberuf/Nachrichten/NWZ/Artikel/1236424/Ordnung+kann+Berufsalltag+wesentlich+erleichtern.html>

ii Vgl. Nussbaum, Cordula, und Grubbe, Gerhard: Die 100 häufigsten Fallen nach der Existenzgründung, Haufe 2007, S. 137. Vergriffen, noch als E-Book erhältlich unter <http://shop.kreative-chaoten.com>

iii Vgl. ebd. S. 123.

## **Workshop 5: Fem:) Picture**

**Heike Rost (freie Fotografin und Journalistin)**



### **Bilder, Fakten, Fettnäpfe: Über Bildsprache – und bildjournalistische Haltung(en)**

Bilder sind allgegenwärtig und allzeit verfügbar: Die Popularisierung von Fotografie durch preisgünstige Kameras und Smartphones wirft Fragen auf, ist eine Aufforderung an uns als Journalisten, über Grundsätzliches (neu) nachzudenken. Dabei stehen in diesem Workshop nicht die technischen Aspekte von Fotografie im Vordergrund, sondern vor allem eine Auseinandersetzung mit Bildern und ihrer Wirkung.

Warum sehen wir, was wir sehen? Warum wirken manche Bilder so berührend oder auch abstoßend auf uns? Was ist Sehen? Wie sehen wir wirklich? Viele Fragen, zu denen dieser Workshop Denkanstöße gibt: Zu Sehgewohnheiten, die geprägt sind von unserer Erziehung, den kulturellen Erfahrungen und unserer Sozialisation. Zum bewussten Umgang mit Bildern, zu ihrer korrekten Einordnung, zu Bildmanipulationen, die nicht immer auf den ersten Blick ersichtlich sind und dennoch die Wirkung der Bilder auf ihre Betrachter beeinflussen.

Ein Einblick in Plattformen wie Pinterest und Instagram, die vor allem über Bilder und visuelle Kommunikation funktionieren, eröffnet darüber hinaus auch spannende Perspektiven des Selbstmarketings für Journalisten und Bildjournalisten.

Von der Theorie zur Praxis des Bildjournalismus führt der zweite Teil des Workshops: Technik ist austauschbar und bestenfalls das Werkzeug für die Ideen und Sichtweisen von Journalisten, die sich an Menschen, Situationen und Sachverhalte annähern – und deren Geschichte erzählen. Dass diese visuellen Stories immer auch die individuelle Geschichte des Fotografen sind, versucht dieser Teil des Workshops zu erklären. Bildjournalismus, der überzeugen möchte, der zum Lesen verführen will und seine Betrachter fesselt, braucht nicht nur Inhalte und Können, sondern auch die persönliche Haltung desjenigen, der Bilder macht und sie durch seine Handschrift

unverwechselbar gestaltet. In zwei Bildserien (»Porträts« und »Innensichten der JVA Stadelheim«) zeigt dieser Teil des Workshops Aspekte einer solchen Haltung.

Bildgestaltung lernen heißt auch: Sich mit den Bildern anderer zu beschäftigen, Einblick in die Geschichte der visuellen Kommunikation zu nehmen. Wer mit Bildern überzeugen, seinen eigenen Blick schulen und seine individuelle Handschrift weiterentwickeln möchte, kann das nicht ohne die entsprechenden Grundlagen der Auseinandersetzung mit Bildsprache und -wirkung tun. Der dritte Teil des Workshops stellt daher einige Beispiele bekannter Fotografen vor: Ihre Arbeiten sind unter verschiedenen Aspekten wie Smartphone-Fotos, Selbstvermarktung und »Selfpublishing« zusammengestellt. Dazu gehört auch der mitunter schwierige Weg von einer Idee über die Umsetzung einer Reportage zum fertigen, bildgewaltigen Werk: Mitunter verändert sich eine Geschichte während der Arbeit daran so sehr, dass man von Null beginnt. Atmosphärisch dichtes Storytelling und außergewöhnlich intensive journalistische Bildsprache bieten in diesem Teil des Workshops interessante Einblicke und vor allen Denkanstöße für die tägliche Arbeit mit Bildern.

### **Kontakt zur Referentin:**

Heike Rost

Mail [office@heikerost.com](mailto:office@heikerost.com)

Mobil +49 171 3175927

## **Podiumsdiskussion**

### **„Fem:) Quote – Außer Reden nichts gewesen?“**

#### Teilnehmerinnen:

**Ulrike Kaiser** (stv. DJV-Bundesvorsitzende)

**Andrea Ernst** (Vorsitzende Journalistinnenbund)

**Nora Jakob** (Vorstand Verein Pro Quote)

#### Moderation:

**Dr. Mechthild Mäsker**



#### **Dr. Mechthild Mäsker**

Bei FRAU MACHT MEDIEN 2012 hatten wir Viviane Reding hier zu Gast. Das Schwerpunktthema des Kongresses war die Frauenquote und Frau Reding hat uns dazu dann auch einiges mit auf den Weg gegeben und sie hat uns vor allem ermutigt, Führungspositionen und Führungsetagen anzupeilen. In einer Resolution haben wir damals gefordert, dass Frauen mehr Führungspositionen bekommen und jetzt ist es langsam an der Zeit uns zu fragen, was seitdem eigentlich passiert ist. Gibt es unter Euch eine, die in den vergangenen zwei Jahren eine Führungsposition übernommen hat? [Auf die Frage meldet sich keine der Kolleginnen aus dem Publikum...] So viel zum Thema „Wir peilen die Führungspositionen an“. Ich glaube, anpeilen reicht nicht immer, wir müssen es auch annehmen, wenn uns etwas angeboten wird, wir müssen uns trauen und uns etwas zutrauen. Da sind uns die Männer leider noch ein bisschen voraus, und ich glaube, das ganze Thema müssen wir mit Mut angehen.

Der Verein Pro Quote hat sich vor fast zweieinhalb Jahren gegründet, hat demnächst Bergfest. Die Kolleginnen sind mit der Forderung nach einer verbindlichen Frauenquote von 30 Prozent auf allen Führungsebenen in den Medienbereichen bis 2017 angetreten. Auch da werden wir heute fragen, was seitdem passiert ist. Dazu haben wir nicht nur Pro Quote eingeladen, sondern auch den Journalistinnenbund und uns selbst, den DJV. Deshalb sage ich: Herzlich willkommen Nora Jakob von Pro Quote, Ulrike Kaiser vom DJV und Andrea Ernst vom Journalistinnenbund.

Andrea Ernst, abgesehen von der leitenden Funktion, die Sie beim WDR-Fernsehen haben, sind Sie seit 2011 die Vorsitzende des Journalistinnenbunds. Seit es den

Journalistinnenbund gibt, gibt es viele Aktionen, Projekte, Mentoring, Weiterbildung, Preise, Journalistinnenpreise, Nachwuchspreise, da steckt viel Kärnerarbeit drin. Und nun kommt ein Verein wie Pro Quote daher mit einem Glamour-Faktor von den weiblichen Edelfedern und kommt in die Schlagzeilen, während es die Kärnerarbeit seit 1987 doch immer ein bisschen schwer hatte, in die Schlagzeilen zu kommen. Sind Sie eigentlich genauso neidisch wie ich, wie Pro Quote es so schnell und so unverhofft geschafft hat und dieses Thema dermaßen prominent publizieren konnte?

### **Andrea Ernst**

Neidisch bin ich nicht, ich finde es eine tolle Ergänzung und ich bewundere es. Wir haben im Journalistinnenbund viel darüber diskutiert – und haben etwas gelernt: Es ist die Schlagkraft **einer** Botschaft. Das ist das Tolle. Ein großes Kompliment an Pro Quote, in **einer** Botschaft, in **einem** Satz alle Forderungen zusammenzufassen – und zu sagen: „30 Prozent Frauen in Chefredakteurspositionen innerhalb von fünf Jahren, schaffen Sie das, Herr Kollege?“ Diese Kraft, die in dieser kurzen Botschaft und Frage steckt, ist großartig. Mit Analysen dahinter und mit der klaren Zielsetzung: Das will ich in fünf Jahren – 30 Prozent. In fünf Jahren kommen wir wieder, und wir gucken, was Du gemacht hast, Herr Kollege. Davon kann man viel lernen, Kompliment an Pro Quote! Es braucht aber auch immer die Kernarbeit dahinter. Deshalb ist es für mich keine Frage der Konkurrenz, sondern eine Frage, wie kann man einander ergänzen und einander befördern in der Wirkung und in der Argumentation. Das Auftreten von Pro Quote fragt auch, mit welchem Profil wollen wir selbst als Journalistinnenbund weiter agieren? Für uns als Journalistinnenbund ist natürlich die Forderung einer Quote auch zentral. Es ist wichtig, ja entscheidend, dass Frauen in Führungspositionen innerhalb der Institutionen kommen, also strukturell über Macht verfügen. Führung heißt ja nicht einfach Führung l'art-pour-l'art, Führung bedeutet vor allem: „Ich habe Personal und finanzielle Ressourcen – über beides kann ich verfügen.“ Es geht ganz klar um die Machtfrage. Wir als Journalistinnenbund konzentrieren uns aber nicht nur darauf, sondern wollen auch die Qualität im Journalismus vertiefen, sprich genderspezifische Fortbildung und gendersensible Berichterstattung fördern. Wir arbeiten dazu mit eigenen Arbeitsgruppen, haben eigene Module dafür entwickelt und schauen ins Ausland. Mit den Mentoringprogrammen haben wir ein weiteres Standbein. In der Quote fordern wir natürlich 50 Prozent der Entscheidungspositionen. 30 Prozent hätten den Charme, dass man sagt: Naja, 30 Prozent, das ist ja eigentlich wirklich nicht so viel, das ist jetzt unangenehm, beschämend wenn man sich als Mann gegen 30 Prozent wehrt. Diese Kraft, die Pro Quote in dieser so einfachen 30-Prozent-Forderung hat, ist wunderbar. Ich bin nur fest überzeugt, sie hätten sich nicht so stark entfaltet, wenn nicht dahinter auch immer noch andere starke, wichtige Organisationen und Institutionen und Verbände schieben und auf einer breiten Fläche die Argumentationsgrundlagen nachliefern.

### **Dr. Mäscher**

Ulrike Kaiser, als Chefredakteurin des „journalist“ hast Du über die Situation von Frauen in den Medien schon viel geschrieben und hast uns in den letzten Jahren im Fachausschuss sehr unterstützt und bist insgesamt schon seit Jahren an dieser Thematik dran. Bevor wir gleich über das reden, was Pro Quote erreicht hat: Was hat aus Deiner Sicht der Verein bisher nicht erreicht, wo sagst Du: Da ist nun ein Punkt, der noch ganz wichtig zu erreichen wäre?

**Ulrike Kaiser**

Ob er bisher seine Forderungen erreicht hat, steht ja noch in Frage. Das will Pro Quote ja 2017 feststellen. Die 30-Prozent-Quote haben wir ja schon erreicht. Zwar nicht in den Führungsetagen, aber wir sind inzwischen als Frauen ungefähr bei 37 Prozent des Berufes angelangt, und das ist immerhin schon eine riesige Entwicklung innerhalb der letzten Jahrzehnte. Als wir mit der Diskussion begannen, da waren die Frauen ungefähr zwischen 17 Prozent im Tageszeitungsbereich und vielleicht 27 Prozent im Zeitschriftenbereich, in dieser Größenordnung hat sich das abgespielt. Da hat sich in den letzten Jahren schon eine ganze Menge getan, und zwar so viel, dass schon von einem so genannten „Gender-Switch“ gesprochen wird. Davon spricht man dann, wenn aus einem Männerberuf langsam ein Frauenberuf wird. Da gibt es ja inzwischen schon einige Überlegungen, was das auch an Folgewirkungen hat. Es wird zum Beispiel darüber diskutiert, ob die tendenzielle Absenkung unserer Gehaltsstruktur schon damit zusammenhängt, weil das in anderen Berufen bereits festgestellt wird: Sobald sich ein Männerberuf zu einem Frauenberuf entwickelt, sinken Prestige und Gehaltsstruktur. Was mich etwas gewundert hat, ist, dass Pro Quote die 30 Prozent fordert. Das ist zwar eine griffige Zahl, aber eigentlich sollte man fordern, dass Frauen entsprechend ihrem Anteil im Beruf angemessen in allen Positionen vertreten sind. Und dabei liegen wir mit 30 Prozent schon etwas niedrig, da wäre ich großzügiger in den Forderungen.

**Dr. Mäscher**

Nora Jakob, Sie sind freie Journalistin, sind bei jungejournalisten.de Mitglied, sind bei den Freischreibern und auch bei Pro Quote. Was würden Sie sagen ist das Wichtigste, was der Verein Pro Quote bisher erreicht hat?

**Nora Jakob**

Ich glaube tatsächlich, das haben die beiden Vorrednerinnen auch schon angesprochen, dass es die Medienaufmerksamkeit ist. Die hat man tatsächlich aber nicht nur erreicht, weil Prominente wie Anne Will, Lisa Ortgies und Ines Pohl die Vereinsgründung unterstützt haben. Es war auch die gut geplante und durchdachte Guerilla-Aktion, die im Februar 2012 gemacht wurde. In einer E-Mail, die an Chefredakteure, Verleger und Intendanten verschickt wurde, wurde damals ein Frauenanteil von 30 Prozent auf allen Hierarchiestufen in den kommenden fünf Jahren gefordert.

**Dr. Mäscher**

In fünf Jahren wollen Sie dann Ihr Ziel erreicht haben, dieses erste Ziel. Warum diese Halbwertzeit 2017 und was soll faktisch tatsächlich dann erreicht sein? Gehen Sie davon aus, dass Sie wirklich an diese 30 Prozent kommen, ist das das eigentliche Ziel oder gibt es noch mehr, was dahinter steckt?

**Jakob**

Ich glaube zunächst einmal, dass es die fünf Jahre gibt, in denen 30 Prozent erreicht werden sollten, hat den Vorteil, dass sich auf der einen Seite niemand unter Druck gesetzt fühlt und natürlich auch, dass man immer wieder Aktionen planen kann.

Über einen längeren Zeitraum, etwa zehn oder 15 Jahren, wird es immer schwerer auf sich aufmerksam zu machen. Aber gerade durch so einen kurzen Zeitraum von fünf Jahren kann man das eben immer wieder machen. Und es sind auch weitere Kampagnen geplant in diesem Jahr und dann auch wahrscheinlich im nächsten Jahr.

Wir haben Bergfest, das haben Sie in der Anmoderation schon angesprochen. Am 28. Juni 2014 bestehen wir zweieinhalb Jahre. Bislang haben nur wenige Zeitungen bzw. Medienanstalten die 30-Prozent-Quote erreicht. Die Zeit ist momentan ganz weit vorne, ebenso wie Spiegel und Stern – ganz weit hinten findet sich die Welt wieder.

### **Dr. Mäscher**

Vielleicht können Sie tatsächlich mal auf die Zahlen gucken. Was ist bisher tatsächlich geschehen, welche Faktengrundlage haben Sie da? Ich habe zum Beispiel gelesen, dass die FAZ beispielsweise erst 8,7 Prozent Anteil an Top-Jobs bei den Frauen hat. Dass der Stern eigentlich 50 Prozent haben wollte, dass es am Ende wieder nur ein Fünftel aller leitenden Positionen sind. Dass der Spiegel sich gesteigert hat von 15,4 Prozent auf 24,1. Sind das die Zahlen, wie sie auch bei Ihnen vorliegen?

### **Jakob**

Also, 37 Prozent die Zeit, ich habe noch die Welt mit 11,5 Prozent, die sind allerdings gesunken nach der ersten Bestandsaufnahme von 13,6. Die SZ war damals bei 4,3 Prozent.

### **Ernst**

Sie haben etwas sehr Wichtiges gesagt: Dass man Ziele so formuliert, dass sie in einem überschaubaren Zeitrahmen erreicht werden. Die provozierende Frage ist ja: Schaffen Sie das, Herr Kollege, in fünf Jahren? Wahrscheinlich nicht – aber je mehr Power drauf ist, umso besser kann man die Verantwortlichen in die Pflicht nehmen. Das Drama ist ja, dass so viele Frauen inzwischen sehr gut und hoch qualifiziert als Journalistinnen in den Medien arbeiten, aber kaum Gestaltungsmacht haben, also die Entscheidung darüber fällen können, was wird publiziert, wie wird es gemacht, wieviel Geld stecken wir in das Projekt, worauf wollen wir den Fokus richten, wie setzen wir das Geld ein? Von dieser Gestaltungsmacht sind Frauen noch weit entfernt. Der Journalistinnenbund beschäftigt sich auch intensiv mit dem Thema, dass ein Beruf – unser Beruf - in dem Moment, wo er feminisiert wird, in der gesellschaftlichen Anerkennung und in den Einkommen sinkt. Das wäre jetzt schon ein zweiter Punkt, der nicht nur die Frage aufwirft, wie viele Führungspositionen wir haben, sondern wie erhalten wir die Qualifikation, die Tiefe unserer Arbeit? Die Analyse geht ja nicht nur darum, wie schnell werde ich Chefredakteurin, sondern wie geht der Weg dorthin, zur Chefredakteurin, wer geht ins Ausland und profiliert sich als Auslandskorrespondentin, wer hat die Chance beispielsweise als Film-Fernseh-Produzentin? Wir haben zum Beispiel nach wie vor viel zu wenige Produzentinnen. Es ist eben nicht nur eine Frage der bestehenden großen, klassischen, traditionellen Medien, sondern was können wir – dafür steht der Journalistinnenbund eben auch – in dem weiten Feld tun, das neben den großen Verlagshäusern, den großen Printmedien und den großen Sendern besteht?

### **Dr. Mäscher**

Ich würde gerne noch wissen, was die Frauen, die jetzt in diesen Top-Positionen sind, bewirken. Wenn es zum Beispiel mehr Journalistinnen in Führungspositionen gibt bei Zeit-Online, bei Stern oder beim Spiegel, tut sich dann in den Redaktionen etwas im Gefüge? Gibt es dann etwas, was sich in den Redaktionen ändert durch die neuen Frauen in der Führung?

**Kaiser**

Wir haben ja mit der Forderung nicht nur verbunden, dass wir mehr Frauen auf Führungspositionen haben wollen. Wir haben mit der Forderung auch verbunden, dass sich Journalismus ein Stück ändern muss, dass es einen anderen Blick auf Menschen gibt, auf Frauen, besonders auf Lebenssituationen. Da müssen wir uns selbstkritisch fragen: Trotz des steigenden Anteils von Journalistinnen in allen Bereichen – hat sich Journalismus in diese Richtung verändert? Ich beantworte die Frage eher mit Nein. Journalismus hat sich unter Qualitätsmaßstäben tatsächlich nicht unbedingt in die Richtung verändert, in die wir ihn haben wollen. Das ist eine Analyse, die wir breit aufstellen müssen, wir müssen nach den Hintergründen fragen. Das ginge jetzt hier zu weit, dies zu beantworten. Aber wir können nicht schlussfolgern: Weil Frauen vermehrt im Journalismus arbeiten in allen Positionen, vor allem auch im Lokalen, hat sich Lokaljournalismus wesentlich verbessert, hat sich Journalismus generell verändert. Diese direkte Folgerung könnte ich aus meiner Sicht nicht ziehen.

**Dr. Mäsker**

Wie ist es mit den Teams? Gibt es etwas, das zum Beispiel die Chefredakteurin dann stärker zu einem Role-Modell macht? Frau Jakob, Sie sind noch sehr jung, sehen Sie eine Chefredakteurin, bei der Sie sagen: Ich möchte auch mal so werden wie die, ich möchte auch mal an diese Position? Planen Sie auch Ihre Karriere so, dass Sie mal Geschäftsführerin, Chefredakteurin werden wollen und planen Sie da strategisch?

**Jakob**

Nein, ich habe keine Strategie, um irgendwann Chefredakteurin zu werden. Natürlich ist es vielleicht heute noch möglich, als Praktikantin da anzufangen und sich nach oben zu arbeiten, vor allem in festen Strukturen, in öffentlich-rechtlichen Medien oder in großen Verlagshäusern. Ich glaube aber, dass das selten ist und das ist auch nicht das Ziel. Ich arbeite jetzt als freie Journalistin. Ich arbeite total gerne als freie Journalistin und ich möchte momentan nicht fest angestellt sein. Ich kann mir auch keinen Chefredaktionsposten vorstellen. Das ist nicht weil ich mir die

Verantwortung nicht zutraue, das zu tun und auch nicht, weil ich nicht die Kraft habe, das zu wollen. Sondern ich will es tatsächlich wirklich einfach nicht. Ich brauche das für mein Leben nicht.

**Kaiser**

Das ist ja ein häufiger Grund, dass Frauen eben andere berufliche Ziele haben und nicht unbedingt in diesen administrativen und organisatorischen Bereich hinein wollen, sondern viel mehr an der Sache interessiert sind und an der Arbeit des Schreibens, des Berichtens, des Geschichtenerzählens. Das wird ja auch immer als ein Karrierehindernis bezeichnet, dass Frauen sich beruflich andere Ziele setzen.

**Jakob**

Ich glaube, man muss das nicht auf Frauen oder Männer festlegen. Ich glaube, dass sich generell, nicht nur in den Medien, sondern auch in der Gesellschaft etwas verändert. Natürlich gibt es noch diese alten Strukturen, dass die Frau mehr zu Hause bleibt als der Mann, dass es irgendwann dann diesen Knick gibt, weil man ein Kind bekommt. Aber ich mache die Beobachtung, dass sich auch bei den Männern

etwas ändert, ohne die Männer jetzt verteidigen zu wollen. Natürlich gibt es noch diese Klüngelmänner, Klüngelgesellschaften, aber ich glaube, dass sich da wirklich was tut und immer mehr die Leistung zählt. Zumindest beobachte ich das.

### **Ernst**

Da sind jetzt zwei Dinge. Ich komme noch einmal auf die Qualität im Journalismus zurück. Entscheidungs-, Führungs- und Gestaltungspositionen sind ja kein Ziel l'art-pour-l'art, sondern sie stellen uns selbst vor die Frage: „Was tue ich mit der Macht, was mache ich mit ihr, wenn ich sie denn hätte? Also die Frage, wie würden wir, die wir hier sitzen, dann Medien machen? Was würden wir anders entscheiden, wenn wir alle Chefredakteurinnen wären und über entsprechende Budgets verfügen würden, über entsprechendes Personal? Das Spannende an der Macht ist ja eben die Verfügung über Menschen. Wie würden wir erstens mit diesen umgehen und zweitens wie würden wir inhaltlich arbeiten? Diese Frage der Rückkoppelung ist sehr interessant. Betrachten wir dann Frauen tatsächlich nicht mehr nur als Objekte, als Betroffene, als Opfer etc., wie machen wir dann Berichte und Reportagen so, dass Frauen gestaltungsmächtig wahrgenommen werden, und zwar ganz egal wo. Nicht nur im Frauenprogramm, sondern auch in der Auslandsreportage. Wie kommen wir aus der Perspektive heraus, in der Frauen vor allem als Ausführende gesehen werden, statt als Handelnde? Wie fördere ich die Qualität im Journalismus durch den Perspektivwechsel - textlich, bildlich und filmisch? Wie bringt man das auch in Ausbildungs- und Weiterbildungsinstitutionen unter? Das ist das, was unser Herz bewegt im Journalistinnenbund. Nicht nur die Macht, sondern die Frage: Was machen wir dann damit?

Das andere ist, was Sie jetzt sagen. Ich glaube auch, dass sich die Männer ein Stück ändern. Allerdings steigt dadurch auch die Konkurrenz, weil sie klarer erkennen: Sie haben hoch qualifizierte Kolleginnen, die auch die Ellbogen ausfahren, was völlig in Ordnung ist. Es gab früher so einen paternalistischen Reflex des Schutzes durch ältere Männer. Den gibt es inzwischen nicht mehr. So eine schützende Hand – Intendant Pleitgen war dafür ein Beispiel - hatte immer ein paar Frauen, die gefördert wurden, die konnten sich dann auch wirklich beruflich entwickeln. Das hat aber nichts an der Struktur verändert. Heute ist das anders, das Gefüge der Auseinandersetzung hat sich verändert.

### **Dr. Mäscher**

Aber es gibt doch in den Redaktionen immer noch das Gucken darauf, aus welchem Part der Redaktion sich Führungsposition entwickelt. Das hat sich ja nicht geändert. Wir finden die Frauen wenig in Politik und Wirtschaft, wir finden die Frauen auch ganz wenig in investigativen Redaktions-Reporterpools. Wir haben einen großen Reporterpool im Landesfunkhaus Schleswig-Holstein, aber da ist keine einzige Frau drin. Das besteht aus freien und festen Reportern. Aber in diesen investigativen Pool hat sich bisher keine Frau getraut. Da sind ganz viele Bereiche, aus denen wird dann nach wie vor das Personal für die Führungspositionen rekrutiert. Und da sehe ich jedenfalls im Moment keine Veränderung. Du, Ulrike?

### **Kaiser**

Ich glaube, dass da wirklich das Motto gilt: Außer Reden nichts gewesen, was ja auch über dieser Diskussion steht. Es ist nach wie vor zu verzeichnen, dass Frauen in den weniger karrierefördernden Ressorts arbeiten und Männer in den Ressorts wie

Politik, Nachrichten, Wirtschaft, die dann auch wieder unter sich die Chefredakteure und die Stellvertreterpositionen rekrutieren.

### **Dr. Mäscher**

Aber wenn das so ist, dann kann ich als Chefredakteur oder als Verlagsleiter doch auch sagen: Ja, dann ist das so und die Frauen wollen vielleicht anders Karriere machen oder wollen das gar nicht. Da brauche ich mich auch nicht anzustrengen. Warum machen wir es dann überhaupt?

### **Ernst**

Aus diesem Grund muss man den Blick auf die Quote breiter fassen. Diese Frage, wie funktioniert die Weiterbeförderung oder wie funktioniert überhaupt das Rekrutieren von Leitungspersonal fängt ja bei der Teambildung an, fängt an bei Projektentwicklung. Wer übernimmt, wenn es strukturelle Veränderungen gibt, wer übernimmt in Querschnittsaufgaben die Leitung? Man hat diesen furchtbaren Begriff der Kofferträger bei den Hierarchen, in den Direktionen: Die Assistenten und Referenten – das sind unglaubliche Karriere-Katapulte. Die Frage, wer kommt aus welchem Ressort ist ebenso wichtig, weil die Ressorts imagemäßig unterschiedlich gewichtet sind. Aber man muss eben auch gucken: Wer ist in den Projektentwicklungsteams, wer ist in Weiterentwicklungsteams, also überall dort, wo das persönliche Profil sichtbar und gebildet wird. Wie kann man dort Kolleginnen hineinschieben, so dass die Transformation zu den magischen 30 Prozent überhaupt stattfindet? Das hat eben vor allem mit diesen Querschnittsaufgaben in großen Institutionen zu tun. Ich denke deswegen positiv, weil man im gesellschaftlichen, medialen Umfeld Veränderungen spürt. So ist es z. B. ein Signal, dass die Medienstiftung Nordrhein-Westfalen inzwischen von einer Frau geleitet wird, das Grimme-Institut wird ebenfalls von einer Frau geleitet. Wir haben inzwischen eine ganz große Riege – egal wie ich das politisch bewerte – von hochpotenten Verlegerinnen, also große Verlagshäuser, die von Frauen geleitet werden. Das hat nicht unbedingt mit der Quote zu tun, sondern mit Vererbung und Verwitmung.

### **Kaiser**

Und mit Heirat.

### **Ernst**

Ja, aber man darf es nicht aus dem Auge verlieren, dass sich auch da optisch etwas verändert hat.

### **Kaiser**

Aber hat sich dadurch etwas verbessert? Dass Friede Springer jetzt den Verlag leitet oder dass Liz Mohn den Verlag leitet?

### **Ernst**

Nein, ich fordere nur eine differenzierte Sichtweise. Agieren Verlegerinnen anders als Verleger? Sind sie sich des Unterschieds bewusst? Gibt es ein Nachdenken darüber, dass es einen Unterschied macht, - z. B. als Tochter im Bauerkonzern - als Frau Konzernleiterin zu sein? Ich weiß nicht, wieviel Tausende von Menschen bei Bauer beschäftigt sind. Ich plädiere dafür, eine differenzierte Sichtweise zu haben.

**Kaiser**

Das hat mich ja gewundert, Yvonne Bauer ist ja auch bei Pro Quote vertreten mit einem Statement. Man muss wissen, dass der Bauer-Konzern zu den Konzernen gehört, auch unter ihrer Leitung, die am meisten ausgliedern, die untertariflich bezahlen, also da hat sich im positiven Sinne überhaupt nichts verändert. Ich möchte einfach dagegen plädieren, dass man automatisch sagt: Wenn eine Frau an der Spitze steht, dann ist alles in Ordnung und dann wird die Welt schöner. Das ist nicht unbedingt gesagt. Da sind so viele andere Mechanismen, die eine Rolle spielen und die eben genau diesen Automatismus verhindern. Und das ist kein positives Beispiel, muss ich sagen.

**Jakob**

Ich glaube, wir müssen ganz grundsätzlich von diesem Konkurrenzdenken wegkommen. Dass wir jetzt sagen, Männer nehmen uns die Position weg, die sind besser, die kommen durch Klüngel rein. Ich plädiere tatsächlich dafür, einfach zu machen. Ich habe es in meinem jetzigen Berufsleben, das noch nicht so lang ist wie von anderen Personen hier im Raum, noch nie so gesehen, dass Männer mir irgendwas weggenommen haben, irgendwelche Themen eher besetzt bekommen haben. Im Gegenteil, sie haben mich mehr gefördert als irgendwas – ohne diese patriarchale Hand, die Sie eben angesprochen haben. Aber ich glaube, es ist wichtig, wenn wir einfach versuchen, unser Bestes zu geben und tatsächlich das zu machen, was wir machen wollen. Egal – und wenn es das Kulturressort ist, dann machen wir das Kulturressort, wenn es das Wirtschaftsressort ist, dann ist es das halt. Ich glaube nicht, dass das sich noch lange hält, dass man noch lange durchhalten kann, dass diese Positionen dann mit Männern besetzt werden, wenn man wirklich einfach besser qualifiziert ist und mehr tut.

**Dr. Mäscher**

Also die bessere Qualifikation, die dann automatisch irgendwann dazu führt, dass auch die höheren Positionen angestrebt und erreicht werden?

**Jakob**

Ich glaube, es geht sehr, sehr viel über Qualifikation, über Praktika, über Vitamin B und da ist jeder selbst sein Herr, um das zu tun oder eben nicht.

**Kaiser**

Aber ich meine, die Frauen sind ja von vornherein, das sagen sämtliche Statistiken, besser qualifiziert und müssen es auch sein, um auf einen Posten zu kommen, den ein Mann auch mit einer minderen Qualifikation ohne weiteres einnimmt. Auch daran hat sich eigentlich sehr, sehr wenig geändert in letzter Zeit. Ich habe den Spruch „Außer Reden nichts gewesen“ ausdrücklich bezogen auf die Ressortfrage. Es hat sich unheimlich viel verändert im Journalismus, wer sollte das leugnen? Das ist völlig klar. Und auch im Umfeld. Dafür sprechen auch sämtliche Statistiken. Die Repräsentanz von Frauen ist wesentlich größer, sie ist mit den Jahren regelmäßig gewachsen, und zwar stetig. Das hatten wir ja eingangs schon gesagt. Man kann nicht behaupten, es hat sich nichts verändert, das wäre Quatsch. Aber wir müssen über die Zahlen hinaus denken und nicht nur eine steigende Repräsentativität der Frauen in den Medien haben wollen, sondern damit auch etwas bewirken wollen. Für mich ist die noch entscheidendere Frage – können wir damit Journalismus positiv verändern? Kriegen wir ein neues Klima? Kriegen wir eine neue Beziehung zum Publikum? Ändert sich das Bild der Frauen in den Medien? Das sind für mich

entscheidende Fragen, und bei aller Differenzierung kann ich in der Tendenz sagen: Da stagniert es eher.

### **Dr. Mäscher**

Was sind Ihre Erfahrungen mit dem Monitoring, das der Journalistinnenbund macht? Stellen Sie dort fest, dass es eine positive Entwicklung gibt?



### **Ernst**

Beim Monitoring merkt man: In dem Moment, in dem Positionen in der Innen- und Außenpolitik von mehr Frauen besetzt werden, werden Frauen sichtbarer. Das ist eindeutig. Und nachdem wir jetzt doch seit sehr langer Zeit eine Bundeskanzlerin haben, ist die Präsenz von Frauen auf den Innen- und Außenpolitikseiten deutlich zu sehen. Ich glaube, dass die andere Form des gendersensiblen Blicks auch langsam hervortritt. Vorgestern hatte die Süddeutsche auf Seite 3 eine wunderbare Lokalgeschichte über eine Bewerberin, ich glaube zum Bürgermeisteramt in einer ganz kleinen bayrischen Gemeinde. Ein phantastisches Beispiel,

wie man im Lokaljournalismus gegen den Strich arbeiten kann, mit einem gendersensiblen Blick. Das ist ein wunderbares Beispiel dafür, wie ich mit einer anderen Perspektive auch besseren Journalismus betreiben kann, mit dem anderen Blick auf Alltag und auf Politik.

### **Dr. Mäscher**

Gibt es denn bei Pro Quote über dieses Ziel 30 Prozent Führungspositionen etwas, was Ihr noch damit verbindet? Ein weitergehendes Ziel?

### **Jakob**

In den nächsten fünf Jahren ist tatsächlich die Quote erst mal das Ziel. Und das ist ja immer noch schwer zu erreichen, wie wir ja jetzt auch schon festgehalten haben. Das ist jetzt das Wichtigste, die 30 Prozent bis 2017.

### **Ernst**

Ich würde gerne dagegen wetten, aber das mache ich nicht, ich finde das super. Man soll das Ziel aufrechterhalten und wird dann sehen, was 2017 passiert. Ich wollte nur zu Ihnen, Frau Jakob, sagen: Es ist einer der größten Irrtümer von Frauen zu glauben, dass Leistung zählt.

### **Dr. Mäscher**

... und dass Leistung belohnt wird, das ist auch ein großer Denkfehler, glaube ich.

### **Ernst**

Frauen glauben häufig an beides: Dass Leistung zählt und dass sie belohnt wird. Sie – Frau Jakob – haben im zweiten Satz auch das Vitamin B erwähnt. Ich glaube auch nicht, dass das Geschlecht per se ein Vorwärts oder Rückwärts ist. Oft gelten wir als „fleißige Lieschen“, man ist fasziniert von der tollen qualitativen Arbeit von Frauen, beides ist aber auch gleichzeitig ein sehr großes Hindernis.

### **Marina Friedt (Publikum)**

Da muss man ganz deutlich differenzieren zwischen Fleiß und Leistung. Ich halte auch nichts von diesen Mädchen, die meinen, wir müssen nur fleißig sein und dann

wird das schon und fleißig wie die Biene sammeln. Das sage ich auch immer zu den jungen Frauen: Macht mal lieber ein bisschen weniger. Aber ich denke, Leistung wird schon belohnt, Leistung heißt ja auch, dass man das umsetzt, was gefordert wird. Und das kann man auch mit wenig Zeit und mit wenig Aufwand. Ich finde, da muss man differenzieren zwischen Fleiß und Leistung.

### **Kaiser**

Ich denke, dass Leistung in unserem Medienbetrieb noch sehr stark männerdominiert ist von der Definition her, auch wenn da inzwischen etwas aufbricht. Aber man sieht, dass Leistung im Prinzip immer noch heißt, möglichst rund um die Uhr verfügbar zu sein, möglichst als Letzter die Redaktion zu verlassen und als Erster da zu sein und auch an Wochenenden ansprechbar zu sein. Also dieser ganze Zeitfaktor spielt da eine Rolle. Das wird meines Erachtens immer noch männlich definiert. Das sind die ganz herkömmlichen Strukturen, die überdauern, und da haben es Frauen nach wie vor schwerer. Das ist ja auch ein Grund, weshalb viele Frauen die Vereinbarkeit von Familie und Beruf gerade im Journalismus nicht sehen. Für Männer sollte das eigentlich auch so sein, wenn sie eine Familie gründen, aber wir kennen ja die alten Strukturen in unserer Gesellschaft.



### **Dr. Mäsker**

Wobei meine Erfahrung zum Beispiel ist – was den Zeitfaktor angeht oder Fleiß und Leistung – dass die jungen Kolleginnen, die ich habe, die noch ihr Kind nachmittags um fünf abholen müssen, effizienter und schneller, aber genauso gut in der Qualität ihren Radiobeitrag fertig kriegen, während die Jungs nach dem Motto, ich habe ja noch ein bisschen Zeit, dann tatsächlich vor sich hinwerkeln und dann kommen sie doch nicht richtig in die Puschen. Während die Mädels nach dem Motto rangehen, wird Zeit, ich habe noch eine halbe Stunde, jetzt zack-zack, schnell daran, schnell davon, ohne dass es einen Qualitätsunterschied gibt, aber die Effizienz doch relativ hoch ist. In einer männerdominierten oder männergeleiteten Redaktion hat das wahrscheinlich noch niemand bemerkt, weil da immer mehr der Effekt ist, dass zum Beispiel der stellvertretende Fernsehchef in Kiel eher denkt: Naja, die Frauen sind ja nicht so viel verfügbar. Dann sage ich: Die kriegen einfach in der gleichen Zeit wie die Männer mehr geregelt. Und wenn man sich dann anguckt, wie viele Beiträge eine freie Fernsehkollegin dann tatsächlich gemacht hat, als sie das dann dem stellvertretenden Fernsehchef aufgezählt hat, hat er groß geguckt und gesagt: Das habe ich gar nicht gemerkt. Da macht sie viel Arbeit und macht gute Arbeit, und dann merkt er das nicht einmal.

### **Publikum**

Das ist die Steilvorlage für mich. Ein Argument zum Thema Leistung – gegen Leistung ist gar nichts zu sagen, Leistung ist super. Aber was wir Frauen oft nicht beherrschen und ich spreche da aus eigener Erfahrung, das ist, dass wir unsere Leistung eben auch entsprechend verkaufen. Uns entsprechend in Positur bringen nach innen und nach außen. Denn wir machen und machen, sind ganz stolz auf unsere Leistung und dann kommt der Abteilungsleiter oder wer auch immer und sagt: Meine Abteilung hat gemacht ... und man selber taucht überhaupt nicht auf. Und das zieht sich durch alle Strukturen, durch alle Betriebe. Es gibt wenige Frauen, die das gelernt haben. Und wenn man nach Amerika schaut an die Colleges, dann kriegen

die Studenten völlig unabhängig vom Geschlecht systematisch beigebracht, wie man sich selber verkauft, wie man eben mit solchen Fragen umgeht, mit dem Marketing und mit dem Selbstmarketing.

### **Dr. Mäsker**

Also Selbstmarketing nicht nur in Form von „Ich bin eine freie Journalistin und will mich jetzt an den Markt bringen“, sondern tatsächlich meine Leistung bei Festangestellten auch zu promoten?

### **Publikum**

In großen Konzernen ist das ja ein Riesen-Problem. Da wird mit richtig harten Bandagen gekämpft und mit Ellbogen.

### **Dr. Mäsker**

Norddeutsch sagen wir „puchen“. Ich muss mich auch selbst „puchen“, mich auch selbst loben, mich auch selbst in den Mittelpunkt stellen und darauf hinweisen. Die Jungs können das extrem gut. Natürlich ist das manchmal peinlich, aber leider funktioniert es.

### **Jakob**

Auch wenn ich mich jetzt hier unbeliebt mache, aber ich glaube, das ist keine Mann- und Frau-Frage mehr. Das ist einfach eine Typfrage, ob man das kann. Ich kenne viele Kolleginnen, auch in meinem direkten Bekanntenkreis, die sagen: Ich möchte so und so viel haben, ich arbeite so und so viel dafür und die das dann auch durchsetzen. Das passiert einem Mann genauso. Und wenn ich mich nicht traue, was in meinem Fall wahrscheinlich eher so sein könnte, dann ist das meine Schuld, und dann ist das nicht die Schuld, ob ich jetzt ein Mann oder eine Frau bin. Es ist tatsächlich abhängig davon, ob ich mir das zutraue.

### **Ernst**

Ich fände es wunderbar, wenn man ohne Geschlechtsdifferenz die Welt betrachten könnte. Sie machen das. Ihr Blick auf die Gesellschaft, ist absolut individualisiert. Dass es keine strukturelle Vorbedingung gibt, die dazu führt, dass 80/90 Prozent der Führungspositionen von Männern besetzt sind. Glauben Sie wirklich, dass es vor 15 oder 20 Jahren keine qualifizierten Frauen gegeben hat, die in Chefredakteurspositionen hätten kommen können?

### **Jakob**

Nein, aber ich glaube, das schließt sich auch nicht aus.

### **Ernst**

Aber wenn ich Ihren Gedanken aufgreife, dass es keine strukturelle Verankerung der Gender-Frage – Mann oder Frau – in unserer Gesellschaft gibt und rein alles vom Individuum und der Persönlichkeit abhängt, frage ich mich, woher soll der plötzliche Switch kommen? Woher soll es kommen, dass im Beruf, in den Medien die Differenz – männlich oder weiblich – plötzlich abgeschafft wäre?

### **Jakob**

Ich glaube, dass sich gesellschaftlich tatsächlich etwas geändert hat. Ich will jetzt nicht mit Alice Schwarzer argumentieren. Aber zum Beispiel ich als 26-jährige Frau bin heute in der Lage, das zu tun, was ich tatsächlich tun möchte. Und vielleicht war

man früher, ich kann das nur vermuten, in einem starreren Korsett und hatte nicht die Möglichkeiten durch die gesellschaftlichen, teilweise auch politischen Rahmenbedingungen, die geschaffen wurden.

### **Dr. Mäscher**

Die Erfahrung zeigt, dass viele junge Kolleginnen genau das Gleiche denken bis zu dem Zeitpunkt, wo sie ein Kind kriegen. In dem Vorgespräch, das ich mit Katalin Valeš geführt habe, da war es tatsächlich auch so, dass sie gesagt hat, in dem Moment wird ihr erst jetzt bewusst, was passiert. In der Außenwahrnehmung, auch in dem, was sie miteinander kombinieren muss, in Zeitmanagement, in Karriereplanung vielleicht auch. Das ist ein Punkt, wo dann ganz vielen erst bewusst wird, dass es eben tatsächlich eine Struktur gibt insgesamt, die zumindest hinderlich ist für Frauen an bestimmten Stellen. Dies gilt selbst im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, wo es mit Teilzeitangeboten, mit Frauenförderplänen vieles gibt, und trotzdem immer der Individualfaktor nur ein Teil dieses ganzen Systems ist. Der Individualfaktor, glaube ich, ist schon klar vorhanden. Aber ich denke, der strukturelle Faktor überwiegt. Und das ist das, wo Journalistinnenbund und auch DJV ja schon seit Jahren versuchen, Akzente zu setzen und mit ganz vielen Aktionen und Projekten an der Struktur etwas zu verändern.

### **Kaiser**

Da beißt sich quasi die Katze in den Schwanz, weil gerade die Medien auch die Aufgabe haben, als Vorreiter für solche gesellschaftlichen Entwicklungen da zu sein. Sie müssen gesellschaftliche Entwicklungen durch ihre Berichterstattung befördern und eben nicht behindern. Und deshalb ist es gerade so wichtig, dass wir auch auf die Struktur in den Medien selbst achten, die genau diese gesellschaftliche Funktion haben.

### **Publikum**

Ich finde, die Frauen müssen sich auch mehr trauen, sich mehr zutrauen. Das ist das Problem. Ich bin ins kalte Wasser geschmissen worden, ich habe seit eineinhalb Jahren die Redaktionsleitung von einer kleinen Lokalredaktion. Ich wollte das nie, es war nie mein Ziel. Für mich war immer nur Ziel, gute Sachen zu schreiben, fundiert zu recherchieren. Ich bin ins kalte Wasser geschmissen worden und habe dann gemerkt, dass man da wirklich Gestaltungsmöglichkeiten hat. Und dass auch die Chefredaktion, die männlich ist, das auch gerne annimmt und auch froh war und noch froh ist in den Lokalchefrunden, die es gibt, dass da Vorschläge kommen auch aus teilweise weiblicher Sicht und die auch gerne mit einbezieht. Ich denke, das kam bei mir dadurch, dass ich ins kalte Wasser geschmissen wurde und ich bin der Meinung, dass man sich als Frau da einfach mehr zutrauen muss.

Es ist natürlich sehr viel Organisation und sehr viel Verwaltung und Dienstpläne machen und solche Dinge, die jemandem, die Journalistin werden wollte, nicht unbedingt Spaß machen. Da wollten wir eigentlich was anderes tun. Aber es ist natürlich auch die Frage, wie man das gestaltet. Diese Gestaltungsmöglichkeit hat man ja in der Position. Ich bin gerade dabei, mich da reinzufinden, dass ich sage, ich schaffe mir den Freiraum, auch wieder was zu schreiben. Wenn es nicht möglich ist, hat man ja die Möglichkeit, die Themen, bei denen einem wichtig ist, dass sie aus einer Frauensicht bearbeitet werden, von einer Kollegin schreiben zu lassen.

### **Dr. Mäscher**

Dann macht es aber auch wieder Spaß, oder?

**Publikum**

Dann macht es auch wieder Spaß, aber das ist ein Prozess, in den man erst reinwachsen muss. Organisieren und verwalten ist eigentlich nicht das, was wir wollen, wenn wir den Beruf der Journalistin ergreifen.

**Ernst**

Aber das ist ein wichtiger Punkt, weil eine hierarchische Position bedeutet: Verwalten, organisieren, verwalten, organisieren – dafür wurden die wenigsten Kolleginnen Journalistinnen. Ich kann nur sagen: Macht es einfach trotzdem!

**Publikum**

Man kann ja den Verwaltungs- und Organisationsaufwand ein Stück weit abgeben.

**Monika Lungmus (Publikum)**

Ich wollte noch einmal darauf eingehen, Frau Jakob, Sie haben das ja eben ein bisschen runtergespielt. Sie haben gesagt, es sind heute nicht mehr so sehr die strukturellen Fragen – so habe ich es gedeutet – sondern es ist mehr der individuelle Faktor. Da habe ich mich gefragt: Warum stellen Sie denn dann eigentlich die Forderung nach der 30-Prozent-Quote?

**Jakob**

Weil ich glaube, dass man diese Struktur braucht, um mehr zu erreichen, um auch auf Frauen aufmerksam zu machen. Ich will das gar nicht so runterspielen mit der individualisierten Sache und dass es jetzt anders ist als vor zehn, 20, 25 Jahren. Ich glaube, wie die Kollegin eben auch gesagt hat, wir brauchen einfach mehr Mut und mehr Möglichkeiten.

**Monika Felsing (Publikum)**

Ich finde, da vermischen sich so viele Sachen. Zum einen ist das Thema Qualität der Zeitung oder des Rundfunks und des Fernsehens nicht dasselbe wie zu sagen: Ich will, dass mindestens die Hälfte Frauen sind, wenn die eh in dem Bereich arbeiten. Das sind zwei unterschiedliche Dinge und das vermischen wir auf eine Weise, als wären wir wieder diejenigen, die die Welt retten müssen. Das müssen wir nicht. Und es gibt auch Frauen, die sind rabenschlecht in Führungspositionen, es gibt welche, die sind gut. Ich bin ja eher für niedrigschwellige Geschichte und flache Hierarchien. Ich habe das erlebt. Wir haben wir diese Aufgaben untereinander verteilt, es war

super. Inzwischen sind wieder Hierarchien eingezogen und da ist eine Frau, die macht gar nichts und das ist für uns ein Problem, an dem Du nicht vorbeikommst, ohne sie zu demontieren. Aber wir reden hier so, als wäre das alles wieder Selbstverwirklichung. Ist es auch nicht. Ich habe in der letzten Woche eine Kollegin getroffen in Hessen, die hat über ein Projekt geschrieben, das wir gemacht haben, und ich habe sie gefragt: Was kriegt ihr denn so? Ich sagte, bei uns zahlen sie 26 Cent für die Studentin, 40 Cent in den Stadtteilausgaben für die hauptberuflich Tätigen. Von 26 Cent träumt die Frau. Und sie sagt, sie muss davon zwei Kinder ernähren und fährt mit ihrem Auto, macht ein Foto, schreibt 80 Zeilen. Da frage ich mich schon: Wo leben wir? Und wenn wir an diesem Wochenende Tarifverhandlungen haben, dann müssen wir auch dafür eintreten, dass dieser Beruf etwas Zukunftsfähiges ist, von dem ein Mensch leben kann und von dem auch eine Wirkung ausgeht. Und ich finde, da reden wir tatsächlich ein bisschen zu viel l'art-pour-l'art. Ich mag die französische Sprache, aber in dem Fall sind wir, finde ich, zu abgehoben. Da müssen wir wirklich gucken, wie sind die Arbeitsbedingungen? Da geht es nicht nur darum, was ich will oder ob jemand die Hand über mich hält. Das ist einfach auch keine individuelle Frage mehr. Da vermischen sich die Dinge für mich.

### **Dr. Mäscher**

Das geht ein bisschen in die Richtung, wie Ulrike Kaiser gesagt hat, dass bei Yvonne Bauer im Verlag sich dann eben auch nicht etwas zum Positiven verändert, was die Gehaltsstrukturen angeht, die Finanzierung. Aber das ist ja ein anderes Problem: Welche Erwartungen haben wir denn an die Frauen in Führungspositionen? Selbst bei uns im Hörfunk, als wir eine neue Hörfunkchefin bekommen haben, war es schon sehr seltsam auch im Kollegenkreis zu hören – von den Frauen wie von den Männern – welche Erwartungen sie plötzlich an diese Frau an der Spitze haben. Als wenn es etwas anderes wäre als ein Mann, der eine Position besetzt. Erst einmal muss die anders funktionieren. Sie muss offenbar auch anders führen, um als Frau in dieser Führungsposition anerkannt zu werden. Wo kommt das denn her und gibt es da etwas, womit wir vielleicht dagegen halten können?

### **Ernst**

Es gibt natürlich das Recht jeder Frau auf Mittelmäßigkeit und Versagen, auf schlechtes Agieren und Misserfolg. Wir haben viele Beispiele dafür, dass Frauen auch in Führungspositionen unglaublich viele Fehler machen, ebenso viele Fehler wie sie auch Männer machen. Emanzipation wäre eben dann erreicht, wenn wir uns das gleiche Maß an Durchschnittlichkeit erlauben dürften wie die Kerle.

### **Kaiser**

Das wollen wir ja nicht.

### **Ernst**

Doch, ich will das! Ich will, dass es endlich aufhört, dass man Frauen permanent höhere Standards auferlegt. Ich würde mir wünschen, dass wir genauso grau, unkreativ, uninspiriert und durchschnittlich sein dürfen wie die große Masse des mittleren männlichen Managements.

### **Kaiser**

Armer Journalismus! Ich verstehe den Grundansatz, klar. Aber ich halte das für ein ganz typisches Phänomen. Wir haben keine offene Diskriminierung mehr im Journalismus wie früher. Ganz früher, als ich anfing – 1970 – da war noch die

wirklich brennende Frage, ob Frauen überhaupt Nachrichten präsentieren dürfen, weil die Nachrichten damit abgewertet würden und Frauen sowieso zu emotional seien. Das ist damals diskutiert worden. Solche offene Diskriminierung haben wir nicht mehr. Bei uns ist das alles viel subtiler geworden. Und eine Form dieser subtilen Diskriminierung ist einfach, dass Frauen in Führungspositionen mit völlig anderen Maßstäben gemessen werden als Männer. Eben auch, weil sie noch einen gewissen Seltenheitswert haben. Da guckt jeder drauf: Na, macht sie es jetzt wirklich anders? Das wollen wir doch mal sehen. Eine andere Form von Diskriminierung ist, dass es grundsätzlich ganz anders bewertet wird, wenn Frauen Fehler machen, als bei Männern. Wenn die Jungs Fehler machen, ist das eh normal. Aber wenn eine Frau einen Fehler macht, da wird nachgehakt. Das wird sofort auch ein Stück weit skandalisiert.

### **Ernst**

Es wird auf das Geschlecht – das Frau-Sein – zurückgeführt. Auch jeder Mann hat das Recht, Fehler zu machen. Darum geht es ja gar nicht. Aber es wird nicht seinem Geschlecht zugeordnet. Darum ist das Denken in der Differenz sehr entscheidend. Die Führungsqualifikation einer Frau wird dann, wenn Fehler passieren oder auch mittelmäßiges oder unkreatives Management stattfindet, auf ihr Weiblich-Sein bezogen. Das macht man bei Männern nicht, dass man Fehler auf Ihr Mannsein zurückführt.

### **Dr. Mäsker**

Aber es ist schon so, glaube ich, dass die Frauen, die in Führungspositionen sind, die ein Team oder eine Redaktion leiten, schon auch merken, dass ihre Arbeit auch ganz kritisch beobachtet wird. Dass höhere Maßstäbe angelegt werden, dass wahrscheinlich nicht nur die Chefredaktion darauf guckt, was macht die junge Kollegin da jetzt in ihrer Lokalredaktion, wie agiert sie da, wie erfolgreich ist sie? Das ist etwas, das macht es ein bisschen unbequem. Sich hinzusetzen und zu sagen: Ich schreibe dann lieber meine Geschichten weiter und bin ganz kreativ und werde dafür dann bezahlt und entlohnt oder vielleicht sogar belohnt, ist natürlich auch ein Moment, da können wir es uns auch ein bisschen bequemer machen. Dann kommen wir mit unseren individuellen Schwächen vielleicht auch nicht ganz so offen daher. Ist das auch so ein Punkt, der vielleicht Frauen davon abhält?

### **Ernst**

Nein, ich glaube, es ist wirklich so, dass die Motivation des Arbeitens bei Frauen anders ist. Die Kollegin hat das eben gut geschildert. Führungs- und Leitungsaufgaben sind einfach inhaltlich weniger erfüllend, das ist so. Einteilen von Workflows, Personal, Konferenzen etc., diese ganzen unzähligen Dinge, die den Alltag in einer Leitungs- und Führungsaufgabe bestimmen – und nicht nur Gestaltungsmacht sind. Es ist tatsächlich so, dass das für viele Frauen nicht so interessant ist. Aber man kann nur Mut machen, weil auf der anderen Seite dieses negativen Gefühls, was mache ich denn da eigentlich für einen Administrationswahnsinn, steht die Einflussmöglichkeit. Und zu der sollte man immer, immer sagen: Ja, macht es!

### **Kaiser**

Man kann auch Administration verändern.

**Gisela Goblirsch (Publikum)**

Dazu nur die Idee: Das Leiten, die ganze Administration usw. gefällt einem Mann genauso wenig wie einer Frau. Der Unterschied ist nur, der Mann sagt: Ich mache hier Scheiß-Arbeit und dafür lasse ich mich aber wenigstens ordentlich bezahlen! Das ist der Unterschied!

**Dr. Mäscher**

Frau Jakob, wenn Sie jetzt mal gucken, wo Sie in zehn Jahren beruflich stehen wollen, welche Perspektive haben Sie da für sich?

**Jakob**

Ich glaube, ich möchte genau das machen, was ich jetzt mache. Ich arbeite fest, frei zwei bis drei Tage die Woche bei der Wirtschaftswoche-Online, das möchte ich über kurz oder lang weiter machen, aber auch mehr noch eigene Stücke. Ich möchte in der nächsten Zeit nicht in eine Führungsposition. Ich finde, wenn Frauen das wirklich wollen, dass sie das können sollen. Aber für meine persönliche Perspektive ist das erst mal kein Ziel.

**Dr. Mäscher**

Können Sie davon gut leben?

**Jakob**

Ja!

**Dr. Mäscher**

Und haben Sie auch die Perspektive, dass Sie sagen, Sie bauen sich ein Profil auf, dass Sie dann vielleicht auch in zehn Jahren gut davon leben können?

**Jakob**

Ja!

**Publikum**

Ich möchte noch einmal in ein Wespennest stechen. Und zwar möchte ich mich über die Frauen oder über uns Frauen beschweren. Ich habe das in ganz vielen Positionen gemerkt, zum Beispiel bei einer Wahlveranstaltung. Zum Schluss standen zwei Frauen und ein Mann zur Debatte. Wenn die Frauen sich geeinigt hätten, dass eine von beiden zurücktritt, um der anderen den Durchbruch zu verschaffen, dann hätte der Mann keine Chance gehabt. Aber die Solidarität entwickelten die Frauen nicht. Der Mann kriegte die Position. Und was Sie vorhin sagten von dem Kofferträger, den ein erfolgreicher Mann immer an seiner Seite hat, das habe ich so bei Frauen noch nie bemerkt. Und auch wenn eine Frau in einer Führungsposition ist, dann sind es nicht nur die Männer, die von ihr Besonderes und Anderes verlangen, sondern wie ich das oft gemerkt habe vorrangig auch die anderen Frauen. Die sagen dann: Wie sieht sie aus, was kann die denn und ist sie denn groß genug, ist sie denn schlank genug? Das ist das, wo wir Frauen an uns arbeiten müssen.

**Dr. Mäscher**

Ist sie denn tough genug? Das ist etwas, was mir von einer Kollegin als Frage mal entgegengehalten wurde. Ob es denn nicht besser wäre, wenn ich dann doch vielleicht das Team wieder siezen würde, um mehr Autorität zu haben.

## **Publikum**

Ich hatte zum Glück, da ich aus der ehemaligen DDR bin, in meinen jungen Jahren, wo ich auch Führungspositionen inne hatte, kein Problem damit, Familie, Kind und Arbeit unter einen Hut zu bringen. Zumal ich auch einen Mann hatte, der dafür sehr viel Verständnis hatte. Es wundert mich richtig, wenn ich jetzt sehe, dass das nach so vielen Jahren noch immer so ein Problem ist, Kind, Familie, Beruf zu verknüpfen. Ich denke, wir Frauen müssen da untereinander ein bisschen solidarischer werden.

## **Dr. Mäsker**

Da stellt sich ja auch die Frage, die wir gestern angesprochen haben. Ich glaube, Katalin Valeš nannte es das Klettergerüst. Es gibt das Klettergerüst und es gibt die Karriereleiter. Es gibt ganz viele Netzwerke. Frauen sind glaube ich wunderbar darin, Netzwerke zu knüpfen. Aber es gibt auch die Seilschaft. Die Seilschaft heißt, ähnlich wie die Karriereleiter, schön Schritt für Schritt jemanden nach oben ziehen. Ob es nun der Kofferträger ist oder jedenfalls zumindest einer, der mich in meiner Funktion nicht in Frage stellt, der absolut loyal ist. Der sägt vielleicht auf eine andere Art und Weise an meinem Stuhl oder will mein Nachfolger werden, aber er stellt mich nicht so in Frage, wie Frauen sich untereinander in Frage stellen. Die Männerloyalität gerade zu jemandem, der nach oben kommt, ist glaube ich eine andere. Manche sagen, Frauen ziehen Frauen nach und andere sagen: Nein, das passiert gerade nicht. Wie ist Eure Erfahrung damit?

## **Ernst**

Ich glaube, das ist wirklich ein Punkt, an dem wir arbeiten müssen. Es ist tatsächlich nicht so, dass Frauen generell Frauen nachziehen. Es gibt nicht diese grundsätzliche Haltung vom gegenseitig Befördern, sich gegenseitig unterstützen, sich gegenseitig belobigen. Da können wir sehr viel von unseren männlichen Kollegen lernen. Wir haben als Frauen das so genannte Champignon-Prinzip. Das bedeutet, in dem Moment, in dem eine von uns – ein Pilzlein – den Kopf höher rausstreckt, wird sofort wieder der Kopf gecuttet. Das heißt, wir erzeugen untereinander sehr gerne eine unheimliche, gespenstische Gleichheit und hauen drauf in dem Moment, wo ein Kopf von einer Kollegin hochkommt. Belobigen heißt eben nicht nur, ich lerne mich selber, meine eigenen Werte, das was ich an guter Arbeit leiste in den Vordergrund zu stellen, sondern auch bewusst mit Kolleginnen dafür zu sorgen, dass gute Leistungen gespiegelt werden. Es ist immer besser, wenn jemand anderer sagt: Das war ein super Artikel. Wenn wir in einer Redaktionskonferenz bewusst darauf achten, dass man die Arbeit einer Kollegin belobigt und sagt: Dein Beitrag letzte Woche war großartig, Dein Kommentar – was auch immer – war super aus den und den Gründen. Dieses ganz bewusste Aufeinander-achten und Einander-gegenseitig-belobigen, da kann man unglaublich viel lernen, vor allem an Solidarität. Alle die über 40, 45 sind, sollten sich bewusst junge Kolleginnen suchen, die wir fördern wollen, denen wir einen Platz geben, die wir mitnehmen in wichtige Treffen – die wir nachziehen. Jede kann selber sehr viel dazu beitragen. Wir müssen die jungen Journalistinnen auf die Sättel raufziehen und weitaus toleranter werden damit, dass Frauen den Kopf aus der Masse rausstrecken.

## **Kaiser**

Das sehe ich genauso und kann es voll unterstreichen. Das Problem ist, dass wir als Frauen so hohe Ansprüche an uns selber haben und das übertragen wir teilweise auf andere. Das macht es manchmal dann untereinander etwas schwierig, das ist richtig.

**Jakob**

Ich würde dem auch zustimmen, würde aber noch einmal gerne auf den Punkt der Seilschaften bzw. Netzwerke eingehen. Ich glaube nämlich tatsächlich, dass die Frauennetzwerke weniger wirksam sind, weil sie noch nicht diese verankerten Strukturen haben wie die Männerbünde, die gewachsen sind. Ich habe auch die Erfahrung gemacht, dass man sich zwar gegenseitig hilft, aber das nicht so laut rausposaunt, dass diese Netzwerke irgendwie mehr Wirksamkeit entfalten. Man hat sich verbunden, es ist alles ganz toll, man hat ganz große Pläne, aber am Ende passiert nichts.

**Dr. Mäscher**

Ein Netzwerk kann einen ja auffangen, wenn ich falle, das ist wunderbar. Aber ein Netzwerk bringt mich nicht nach oben. Es ist nichts, was mich pusht.

**Ernst**

Ich finde das ein super Bild, das eine ist das Netzwerk und das andere das Klettergerüst. Den Begriff finde ich sehr gut, weil man davon wirklich lernen kann.

**Jakob**

Ich glaube auch das Klettergerüst funktioniert nicht. Es war glaube ich eine Kletterwand. Eine Kletterwand funktioniert besser, weil da auch Umwege drin sind. An einem Klettergerüst versucht man ja immer nach oben zu kommen.

**Dr. Mäscher**

An einer Kletterwand doch auch – abgesehen davon, dass ich mich da nicht rauftrauen würde. Aber das Ziel ist doch auch an einer Kletterwand, nach oben zu kommen, oder?

**Jakob**

Wenn man klettert oder boldert, kann man bestimmte Wege klettern oder man kann auch den vorgegebenen farbigen Weg verlassen.

**Publikum**

Ich greife die Kletterwand und die Leiter noch mal auf. Wenn wir sehen, dass auf der Leiter ganz oben und auf dem Klettergerüst oben ganz viele Frauen sitzen, dann weiß ich auch, dass ich es auch schaffen kann. Deshalb greife ich auch diesen Punkt noch mal auf von schlechten Beispielen von Frauen in den Konzernspitzen. Das würde mich jetzt zunächst mal gar nicht abschrecken. Ich finde ganz wichtig, dass man sich überhaupt selber vor Augen führt: Wo überall sitzen denn Frauen an der Spitze, ohne deren Arbeit erst mal zu bewerten. Einfach um zu sehen, es ist möglich. Und was ich nachher mache, wenn ich es tatsächlich mal in die Richtung schaffe, das ist ja dann meine Sache. Ich bin vor Jahren mal gefragt worden, was denn eigentlich mein Vorbild ist. Da sind mir ganz viele Männer eingefallen, aber nicht eine einzige Frau. Und wenn ich heute einen Künstler reden höre und der sagt, ich will werden wie Picasso, prima, oder ich will werden wie Obama, prima. Werde ich gefragt, wen suche ich mir denn als Frau, habe ich ein Problem. Denn es gibt zwar ein paar, aber so will ich nicht werden. Und die anderen kenne ich nicht.

**Dr. Mäscher**

Manche Mädchen würden tatsächlich gerne Kanzlerin werden. Ob sie so werden würden wie Angie, ist dann eine andere Frage.

**Ernst**

Das ist doch das Schöne, dass es angeblich jetzt schon Mädchen oder Jungs gibt, die fragen: Kann ein Mann denn überhaupt Kanzler werden? Nachdem wir schon so lange eine Kanzlerin haben.

**Dr. Mäscher**

Wenn wir dahin kommen, dass Jungs fragen, ob sie jemals Chefredakteur werden können, weil da überall die Frauen sitzen, dann kommen wir wieder auf die Männerquote, die im Moment ja im Printbereich bei 97 Prozent liegt.

**Publikum**

Ich würde jetzt gerne noch einen Punkt ansprechen, der von Frau Kaiser mal gefallen ist, und zwar ist es die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Um da noch mal auf den Leistungspunkt zu sprechen zu kommen. Ich bin freie Journalistin aus Köln und ich war eigentlich auch idealistisch eingestellt und habe gedacht, ich möchte genau das machen: recherchieren, Geschichten schreiben und ich kann schon von dem Honorar irgendwie leben. Und dann ist der Punkt eingetreten, ich bin schwanger geworden, habe ein Kind bekommen und es hat sich alles total geändert. Ich bin quasi an der Kletterwand unterwegs gewesen und habe einen schweren Rucksack aufbekommen. Der ist wunderschön und ganz toll, aber er ändert die Richtung. Die Anforderung an meine eigene Leistung ist die gleiche geblieben, aber ich kann sie nicht mehr so realisieren wie vorher, weil einfach da das Kind ist. Da komme ich jetzt in einen Konflikt mit Zeitmanagement, mit Emotionalen, was ich vorher gar nicht so gewusst hatte. Ich hatte gedacht, mein Mann kann das auch machen, der würde das auch. Aber das will ich jetzt gar nicht. Und da glaube ich sind dann wiederum die Strukturen gefragt, die wir aufbrechen müssen und ändern müssen. Da ist auch Verständnis von Frauen gegenüber Frauen ganz wichtig. Also Solidarität in dem Sinne, dass man eben auch dieses Familienmodell mittragen möchte und mittragen kann. Ich glaube, an den Strukturen muss noch ganz viel passieren.

**Dr. Mäscher**

Zumindest wenn dann die nächste Familienphase kommt, nämlich die Betreuung der eigenen Eltern. In dieser Phase sind ja jetzt auch einige von uns. Da kommt dann der nächste Punkt.

**Katalin Valeš (Publikum)**

Ich habe zwar gestern schon so viel erzählt, aber jetzt wurde ich so oft zitiert. Dieses Klettergerüst war tatsächlich ein Klettergerüst. Es ist so spannend als Idee und Haltung, weil es die Perspektive ändert. Es heißt nicht, es muss nur geradeaus gehen und nur einer hat Platz, einer nach dem anderen. Es gibt ja ganz viele Klettergerüste – mit Rutschen, mit Ebenen, mit mehreren Dimensionen. Es muss nicht nur einer der Chef sein. Man kann sich Chefpositionen teilen oder man kann auch mal eine Zeitlang unten stehen. Man muss nicht immer nur nach oben streben. Und als ich das gehört habe auf der Podiumsdiskussion „Arbeitsmarkt Medien und Kultur“, das war im Januar – das Bild stammt ja nicht von mir – da bin ich ganz beglückt nach Hause gefahren. Ich habe gedacht: Das ist das Bild, das ich mir jetzt mitnehme, was mich ein bisschen entlastet von diesem Rucksack. Ich muss nämlich nicht jetzt mit diesem Rucksack nach oben, ich kann mich erst mal hinsetzen – da gibt es vielleicht eine Sitzebene – aber das heißt nicht, dass ich raus bin. Ich bin trotzdem sichtbar. Man sieht ja von verschiedenen Perspektiven. Und deswegen

auch nicht die Wand, sondern das Gerüst, wo man auch einfach ganz frei sein kann. Das ist eine ganz neue Dimension und das schließt auch die Männer ein. Die Männer, die auch nicht nur die Ernährer sein müssen, sondern auch in die Familienarbeit eingebunden werden sollen und können. Die Realität sieht dann wieder anders aus und deshalb muss Chancengleichheit auch bei den Männern ansetzen. Es kann ja nur Chancengleichheit geben, wenn die Männer im Haushalt genauso helfen und auch die Kinderbetreuung genauso verstehen. Dann kommen da noch die Gefühle dazu. Man ist plötzlich damit konfrontiert, dass man auch auf einmal eine Pause möchte, was man vorher nie gedacht hat. Und auf einmal hat man das Kind und man denkt sich: Doch, weil es ist so wunderschön. Da würde ich einfach dieses Klettergerüst mit als Bild auf den Weg geben, weil man so viele Möglichkeiten damit hat. Das ist keine Einbahnstraße. Irgendwann kommt die Zeit wieder und man kann dann wieder hochgehen. Das bedeutet aber auch, dass die Führungskräfte das auch begreifen müssen. Und da gucke ich Sie jetzt an in Ihren Redaktionen, Frau Ernst, Sie müssen das dann auch so umsetzen. Und ich weiß, in Ihrer Redaktion gehen auch Männer in Teilzeit. Das finde ich ganz wunderbar, dass man als Frau die Männer nicht als Weicheier bezeichnet, die das machen. Es gibt jetzt eine ganz neue Studie, dass die Hausarbeit zum Großteil von Frauen erledigt wird immer noch und zwar je höher sie in der Hierarchie sind und je berufstätiger sie sind, weil sie sich beweisen wollen, dass sie trotzdem noch eine gute Hausfrau sein können. Und da muss man sich wieder am eigenen Schlawittchen packen. Deswegen das Klettergerüst.

### **Kaiser**

Ich denke das auch, weil es nicht alleine nur für die berufliche Planung ein schönes Beispiel ist, sondern auch für Lebensplanung insgesamt. Und dass es Querstreben gibt, die man wahrnehmen kann und dass man auch mal – wie Sie gerade sagten – pausieren kann, dass man mal etwas völlig anderes machen kann. Das finde ich sehr gut in dem Bild verwirklicht.

### **Dr. Mäsker**

Ich finde es auch schön, wenn es einfach mal andere Perspektiven gibt oder flexibel nicht nur heißt: Ich bin flexibel in Teilzeit, sondern ich bin flexibel auch in dem, was ich überhaupt mache. Vielleicht bin ich jetzt zum Beispiel mal eine Zeitlang engagierter im Ehrenamt, dann aber wieder mal eine Zeitlang ohne Ehrenamt und konzentriere mich verstärkt auf meinen Beruf. All diese Dinge stehen uns ja offen. Ist so die Perspektive, dass sich die Gesellschaft insgesamt so ändert, dass es eine größere Selbstverständlichkeit bekommt? Ist das eine realistische Perspektive?

### **Ernst**

Das war noch mal ein guter Impuls mit der Teilzeit. Ich bin für die gesetzlichen Vorgaben, weil der gute Wille nicht reicht. Der gesetzliche Druck ist wichtig. Und das, was jetzt gerade als Halbsatz gefallen ist, nämlich die Möglichkeit, dass auch die Väter Teilzeit machen können, wäre nicht möglich, wenn es nicht vom Gesetzgeber geregelt worden wäre. Petitionen und permanentes Appellieren nützen uns nichts, wenn wir nicht auch gesetzliche Grundlagen haben.

### **Jutta Nieswand (Publikum)**

Ich finde das ganz klasse mit diesen wunderbaren Bildern, die wir da alle haben. Aber aus eigener Erfahrung weiß ich, wenn Familienzeit ansteht und man eben nicht so flexibel agieren kann, ist man ganz schnell auch ziemlich weit draußen. Dann ist

die Frage, wie man überhaupt mal wieder in irgendwas reinkommt, dass man sich wieder weiterentwickeln kann. Ich habe genau diese Erfahrung gemacht: Ich war super-flexibel und konnte alle möglichen Redaktionsdienste machen, von früh bis spät. Geht nicht mehr. Man hat mir angeboten, als ich mein Kind frisch hatte, ich könnte ja Frühdienste machen. Das ging aber in meiner familiären Situation nicht. Man liest eben dann doch nicht mehr so viel, man ist nicht mehr so up-to-date, wie man das gerne wäre, wie man das früher vielleicht auch war. Und dann sitzt man dann irgendwann in einer Situation und sieht die anderen an einem vorbeiziehen. Und das sind die jungen Männer, die oft dann noch jünger sind als man selbst. Und da ist diese Plateauphase wunderschön beschrieben – aber wie kommt man wieder da rein, dass man wieder auf diese Leiter geht. Das sagt einem nämlich keiner. Da gibt es auch keine Förderung oder sonstige Geschichten. Das ist etwas, was man bei den ganzen Diskussionen nicht außer Acht lassen darf – bei allen wunderbaren Bildern, die wir hier produzieren.



### **Kaiser**

Das ist die Frage, wie gesellschaftliche Arbeit generell verteilt ist. Ich denke, dass wir da gerade als Journalistinnen eine große Verantwortung haben, in unseren Medien immer wieder zu thematisieren, dass die Lasten ungerecht und eben nicht familienfreundlich verteilt sind. Da können die Leute noch so lange drüber reden, dass wir unbedingt mehr Kinder haben müssen. Solange das Problem nicht gelöst ist, wird das mit noch so vielen Fördergeldern nicht passieren. Deshalb ist es mir ja gerade so wichtig, dass im Journalismus wenigstens die

Verhältnisse einigermaßen stimmen. Dafür setzen wir uns als Gewerkschaften ein, bei allen Rückschlägen, die wir da erleben. Deshalb brauchen wir auch die Solidarität untereinander und brauchen auch das Engagement untereinander. Wenn es bei uns nicht klappt im Medienbereich, die wir eigentlich an der Spitze der Bewegung stehen müssten – wie sollen wir denn das implementieren in die Gesellschaft rein, was nützlich ist für die Gesellschaft?

### **Publikum**

In dem Punkt finde ich es auch total wichtig, unsere Verantwortung wahrzunehmen, als Frauen die Männer mit ins Boot zu holen. Dass die Männer den Frauen auch ermöglichen, dass sie selbst das Klettergerüst nehmen und die Frauen die Leiter. Auch der Gesetzgeber ist gefordert, dafür zu sorgen, dass Frauen und Männer vielleicht einen Kündigungsschutz bekommen in dem Moment, in dem sie Elternzeit nehmen, und damit die Sicherheit haben, den Arbeitsplatz behalten zu können. Ich finde das mit dem Klettergerüst nämlich auch eine sehr schöne Vorstellung. Ich frage mich nur manchmal: Sind die Rahmenbedingungen da auch schon so weit, dass man nicht irgendwann runterfällt?

### **Dr. Mäsker**

Vor allem natürlich die Rahmenbedingungen mit dem Blick auf das, was ich für meinen Lebensunterhalt brauche. Wenn ich zum Teil raus bin aus der Redaktion, in vielen Sachen nicht mehr präsent bin, auch vielleicht bei Sitzungen nicht mehr dabei sein kann, in dem Moment kann ich so gut arbeiten wie ich will – ich komme da nicht mehr mit. Dann stellt sich natürlich wirklich irgendwann die Existenzfrage.

**Kaiser**

Wenn das Klettergerüst rostig ist, dann können wir uns Verletzungen zuziehen. Das ist klar.

**Felsing (Publikum)**

Ich wollte noch etwas zur Vorbildfunktion sagen. Dass uns keine Frauen einfallen, das hat ja Methode. Sie sind ja auch immer systematisch vergessen worden. Die Frauen, die in Europa in den letzten 100 Jahren Journalismus gemacht haben, spielen ja in der öffentlichen Wahrnehmung kaum eine Rolle. Wir können aber nur die Quellen nutzen, die wir haben, und wir sind Journalistinnen und wir können auch Biografien lesen, nehme ich an. Es gibt wirklich ganz tolle Frauen und es macht richtig Spaß, wenn man entdeckt, dass man da welche an seiner Seite hat, wo man sagt: Aus genau denselben Gründen mache ich das. So wie die werde ich wahrscheinlich nie, aber das ist so toll, dass es diese Frauen gegeben hat und dass es sie immer noch gibt. Ich brauche jetzt nicht die aktuellen anzusprechen und wir müssen uns auch nicht zur Märtyrerin machen. Ich habe Anna Politkowskaja sehr geschätzt, aber soweit würde ich mich nie trauen zu gehen. Aber es gibt diese Frauen. Und wir haben die Verpflichtung, an diese Frauen zu erinnern. Ich habe mich bei den Frauen in den Redaktionen immer sehr gut aufgehoben gefühlt. Weil ich das Glück hatte, mit Frauen zu arbeiten, die mich unter ihre Fittiche nehmen wollten, weil ich noch so jung war und sie schon 30 Jahre älter. Und ich habe ihnen das immer gedankt. Aber es gibt diese Vergesslichkeit, dass man einfach nicht mehr weiß, wer einem wirklich geholfen hat. Haben Dir niemals Frauen geholfen? Letztes Mal saß auch jemand hier, die mal bei mir angefangen hat und auch nur männliche Mentoren wahrgenommen hat. Dass ich mir nachts Mails abgequält habe, um ihr klarzumachen, wo sie sich da manchmal rein verrannte, das ist vergessen. Gleichzeitig gibt es aber welche, die mich anrufen und sagen: Monika, ich habe den Job bei dpa. Und ich freue mich wie eine Schneekönigin, das ist toll! In einem Medienmagazin sollten junge Frauen sagen, wen sie als weibliche Vorbilder sehen. Da war ich auch dabei, ich fand das toll. Die haben inzwischen eine viel größere Karriere gemacht als ich. Aber sie wissen noch, wer am Anfang für sie da war. Und ich finde, das stärkt einen so. Da kann man sich wohlfühlen und sieht sich eben auch in einer Reihe, wie auch immer – horizontal, senkrecht, wie auch immer. Wir können uns auch hier alle hinlegen. Es ist jedenfalls eine Reihe. Man kann sich mit diesen Menschen wohlfühlen, mit denen man so viel gemein hat. Sie haben was für mich getan und ich möchte das auch weitergeben. Das ist etwas, was mich immer sehr bewegt hat und was ich hier noch mal sagen wollte. Es gibt auch was Positives, man muss es nur sehen und sich daran erinnern.

**Dr. Mäsker**

Marlies Hesse hat mir gestern Abend erzählt, dass einige auf sie zugekommen sind und sich bei ihr bedankt haben, die ja nun auch schon so viele Jahre junge Kolleginnen fördert und betreut und pusht. Marlies ist sicherlich auch so ein Role-Model und eine Vorbildfrau, die dafür sorgt, dass andere nach vorne kommen.

**Ernst**

Für den Journalistinnenbund kann ich das nur unterstützen. Es ist so unglaublich wichtig, sich der Geschichte und der Frauen, die vor uns waren, bewusst zu werden. Wir haben Ende Mai unsere Fachtagung, sie wird eine Weitererzählung dessen, was ihr jetzt hier diskutiert habt. Hedwig Dohm – die große Publizistin des 19. Jahrhunderts und der Marlies-Hesse-Nachwuchspreis sind Markenzeichen, es

verbinden sich Geschichte und Zukunft. Das ist die Fachtagung des Journalistinnenbundes Ende Mai – vom 23. bis 25. 5. Also herzlich willkommen hier in Köln.

### **Publikum**

Ich würde gerne noch mal kurz ein Beispiel geben. Ich arbeite bei einem Hauptstadtsatelliten eines großen südwestdeutschen Verlags, es ist nicht Springer. Ich kann nur sagen, was unsere Erfahrungen in der Redaktion sind: Frauen, die Kinder bekommen, kommen nicht auf ihre alte Stelle zurück. Da findet sich dann ganz schnell Ersatz. Da wird ihnen irgendwas angeboten in der Hoffnung, dass sie gehen. Ein Mann, der in Elternteilzeit geht, wird von der eigenen Chefin als Totalausfall betrachtet. Wird auch gegangen. Das liegt vielleicht daran, dass bei uns viele Führungskräfte kaputte Partnerschaften haben oder kaum jemand eine „normale“ Familie, wie man das von früher noch kennt. Es ist ein Problem, dass viel zu wenig darüber geschrieben wird. Manchmal geistert so etwas durch die sozialen Medien ganz kurz, aber Verlagshäuser glücken auch zusammen. Frauendiskriminierung ist ein ganz negatives Thema. Es finden sich kaum Journalisten, die darüber schreiben aus Angst, dass sie dann selber seltsam dastehen und auch nirgendwo wieder reinkommen. Und es fehlt auch an Gesprächspartnern, weil sich natürlich niemand mit dem Gesicht zeigen will. Und ich kenne ganz viele Kollegen, die sich einen Blog wünschen, in dem sie sich mal richtig auskotzen können. Was die Wirklichkeit ist, wenn man festangestellt ist und einem dann einfällt, man möchte eine Familie gründen. Das ist leider meine Erfahrung.

### **Friedt (Publikum)**

Das war mir jetzt zu negativ. Ich arbeite zum Glück als Freie seit 22 Jahren, habe einen wunderbaren 15-jährigen Sohn und kann nur alle jungen Frauen motivieren: Kriegt Kinder, davon habt ihr mehr als von irgendeinem Job, den ihr mal irgendwann gemacht habt und der euch glücklich gemacht hat. Ich wollte mit einem positiven Satzsatz vielleicht die Runde beenden, und zwar hat Marion Dönhoff gesagt: Die Welt ist so, wie Du sie siehst. Mir gibt das immer unheimlich viel Kraft, die Welt einfach positiv zu sehen, um auch positive Erfolge oder positive Rückmeldungen zu haben. Nicht immer dieses ganze negative Gejammer. Und auch noch ein Satz für die junge Kollegin hier mit dem Kind: Man braucht ein großes Netzwerk, um ein Kind zu erziehen. Das muss man nicht nur mit dem Mann teilen, sondern man braucht eine Familie. Auch wenn man sich um seine Eltern kümmert. Man braucht immer ein Netzwerk, man muss nicht immer alles alleine machen. Ich muss auch nicht alleine kochen, nicht alleine putzen. Man kann so viel im Team machen. Man muss ein bisschen abgeben und nicht immer so tun, als wenn ich das jetzt alles selber rücken könnte. Die Welt ist so, wie Du sie siehst. Sieh sie positiv!

### **Dr. Mäscher**

Es gibt natürlich immer das Strukturelle, das wir dann als Persönliches erleben. Meine Erfahrung ist nicht nur, die Welt ist so, wie Du sie siehst, sondern Du kannst sie schon auch ein Stückweit gestalten. In dem Moment, in dem ich die Personalverantwortung habe, kann ich natürlich meine Kolleginnen und Kollegen ermuntern, in Elternzeit zu gehen und das eben auch positiv besetzen. Das ist alles eine Frage des guten Willens, weil wir tatsächlich in den Redaktionen in der Regel flexibel genug sind. Wir müssen einen großen Zeitraum abdecken, gerade wenn wir Programm oder Zeitungen machen. Wichtig ist, jedenfalls würde ich das aus unserer Runde hier noch mitnehmen, dass wir da kreativ und gestalterisch und mit Freude

dabei bleiben. Und ich würde jetzt zum Schluss gerne an Euch drei auf dem Podium noch eine Frage loswerden: Rechnen wir mal wieder zehn Jahre weiter, der 15. Kongress FRAU MACHT MEDIEN, was ist Euer größter Wunsch, der bis dahin erfüllt sein soll?

### **Kaiser**

Ganz ehrlich? Dass es den Journalismus, so wie wir ihn kennen, noch gibt. Wenn ich sehe, wie inzwischen digitale Strategien bei Medienkonzernen laufen, dann können wir uns von da journalistisch kaum Unterstützung mehr erhoffen. Wir müssen uns auf eigene Beine stellen und müssen gucken, dass wir Alternativen dafür finden, wie Journalismus finanziert wird.

### **Jakob**

Ich hoffe auch, dass wir diese Diskussion dann nicht mehr brauchen, dass Frauen sich durchgesetzt haben, dass Frauen in höheren Positionen sind und dass wir einfach nicht mehr das Geschlecht sehen, sondern sagen können: Der Mensch macht gute Arbeit und er macht die Arbeit, weil er gut ist. Und weil er eine gute Leistung gebracht hat und nicht weil er ein Mann oder eine Frau ist.

### **Ernst**

Ich wünsche mir, dass in zehn Jahren im Film- und Fernsehproduktionsbereich 30 bis 40 Prozent Frauen Geschäftsführerinnen sind. Das fände ich wunderbar. Das wäre die eine Vision. Die andere ist, da schließe ich mich Ihnen an, die große Hoffnung, dass der Journalismus, so wie wir ihn als Qualität für uns definieren, in zehn Jahren erstens nicht mehr nur besteht, sondern gestärkt worden ist. Dass der Beruf in seiner hohen Qualifikation nicht nur erhalten ist, sondern sich verbreitet und vertieft hat.

### **Dr. Mäscher**

Das ist eine schöne Vision. Meine Vision ist, dass wir auch in zehn Jahren noch mit einer tollen Kolleginnenschaft, wie wir sie hier wieder hatten, mit dieser Vielfalt, mit den vielen Varianten in Lebensläufen und Biografien, in Können und Kompetenz zusammensitzen und auch in den positiven Begegnungen, die ich in diesen Tagen erlebt habe. Ich freue mich, ich hoffe, dass wir auch weiterhin gut zusammenarbeiten können, uns ergänzen als diejenigen, die für die Frauen im Journalismus eintreten.



## Pressestimmen



# DIGITALER AUFBRUCH

Bild: sah-photos/Sibonne Ahrend

Wie verändert sich der Berufsalltag in der digitalisierten Welt? Der 10. DJV-Kongress *Frau Macht Medien* diskutierte über die Chancen und Risiken.

von *Monika Lungmus*

**So viel Ehre ist selten.** Der Journalistinnenbund, bereits zum zehnten Mal vom DJV-Fachausschuss Chancengleichheit ausgerichtet, fiel in diesem Jahr genau mit dem Weltfrauentag zusammen – und Marlies Hesse, ehemalige Geschäftsführerin des Journalistinnenbunds, sowie Mechthild Mäscher, Vorsitzende des Fachausschusses Chancengleichheit, die beide seit dem Start von *Frau Macht Medien* keine einzige Veranstaltung verpasst haben, waren auch dieses Mal wieder dabei.

Für die mehr als 100 Teilnehmerinnen stand in diesem Jahr die digitale Welt im Mittelpunkt: *Journalistin 3.0 – Unsere Chancen im Medienalltag*. Denn Journalistinnen mischen in der IT-geprägten Medienwelt kräftig mit, überlassen den digitalen Raum nicht allein den Männern.

Ist das so? Oder laufen nicht auch im Netz ähnliche Mechanismen ab wie in den herkömmlichen Medien? Ulrike Kaiser, stellvertretende DJV-Bundvorsitzende, stellte gleich zu Beginn des Kongresses fest: „Wir twittern, bloggen und posten uns die Finger wund – aber das öffentliche Bild der digitalen Welt bestimmen andere. Ob es uns gefällt oder nicht: Die Alphatiere im Web 2.0 sind Männchen.“

Unter den 20 beliebtesten Blogs, so hat die Medienjournalistin recherchiert, sei „nur ein einziges Blog, das von Frauen initiiert wurde und gemacht wird“: *netzfrauen.org* steht auf Platz 6 der Hitliste. Ansonsten fällt die Präsenz von Bloggerinnen weniger auf. „Fünf Prozent Frauenanteil unter

den beliebtesten Blogmachern – das liegt knapp über der jahrzehntelangen, miesen Quote der Chefredakteurinnen von Tageszeitungen“, resümierte Ulrike Kaiser, die noch weitere Beispiele mitgebracht hatte, um etwa die bemerkenswert geringe Frauenquote bei journalistisch geprägten Lokalblogs anschaulich zu machen.

Woran liegt es? Darauf gab es in Köln keine eindeutige Antwort. In einem Workshop, der sich mit der digitalen Selbstvermarktung befasste, zeigte sich aber: Frauen agieren, was das Social Web betrifft, eher zurückhaltend – viele waren weder auf *Twitter* noch bei *Facebook* und betrieben weder eine eigene Website noch ein Blog. Das hat nicht immer mit Unwissen oder mangelnder IT-Affinität zu tun, sondern auch mit berechtigter Skepsis. Denn das Netz ist eine Datenkrake. Da bevorzugt manche Journalistin lieber den persönlichen Kontakt, um den eigenen Marktwert zu steigern, Aufträge zu akquirieren oder sich auszutauschen.

**Debatte über die Welt der Alphas**

Katrin Rönicke, Katalin Valeš und Heike Rost (v.l.n.r.) stellen sich den Fragen von Mechthild Mäsker.

Aus einer ganz anderen Perspektive schauen die Autorinnen Katalin Valeš und Katrin Rönicke auf die Digitalwelt. Zusammen mit der Fotografin Heike Rost nahmen sie an der Podiumsdiskussion teil. Valeš hat gerade ihr Journalistik-Studium in Dortmund beendet, wo sie über die Anziehungskraft des Journalistenberufs auf Frauen forschte; Rönicke hat das Bloggerinnen-Magazin *Featurette* ins Leben gerufen, um Frauen in der digitalen Gesellschaft sichtbarer zu machen. Während viele Kongress-Teilnehmerinnen gerade erst tiefer in die Digi-

talwelt einsteigen, steigen diese beiden jungen Frauen schon wieder aus. Zumindest teilweise.

„Online hat zu einer Entgrenzung der Zeit geführt“, sagte Valeš. Das Schlagwort heißt Allzeitverfügbarkeit. Jede müsse sich überlegen, inwieweit sie „im Hamsterrad mitdrehen möchte“. Auch für Rönicke ist Zeitsouveränität wichtig geworden. „Twitter ist ein Sog“, sagte sie. Inzwischen habe sie keinen *Twitter*-Account mehr. Dass sie jetzt Mutter von zwei Kindern sei, habe ihr geholfen, einen Schritt zurückzutreten.

Die Bloggerin beobachtet auch kritisch, wie das Netz die gesamte Medienkultur beeinflusst. Die Orientierung an Klickzahlen findet sie gefährlich, „weil es den Journalismus verändert“. Man müsse sich auch angucken, wie sich Leserkommentare auswirken. Katrin Rönicke: „Das Netz tendiert dazu, anarchisch zu sein. Wer am lautesten schreit, bekommt die meiste Zustimmung.“ Journalismus müsse dem entgegenreten, lautete Rönicke's Appell. „Unsere Kompetenz ist es nicht, schneller als *Twitter* zu sein, sondern besser.“ ■

# Journalistin 3.0 – Unsere Chancen im Medienalltag

## 10. DJV-Journalistinnenkongress: Frau – Macht – Medien 2014

Von Silke Schneider-Flaig

„Heute geht es um unsere Ziele als Journalistinnen!“, betonte die Vorsitzende des DJV-Fachausschusses Chancengleichheit Dr. Mechthild Mäsker bereits in der Begrüßung zum zehnten DJV-Journalistinnenkongress „Frau – Macht – Medien“, der dieses Jahr am 8. und 9. März in Köln stattfand und unter dem Motto „Journalistin 3.0 – Unsere Chancen im Medienalltag“ stand.

Stellvertretende Bundesvorsitzende Ulrike Kaiser gab sich in ihrer Eröffnungsrede zum Thema FMM und aktuellem Tarifrecht kämpferisch: „Was erreicht oder nicht erreicht wird, wirkt sich auf alle aus!“ Sie sprach über Honorare von Freien und forderte faire Arbeitsbedingungen und Chancen für Medienschaffende. Aus dem digitalen Netz solle nicht nur web 2.0 sondern auch 3.0 als denkendes Netz werden. Eines, das informieren, kanalisieren, filtern soll und als individuellen Service an Nutzer weitergibt. „Die richtige Mischung aus Erfahrungsaustausch und Fortbildung hat in den letzten Jahren den Reiz des DJV-Journalistintags ausgemacht“, betonte Kaiser. Sie zeigte sich zuversichtlich, dass auch die kommende Tagung die Erwartungen der Kolleginnen erfülle. Unter dem Hash tag djv und It wurde während der Tagung aktuelle Informationen und Eindrücke gewittert und im Foyer präsentiert. Auch engagierte Kollegen aus Baden-Württemberg kommentierten solidarisch mit.

### Workshops

Jede durfte an zwei von insgesamt fünf Workshops teilnehmen. Die Themen waren vielfältig. Praktische Fragen, zum Beispiel zur Selbstvermarktung oder Finanzierungsmodelle für Journalistinnen,

standen im Vordergrund. Carolin Neumann sprach zum Thema „Publica“, Anna-Maria Wagner zu „Site“, Jennifer Jones zu „Book“, Cordula Nussbaum zu „Time“ und Heike Rost zu „Picture“.

### Podiumsdiskussion Journalistin 3.0

Katrin Rönicke, Mitbegründerin des Bloggerinnen-Magazins Featurette, Fotografin Heike Rost, bekannt durch Foreportagen unter anderem im Gefängnis Stammheim, Katalin Vale's (Diplomarbeitsthema „Unwiderstehlich? Die Anziehungskraft des Journalistenberufs auf Frauen. Eine Quantitative Studie“) diskutierten zum Thema „4 Fragen – 4 Antworten – und ein Podium“ am Samstag.

### Außer Reden nichts gewesen?

Am Sonntag diskutierten Ulrike Kaiser, die Vorsitzende des Journalistinnenbunds Andrea Ernst sowie Nora Jakob, Vorstandsmitglied vom Verein Pro Quote

zum Thema Quote mit dem Arbeitstitel „Außer Reden nichts gewesen?“ Auf die provozierende Frage von Moderatorin Mäsker, wer in den vergangenen zwei Jahren Führungspositionen eingenommen habe, meldete sich keine aus dem Publikum. Mäsker deutete dies als Zeichen, dass es für Journalistinnen noch viel zu tun gebe. Ernst betonte: „Emanzipation wäre dann erreicht, wenn wir uns das gleiche Maß an Durchschnittlichkeit erlauben dürften wie Männer!“ Jakob wies darauf hin, dass ihr Verein immer noch das Ziel habe, innerhalb der kommenden drei Jahre 30 Prozent der Führungspositionen mit Frauen zu besetzen.

Insgesamt wurde zwar viel geredet, aber die „richtige Mischung aus Erfahrungsaustausch und Fortbildung hat in den letzten Jahren den Reiz des DJV-Journalistintags ausgemacht“, betonte Kaiser.



Gruppenbild mit Holzdamen. Von links nach rechts: Dr. Mechthild Mäsker (Vorsitzende FA Chancengleichheit), Silke Schneider-Flaig (Vorsitzende EA Chancengleichheit Baden-Württemberg), Marlies Hesse (JB-Gründerin und Ehrenvorsitzende), Rebecca Beerheide, Vertreterin des JB im DJV-Bundesfachausschuss Chancengleichheit und JB-Vorsitzende Andrea Ernst.  
Foto: Simone Ahrend

## Braun-Höller-Blog

<http://braun-hoeller.de/blog/2014/03/wenn-der-wind-des-wandels-weht-impressionen-vom-djv-journalistinnenkongress/>

### Wenn der Wind des Wandels weht – Impressionen vom DJV-Journalistinnenkongress

“Ich möchte niemandem folgen. Ich möchte auch nicht, dass mir jemand folgt. Deshalb bin ich nicht bei Twitter und das will ich auch in Zukunft nicht.” Dieser Satz einer jungen Journalistin fiel im Rahmen eines Selbstmarketing-Workshops beim jüngsten DJV-Journalistinnenkongress “Frau Macht Medien – Journalistin 3.0” in Köln.

Sie war nicht die einzige, die in diese Richtung sprach und mich mit ihrer Einstellung zu den Sozialen Medien überraschte. “Ich brauche diese neuen Medien nicht. Um Informationen zu bekommen treffe ich mich mit den richtigen Menschen zum Mittagessen.”

Und ich dachte nur: Was entgeht diesen Kolleginnen an Informationsquellen, an Zeitgeist und an Chancen für die eigene Vermarktung. Wie wollen sie in Zukunft arbeiten? Wo zunehmend Twitter, Facebook, Blogs, alternative Videokanäle eine Rolle spielen. Wo es in den Redaktionen immer enger und schwieriger wird, als Feste den Job zu behalten oder als Freie Geschichten, Bilder... zu verkaufen und auch davon zu leben. Umso wichtiger müsste es doch sein, die Klaviatur professioneller Öffentlichkeitsarbeit zu nutzen, um sich selbst mit eigenen Themen, Schwerpunkten... ins Gespräch zu bringen, andere lukrative Veröffentlichungskanäle zu suchen und sich gar zu einer Marke zu machen.

“Wenn der Wind des Wandels weht, bauen die einen Mauern und die anderen Windmühlen” sagt ein chinesisches Sprichwort. Und genau das war mein Eindruck während des Kongresses. Während einige sich abschotten vor den gravierenden Änderungen im Journalismus, haben andere schon längst ihre Windmühlen gebaut.

Heike Rost, freie Fotografin und Journalistin brachte es in einem Podiumsgespräch auf den Punkt: “Gesicht zeigen, öffentliche Auftritte nutzen, sich positionieren mit eigenen Themen, in echten und virtuellen Netzwerken agieren. Leider fehlt vielen Frauen hier noch das Rampensau-Gen.”

Ins Rampenlicht gerückt wurde bei der abschließenden Podiumsdiskussion die Initiative “Pro Quote”. Die Vorsitzende des DJV Fachausschusses, Dr. Mechtild Mäsker, fragte die Vorsitzende des Journalistinnenbundes, Andrea Ernst, ob sie sich denn “ärgern” würde über die große Öffentlichkeit, die diese Initiative erzielt habe. Seit Jahren würden auf den unterschiedlichsten Ebenen Frauen an dem Thema Chancengleichheit arbeiten und da komme nun diese Initiative daher und ist plötzlich in aller Munde.

Nein, ärgern würde sie sich nicht, im Gegenteil, sie finde es großartig, wie mit einer klar formulierten Zielgruppenaussage erfolgreich gearbeitet wird, so Andrea Ernst. Eine verbindliche Frauenquote von 30% auf allen Führungsebenen bis 2017 in allen Print- und Onlinemedien, TV und Radio zu fordern, bringe Beschleunigung in die Diskussion. Es sei zwar unwahrscheinlich, dass dieses Ziel tatsächlich bis 2017 erreicht werde, aber es erzeuge hohe mediale Aufmerksamkeit und das sei doch großartig.

Für mich war das Musik in meinen Ohren und erinnerte mich an einen Spruch: "Ziele auf den Mond. Und wenn du daneben triffst, landest du immer noch in den Sternen." Man kann zur Quote stehen, wie man will. Aber um Öffentlichkeit zu erzielen, ein Thema zügig voran zu treiben sind kluge Strategien gefragt. Und die Initiative ist eine nach allen Regeln der PR-Kunst erfolgreiche Strategie.

Prominente einbinden, professionell auf allen Kanälen das gesellschaftlich und betriebswirtschaftlich relevante Thema kommunizieren und fokussieren, Einblicke geben hinter die Kulissen von Redaktionen, Verantwortliche vorstellen, Zahlen und Entwicklungen in die eine und in die andere Richtung veröffentlichen, Einsprüche erheben und immer wieder darüber reden (lassen) – hier ist Fahrt aufgenommen worden und dieser Wind bläst den Redaktionen, Verlagen... ganz schön ins Gesicht.

Viele legen sich daher jetzt so richtig ins Zeug. Und profitieren davon, denn ein frauen- und familienfreundlicher Arbeitgeber zu sein hat natürlich einen großen Imagefaktor in zwei Richtungen: die (potentiellen) LeserInnen und die (potentiellen) MitarbeiterInnen.

Mir kommt ein Offener Brief in den Sinn, den ich einmal an die Herren Vorstandsvorsitzenden der DAX-Unternehmen formulierte:

**Sehr geehrte Herren Vorstandsvorsitzende,**

natürlich hätte ich Sie auch einzeln anschreiben können, aber so geht's schneller. Ich möchte nämlich heute mit Ihnen das Tempo beschleunigen bei der Diskussion um mehr Frauen in Führungspositionen. Sie alle müssen ja in unzähligen Interviews, auf Konferenzen, in Meetings... immer wieder beteuern, wie wichtig doch die Frauen für die Unternehmen sind. Sie müssen Antworten geben, ob Sie die Quote favorisieren oder sich freiwillig verpflichten. Journalisten möchten wissen, bis wann Sie welche Ziele erreichen wollen und was Sie konkret dafür tun, Ihr Unternehmen für Frauen attraktiv zu machen. Die Frauen möchten wissen, ob Sie es ernst meinen mit Ihren Angeboten und umsetzen, was Sie ankündigen. In den sozialen Netzwerken wird über Sie als Arbeitgeber gesprochen, ob Ihnen das nun behagt oder nicht. Dann übt auch noch die EU-Justizkommissarin Viviane Reding Druck auf Sie aus mit der Ankündigung der Einführung einer gesetzlichen Quote. Diese ganze Diskussion wird kein Ende nehmen und ist Ihnen womöglich ganz schön lästig.

Gut, ich könnte jetzt sagen, das haben Sie sich selbst eingebrockt. Hätten Sie doch früher eine Unternehmenskultur geschaffen, in der z.B. Karriere in Teilzeit, Home-Office, Arbeitszeitflexibilität usw. selbstverständlich sind, und zwar für Frauen und Männer. Dann wären heute Ihre Arbeitgeberattraktivität und Umsätze kaum zu toppen.

Im Grunde haben Sie trotzdem Glück. Noch. "Stellen Sie sich vor, Frauen würden sich zusammen tun und öffentlichkeitswirksam ihre Konsumentenmacht demonstrieren". Mit diesen Worten beflügelte jüngst die Autorin eines Wirtschaftsmagazins eine Runde von Führungsfrauen.

Meine Herren, es sind genug Argumente ausgetauscht. Genug Zeit verspielt. Genug Studien veröffentlicht, die beweisen, dass gemischte Führungsteams bessere Ergebnisse erzielen. Es liegt nur

an Ihnen, endlich die Rahmenbedingungen zu schaffen, die es Frauen erleichtern, Karriere in Ihren Unternehmen zu ermöglichen. Kluge Ideen, dies umzusetzen, gibt es zur Genüge.

Mit ungeduldigen Grüßen

Astrid Braun-Höller

Diesen Brief habe ich nicht abgeschickt. Stattdessen ist eine Initiative entstanden, wegen der ich eigentlich zum Journalistinnenkongress fuhr. Hier wollte ich nämlich erfahren, welche Redaktionen und Verlage es wirklich ernst meinen mit den Frauen.

Um sie dann gezielt anzusprechen für den Strategie-Award, der Unternehmen auszeichnet, die Frauen- und Familienfreundlichkeit selbstverständlich und glaubwürdig in ihrer Unternehmenskultur verankert haben.

Die Bilanz war erschütternd. Und ich habe mit vielen Kolleginnen gesprochen.

Doch weil ich das einfach nicht glauben kann, dass es keine Redaktion, keinen Verlag gibt, der den Kriterien des Awards gerecht wird, nutze ich jetzt diesen Blogartikel, um ihn in die sozialen Netzwerke zu schicken. In der Hoffnung, dass sich hierüber potentielle Preisträger für den Award 2014 finden. Dass Sie Kontakt zu mir aufnehmen. Empfehlungen abgeben. Vielleicht auch schon AnsprechpartnerInnen nennen. Das wäre großartig! Und ganz nebenbei auch ein Beweis, wie soziale Netzwerke wirken.

Zum Schluss will ich noch DANKE sagen für die tolle Organisation und Durchführung vor und hinter den Kulissen, die pointierte Moderation von Dr. Mechthild Mäsker, das sehr leckere Essen im Park Inn, das schöne Geschenk an uns alle, das jetzt im Türrahmen zu meinem Büro hängt und die Chance, viele Kolleginnen zu treffen und sich mit ihnen zu vernetzen. Ich freue mich schon aufs nächste Mal!

## Der Journalistinnentag auf Twitter: #DJVJT



**David Streit** @DavidStreit · 8. März

@CarolinN hat beim #DJVJT über Selbstvermarktung und Geld verdienen referiert. Ihr Handout ist frei zugänglich: [docs.google.com/document/d/1WA...](https://docs.google.com/document/d/1WA...)

Öffnen

Antworten Retweeten Favorisieren Mehr



**Carolin Neumann** @CarolinN · 8. März

Toller 1. Workshoptag beim @djvde mit tollem Input, der das Ganze im 2. Durchlauf morgen dann noch besser macht! Danke an alle! #djvjt

Öffnen

Antworten Retweeten Favorisieren Mehr



**Carolin Neumann** @CarolinN · 8. März

@krautreporter Also auch Zahlungen einzelner? Also wenn z.B. „ein fieser Naziverein“ Geld gibt? #djvjt /@startnext

Gespräch zeigen

Antworten Retweeten Favorisieren Mehr



**Astrid Braun-Höller** @Schrittmacherin · 8. März

Bin erstaunt, wie kritisch manche Journalistinnen Social Media gegenüber stehen und die Chancen für PR in eigener Sache nicht nutzen #DJVJT

Öffnen

Antworten Retweeten Favorisieren Mehr



**Hilal Akdeniz** @akdnzhll · 8. März

DJV JOURNALISTINNENKONGRESS #DJVJT MEINE BELOHNUNG FÜR DEN WELTFRAUENTAG, DANKE CHEF :) [instagram.com/p/ISXBjZFLel/](https://instagram.com/p/ISXBjZFLel/)

Öffnen

Antworten Retweeten Favorisieren Mehr



**Journalisten-Verband** @DJVde · 8. März

.@CarolinN Herzlich willkommen! Und an die anderen Workshop-Referentinnen beim #djvjt @HeikeRost, @jones94, @CordulaNussbaum & @\_favicon

Gespräch zeigen

Antworten Retweeten Favorisieren Mehr



**Annette Hörnig** @scribannette · 8. März

Mal Pause machen....#djvjt #köln #frauentag [pic.twitter.com/2Pz21ku85b](https://pic.twitter.com/2Pz21ku85b)

Foto anzeigen

Antworten Retweeten Favorisieren Mehr



**Jennifer Jones** @Jones94 · 8. März

All set up. #workshop #socialmedia #blogs #journalismus #köln #djvjt [instagram.com/p/ISMMVykdFw/](https://instagram.com/p/ISMMVykdFw/)

Öffnen

Antworten Retweeten Favorisieren Mehr



**Journalisten-Verband** @DJVde · 8. März

"Ich habe meinen Twitteraccount verschenkt." Bloggerin Rönicke im Gespräch

werden kann.

## Foto-Impressionen

