

Edito

Das Schweizer Medienmagazin

Nr. 1/2024

Herausgeber:

Impressum - die Schweizer JournalistInnen

Syndicom - Gewerkschaft Medien und Kommunikation

Juan Riande

Traumberuf mit Imageproblem: Chancen und Schwierigkeiten der Neueinsteiger.

Berufsgeheimnis

Die besten Tipps und Tricks aus der Praxis zum Setzen eines guten Titels.

Ist der Druck am Ende?

Der Medienschweiz kommen die Druckereien abhanden. Was nun?

n|w Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft



Zukunftsperspektive für Journalist:innen
Wir machen Sie fit für den Seitenwechsel in die Unternehmenskommunikation

Mit dem Masterstudiengang in Corporate Communication Management (CCM) oder dem Besuch seiner einzelnen CAS qualifizieren Sie sich für eine neue berufliche Perspektive und Leitungsfunktion in der Unternehmenskommunikation.

- Sie lernen, wie Sie die Kommunikation mit einem integrierten Ansatz führen.
- Sie stärken Ihre strategischen und konzeptionellen Kommunikationskompetenzen.
- Sie lernen, wie Sie Kommunikationsziele auf verschiedenen Ebenen definieren, Konzepte entwickeln und umsetzen.

Damit schaffen Sie die Basis für Ihre Karriere ausserhalb des Journalismus. Sie entwickeln sich weiter in einem Themenfeld mit grosser Zukunftsperspektive, in dem Ihr kommunikatives Wissen und Können gefragt ist.

Der nächste Kurs startet am Mittwoch, den 24. April 2024, in Olten.

Besuchen Sie uns im Web:

MAS Corporate Communication Management
www.fhnw.ch/mas-ccm

CAS Strategisches Kommunikations-Management
www.fhnw.ch/cas-skm

CAS Konzeptionelles Kommunikations-Management
www.fhnw.ch/cas-kkm

Schreiben Sie mir an joachim.tillessen@fhnw.ch oder rufen Sie mich an unter +41 62 957 25 75.



www.fhnw.ch/mas-ccm

Unser MAS in Corporate Communication Management ist ein berufsbegleitendes Kompaktstudium. Er besteht aus drei auf sich aufbauenden CAS, die einzeln belegt werden können. Über 500 Personen haben diese Programme bereits absolviert, darunter auch Journalist:innen aus folgenden Medienhäusern: TX-Group (Sonntagszeitung, Tagesanzeiger), CH-Media (div. Tageszeitungen und Fachzeitschriften), SRF.

DAS SCHWEIZER SERIEN FESTIVAL
www.serienfestival-basel.ch



Workshop mit Simon Helbling
(Serie: "Pressure Game", 2023 SRF)

Konzept und Umsetzung einer DokuSerie

18. bis 19. April 2024, 10.00 bis 16.00
Anmeldungen bis 31. März 2024,
Kosten Berufstätige: CHF 200.-
Ausbildende: CHF 100.-, inkl. Essen/Getränke

Kursort Filmhaus Basel
Gerbergässlein 29, 4051 Basel | Infos und Anmeldung
www.serienfestival-basel.ch



Die SMD Schweizer Mediendatenbank ist die grösste, tagesaktuelle Online-Datenbank der Schweizer Medien. Sie verzeichnet ~~880~~ **881** Quellen. «Edito» ist jetzt auf SMD verfügbar.

Edito
Das Schweizer Medienmagazin



6 Traumberuf mit Imageproblem

Die Stimmung in der Branche ist angespannt, die Berichterstattung über die eigenen Häuser düster. Zu Unrecht: Journalismus bleibt ein phantastischer Beruf.

18 Wer druckt künftig unsere Medien?

Swissprinters schliesst im Herbst 2024, Tamedia will ihre drei Zeitungsdruckereien verkaufen. Was nun?

23 Berufsgeheimnis

Unsere neue Rubrik mit Tipps von erfahrenen Kolleginnen und Kollegen aus der Praxis. Erste Folge: Titel setzen.

25 KI im Journalismus: eine «kritische Entwicklung»

Seit 2018 bündelt die Initiative für Medieninnovation (IMI) in der Romandie Forschung, technische Entwicklung und Medienpraxis.

26 «Trotz allem glauben wir weiterhin an Bilder»

Nathalie Herschdorfer ist die erste Direktorin des Photo Elysées in Lausanne. Sie spricht über den Fotojournalismus und die aktuellen Herausforderungen durch die künstliche Intelligenz.

29 «Politische Medienikonografie»

Warum wirken Bilder? Fachbuch von Sven Grampp.

Rubriken

- Gesagt ist gesagt > 4
- Medienrecht > 17
- Berufsgeheimnis > 23
- Fotojournalismus > 30
- Ausland: Armenien > 33
- Fünf Fragen an ... > 34

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Sie werden Unternehmenssprecherinnen, Kommunikationschefs, PR-Beauftragte: Oft wechseln Journalistinnen und Journalisten, die etwas Neues beginnen, die Seiten. Doch es gibt andere Neuanfänge. Ungewollte, weil verschiedene Medienhäuser massiv Stellen abbauen. Und gewollte - spezielle: Da wird einer Profi-Fussballtrainer in der Karibik, einer wechselt kurz vor der Pensionierung vom TV- in den Online-Journalismus und eine Ex-Chefredaktorin wird wieder «normale» Journalistin.

Neuanfänge gibt es, nach überraschenden Konzessionsentscheiden, auch bei den Privat- Radios und TVs. Und eine neue «Republik»-Recherche hat die Massenüberwachung im Internet aufgezeigt. Was bedeutet das für den Quellenschutz? Dieser ist auch das Thema in der Rubrik «Medienrecht». Für die neue Rubrik «Berufsgeheimnis» hat «Edito» Profis nach Tipps für gute Titel gefragt.

Schliesslich stellt sich die Frage nach der «Grundlage» von nach wie vor vielen Medienangeboten: Wer druckt künftig in der Schweiz Zeitungen und Zeitschriften?

Bettina Büsser
Redaktorin



IMPRESSUM

Nr. 1, März 2024
Herausgeber:
impressum - Die Schweizer Journalisten,
www.impressum.ch
syndicom - Gewerkschaft Medien und Kommunikation, www.syndicom.ch
Verlag:
MatthiasZehnder.ch AG, Verlag EDITO
Rittergasse 1/3, 4051 Basel
info@edito.ch, www.edito.ch
Verleger: Dr. Matthias Zehnder

Publizistischer Beirat:
Catherine Boss, Christian Campiche,
Daniel Hitzig, Vinzenz Wyss
Redaktion:
Bettina Büsser, Jean-Luc Wenger
redaktion@edito.ch
Produktion:
MatthiasZehnder.ch AG
Grafik/Layout: Silja van der Does
Illustrationen: Uli Knörzer
Korrektur: Beat Koch

Abonnements:
MatthiasZehnder.ch AG, Verlag EDITO,
Rittergasse 1/3, 4051 Basel,
abo@edito.ch
Jahresabo Inland: Fr. 69.-
Ausland: Fr. 89.-
Anzeigenverkauf:
Claudia Schweizer, anzeigen@edito.ch
Anzeigenadministration, info@edito.ch

Druck: Gremper AG, Postfach 237,
4005 Basel
Edito erscheint 4 x jährlich in zwei
Sprachausgaben (deutsch + französisch).
Gesamtauflage: 6489 Expl. (WEMF 2022)
ISSN 1663-4802
Kooperationspartner:
impressum syndicom

Titelbild: Corinne Glanzmann

EDITO wird unterstützt von der Oertli-Stiftung, Zürich, sowie durch zahlreiche Spenden von Leserinnen und Lesern. Vielen Dank!

Bettina Ramseier:

«Man sammelt nicht nur Punkte, wenn man Mächtige kritisiert.»

«Kassensturz»-Moderatorin Bettina Ramseier sagt in der «Schweizer Familie», der «Kassensturz» sei früher «unkonventioneller und unverschämter» gewesen. Mit den Jahren habe «sowohl im Journalismus als auch bei Konzernen, Verbänden und politischen Organisationen eine Professionalisierung stattgefunden». Der grossen Kommunikationsabteilungen und der hausinternen Juristinnen und Juristen wegen sei es heute «schwieriger, Verantwortliche vor die Kamera zu kriegen».



Reto Vogt:

«Facebook lässt auf seiner Plattform haufenweise Hatespeech, Mobbing und Fake News zu. Aber wenn wir kritisch über Mark Zuckerberg oder Facebook berichten, dann wird unser Beitrag gesperrt.»

Reto Vogt, Chefredaktor des Onlinemagazins Inside IT, im «SonntagsBlick» über die Löschung eines seiner Beiträge auf Facebook. Vogt hatte sich in einem kritischen Artikel der Anfangsgeschichte von Facebook gewidmet und darüber einen Beitrag gepostet. Davon will Mark Zuckerberg offenbar lieber nichts mehr hören: Vogts Beitrag wurde gelöscht und er selbst verwarnt.

Gregor Rutz:

«Letztlich fällt auch die Falschinformation unter die Meinungsfreiheit.»

Nationalrat Gregor Rutz (SVP, ZH) mahnt in der «NZZ am Sonntag» zur Vorsicht im Kampf gegen russische Propaganda. Hier sei Zurückhaltung angezeigt, der Staat solle nicht bewerten, was richtig sei und was falsch.



Kurt W. Zimmermann:

«Die Chefredaktorinnen, muss man leider sagen, bringen es publizistisch nicht.»

Kurt W. Zimmermann in seiner «Weltwoche»-Kolumne über «fleissige Männer, faule Frauen». Er sagt, die Frauen in der Cheftage seien alle schreibfaul und «eine inhaltliche Enttäuschung». Der Fall sei klar: «Männliche Chefredaktoren liefern, weibliche Chefredaktorinnen bringens nicht.»

Fotos: zVg

Fotos: zVg



Susanne Brunner:

«Das Schwarz-Weiss-Denken ist extrem. Grautöne gibt es keine mehr.»

Die Leiterin der Auslandsredaktion von Radio SRF über die Berichterstattung im Gazakrieg. Im Interview mit der «Schweiz am Wochenende» sagt sie, die Situation sei auch für sie als Journalistin sehr belastend.

Stephan Scherzer:

«Die Verwendung von KI, insbesondere durch Redaktionen, muss frei von Regulierung und von staatlichem Einfluss sein.»

Der Bundesgeschäftsführer des Medienverbands der freien Presse (MVFP) wehrt sich gegenüber der dpa gegen politische Regulierung von KI im Journalismus.



Andrea Masüger:

«Ich vergleiche die Journalisten immer ein bisschen mit den Bauern.»

Verlegerverbandspräsident Andrea Masüger fordert im «Bündner Tagblatt», dass die gemeinwirtschaftliche Leistung des Journalismus mehr anerkannt werden soll. Er findet, das «sollte dem Staat eine gewisse Unterstützung wert sein».

Katja Christ:

«Ich möchte der Medienbranche Anreize für den Wandel setzen.»



Sind Sie zufrieden mit der Antwort des Bundesrats auf Ihren Vorstoss?

Ja. Es ist selten, dass eine Politikerin ein klares Ja oder Nein zur Antwort gibt, weil es selten möglich ist. Da kann ich es wirklich sagen. Die Antwort nimmt auch viele Ideen auf, die ich damals bei der Beratung des vom Volk abgelehnten Medienförderpakets eingebracht habe.

Antwort nimmt auch viele Ideen auf, die ich damals bei der Beratung des vom Volk abgelehnten Medienförderpakets eingebracht habe.

Konkret nennt der Bundesrat zwei Möglichkeiten für eine Medienförderung, die «relativ rasch» und «mittelfristig realisierbar» wären. Was heisst das?

Relativ rasch meint: Wirklich rasch, weil die Kommissionen bereits daran arbeiten. Sie beschäftigen sich bereits mit entsprechenden Vorstössen. Das Resultat der Arbeit wird in naher Zukunft ins Parlament kommen. «Mittelfristig» heisst: Da muss der politische Prozess jetzt in Gang gebracht werden. Letztlich muss das Parlament entscheiden, ob es eine solche Gesetzesvorlage haben will und was die Eckwerte sein sollen.

Die Deindustrialisierung der Druckbranche überholt gerade die Medienpolitik. Wird das das Parlament in Bewegung bringen?

Ich denke schon, ja. Für mich ist das ein Schlüsselmoment. Im Parlament sitzen ja viele Menschen, die vom Alter her noch mit Printmedien aufgewachsen sind und nichts anderes kennen. Wir müssen heute Politik für die nächste Generation machen. Natürlich gibt es Menschen, die noch unbedingt Printmedien haben möchten. Aber man kann nicht alle Mittel in den Erhalt eines Auslaufmodells stecken. Das ist auch nicht gut für die Medien. Ich möchte eine Politik für die Zukunft machen und der Medienbranche Anreize für den Wandel setzen. Dass die Verlage ihre Druckereien abtossen wollen, ist ein Weckruf an die Politik, den Fokus vom Print weg Richtung online zu bewegen.

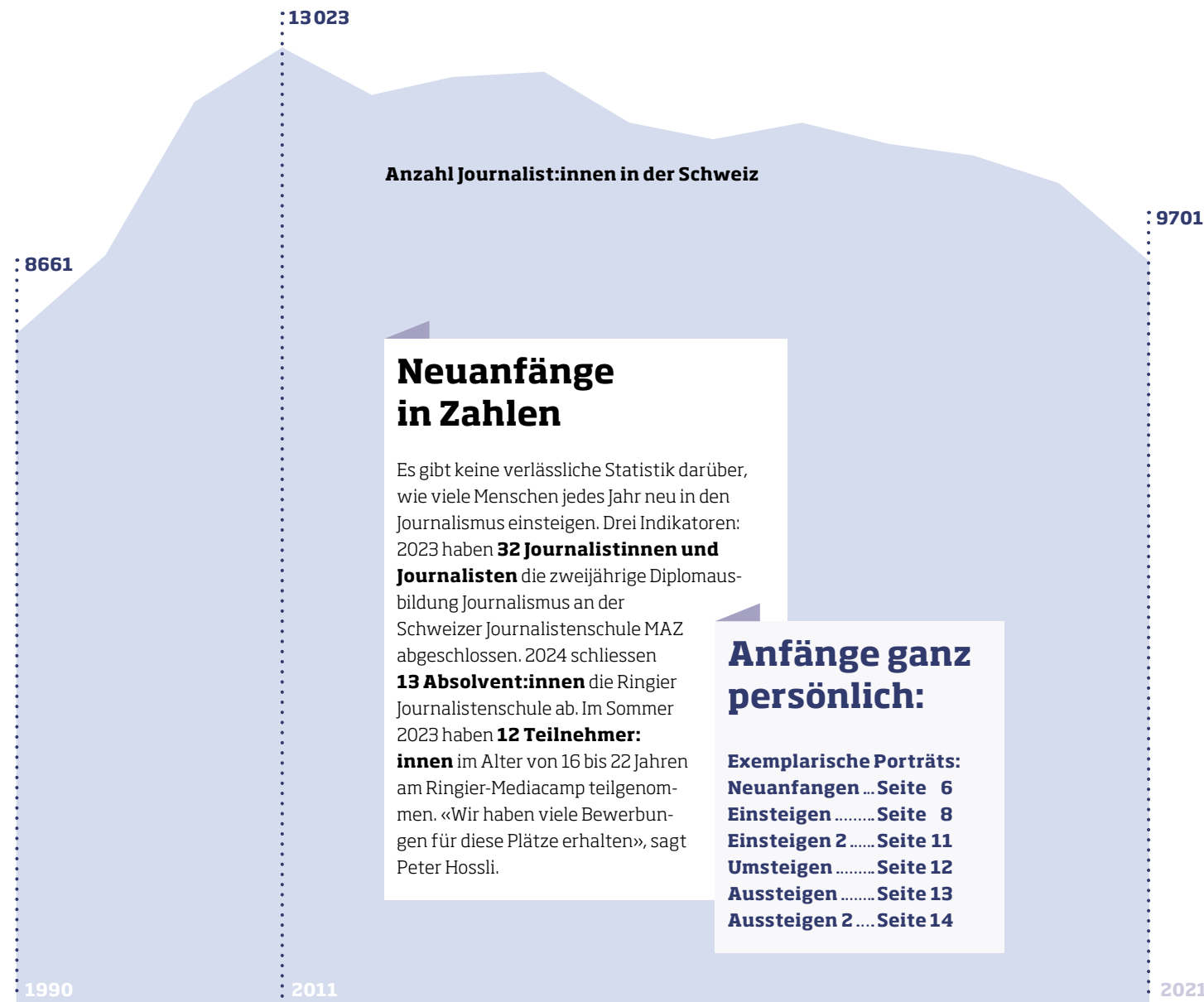
Katja Christ ist Nationalrätin (GLP, BS).

> Lesen Sie die ausführliche Fassung auf [edito.ch](#)

Traumberuf mit Imageproblem

2023 haben die Schweizer Medienunternehmen über 200 Stellen gestrichen. Die Stimmung in der Branche ist angespannt, die Berichterstattung düster. Zu Unrecht, sagen nicht wenige Experten. Journalismus bleibt ein phantastischer Beruf. Journalismus hat Zukunft.

VON BETTINA BÜSSER, ANNA KAPPELER, JEAN-LUC WENGER UND MATTHIAS ZEHNDER



Quelle: Bundesamt für Statistik

200 Stellen weg. Ist das viel oder wenig? Für alle Betroffenen ist der Fall klar: Gekündigt zu werden ist ein Schlag in die Magengrube. Doch welche Auswirkungen haben die Streichungen auf die ganze Branche? Wie viel sind 200 Stellen? Vermutlich arbeiten heute knapp 10 000 Menschen in der Schweiz in journalistischen Berufen - 200 Stellen entsprechen also etwa zwei Prozent der Beschäftigten. Die einzigen verlässlichen Zahlen dazu stammen vom Bundesamt für Statistik. Gemäss BfS hat die Zahl der Beschäftigten in Medienberufen jahrelang zugenommen. 2011 erreichte sie mit über 13 000 Beschäftigten einen Höhepunkt. Seither sind die Zahlen rückläufig. Zum zwanzigjährigen Jubiläum seiner Medienkolumne in der «Weltwoche» schrieb Kurt W. Zimmermann im Januar, die Annahme, dass «die Redaktionen in den letzten zwanzig Jahren totgespart» wurden, sei ein gängiger Irrtum: «Sorry, sie wurden grösser», schreibt Zimmermann. Er misst das an der Zahl der Mitarbeiter, die im Impressum der grossen Zeitungen aufgeführt sind: «Die Redaktionen der führenden Medienmarken sind grösser als je in der Vergangenheit. Von «Totsparen» keine Spur.»

In Zürich vielleicht. In Basel und Bern, St.Gallen und Luzern, in Winterthur und Lausanne herrscht auf den Redaktionen der Regionalzeitungen vor allem eins: Leere. Zwar stehen auch im Impressum von «bzBasel», «Luzerner Zeitung» und «St. Galler Tagblatt», von «Bund», «Berner Zeitung» und «Landbote» viele Namen, aber es sind halt dieselben Mantelredaktoren. Stirbt die Branche doch?

«Auf keinen Fall», sagt Peter Hossli, Leiter der Ringier-Journalistenschule. «Wir Journalisten haben ein Faible für schlechte Nachrichten - und schreiben uns selber schlecht.» Er sei «optimistisch», wenn er an die Absolventen der Journalistenschule denke «und auch bezüglich der noch Jüngeren im Mediacymp. Die sind engagiert und kreativ. Sie haben Drive.»

Beruf mit Selbstaubeutung

Journalismus sei ein kreativer Beruf, das habe «immer auch mit etwas Selbstaubeutung» zu tun, sagt Hossli. «Es ist anstrengend, immer wieder gute Ideen zu haben, dranzubleiben, noch ein Telefon zu machen. Das braucht Kraft.» Journalist, das sei «ein Beruf, den man leben muss, und zwar rund um die Uhr. Man ist immer Journalist.» Wer damit beginne, sich mit Strukturen zu befassen, sei verloren. «Dann wird man zum Medienmanager.»

Und was ist mit den Aussteigern? Das, gibt auch Hossli zu, sei ein Problem für die Branche. «Im Alter zwischen 40 und 50 Jahren haben viele die Kraft nicht mehr, kreativ zu sein. Dann retten sie sich in einen Kommunikationsjob.» Müssen die Medienhäuser ihren Kreativen also mehr Sorge tragen, so wie die Spitäler den Pflegefachkräften?

Fotos: zVg

«Wir Journalisten haben ein Faible für schlechte Nachrichten und schreiben uns selber schlecht.»

Peter Hossli



«Alle jammern immer gerne über ihre Jobs, aber Journalisten jammern schon besonders viel.»

Fabienne Kinzelmann



Herausforderung Talentkrise

Ja, sagt Fabienne Kinzelmann, Redaktorin Internationale Wirtschaft bei der «Handelszeitung» und Co-Präsidentin des Vereins Qualität im Journalismus (QuaJou). Sie sieht in der «Talentkrise eine der grössten Herausforderungen für die Medienbranche. Wenn wir jetzt nicht gegensteuern, werden wir das in einigen Jahren gewaltig spüren.» Die Branche leiste sich einen Bärendienst «mit ihrem Hang zu schlechten Nachrichten über sich selbst und der Skandalisierung von Mitbewerbern»: Seien es die Debatte um Fake News, die Polarisierung der Medienwelt, Skandale oder die Berichterstattung über die Corona-Leaks. Dazu kämen fehlende unternehmerische Visionen für qualitativ hochwertigen Journalismus, die Ausbeutung von jungen Talenten und Entlassungswellen. Die Folge: «Heute gehen die besten Köpfe nicht mehr in den Journalismus.» Dass die Kommunikationsbranche und Unternehmensberatungen bessere Löhne bezahlen als die Medien, sei nicht neu. Neu ist, dass sie auch einen besseren Ruf haben als die Medien. Da haben wir es wieder: das «Doomtelling» der Journalisten. «Alle jammern immer gerne über ihre Jobs», sagt Kinzelmann, «aber Journalistinnen und Journalisten jammern schon besonders viel.»

Warum sollen junge Menschen heute noch einsteigen in den Beruf? Hossli und Kinzelmann sind sich einig, dass Journalismus nach wie vor ein Traumberuf ist. «Es gibt wenig Berufe, in denen man als Einzelner einen so grossen Impact haben kann und in denen man sich so aktuell mit so vielen Dingen beschäftigen darf und nah dran an Themen und Entwicklungen, an Menschen, an Macht ist», sagt Kinzelmann. «Der Job bietet riesige Freiheiten und Autonomie. Man arbeitet kreativ an einem Produkt, man sieht Ergebnisse seiner Arbeit und sieht die Früchte, die sie trägt.»

Talente unterstützen

Was kann die Medienbranche tun, um den Beruf wieder attraktiv zu machen? Als Wirtschaftsjournalistin

sehe sie in viele Unternehmen hinein, sagt Kinzelmann. «Kaum eine Branche hat eine so schlechte Führungskultur wie die Medien.» Es mangle an Leadership und entsprechenden Strukturen. «Nach wie vor machen Medienhäuser den besten Journalisten zum Chef, auch wenn der nicht die beste Führungskraft ist.» Journalisten hätten allein aufgrund des Ressourcenmangels Raum, und wer wolle, könne oft vergleichsweise schnell Verantwortung übernehmen. Das aber müssten junge Talente oft auf «eigene Kosten» machen. «Es mangelt an der professionellen Begleitung, der Aus- und Weiterbildung. An echter Unterstützung und einer professionellen Feedbackkultur.» Die Branche müsse sich um Einsteigerinnen und Berufserfahrene bemühen, sagt Kinzelmann. Damit die Talentkrise gestoppt wird.

Einstieg mit Tücken: Juan Riande sucht den Weg in den Journalismus.



Der Neuanfänger

Es ist der grösste Stellenabbau der Medienbranche in der Schweiz: CH Media baut 140 Stellen ab, es kommt zu 80 Kündigungen. Eine davon betrifft Juan Riande, einen 21-jährigen Videojournalisten bei Tele 1. Er steht damit vor einem Neuanfang - wieder einmal.

VON BETTINA BÜSSER, FOTOS: CORINNE GLANZMANN

Rund 114 000 Aufrufe habe sein Video nach einem Monat erzielt, erzählt Juan Riande. Er habe sein Umfeld mobilisieren wollen - und unzählige Reaktionen und Tipps erhalten. Am Abend nach der Veröffentlichung wurde er von persoenlich.com für ein Interview angefragt, «es ist überbordet und mir fast über den Kopf gewachsen».

Riande ist seit Sommer 2023 Videojournalist mit einem 70-Prozent-Pensum beim Zentralschweizer TV-Sender Tele 1 und absolviert daneben die zweijährige Diplomausbildung Journalismus am MAZ. Und er ist einer von rund 80 Angestellten von CH Media, die im Januar die Kündigung erhalten haben. Das Medienunternehmen hatte zuvor bekanntgegeben, dass es 140 Vollzeitstellen abbaue, aus wirtschaftlichen Gründen. Als Riande erfuhr, dass er betroffen ist, «hat es mir den Boden unter den Füßen weggezogen». Er setzte sich vor die Kamera und erzählte im Video, dass er eine neue Stelle suche, «weil mir heute die Grundlage genommen wurde für mein Studium. Ohne Job in der Medienbranche kann ich nicht am MAZ sein. Ich bin angewiesen auf jede Hilfe und auf jede Stelle, die ihr kennt.» Den Aufruf veröffentlichte er auf Instagram und LinkedIn.

Er träumt davon, einen Dok-Film zu drehen, der zur Prime Time im Schweizer Fernsehen läuft.

«Ich habe gehofft, es sei bald vorbei»

Er habe, sagt Riande, nicht damit gerechnet, dass es ihn treffen würde. Denn CH Media hatte angekündigt, es würden keine Lernenden, Stagiaires und Praktikanten entlassen. Er habe zwar eine Festanstellung, aber einen Ausbildungsvertrag. Darin sei festgelegt, dass sich das Unternehmen auf freiwilliger Basis finanziell an seiner Ausbildung am MAZ beteilige und er sich im Gegenzug verpflichte, nach Abschluss der zweijährigen Diplomausbildung Journalismus zwei weitere Jahre bei Tele 1 zu arbeiten.

Riande ist jung, 21-jährig, und er hat noch nie eine Kündigungswelle erlebt. «Es gibt sehr viele andere Journalistinnen und Journalisten, die wahrscheinlich die dritte, vierte Welle erleben. Die wissen, wie das ist. Ich habe versucht auszublenden, dass es um 80 Schicksale geht, und

habe einfach gehofft, es sei bald vorbei», sagt er. Er wolle nicht gegen CH Media schießen, er sei niemandem böse, auch wenn eine Kündigung immer eine Kränkung sei. Er hat Zeit gebraucht, um sich zu erklären, weshalb es gerade ihn getroffen hat: «Ich habe ein sehr gutes Zwischenzeugnis erhalten, es liegt also nicht an meiner Leistung.» Doch er sei der Letzte gewesen, der eingestellt wurde, da sei es einleuchtend, dass man nicht jemanden mit Familie oder jemanden, der vom Alter her noch mehr Schwierigkeiten bei der Stellensuche hätte, entlassen habe, «sondern mich».

Der Kündigungswelle ein Gesicht gegeben

Mit seinem Video, sagt er mit einem gewissen Stolz, habe er der Kündigungswelle ein Gesicht gegeben, das sei ihm wichtig. Das Video und die Reaktionen darauf hätten ihn auch über seinen Wert nachdenken lassen. Denn eine Reihe der Reagierenden haben ihm Hinweise auf Praktikumsstellen gegeben, auf die er sich bewerben könne. «Ich habe mir dann aber gesagt, dass ich mehr wert bin als ein Praktikum», so Riande. Er sei bereits seit fünf Jahren als Journalist tätig, habe den VJ-Lehrgang am MAZ absolviert, habe sehr viel Wissen gesammelt: «Ich brauche kein Praktikum, um zu lernen, ich brauche einen Job, in dem ich mich verwirklichen kann.» Denn er wisse, dass es sehr wichtig sei, etwas zu tun, was einen glücklich mache.

Gelernt hat er das durch eine Ausbildung, die eigentlich überhaupt nicht zu ihm passte: Riande hat nach dem Abbruch der Kantonsschule eine Lehre als Automobil-Mechatroniker absolviert. In der Schnupperlehre hatten ihm Arbeitsklima und Team gefallen, doch es kam zu Veränderungen im Team, und bald herrschte eine «Neidkultur, niemand war wirklich glücklich». Bereits nach einem halben Jahr wusste er, dass er eigentlich kein Interesse an Autos hatte und diese Ausbildung nicht das Richtige für ihn war. Die Situation belastete ihn, dennoch schloss er die Lehre ab: «Ich hatte ja bereits die Schule abgebrochen.»

Dass er nicht Automobil-Mechatroniker, sondern Journalist sein wollte, fand er ebenfalls bereits während der Lehre heraus. Zusammen mit einem Kollegen besuchte er das Openair «Funk am See» in Luzern, das alle zwei Jahre von Radio 3FACH organisiert wird, und wurde dort von einem 3FACH-Mitarbeiter angesprochen. «Zuerst ging es, glaube ich, darum, dass ich ein Tombola-Los kaufen sollte», erinnert sich Riande. «Doch dann ergab sich ein Gespräch, und er sagte zu mir: Du bist jung, du hast eine angenehme Stimme, du kannst reden - bewirb dich doch bei 3FACH.»

Trotz allem will Juan Riande unbedingt im Journalismus bleiben, im Videojournalismus.

3FACH ist ein nichtkommerzielles Kultur-, Jugend- und Lokalradio in Luzern, bei dem rund 40 Personen mit unterschiedlichen Pensen arbeiten. Mitarbeiten kann nur, wer zwischen 15 und 25 Jahre alt ist, Zielgruppe sind die 13- bis 39-Jährigen. Es wird viel Musik gespielt, gerne von lokalen und nationalen Gruppen, dazu kommen Diskussionen, Interviews und regionale Informationen. 3FACH ist auch ein Ausbildungsradio: Die Mitarbeitenden besuchen Kurse der Radioschule klipp+klang, lernen von den erfahreneren Kolleginnen und Kollegen und erhalten ausserdem Feedbacks von externen Medienschaffenden.

Ins kalte Wasser geworfen

Riande arbeitete ab 2019 bei 3FACH, fünf Jahre lang; auch zu Anfang seiner Anstellung bei Tele 1 blieb er mit einem kleinen Pensum dabei. «Ich habe sehr viel gelernt. Du wirst ins kalte Wasser geworfen, aber du darfst Fehler machen», sagt er. Er hat zum Beispiel eine Veranstaltungs- und Kultursendung am Samstagnachmittag moderiert, ein neues Livesession-Format mitentwickelt und Geld für neue Kameras aufgetrieben. Denn während seiner 3FACH-Zeit machte er den Schritt von Radio zu Video und absolvierte den VJ-Lehrgang am MAZ. Gerne hätte er gleich danach die Diplomausbildung Journalismus am MAZ angehängt, doch das klappte nicht: «Man sagte mir, dass 3FACH ein Jahr später eine Stelle streiche. Ich hätte deshalb nur die erste Hälfte der Ausbildung noch bei 3FACH absolvieren können und danach einen neuen Arbeitgeber suchen müssen, der mir einen MAZ-Besuch ermöglicht.» Deshalb entschloss sich Riande für einen Neuanfang - und suchte sich einen neuen Arbeitgeber.

Er fand ihn in Tele 1. Und ist nun, nach der Entlassung, genau in der Situation, die er vermeiden wollte: Er braucht einen Arbeitgeber, der die Kriterien erfüllt, die für den Diplomkurs am MAZ bestehen, um seine Ausbildung fortzusetzen und weiter zu arbeiten. Er sucht in einem Markt, in dem unter anderem sehr viele Entlassene von CH Media auf Stellensuche sind. Über seine Chancen, bei einem anderen Regional-TV etwas zu finden, macht er sich keine Illusionen: «Die meisten regionalen TV-Sender in der Deutschschweiz gehören zu CH Media und stellen im Moment niemanden ein. Bei den drei Sendern, die nicht zu CH Media gehören, sehe ich auch wegen meines Luzerner-Dialekts schwarz - es sind Telebasel, TV Südostschweiz und Tele Top.»

Zwischenlösung in Sicht

Im Journalismus - und zwar im Videojournalismus - will Riande unbedingt bleiben. «Journalismus ist das, was ich brauche, was mich glücklich macht», sagt er. Als Kind sei er ein «Frögli» gewesen, und nach wie vor versuche er, Zusammenhänge zu verstehen. Als Radiojournalist habe er gerne Geschichten erzählt, nun als Videojournalist



Hat das Lachen trotz allem nicht verloren: Juan Riande beim Termin mit «Edito».

komme noch die visuelle Ebene dazu, «das ist, was ich machen will». Auch wenn er davon träumt, einst einen Dok-Film zu drehen, der zur Prime Time auf SRF1 läuft: Riande fühlt sich im Regionaljournalismus wohl. «Ich kann bei Tele 1 sehr viel lernen und bin glücklich. Und ich mache Geschichten, die nicht die Welt bewegen, aber für die Leute die Welt bedeuten, weil es ihre Welt ist.»

Umso mehr schmerzt ihn der Verlust der Tele-1-Stelle. Doch immerhin hat sich eine Zwischenlösung ergeben: Riande wird als Freelancer für Tele 1 arbeiten können. Das ermöglicht ihm, weiter am MAZ zu studieren. Sein Leben wird er sich mit einem neuen Job finanzieren; er wird bis September als stellvertretender Wirt der «Volière», der Sommerbar von Radio 3FACH, arbeiten. Und dann? «Irgendwie vertraue ich darauf, dass sich unsere Wege wieder finden und bei Tele 1 wieder etwas frei wird», sagt Riande.

«Vor der Ausbildung fehlte mir die Basis»

Pierre Ballenegger ist Videoproduzent bei Blick Suisse romande. Obwohl er technisch bereits sehr gut ausgebildet ist, besucht er eine journalistische Ausbildung. «Ich hatte die Technik, aber es fehlte mir an journalistischem Hintergrund», sagt er.

VON JEAN-LUC WENGER, FOTO: SOLÈNE MONNEY

Marc-Henri Jobin, Direktor des Centre de Formation au Journalisme et aux Médias (CFJM), ist voll des Lobes über die letzten beiden Studentengenerationen. Auf die Frage nach einer besonders motivierten Person nennt er Pierre Ballenegger, Senior Video Producer für Blick.ch in der Romandie. Er ist 35 Jahre alt und hat einen ungewöhnlichen Werdegang hinter sich. Zuerst probierte er verschiedene Studiengänge aus, darunter Architektur an der EPFL, bevor er an die Ecole supérieure Polycom Lausanne wechselte. Da schloss er 2013 sein Studium in Marketing & Kommunikation ab.

Nach dem Studium gründete er mit einem Freund die Firma 12M², die ab 2015 erfolgreich wuchs. 2021 wechselte er zum Start von «Blick» in der Romandie zu Blick.ch. Man bot ihm eine Stelle als Manager für Multimedia-Projekte an. Eigentlich wollte er seine selbstständige Arbeit fortsetzen, aber dann kam Covid.

Seine Fachkenntnisse sind wertvoll für das junge Medium. Zusammen mit Journalisten realisiert er Beiträge, bevor er Anfang 2023 seine Ausbildung am CFJM beginnt. Zwei Wochen Kurs verbleiben ihm noch. «Ich hatte die Technik, aber es fehlte mir an journalistischem Hintergrund», sagt Pierre Ballenegger. «Ich lerne viel, ich muss darauf achten, Fragen zu stellen, als wäre ich fünf Jahre alt», lächelt er.

Aber er beschäftigt sich auch mit aktuellen Themen wie der Beschädigung von Wahlplakaten. «Ich möchte solchen bekannten Themen eine andere, originelle Perspektive verleihen.» Im Februar hat er zusammen mit einer Journalistin eine Reportage in Villars (VD) realisiert. Thema: «Skizorte in Gefahr - lohnt es sich noch, unseren Kindern das Skifahren beizubringen?». Ein fünfminütiger Beitrag,



«Ich lerne viel, ich muss darauf achten, Fragen zu stellen, als wäre ich fünf Jahre alt», sagt Videoproduzent Pierre Ballenegger über seine Ausbildung.

gedreht und geschnitten in eineinhalb Tagen. Zum Vergleich: «Im Kino oder in der Werbung hat man drei Tage, um eine Minute Film zu erstellen. In den Medien ist das ganz anders.» Er findet die Kurse am CFJM «sehr interessant», auch wenn er einen Vorbehalt gegenüber den audiovisuellen Fächern hat. «Es ist sehr auf Fernsehen ausgerichtet, es gibt nichts

über Webformate», bedauert er. Und dann, als Übung, sollen sie mit dem Smartphone filmen, was Pierre Ballenegger bedauert. «Mit Kameras zu drehen, ermöglicht es, sich von dem zu unterscheiden, was KIs bereits erschreckend realistisch machen können.» Von den neuen Technologien ist er trotzdem mehr fasziniert als eingeschüchtert.

«An meiner ersten Insta-Story habe ich Monate rumgeknorzt»

Tschüss TV, hallo Online-Journalismus: Claude Bühler ist 61 Jahre alt, als er diesen Neuanfang wagt. Zum Glück, sagt er. Kurz vor der Pensionierung hat er vom Lokalfernsehsender Telebasel zum Internet-Startup Prime News gewechselt.

VON ANNA KAPPELER

Claude Bühler sitzt nicht. Beim Video-Telefonieren tigert er durch das Sitzungszimmer in der Redaktion der Basler Online-Plattform Prime News. Hin und her, her und hin. Ständig in Bewegung. Dunkelblauer Pulli, darunter der Kragen eines gestreiften Hemds, graue Haare, Hornbrille – Bühler wirkt jünger, als er ist. Das beschreibt auch die beruflichen Ambitionen des 62-jährigen Baslers.

Mit 61 Jahren, einem Alter, in dem andere für die letzten Jahre bis zur Pensionierung einen Gang runterschalten, hat Bühler 2023 neu angefangen. Gekündigt bei seinem langjährigen Arbeitgeber Telebasel. Und bei Prime News eine neue Stelle angetreten. Dies, obwohl er bisher abgesehen von Theaterkritiken keine Erfahrung im Schreiben hatte.

Neuanfang nicht ohne Zweifel

Warum dieser Schritt? «Aus zwei Gründen», sagt Bühler. «Einerseits haben sich Telebasel und ich ein bisschen auseinandergeliebt, andererseits habe ich seit Längerem rübergeschickt zur frechen und frischen Arbeit von Prime News.» Und so ist Bühler Co-Redaktionsleiter auf



Claude Bühler

einer Online-Redaktion geworden und muss das Handwerk von der Pike auf lernen. Bei den Morgensitzungen selber Themen inputten, News-Texte innert kürzester Zeit runterschreiben, Interviews führen, Podcasts aufnehmen, Bilder bearbeiten – alles Neuland. Bühler liebt es. «Jedes Mal, wenn ich etwas Neues erobere und für mich verstanden habe, freue ich mich irrsinnig darüber», sagt er in breitem Baseldeutsch und mit hörbarer Freude.

Ohne Zweifel, ob er der neuen Aufgabe gewachsen sei, ist es nicht gegangen. Wie sieht Bühler es heute? Zuerst lobt er die Redaktion: «Ich wurde sehr warmherzig empfangen», sagt Bühler. «Auch wurde meine Kompetenz, mein jahrzehntelang

aufgebautes Polit-Wissen etwa, sofort wertgeschätzt.» Als Boomer sei er nie abgetan worden. «Auch dann nicht, wenn ich viele Monate rumgeknorzt habe, bis ich verstand, auf was es bei einer Insta-Story ankommt.» Bühler lacht. Wenn Bühler spricht, merkt man bei jedem Satz, ihm gefällt das Kollegiale, «ja fast Familiäre» auf der Redaktion mit den deutlich jüngeren Kolleginnen und Kollegen. «Natürlich, es war so viel neu, manchmal kam es mir vor wie ein gähnender Schlund, den ich zu überwinden hatte.» Aber das Gefühl sei jeweils schnell wieder verfliegen.

Rund ein Jahr ist seit Bühlers beruflichem Neuanfang vergangen. Hat er seinen Wechsel je bereut? «Nicht eine Sekunde!», kommt die Antwort sofort. In drei Jahren wird Bühler 65. «Ich gehe tatsächlich jeden Tag gerne arbeiten», sagt er. Und doch freue er sich auch auf seine Pensionierung. «In diesen Zeiten grosser wirtschaftlicher Unsicherheit entspannt es mich zu wissen, dass meine Pensionierung nicht mehr unendlich weit weg ist.» Wenn alles gut geht, würde er gern über die Pensionierung hinaus arbeiten – bei Prime News oder etwas ganz Neuem.

«Chefin sein ist zur Zeit einfach nicht mein Ding»

Stattdessen Hühner. Valerie Zaslowski lacht. Sie wohnt auf dem Land in einem Haus mit Garten, und seit Kurzem leben dort auch Hühner. Die kommen zeitgleich wie Zaslowskis Entscheid, nicht mehr Chefin sein zu wollen.

Vor einem Jahr wurde Zaslowski Co-Chefredaktorin bei Bajour. Nur: «In dieser Rolle bin ich nicht so richtig angekommen, es hat sich nie wirklich stimmig angefühlt», sagt sie. Dies im Gegensatz zu Ina Bullwinkel, welche die geborene Chefin sei. Also hat sich Zaslowski Anfang Jahr eingestanden: «Chefin sein, nein, das ist

zur Zeit einfach nicht mein Ding.» Seit Februar ist Zaslowski nun wieder normale Redaktorin bei Bajour. «Und das sehr gerne und sehr motiviert.» Man könnte es als Karriererückschritt betiteln, Zaslowski ist das egal. Für sie sei der Schritt eine Befreiung gewesen. «Meine Reintegration in die wilde Horde der Redaktionsmitglieder hat sich völlig natürlich angefühlt.»

Die 40-jährige Baslerin ist nun Bajours Politredaktorin. Es ist auch eine Rückkehr, war Zaslowski davor doch bei der NZZ im Bundeshaus tätig. «Ich freue mich, komme ich wieder mehr zum Schreiben.» Zudem



Valerie Zaslowski

habe sie mehr Zeit: für Familie, Freunde, für sich – für das Leben. Im Hintergrund hört man die Hühner gackern. ak

Fotos: zVg

«Ich bin zur rechten Zeit am richtigen Ort angekommen»

Florence Hügi liebte ihre Arbeit als Journalistin, hasste aber ihre Rolle im Fernsehen RTS: die Arbeitsweise und die Hierarchie. So machte sie sich selbstständig und erfand eine Tätigkeit, die sie erfüllt.

VON JEAN-LUC WENGER

Florence Hügi arbeitete von 2006 bis 2010 als «Journaliste Reporter Image» (JRI) und Korrespondentin in Freiburg für RTS. Sie konnte das hierarchische System nicht mehr ertragen: «Die Arbeitsweise im Unternehmen war der Grund, warum ich den Beruf aufgegeben habe. Als JRI bist du am Ende der Kette, du hast keinen freien Willen mehr.» Sie liebte Printmedien, fand sich aber nach der Ausbildung in einer ganz anderen Welt wieder, dem Fernsehen, wo sie «keinen Platz zum Denken fand. Ich glaube, meine Ambitionen für das Fernsehen waren fehl am Platz. Es widersprach völlig meinen Werten.»

Geboren im Berner Jura, machte Florence Hügi die Matur am Gymnasium in La Chaux-de-Fonds und begann danach eine Lehre als Buchhändlerin. Anschliessend studierte sie Literaturwissenschaften und Ethnologie. Während ihres Studiums schrieb sie für das «Journal du Jura»: «Das war sehr interessant, man hat Zugang zu allem, man trifft faszinierende Menschen.» Mit dem Universitätsabschluss in der Tasche wechselte sie nach Neuenburg und arbeitete bei «L'Express», heute «Arcinfo». Nach der Enttäuschung bei RTS wollte sie

ihrer Tätigkeit wieder Sinn geben: «Ich habe mich für den Journalismus entschieden, um die kritische Denkfähigkeit der Leser oder Zuschauer zu fördern. Im Fernsehen sah ich, wie schwer mir das fiel.» 2013 gründete sie deshalb ihr eigenes Unternehmen: Filigranes. Dank ihrer vielfältigen Ausbildung bietet sie drei verschiedene Bereiche an: Erwachsenenbildung, Coaching und das Sammeln von Lebensgeschichten.

Frauen sind auch kompetent

Zur gleichen Zeit veröffentlichte sie die Lebensgeschichte von Yvette Théraulaz, einer Schauspielerin und Sängerin, welche 2013 den Hans-Reinhart-Ring erhielt. «Histoire d'Elle» konzentriert sich nicht auf die Karriere der Künstlerin, sondern auf ihr persönliches Leben, ihren Weg, ihre feministischen Kämpfe und ihren Wunsch nach Freiheit. Im selben Jahr erhielt Hügi den Prix Femmes et Médias für ihre Kolumne in der Freiburger Tageszeitung «La Liberté». Die damalige jurassische Regierungsrätin Elisabeth Baume-Schneider überreichte ihr die Auszeichnung. Heute begleitet Florence Hügi unter anderem



Florence Hügi

Politikerinnen. Bevor sie startete, bat sie selbst einen Coach um Rat. Der Mann erklärte ihr, dass sie Politiker nicht begleiten könne, dass ihre Idee dumm sei und dass es niemals funktionieren würde. «Nach diesem Treffen wusste ich, dass ich es tun würde!» Ihre unglückliche Erfahrung bei RTS ist ihr heute sehr nützlich. Es ist ihr wichtig, Frauen zu unterstützen, damit sie an Sichtbarkeit und Einfluss gewinnen. «Frauen haben genauso viel Kompetenz wie Männer, wenn nicht mehr, aber sie leiden noch immer unter einem negativen symbolischen Koeffizienten, wie Pierre Bourdieu sagt. Das kann man überwinden, indem man an ihrem Selbstwertgefühl und ihrer Kommunikation arbeitet.»

Anzeige

maz
Wir machen Medienmachende

Viele denken über ihre Zukunft nach. Du schreibst sie.

Studiere am führenden Institut für Journalismus und Kommunikation:
maz.ch

Fotos: zVg

«Ich habe etwas gefunden, was mir noch mehr Spass macht.»

Sportjournalist Fabian Sangines hat die Schweiz verlassen, um in der Karibik einen Job als Fussballtrainer anzunehmen: Künftig trainiert er das Frauenteam des Fussballklubs Academy Sports Club.

VON BETTINA BÜSSER



Fabian Sangines wechselt von der Pressetribüne auf die Trainerbank.

Du wärst ein Trottel, wenn du es nicht machst», hat sich Fabian Sangines gesagt - und es tatsächlich gemacht: Innerhalb weniger Wochen hat er seine Stelle gekündigt, seine Wohnung untervermietet, seine Sachen gepackt und sich von Familie, Kollegen und Kolleginnen verabschiedet. Am 29. Januar ist er in die Karibik geflogen, auf die Cayman Islands. Dort trainiert er jetzt das Frauenteam des Fussballklubs Academy Sports Club sowie drei Nachwuchsteams.

Sangines war vorher Sportjournalist. Nach einer KV-Lehre, mehreren Jahren bei der Zürcher Kantonalbank und einem Praktikum bei der «Aargauer Zeitung» kam er 2014 zu Tamedia. Zuerst als freier Mitarbeiter, dann wurde er angestellt. Seit 2016 war er auch als VJ im Einsatz, Höhepunkte waren etwa Einsätze bei verschiedenen Champions-League-Spielen und bei den Olympischen Winterspielen im südkoreanischen Pyeongchang. «Video hat mir sehr gefallen, ich war gerne Journalist», so Sangines.

Aber Fussball war immer auch ein wichtiger Teil seines Lebens. Er spielte, absolvierte die Trainerausbildung, arbeitete als Trainer und Assistenztrainer bei verschiedenen Nachwuchs- und Frauenteamen, zuletzt bei den Young Boys in Bern. Die zeitliche Belastung von Sport und Sportjournalismus war gross: «Vier bis fünf Trainings pro Woche plus Match, plus 70, 80, 90 Prozent arbeiten als Journalist, das wäre über längere Zeit zu viel geworden.»

Ein Angebot aus heiterem Himmel

Mitte Dezember letztes Jahr kam dann das Angebot aus der Karibik. Sangines hatte bei einem Besuch der Jugendakademie des holländischen Klubs PSV Eindhoven einen Trainer kennengelernt, der zwei Jahre lang beim Academy Sports Club auf den Cayman Islands gearbeitet hatte. Dieser habe ihn gefragt, ob er Interesse habe, das dortige Frauenteam zu trainieren. «Er hat gesagt, es sei die erfüllendste Zeit seines Lebens gewesen», so Sangines. Später kam dann die offizielle Anfrage. Sangines sagte zu.

Dann ging alles sehr schnell. Einen Tag vor dem Abflug, beim Gespräch mit «Edito», wusste Sangines weder über die Cayman Islands noch über die dortige Fussballszene, noch über seinen künftigen Klub sehr viel. «Laut Google ist es warm, tropisch auf den Cayman Islands, die Temperaturen liegen das ganze Jahr über zwischen 27 und 33 Grad», sagte er. Und dass die rund 70 000 Bewohnerinnen und Bewohner der karibischen Inselgruppe «offenbar extrem fussballbegeistert» seien.

Aussteiger und Auswanderer zugleich

Es waren gleich zwei Neuanfänge: Profitrainer werden und auswandern. Auf den Neuanfang als Profitrainer habe er hingearbeitet, sagt Sangines, aber auswandern in die Karibik sei schon «crazy». Die Cayman Islands gehörten übrigens zum Commonwealth, da herrsche Linksverkehr, «auch quasi ein Neuanfang für mich», lacht er.

Und der Abschied vom Journalismus? Er sei gerne Journalist gewesen, habe seinen Job als Privileg empfunden, so Sangines: «Aber ich habe etwas gefunden, was mir noch mehr Spass macht.» Natürlich sei die Situation der Medien schwierig, er habe in seiner Zeit bei Tamedia mehrere Sparrunden erlebt, die Zukunftsaussichten seien nicht rosig. Aber es werde immer Journalistinnen und Journalisten brauchen. «Und es braucht Leute, die mit Herzblut dabei sind. Und das wäre ich gewesen - wenn ich jetzt nicht die Möglichkeit gehabt hätte, als Trainer zu arbeiten.»

P.S.: Rund zwei Wochen nach seiner Ankunft auf den Cayman Islands berichtet Sangines, dass er neben dem Frauenteam statt zwei, wie eigentlich geplant, nun drei Nachwuchsteams trainiere, «das ist ziemlich streng», mache aber Spass. Zeit für einen Tag an einem der «wahn-sinnig schönen» Strände habe er noch nicht gefunden. An seinem Ankunftstag sei er von einer «Kaltfront» empfangen worden: «Nur 25 Grad.»

Foto: z/Vg

Neue Zukunft



Der Frühling soll die «Neue Zukunft» bringen - oder zumindest einen Eindruck davon. Dann nämlich soll eine erste Pilotsendung zur und für die Klimabewegung zu sehen sein, die eine Gruppe von Medienschaffenden aus der Schweiz, aus Österreich und aus Deutschland entwickelt. «Wir planen keinen Klimajournalismus, sondern Journalismus über die Klimabewegung», sagt Oliver Classen, Mitglied der Gruppe. «Neue Zukunft» soll eine Plattform «zur kritischen Selbstverständigung» werden, die gleichzeitig einen Einblick in die Klimabewegung bietet. Sie soll sich zuerst monatlich, dann eventuell auch häufiger melden - als Video, Podcast und Text. Nach einer Rekrutierungskampagne Ende letztes Jahr haben sich laut Classen rund 40 Personen bei der «Neue Zukunft»-Kerngruppe gemeldet, «die meisten mit journalistischem Hintergrund». In der Zwischenzeit haben sich eine Redaktionsgruppe und eine Formatentwicklungsgruppe gebildet, dazu kommt eine Konzeptgruppe, die eine Gesamtstrategie samt Finanzierung entwickeln soll. neuezeitung.digitalpress.blog

Neuanfang ohne Gemeinden

Das Ende des seit 144 Jahren erscheinenden «Anzeiger Region Bern» schien besiegelt. Viele Jahre lang war er das offizielle Publikationsorgan von 16 Gemeinden der Region Bern, die sich in einem Verbund organisiert hatten. Dieser beschloss, die Gratis-Wochenzeitung auf Ende 2023 einzustellen. Grund dafür waren Defizite, die die Gemeinden ausgleichen mussten. Zudem dürfen im

Anzeige

Kanton Bern seit Anfang 2023 Amtspublikationen digital veröffentlicht werden, die Publikation im Print ist nicht mehr vorgeschrieben. Doch Christof Ramseier, früherer Geschäftsführer des Gemeindeverbands, führt den «Anzeiger» in Eigenregie weiter. Neu berichtet eine sechsköpfige Redaktion «über das politische, wirtschaftliche, gesellschaftliche und kulturelle Geschehen» in der Region. Im Blatt wurde dazu aufgerufen, Werbung zu schalten, ein Abo zu lösen oder den «Anzeiger» finanziell zu unterstützen. Klappt das? Es sei zu früh für ein Fazit, sagt Ramseier: «Wir hoffen, diesen Weg weitergehen zu können. Ob rechtzeitig erkannt wird, wie wichtig auch in Bern die Medien- und Meinungsvielfalt ist, wird sich zeigen.» anzeigerbern.ch

Neustart nach Cyberangriff



Einen besonderen Neuanfang hat NZZ-Tech-Redaktor Lukas Mäder beschrieben. Knapp ein Jahr nachdem die NZZ im März 2023 Opfer eines Cyberangriffs geworden war, veröffentlichte er einen ausführlichen und packenden Artikel* über den Angriff, die Erpressung mit gestohlenen Daten, die Konsequenzen und die ergriffenen Massnahmen. Möglich wurde dies laut Mäder, weil ihm die Geschäftsleitung von Beginn weg Einblick in das Geschehen gewährte. Denn: «Dass die meisten angegriffenen Unternehmen schweigen, spielt den Erpressern in die Hände.» Schritt für Schritt ist im Artikel zu verfolgen, was geschah. Der heikelste Moment ist der Wechsel von der «roten Zone», also den vom Angriff befallenen IT-Systemen, zur «grünen Zone», den neu aufgebauten IT-Systemen. Der Neustart

gelingt. Doch, das verschweigt Mäder nicht: Für all diejenigen Mitarbeitenden, deren persönliche Daten von den Angreifern im Darknet veröffentlicht wurden, ist die Sache noch lange nicht vorbei.

* Titel: «Kriminelle Hacker greifen die NZZ an und erpressen sie. Das Protokoll einer Krise»

Neu im Zürcher Unterland



Seit Februar gibt es im Zürcher Unterland ein neues Medium: das lokale Nachrichtenportal «Zürcher Unterland 24». «Ich bin ein News-Junkie», sagt Verleger und Chefredaktor Peter Wick zu seiner Motivation. Und dass Lokaljournalismus ein eminent wichtiger Faktor in der Meinungsbildung der Schweiz sei, aber viele grosse Verlage ihn verliessen oder «etwas stiefmütterlich» behandelten. «Zürcher Unterland 24» ist Teil des Verbunds portal24.ch des Rapperswiler Verlegers Bruno Hug, zu dem nun 21 lokale Online-Portale gehören. Sie nutzen die Technik des Verbunds, können dort auch nationale und internationale News beziehen, aber, so Wick: «Die regionalen und kommunalen News kommen einzig und alleine von uns.» Wick, auch Meteorologe und Medienunternehmer, erhält Storys von seinen «Newsscouts» im Zürcher Unterland und ist vorläufig alleine auf der Redaktion: «Dass weitere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter folgen, ist dann möglich, wenn wir genügend Werbekunden haben.» Dazu brauche es gute Storys, die von möglichst vielen Usern gelesen werden. Es gelte: «Zersch liefere, dann lafere.» zuercherunterland24.ch

Foto: z/Vg

Gedruckte Werbung wirkt. Das sehen Sie ja gerade.

Mit einer Anzeige in «Edito» zeigen Sie den Schweizer Medienschaffenden auf sympathische Art, dass Sie den Journalismus unterstützen. Wir helfen Ihnen gerne dabei: anzeigen@edito.ch



Von Edgar Bloch, Präsident von impressum

Wir retten uns nur, wenn wir es auch wollen

Im Gegensatz zu den Landwirten blockieren Journalisten nicht Strassen mit Traktoren und schütten nicht Mist auf den Asphalt, um die Öffentlichkeit auf ihre immer akuter werdenden Schwierigkeiten aufmerksam zu machen. Einige Kleingeister werden einwenden, dass der Zugang zu Nahrungsmitteln lebensnotwendiger ist als von Fachleuten erstellte Informationen. Es bleibt abzuwarten, inwiefern die Demokratie, die derzeit in vielen Teilen der Welt und mitunter sogar in der Schweiz unter Druck ist, folgenlos auf Qualitätsmedien verzichten kann. Der Bundesrat scheint dies erst spät erkannt zu haben und schlägt nun endlich eine Unterstützung für unabhängige Medien vor. Die Idee hätte den Vorteil, dass sie kurzfristig umsetzbar wäre.

Wichtigkeit des Berufsregisters

Auch wenn es im Moment wirklich nicht viele gute Nachrichten für die Branche gibt, ist es doch begrüssenswert, dass sich unsere Behörden, wenn auch spät, der besorgniserregenden Situation des Journalismus bewusst werden. Ob sich diese Hoffnung als Strohfeuer herausstellen wird, bleibt abzuwarten. Allerdings ist es bedauerlich, dass im Bericht die Wichtigkeit des Berufsregisters (BR) und die Pflicht der Journalistinnen und Journalisten, sich im BR einzutragen, unerwähnt bleibt. Es ist aber unverzichtbar, dass diese Zertifizierung, die bei impressum durch Berufskolleginnen und -kollegen vergeben wird, im Projekt verankert wird. Für professionelle Journalistinnen und Journalisten ist der BR-Eintrag

das einzige verlässliche Kriterium bezüglich Qualität und Ethik. Dieses Versäumnis ist umso bedauerlicher, als dass der Bundesrat plant, die Rolle des Schweizer Presserats - impressum war seinerzeit ein Gründungsmitglied des Presserats - zu stärken. Immerhin wird die Absicht des Bundesrats auf kantonaler Ebene wie beispielsweise in Freiburg auch durch Massnahmen umgesetzt, die die Lokalpresse bei der Bewältigung der digitalen Transformation unterstützen. In Neuenburg diskutiert der Grosse Rat eine Motion zu diesem Thema. Eine Folge dieser Umwälzungen lässt sich gerade bei der ESH-Gruppe beobachten.

Druck im Arbeitsalltag

Doch trotz dieser späten Einsicht müssen sich Journalistinnen und Journalisten vor allem auf sich selbst und ihre Verbände verlassen. Bereits im letzten EDITO habe ich dazu aufgerufen, sich einer Organisation wie impressum anzuschliessen. Dies ist eine Notwendigkeit und gibt mir die Gelegenheit, die Arbeit der Kolleginnen und Kollegen zu würdigen, die in den Personalausschüssen, in den Sektionsvorständen und anderen Kommissionen engagiert sind. Danke für ihren Einsatz zum Wohle der Allgemeinheit. Unter dem Druck des Arbeitsalltags und allzu oft dem belastenden Klima von Umstrukturierungen ist eine solche ehrenamtliche Tätigkeit nicht selbstverständlich. Ebenso wie unsere Mitglieder sind auch sie nicht zahlreich genug. Aber die Qualität ist da. Ich spreche jedem von ihnen meine tiefe Anerkennung aus.



Der Schweizer Presseausweis macht den Eintrag im Berufsregister sichtbar.

Dies ist auch mein letztes Forum im Rahmen meiner Präsidenschaftspflichten. Ich verabschiede mich hier mit der Versicherung, dass ich versucht habe, mein Bestes für die Förderung des Berufsstandes und unseres Verbandes zu geben. Ich habe dies nacheinander im Komitee Freier Journalisten, als Vorsitzender meiner Sektion, im Zentralkomitee, als Vizepräsident, als Copräsident und in diesem Übergangsjahr als Präsident getan. Ich glaube, dass ich während meines Intermezzos als Präsident dazu beigetragen habe, die Ruhe im Zentralkomitee wiederherzustellen, das nun in einem ruhigeren Klima arbeitet. Junge, berufstätige Journalistinnen bringen frischen Wind und eine gesunde Erneuerung in unser Exekutivorgan. Es ist mir wohl auch gelungen, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Zentralsekretariats und insbesondere dem Direktor des Zentralsekretariats mehr Vertrauen entgegenzubringen, denen wir ebenfalls zu Dank verpflichtet sind. Es ist noch lange nicht alles perfekt. Dennoch glaube ich in aller Bescheidenheit, dass es mir gelungen ist, impressum mehr Stabilität und einen Handlungsrahmen zu geben. Das ist schon mal nicht so schlecht.

impressum

Werden Sie Mitglied.
Zusammen sind wir stark!

Löchriger Quellenschutz

Das Redaktionsgeheimnis ist ein zentrales Prinzip - und doch nicht gegen Eingriffe gefeit.

VON MANUEL BERTSCHI

Eine genaue Bezeichnung einer Quelle von Medienschaffenden liegt im Interesse des Publikums. So gibt es der Schweizer Presserat in seinen Richtlinien vor. In der Realität werden Quellen in den Medien zu ihrem Schutz aber häufig und weitgehend anonymisiert. Der Quellenschutz respektive das Redaktionsgeheimnis ist ein zentrales Prinzip des journalistischen Handwerks und oft Bedingung, damit sich Informanten überhaupt gegenüber Medienschaffenden äussern. Doch der Quellenschutz lässt sich nicht folgenlos durch alle Böden verteidigen. Medienschaffende können unter Umständen sehr wohl dazu gebracht werden, ihre Quellen offenzulegen. Das birgt Risiken - ethische wie rechtliche.

Das Redaktionsgeheimnis

Zunächst aber zum Grundsätzlichen. Das Redaktionsgeheimnis ist Teil der Medienfreiheit und damit grundrechtlich geschützt. Im Medienstrafrecht wird der Schutz der Quellen explizit geregelt (Art. 28a StGB, Art. 172 StPO). Personen, die sich beruflich mit der Veröffentlichung von Informationen im redaktionellen Teil eines periodisch erscheinenden Mediums befassen, können das Zeugnis über die Identität der Autorschaft oder über Inhalt und Quellen ihrer Informationen verweigern. Aus strafrechtlicher Perspektive handelt es sich beim Quellenschutz also um ein Zeugnisverweigerungsrecht. Wenn Medienschaffende aber nicht als Zeugen geladen sind, sondern selber beklagt oder beschuldigt sind, geniessen sie grundsätzlich keine derartigen Privilegien.

Von Relevanz ist dies dann, wenn Medienschaffende Tatsachenbehauptungen publizieren, die potenziell Rechte von

Betroffenen verletzen. Dann stehen die Medienschaffenden in der Pflicht, die Wahrheit ihrer Behauptung zu beweisen. Nicht selten führt dies zu Konflikten mit dem Quellenschutz, denn ohne die Nennung der Quellen (zum Beispiel als Zeuge) oder von deren Informationen (zum Beispiel mittels Dokumenten) zur Verteidigung ihrer Publikation können Medienschaffende in Beweisnotstand geraten. Zugespielt bedeutet das, dass Medienschaffende zur Entscheidung gezwungen werden, ob sie zur Verteidigung ihrer Rechte den erwähnten Wahrheitsbeweis erbringen und damit ihre Quellen offenlegen wollen oder ob sie den Quellenschutz verteidigen und die eigene Verurteilung in Kauf nehmen.

Die Gerichte müssen dabei abwägen, ob das grundrechtlich geschützte Redaktionsgeheimnis höher zu gewichten ist als der Rechtsschutz der Betroffenen, insbesondere deren rechtliches Gehör. Grundsätzlich gilt: Je wichtiger ein Beweis, desto weniger lässt sich der Quellenschutz hochhalten. Zu bedenken gilt auch, dass es sich beim Quellenschutz - anders als beim Arzt- oder Anwaltsgeheimnis - gerade nicht um eine Rechtspflicht handelt. Medienschaffende sind gesetzlich nicht dazu verpflichtet, ihre Quellen zu schützen.

Prozessuale Kniffe

Wie also können Medienschaffende diesem Dilemma entgegentreten? Helfen kann, wenn bereits im Zuge der Artikelentstehung die Zusammenarbeit mit der Quelle definiert und vereinbart wird. Umso eher, je wahrscheinlicher es ist, dass die geplante Publikation zu einem Rechtsfall wird. Es gilt, die Quellen auf die möglichen Risiken hinzuweisen und

gleichzeitig zu bestimmen, ob, wie und wann Medienschaffende Quelleninformationen offenlegen dürfen oder nicht. Im Ernstfall verbleiben auch prozessuale Kniffe, etwa die Schwärzung von Dokumenten zur Vermeidung der Offenlegung von Quellenmerkmalen und weiteren sogenannten Beweisschutzmassnahmen.

So bedeutungsvoll der Quellenschutz für Medien und deren Quellen ist, so stossend wirkt er sich auf die Betroffenen aus. Exemplarisch dafür steht die von Ständerat Andrea Caroni 2021 geäusserte Kritik am Quellenschutz nach Leaks im Zusammenhang mit der Wahl für die Bundesanwaltschaft. In diesem Spannungsfeld wird sich der Quellenschutz immer bewegen.

Manuel Bertschi ist Rechtsanwalt bei Zulauf Partner (Zürich) und Spezialist für Medien- und Urheberrecht.



Zum Quellenschutz siehe auch Letzte Seite: «Auch wir Journalisten werden technisch überwacht»

Druckereistandorte



Zeitungsdruck

Grossformatige Maschinen drucken Broadsheet-Format (Doppelseite 630 × 470 mm) oder Tabloid-Format (470 × 315 mm) auf Zeitungspapier.

Zürich: Druckzentrum Zürich, Tamedia
Bern: Druckzentrum Bern, Tamedia
Bussigny: Centre d'Impression Lausanne, Tamedia

Aarau/St. Gallen: CH Media Print AG

Haag: Somedia Partner AG

Monthey: Centre d'Impression romand, ESH Médias

Langenthal: Merkur Zeitungsdruck AG

Muzzano: Centro Stampa Ticino SA

Rollenoffset

Druck von Zeitschriften in den üblichen Formaten (meistens A4, manchmal grösser) auf hochwertigem Papier ab Rolle.

Derendingen (SO): Vogt-Schild Druck AG (gehört zu CH Media)

Goldach: AVD Goldach AG (Zeitschriftenspezialistin)

Flawil: Galledia Print AG (Gruppe mit 13 Standorten)

Bern: Stämpfli AG

Dielsdorf: Druckerei Kyburz AG

Oetwil am See: PMC Print Media Corporation AG (Gruppe mit acht Standorten)

Weitere Anbieter

Es gibt sie weiterhin: Familienbetriebe und kleinere Druckereien. Sie drucken meist in Bogenoffset-Technik. Einige Beispiele:

Pratteln: Gremper AG (hier wird «Edito» gedruckt ;)

Appenzell: Appenzeller Druckerei AG («Appenzeller Volksfreund»)

Egg bei Zürich: FO-Gruppe (Fotorotar, Mattenbach)

St. Moritz: Gammeter Media AG («Engadiner Post»)

Zollikon: Fröhlich Info AG («Zolliker Zumiker Bote»)

Wer druckt künftig unsere Medien?

Drucken bringt in der Schweiz zu wenig Rendite. Dieser Ansicht sind Swisssprinters (also Ringier und die NZZ Gruppe) und die TX Group. Sie wollen deshalb ihre Druckereien schliessen. Als Immobilien bringen sie mehr Geld ein. War's das?

TEXT: MATTHIAS ZEHNDER

Die Druckerei Swisssprinters in Zofingen stellt per Ende September 2024 den Druckbetrieb ein. Damit verlieren 144 Mitarbeitende ihren Arbeitsplatz - und die Medienschweiz ihre leistungsfähigste Zeitschriftendruckerei. Magazine wie die «Schweizer Illustrierte» dürften künftig im Ausland gedruckt werden. Auch die TX Group will sich von ihren Zeitungsdruckereien trennen: 2029 soll die Druckerei in Zürich schliessen. Der Grund: Das Land, auf dem die Druckereien stehen, bringt im Immobiliengeschäft mehr Geld ein, als die Druckereien heute erwirtschaften. Und die Medien?

Standreden für Hinrichtungen

1833 kaufte Johann Rudolf Ringier in Zofingen eine Buchdruckerei. Die nächsten 40 Jahre druckt er «hauptsächlich Amtsblätter, Lehrpläne und Standreden für Hinrichtungen», schreibt Swisssprinters über die eigene Geschichte. Standreden, das waren Predigten, die meist unmittelbar nach der Hinrichtung eines Verbrechers auf der Richtstätte gehalten wurden. Jetzt muss Swisssprinters sich um die eigene Standrede kümmern: Die Geschichte der Druckerei nimmt im Herbst ein abruptes Ende. Swisssprinters stellt den Druckbetrieb per 30. September 2024 ein, «aufgrund stetig sinkender Auftragserlöse und schwieriger wirtschaftlicher Zukunftsaussichten», wie das Unternehmen schreibt. Das bedeutet, dass 144 Arbeitsplätze wegfallen. Es kommt zu 48 Frühpensionierungen und 96 Entlassungen. Für alle Betroffenen kommt ein Sozialplan zur Anwendung.

Es bedeutet auch, dass die Medienschweiz eine ihrer wichtigsten Druckereien verliert. In Zofingen steht die grösste Rollenoffsetdruckmaschine der Schweiz, eine Lithoman 72 Seiten. Eine einzige solche Maschine kann über drei Millionen A4-Seiten pro Stunde produzieren. Insgesamt sind die Maschinen von Swisssprinters in der Lage, bis zu 9 Millionen A4-Seiten pro Stunde zu drucken. Hier werden die grossen Zeitschriften der Schweiz produziert, die Hochglanz-Beilagen der NZZ und natürlich viele kommerzielle Beilagen. Was geschieht mit diesen Druckaufträgen? Was bedeutet die Schliessung der Druckerei für den Medienstandort Schweiz?

Immobilien sind rentabler als der Druck

«Es ist einfach nur schade», sagt Michael Moser, Zentralsekretär Sektor Medien und zuständig für die grafische Industrie bei der Gewerkschaft syndicom. «Hier wird jahrhundertealte Tradition und Handwerk der Gewinnoptimierung geopfert.» Die grossen Druckereien hätten «jahrzehntelang Gewinne geschrieben und Medienhäuser wie Ringier und Tamedia konnten sich deshalb grosse Immobilien an ausgezeichneter Lage leisten. Plötzlich sind diese Immobilien nun rentabler als das Druckgeschäft. Die Folge: Die Medienunternehmen kehren der eigenen Branche den Rücken. Moser sagt: «Für die ganze Branche ist es jetzt essenziell, dass die Aufträge nicht einfach ins Ausland, sondern zu jenen Druckereien gehen, die auch in Zukunft noch drucken wollen.» Dafür will die Firma Swisssprinters sorgen. «Wir hoffen, dass möglichst viele Aufträge in der Schweiz platziert werden können», sagt Verwaltungsratspräsident Alexander Theobald. Swisssprinters nehme «zeitnah» Kontakt mit Kunden und anderen Druckereien auf, um Anschlusslösungen möglichst in der Schweiz zu finden. Für die Zeitschriften der Ringier- und NZZ-Gruppe werde eine Ausschreibung vorbereitet, die Schweizer und auch ausländische Druckbetriebe einlade.

Es fehlen die Druck-Slots in der Schweiz

Bloss: Wer in der Schweiz könnte die Zeitschriften von Ringier und NZZ drucken? «Edito» hat sich bei Druckereien und bei Druckfachleuten umgehört. Sie gehen davon aus, dass die Aufträge ins Ausland abwandern, weil sie in der Schweiz gar nicht platziert werden können. Es fehlen nicht nur die Druckkapazitäten, sondern auch die verbindlich buchbaren «Slots», also die Zeitfenster, in denen eine Zeitschrift gedruckt werden muss.

«Wenn es nur um den Preis ginge, wären noch mehr Printprodukte mit hohen Auflagen schon lange im Ausland», sagt Paul Fischer, stellvertretender Direktor des Branchenverbands dpsuisse. «Aber da sind noch Logistik und Transport.» Billige Druckereien in Rumänien und Ungarn kommen deshalb wohl nur für nicht zeitkritische Druckerzeugnisse in Frage. Und die Magazine? ▷



Gehören gedruckte Zeitungen zur Grundversorgung?

Der Bundesrat diskutiert derzeit über eine mögliche Neuausrichtung des Grundversorgungsauftrags der Post ab 2030. Es sei «zwingend, dass der Bundesrat die Zustellung von abonnierten Zeitungen auch in Zukunft zum Grundversorgungsauftrag der Post zählt», sagt der Verlegerverband Schweizer Medien (VSM). Die tägliche Zustellung von Printmedien bis 12:30 Uhr sei «von demokratierelevanter Bedeutung». Eine ausreichende Informationsversorgung wäre ohne diesen Service nicht mehr gewährleistet.

Dies wohl auch deshalb, weil das Geschäft vieler Schweizer Medienhäuser nach wie vor auf dem Print beruht: Der Anteil der gedruckten Auflage ist heute bei den meisten Tages- und Wochenzeitungen nach wie vor deutlich höher als der Anteil digital vertriebener Exemplare. Der VSM schreibt, dass das «auch in absehbarer Zukunft» so sein werde. Post und VSM schätzten, dass auch nach 2030 pro Jahr über 600 Millionen Exemplare abonnerter Zeitungen befördert werden. Das sind zwar ein Drittel weniger als noch 2020, ohne Print wird es aber nicht gehen. «Eine Änderung der heutigen Praxis beziehungsweise der Abbau des heutigen Service würde sich negativ auf die Aboeinnahmen der Medienunternehmen auswirken und so die Finanzierung des Journalismus weiter drastisch erschweren», schreibt der VSM. Die Schweizer Medienunternehmen seien «zur Aufrechterhaltung des Informationsangebotes weiterhin auf die Erlöse aus den Printmedien angewiesen». Die Frage ist nur, wer diese Printmedien in Zukunft drucken wird.

Bald ein historisches Bild? Zeitungsdruck gehört in der Schweiz wohl in wenigen Jahren der Vergangenheit an.

Druckkapazitäten für Zeitschriften gäbe es zum Beispiel in Vorarlberg oder im süddeutschen Raum. Fischer vermutet deshalb, dass Druckereien in der Schweiz nur bedingt vom Wegfall von Swissprinters profitieren werden. «Es gibt schlicht niemanden mehr, der die ganz grossen Maschinen hat, um solch hochvolumige Akzidenzprodukte herzustellen.» In der Schweiz ist Swissprinters ein Riese - im Vergleich mit den Grossdruckereien in Deutschland oder Österreich aber klein. Diese Aufträge könnten deshalb problemlos absorbiert werden.

Zumal viele Druckereien im Ausland noch Kapazitäten haben. Aber auch in Deutschland machen grosse Druckereien dicht. Fischer nennt als Beispiel den Axel-Springer-Konzern. «Irgendwann werden sich auch in der EU Angebot und Nachfrage wieder einpendeln. Aber ich glaube nicht, dass wir heute schon so weit sind.» Denn die Druckauflagen der grossen Titel gehen weiter zurück. «2023 hatten wir insgesamt einen Rückgang des Druckvolumens in Europa von 15 bis 20 Prozent. Am grössten ist der Rückgang jeweils bei den hochvolumigen publizistischen Titeln. Also genau in dem Marktsegment, wo bislang Swissprinters tätig ist.»

Die ganz Grossen und die ganz Kleinen

Und in der Schweiz? Da haben Experten lange vermutet, dass die ganz kleinen und die ganz grossen Druckereien Erfolg haben werden, während die mittelgrossen Betriebe leiden. Kleine Druckereien können Nischen bewirtschaften, grosse können von der Skalierung profitieren. Doch in den letzten Jahren trat das Gegenteil ein, eine Art Trend zur Mitte. Paul Fischer sagt: «Die ganz Grossen verschwinden, weil sie im Wettbewerb mit den europäischen Druckereien stehen und hier der Preis das entscheidende Kriterium ist. Und die ganz Kleinen haben Probleme, weil sie zu wenig Gewinn machen, um in neue Produktionstechnologie zu investieren.» Was bleibt? KMU mit 15 bis 20 Mitarbeitern werden von gleich grossen Betrieben gekauft oder fusionieren. Einige haben zu Unternehmensgruppen mit 50, 60 Mitarbeitern fusioniert. Diese Firmen seien stabil, weil sie eine breite Wertschöpfung haben. Aber sind sie auch in der Lage, die Medien zu produzieren, welche die Schweiz braucht?

Keine Auswirkung hat die Schliessung der Druckerei in Zofingen auf den Druck von Tageszeitungen. Aber auch im Zeitungsdruck stehen bald wichtige Entscheide an. Am meisten Zeitungen druckt Tamedia in ihren drei Druckzentren in Zürich, Bern und Bussigny. CH Media betreibt

in Aarau und St. Gallen je einen Druckstandort. Somedia verfügt über ein Druckzentrum in Haag im St. Galler Rheintal. In der Südschweiz werden die Zeitungen im Centro Stampa Ticino in Muzzano gedruckt. ESH Médias verfügt über ein Druckzentrum in Monthey. In den letzten Wochen war ESH in den Schlagzeilen, weil die Firma 40 Arbeitsplätze abbaut.

TX Group: Druckereien stehen zum Verkauf

Die Augen der Zeitungsschweiz sind aber auf die Bubenbergstrasse in Zürich gerichtet. Hier befindet sich die leistungsstärkste Zeitungsdruckerei der Schweiz: Das Tamedia-Druckzentrum produziert jede Woche rund zehn Millionen Tages-, Wochen- und Kundenzeitungen. Die Druckmaschinen stammen aus den Nullerjahren. Ob sie ersetzt werden, ob Tamedia noch einmal einen zweistelligen Millionenbetrag in den Zeitungsdruck investiert oder gar ein neues Druckzentrum in einem Gewerbegebiet aufbaut, das dürfte sich in den nächsten zwei, drei Jahren entscheiden.

Wie die «NZZ am Sonntag» berichtet, hat die TX Group ihre Druckereien bereits zum Verkauf angeboten. 2029 soll in Zürich Schluss sein. Die letzte der drei Druckereien soll gemäss NZZ 2032 schliessen. Das Land, auf dem die Druckereien stehen, ist viel Geld wert. Die NZZ schreibt von einem Betrag im «hohen dreistelligen Millionenbereich». Es ist nicht klar, welche Konsequenzen diese Strategie für die eigenen Printprodukte der TX Group und für ihre Druckaufträge hat - darunter zum Beispiel der Druck der NZZ. Die TX Group könnte eine neue Druckerei bauen, sich mit anderen, etwa mit CH Media, in einem Joint Venture zusammenschliessen oder die Druckaufträge ausschreiben. Stand heute gibt es aber niemand in der Schweiz, der den Druck der Zeitungen übernehmen könnte.

«Wenn der Grundauftrag der Post gestrichen wird, dann wird es problematisch.»

Wie geht es weiter mit dem Zeitungsdruck in der Schweiz? Stellt sich die Frage, wie TX Group und CH Media die Zukunft des Schweizer Zeitungsmarkts einschätzen: Wie sieht die Medienschweiz im Jahr 2035 oder 2040 aus? Darüber entscheidet nicht zuletzt das Bundesparlament. Druckspezialist Paul Fischer sagt: «Die Frage ist, ob die Frühzustellung von gedruckten Tageszeitungen im Grundauftrag der Post bleibt. Wenn dieser Grundauftrag gestrichen wird und gedruckte Zeitungen nicht mehr täglich im Briefkasten ankommen, dann wird es problematisch.» Dies umso mehr, als nicht nur die Druckereien von Ringier und Tamedia am Immobilienmarkt mit dem Land, auf dem die Druckmaschinen stehen, mit weniger Aufwand eine oft höhere Rendite erwirtschaften könnten.

Eine bessere Rendite mit weniger Risiko. Gut möglich, dass diese Überlegung auch in Zofingen eine Rolle gespielt hat. Der Medienschweiz bleibt bald nur die Standrede. ○

Fotos: KEYSTONE/Christian Beutler

Kommentar

Mediale Verödung

Wie lange gibt es noch gedruckte Tageszeitungen? Bisher lautete die Antwort darauf: Solange es sich noch lohnt, Zeitungen zu drucken. Jetzt stellt sich heraus: Das stimmt nicht. Die Frage ist vielmehr, ob die grossen Medienhäuser mit anderen Geschäften mehr Geld verdienen können. Genau das scheint bei Swissprinters und Tamedia der Fall zu sein: Sie können mit dem Land der Druckereien im Immobiliengeschäft viel mehr Profit machen als mit dem Druck von Zeitschriften oder Zeitungen. Der Ausstieg aus dem Printgeschäft erfolgt deshalb früher und schneller als gedacht.

Für die Schweiz ist das ein Problem. Printmedien lassen sich nicht so einfach durch digitale Medien ersetzen. Digitale Geschäftsmodelle sind auf Skaleneffekte ausgelegt. In unserem kleinen und kleinräumigen Land funktionieren sie nicht. Dazu kommt die Dominanz der grossen Plattformen: Google, Meta und Co. machen fast drei Viertel des gesamten Umsatzes mit Onlinewerbung. Den Schweizer Medien bleiben nur Brosamen. Zwar sind immer mehr Menschen bereit, für gute Inhalte zu bezahlen, aber das Publikum ist zu klein.

Es gibt eine andere Branche, die ganz ähnliche Probleme hat: Auch die Landwirtschaft kann in der kleinräumigen Schweiz nicht jene Skaleneffekte erzielen, die nötig wären, um Lebensmittel preisgünstig zu produzieren. Weil die Selbstversorgung mit Nahrungsmitteln aber für das Land wichtig ist, lässt sich die Schweiz ihre Landwirtschaft jedes Jahr 3,6 Milliarden Franken kosten.

Für das Land ist auch die mediale Landesversorgung wichtig. Deshalb fördert die Schweiz auch die Medien. Doch die Medienförderung hält mit den raschen Veränderungen nicht Schritt, weil sie an veraltete Technologien gebunden ist: an Radiowellen, TV-Signale und Portogebühren. Die Politik laboriert seit Jahren an neuen Vorschlägen. Die Politiker haben sich bis jetzt aber gegen neue Fördervorschläge gewehrt, weil die alten Medien ja noch immer gut zu funktionieren scheinen.

Wahrscheinlich stellen die grossen Druckereien in der Schweiz ihren Betrieb ein, bevor das Land Wege gefunden hat, seine Medien unabhängig von den Verbreitungswegen zu fördern. Damit droht der Schweiz eine mediale Verödung. Es sei denn, die Politikerinnen und Politiker erwachen doch noch.

Matthias Zehnder



Ringier: 21 gerettete Stellen und ein verbesserter Sozialplan

Der Einsatz bei Ringier hat sich gelohnt: Die Personalkommissionen konnten, unterstützt von syndicom, mit ihren Vorschlägen im Konsultationsverfahren 21 Stellen retten. Ausserdem haben wir in den Verhandlungen erreicht, dass der vorhandene Sozialplan verbessert wurde und für alle betroffenen Angestellten des fusionierten Unternehmens gilt.

Das Konsultationsverfahren gibt uns Rechte und zeigt Wirkung

Anfang Januar verkündete Ringier seine Absicht, 75 Stellen abzubauen. Dank des Einsatzes der Personalkommissionen und der Vorschläge aus dem Personal im Konsultationsverfahren konnte die Unternehmensleitung davon überzeugt werden, den Abbau zu reduzieren: 21 Stellen wurden damit gerettet. In den anschliessenden Verhandlungen haben die Pekos, wiederum mit aktiver Unterstützung von syndicom, den Sozialplan verbessert. Der verbesserte Sozialplan gilt für alle Angestellten von Ringier und den Ringier-Magazinen.

Diese Verbesserungen im Sozialplan gelten für die Betroffenen

Die Betroffenen erhalten je nach Dienstalter über die Kündigungsfrist hinaus 1-3 weitere Monate Lohnzahlung bei voller Freistellung. Ausserdem erhalten alle Entlassenen eine Abgangsschädigung in der Höhe von 1/10 ihres

Monatslohns pro Dienstjahr. Weitere Verbesserungen sind der Weiterbildungsbonus von neu 7500 Franken statt 5000 Franken für alle und Verbesserungen bei den Frühpensionierungslösungen.

Der Sozialplan bringt Fortschritte in der sozialen Absicherung

Diese Massnahmen mildern die Auswirkungen für die Betroffenen. Ein Beispiel: Eine fünfzigjährige Mitarbeiterin, die seit 15 Jahren bei Ringier arbeitet und zur Zeit einen Lohn von 7000 Franken monatlich hat, erhält während sechs statt drei Monaten weiter Lohn und dazu 150% ihres Monatslohns als Abgangsschädigung. Das heisst, sie erhält 31 500 Franken mehr, als sie ohne Sozialplan bekommen hätte. Ausserdem hat sie Anspruch auf 7500 Franken für allfällige Weiterbildungs- und Umschulungsmassnahmen, die sie beruflich weiterbringen.

Gewerkschaftliches, kollektives Engagement nützt

Dieses Beispiel zeigt: Gewerkschaftliches, kollektives Engagement nützt. Arbeitnehmende können etwas verändern, wenn sie sich zusammenschliessen, sich organisieren und ihre Rechte wahrnehmen. Je mehr wir sind, desto stärker sind wir. Deshalb lade ich alle Medienschaffenden und alle Arbeitnehmenden der Medienunternehmen ein, bei syndicom Mitglied zu werden und den Arbeitskolleg:innen von syndicom zu erzählen. Denn wenn eine Belegschaft sich noch stärker bewegt, sind weitergehende Fortschritte möglich.

Wie kann dies erreicht werden?

Wie können Medienschaffende Entlassungen verhindern, Sozialpläne verbessern und ihre Rechte stärker wahrnehmen? [Darüber tauschen wir uns am 11. April bei einem Apéro im Zürcher Bistro Karl der Grosse](#) aus. Sei dabei, wir freuen uns auf dich.

Was können Medienschaffende gegen Entlassungen tun? Diskutiere mit!

Bei einem Apéro am 11. April 2024 tauschen wir uns darüber aus, wie Medienschaffende mit ihren Personalkommissionen und mit syndicom Stellen retten, Sozialpläne verbessern und ihre Rechte wahrnehmen können.

Wann: Donnerstag, 11. April 2024, 19 Uhr
Wo: Bistro Karl der Grosse, Kirchgasse 14, 8001 Zürich

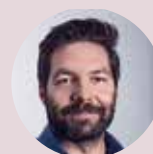


Scanne den QR-Code und melde dich jetzt an!



Titel setzen

Titeln gehört zur handwerklichen Basis des Journalismus - und ist doch immer wieder eine Herausforderung. Sechs Medienschaffende haben uns ihr Berufsgeheimnis in Sachen Titel setzen verraten.



Das grosse Versprechen

Ein guter Titel ist wie ein gutes Dating-Profil: Er springt sofort ins Auge, weckt die Neugierde und man will unbedingt mehr erfahren. Damit dies gelingt, musst du zwingend den Inhalt verstehen, den du deiner Leserschaft verkaufen willst. Dann solltest du dir einige Fragen stellen: Was ist der Kern des Inhalts? Was will er aussagen? Was ist allenfalls das Überraschende darin? Oder das Lustige? Wie ist die Storyform? Ein Lauftext, Listicle Video oder Grafiken? Und wer ist dein Zielpublikum? In welchem Medium und auf welchen Plattformen erscheint er?

Dann solltest du wissen: Kürzere Titel werden eher geklickt. Und ein Cliffhanger hilft, Spannung zu erzeugen. Aber eines darf ein Titel nicht: Etwas versprechen, das im Artikel nicht eingehalten (oder aufgelöst) wird. Sonst ist es wie mit einem schlechten Date: Keiner hat Lust auf mehr.

Marius Egger war bis Januar Mitglied der Chefredaktion von Watson, ab April ist er Head of Distribution bei «blue News».



Wo ist der grosse Konflikt?

Gut titeln? Worum gehts in deiner Geschichte? Hast du Orte, Termine, Personen usw. klar deklariert? Und dann: Was ist die Story in deiner Geschichte? Wo ist der grosse Konflikt? Schäle das heraus. Grundsätzlich: Fass dich kurz. Titel und Lead sind keine Zusammenfassung. Spannung wird durch das Weglassen von Informationen erzeugt. Verzichte auf Füllwörter, Negationen, Nominalsätze, Schachtelsätze, Synonyme, Abkürzungen... Vermeide Metaphern und Redewendungen. Und hey: Sei mutig, lustig, klug, frech, eigen.

Samuel Burgener ist Tagesleiter und Leiter des Nachrichtenressorts der NZZ.



Sinn ohne Kontext

In den Titel gehören starke, aussagekräftige Wörter, die bei der Leserin ankommen und etwas auslösen. Ein aktives Verb ist hilfreich, aber kein Muss. Ein guter Titel macht neugierig - beispielsweise, indem er mit Überraschungen und Kontrasten arbeitet. Gleichzeitig gibt er einen klaren Hinweis darauf, was erwartet werden kann: Der Titel muss ohne Kontext Sinn ergeben.

Bettina Hamilton-Irvine ist Co-Chefredaktorin «Republik».



Dos und Don'ts

Das solltest du vermeiden:
- Passive Formulierungen
- Doppelpunkte («Quecksilber: eine geringere Kontamination als befürchtet»)
- Abgedroschene Formulierungen
- Wortspiele, die dem Zweck nicht dienen
- Versuch, alles im Titel zu sagen. Mindestens bei «Le Temps» ist der Vorspann dazu da, die Information im Detail zu erläutern.

Das solltest du tun:
- Artikel in Gänze lesen
- Titelvorschlägen des Verfassers vertrauen. Auch wenn sie zu lang oder etwas ungeschön sind, geben sie oft den Kern der Überlegung wieder.
- Zumindest intellektuell mit dem Thema vertraut sein
Ich persönlich gehe eine Art Ableitung durch: Zuerst versuche ich, die im Thema enthaltenen Konzepte, seine Dynamik, zu metabolisieren. Dann spiele ich mit Ideenassoziationen - sei es mit Synonymen oder Metaphern. Das Wesentliche ist, am Ende einen Titel zu haben, der ansprechend und informativ ist, aber den Inhalt nicht verrät. Zu guter Letzt gilt es, den Verfasser von der Richtigkeit all dessen zu überzeugen.

Philippe Simon ist Chefredaktor der Tageszeitung «Le Temps».



Titel als Verheissung

Warum hat ein Titel keinen Punkt? Weil er die Geschichte auf den Punkt bringt. Weil er ein Anfang ist, nicht ein Ende. Jedoch kennt er das Ende und alles davor. Diese Mitwisserschaft verpflichtet ihn zu Wahrhaftigkeit, zugleich zu Verheissung. Er will den Text anpreisen und ihn, was er kraft seiner typografischen Grösse könnte, nicht erschlagen. Der gute Titel sagt alles und verrät nichts. Fein, wenn er originell ist. Besser, wenn er originär ist: Der beste Titel kann nur über dieser einen Geschichte stehen.

Andreas Dietrich, Chefredaktor «Blick»



Andere fragen

Ich tue mich sehr oft schwer mit der Titelgebung. Deshalb gebe ich sowohl die eigenen Texte wie auch Artikel von Redaktionsmitgliedern an meinen Stellvertreter oder an junge Redaktionsmitglieder, denen die MAZ-Ausbildung noch präsent ist, weiter mit der Bitte: Finde einen guten Titel, oder einen besseren Titel, als ich gesetzt habe. Mein Erfolgsrezept lautet also: Andere, die sich damit leichter tun, darum bitten oder sie beauftragen, einen guten Titel zu finden.

Daniel Marti, Chefredaktor «Wohler Anzeiger» / «Bremgarter Bezirks-Anzeiger» / «Der Freiamter»

Streit um Konzessionen

Das Bakom hat die Konzessionen für die lokalen Radio- und TV-Stationen vergeben. In Bern, in der Südostschweiz und vor allem in Biel führt das zu Streit.

VON ALAIN MEYER

Das Bundesamt für Kommunikation (Bakom) hat 38 Konzessionen vergeben. Damit prägt es die regionale Landschaft der audiovisuellen Medien im Zeitraum 2025–2034. Die Sender, die vom Bakom grünes Licht erhalten haben, müssen weiterhin «ein professionelles, relevantes, vielfältiges, angemessenes und unabhängiges Programm» bieten. Die Garantien bezüglich der Anzahl der engagierten erfahrenen Journalisten sowie bezüglich der Ausbildung dienen weiterhin als Schutz. Ihnen werden zwischen 2025 und 2034 jährlich insgesamt 86 Millionen Franken zur Verfügung gestellt. Das entspricht sechs Prozent der Gebühreneinnahmen. Daran werden weder die von der SVP eingereichte Initiative für eine Halbierung der Empfangsgebühr auf 200 Franken noch der Gegenentwurf des Bundesrates, der die Gebühr auf 300 Franken festsetzen will, etwas ändern.

Jahresabschlüsse werden kontrolliert

Aber besteht die Gefahr, dass Pressegruppen, die sowohl Zeitungen als auch audiovisuelle Medien besitzen, ihre Defizite mit den Geldern ausgleichen, die eigentlich für einen regionalen öffentlichen Radio-TV-Dienst bestimmt sind, der durch das Bundesgesetz über Radio und Fernsehen geregelt wird? «Die zugeteilten Beträge dürfen nicht für die Querfinanzierung anderer Medien verwendet werden», versichert Bakom-Sprecher Francis Meier. Er erklärt, dass die Jahresabschlüsse dieser Medien einer ordentlichen Prüfung im Sinne von Artikel 727 des OR unterliegen. Da sie über eine Konzession verfügen, müssen sie dem Bakom Jahresabschlüsse vorlegen, die regelkonform erstellt wurden. Die Kontrolle der gesetzlichen Bestimmungen ist sowohl durch eine externe Revisionsstelle als auch durch das Bakom gewährleistet.

Wie verhält es sich mit den Arbeitsbedingungen von Praktikanten, die manchmal zu tiefen Löhnen bei einigen kommerziellen Radios und Fernsehsendern beschäftigt sind? «Wir haben nicht die Befugnis, die Lohnpraktiken lokaler Radios und regionaler Fernsehsender zu kontrollieren», gibt Francis Meier zu. Aber er bestätigt, dass die Anzahl der Mitarbeiter regelmässig in den Jahresberichten

erfasst wird, ebenso wie der Prozentsatz zwischen Fachkräften und Auszubildenden. Im Falle von Abweichungen prüft das Bakom die Möglichkeit, Überwachungsmaßnahmen einzuführen.

Letztes Jahr wurden 51 Bewerbungen für 38 Konzessionen eingereicht, was das Bakom zu einer Auswahl zwang. Seit 25 Jahren sendet TeleBilingue auf einem einzigen Kanal in Biel ein zweisprachiges Programm, abwechselnd auf Französisch und Berndeutsch. Der Antrag von TeleBilingue wurde jedoch zugunsten von Canal B, einem Ableger des regionalen Neuenburger Fernsehens Canal Alpha, abgelehnt. Das neue Angebot soll das Gebiet Biel-Seeland-Berner Jura-Solothurn bis zum Murtensee abdecken. «Ihr Antrag hat plausibel und verständlich beschrieben, wie sie Französisch und Deutsch berücksichtigen und Brücken bauen wollen», erklärt Francis Meier. Zudem waren die Budgets für Ausbildung und Weiterbildung des Personals umfangreicher. Das machte den Unterschied.

Erdbeben für TeleBilingue in Biel

In Biel, der grössten zweisprachigen Stadt des Landes, kam die Ablehnung nicht gut an. Vor Ort wurde dieser Entscheid als Erdbeben empfunden. Der Verlag Gassmann, Eigentümer von TeleBilingue, hat beim Bundesverwaltungsgericht Beschwerde eingelegt. Er bezeichnet die Entscheidung als «unverständlich». Diese Beschwerde könnte den Start von Canal B im nächsten Januar behindern. Das Bakom betont, es habe bei der Entscheidung weder Erfahrung noch Seniorität bevorzugt. «Der Gesetzgeber wollte den Wettbewerb und das Aufkommen neuer Akteure fördern», erinnert Francis Meier.

Neueinsteiger hatten daher die gleichen Chancen wie etablierte Medien. Davon profitiert hat der Pionier der privaten Radios und Fernsehsender, Roger Schawinski: Er hat auf Kosten von Radio Südostschweiz eine Konzession für Radio Alpin erhalten, um im Südosten der Schweiz und in Glarus zu senden. «Weder die Bekanntheit noch das Ansehen der Projektträger wurden berücksichtigt», erklärt das Bakom. ○

Rekurse gegen Konzessionsentscheide

Sendegebiet	Konzession erhalten	Rekurriert
Bern	TeleBärn (CH Media)	Bärn TV (TeleBasel)
Graubünden/Glarus	Radio Alpin (Roger Schawinski)	Radio Südostschweiz (Somedia)
Biel-Seeland-Berner Jura	Canal B (Canal Alpha NE)	Telebilingue (Gassmann)



KI im Journalismus: eine «kritische Entwicklung»

Bei «20 Minuten» soll künftig eine Person arbeiten, die KI-gestützte Tools für journalistische und kommerzielle Inhalte entwickelt und implementiert. «Edito» hat nachgefragt.

VON BETTINA BÜSSER

Eine/n «Prompt-Engineer/AI-Evangelist» suchte «20 Minuten» Anfang Jahr per Inserat. Evangelisten sind ja Verkünder von Glaubenslehren. Dass diese Bezeichnung im Zusammenhang mit AI vorkommt, überrascht nicht. Denn von AI erwartet, befürchtet oder erhofft man sich umwälzende Veränderungen. Gerade in der Medienbranche.

Auch bei «20 Minuten». Die gesuchte Person ist laut Inserat unter anderem «verantwortlich für das Erstellen und ständige Weiterentwickeln von Prompt-Katalogen für die Generierung von redaktionellen wie auch kommerziellen Inhalten» und gestaltet «aktiv die Entwicklung und Implementierung von KI-gestützten Tools für journalistische und kommerzielle Inhalte auf allen Kanälen».

Generierung von journalistischen Inhalten mit KI: Reto Vogt, Chefredaktor von «Inside IT» kommentierte das Jobinserat auf Bluesky als «zu erwartende Entwicklung». Es sei, so Vogt auf Anfrage, das erste Inserat dieser Art, das er gesehen habe. Er hält es für eine «kritische Entwicklung», wenn KI zur Erstellung von redaktionellen Inhalten eingesetzt wird.

Wird bei «20 Minuten» KI bereits so eingesetzt? Laut Sofia Sabatini, TX Group Communications, kommt KI zur Zeit etwa bei automatisierten Übersetzungen, für die Zusammenstellung eines Newsletters

und im Kommentar-Management zum Einsatz. Es gebe - «Stand heute» - keine systematische Implementierung in einzelnen Bereichen, Ressorts oder Rubriken. Man prüfe aber laufend neue Anwendungsbereiche, etwa bei der Erstellung von Leads oder Titeln. Und: «Die Person, die wir zur Zeit über die erwähnte Stellenausschreibung suchen, soll als KI-Expert*in mögliche Tools evaluieren, testen und implementieren. Spruchreif ist derzeit noch nichts.»

Sabatini weist darauf hin, dass «20 Minuten» für den Umgang mit KI eine Richtlinie erarbeitet hat. Sie lege etwa fest, dass Faktenchecks, Prüfung und Einordnung durch menschliche Journalistinnen und Journalisten «zwingend» seien, wenn KI als Hilfsmittel eingesetzt werde. Zudem sehe sie eine Deklaration vor, «sodass rein durch KI erstellte Beiträge, etwa Illustrationen, klar als solche gekennzeichnet werden müssen».

Reto Vogt von «Inside IT» zeigt sich beim Thema KI-generierte journalistische Inhalte und entsprechende Richtlinien nicht sehr optimistisch. Zu Beginn werde es bestimmt Qualitätssicherung und eine Kennzeichnung geben: «Aber ich befürchte, dass mit der Zeit auf beides verzichtet werden wird. Weil es sich bewährt hat oder weil es irgendwann keine Rolle mehr spielt.» ○

Arbeiten lassen statt selbst arbeiten? Ganz so einfach wird es nicht sein. Die KI ist zu unberechenbar.

Assistierter Journalismus

KI kommt nicht nur bei «20 Minuten» zum Einsatz, sondern auch bei der SRG, bei der der NZZ-Mediengruppe und bei CH Media. Dabei geht es um Assistenzfunktionen, von der Rechtschreibkontrolle über einen intelligenten Thesaurus bis zu Stilvorschlägen und Übersetzungshilfen. Die Verlage betonen, dass nach wie vor Menschen die Texte verantworten. Etwas anderes würde das Publikum auch nicht akzeptieren: In einer repräsentativen Umfrage hat das Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft fög der Universität Zürich festgestellt, dass die Akzeptanz KI-generierter Inhalte in der Bevölkerung gering ist.

Auch das Medienausbildungszentrum MAZ widmet sich der Entwicklung hin zu einem KI-assistierten Arbeiten: Neu bietet das Institut einen Kurs «Journalismus mit künstlicher Intelligenz». Wichtig ist das Wörtchen «mit». Im Kurs geht es darum, wie Journalisten ihre Arbeit und ihr Storytelling mithilfe von KI verbessern können: «effizienter, effektiver und doch verantwortungsvoll». www.maz.ch/kurs/journalismus-mit-kuenstlicher-intelligenz

«Trotz allem glauben wir weiterhin an Bilder»

Nathalie Herschdorfer ist die erste Direktorin von Photo Elysée in Lausanne. Sie stellt den Fotojournalismus und die aktuellen Herausforderungen ins Zentrum ihrer Institution. Dazu gehört auch die Herausforderung durch die künstliche Intelligenz.

VON GILLES LABARTHE
FOTO: WILLIAM GAMMUTO



Nathalie Herschdorfer ist Kunsthistorikerin mit Schwerpunkt Fotografiegeschichte. Seit 2022 ist sie Direktorin des kantonalen Museums für Fotografie Photo Elysée in Lausanne.

Wie kamen Sie an die Spitze von Photo Elysée?

Nathalie Herschdorfer: Ich habe einen Hintergrund in Kunstgeschichte, aber ich arbeite schon seit langem mit Bildern, mit einem Schwerpunkt auf Fotografie. Meine Ankunft bei Photo Elysée im Sommer 2022 fiel zusammen mit der Einweihung des neuen Gebäudes und dem Start der Plattform IO, die auch das Museum der schönen Künste und das Kantonale Museum für Design und zeitgenössische angewandte Kunst (mudac) vereint. Das bildet einen ganz anderen Kontext als der frühere Standort des Musée de l'Elysée, wo ich zuvor viele Jahre gearbeitet habe.

Was hat sich ausserdem geändert?

Mit Plattform IO befinden wir uns in einer neuen Konfiguration, mit einer anderen Organisation, anderen Programmierungs- und Reflexionsperspektiven, die die drei Museen zusammenbringen. Ich mag keine geschlossenen Boxen. Die Fotografie hat natürlich ihren Platz im Bereich der schönen Künste, aber auch als Bild, das uns zum Nachdenken über die zeitgenössische Welt anregt. Und ich verstehe Fotografie in einem breiten Sinn, denn Bilder werden produziert, um über die Welt zu sprechen.

Seit Ihrem Amtsantritt haben Sie grossen Wert auf Arbeiten gelegt, die einen Blick auf die aktuellen Geschehnisse werfen, unter anderem mit einer Ausstellung, die den Krieg gegen die Ukraine thematisiert. Gibt es weitere Beispiele?

Die Ausstellung, die Richard Mosse gewidmet ist, einem irischen, konzeptuellen Dokumentarfotografen. Ich verfolgte seine Arbeit schon lange. 2006 war eine meiner ersten grossen Recherchen den Kriegsbildern gewidmet. Ich habe beobachtet, dass viele ehemalige Fotografen und Fotojournalisten auf die Seite von Ausstellungen und Galerien wechselten, darunter etwa Luc Delahaye, ein französischer Kriegsfotograf, Preisträger des Prix Niépce 2002. Er präsentierte nicht mehr eine Reihe von Bildern, um eine Krisensituation aus allen Blickwinkeln zu zeigen, sondern zeigte ein starkes Bild, um ein grosses Ereignis darzustellen...

Richard Mosse hat 2023 genau diese Verschiebung vollzogen: Er war Kriegsfotograf, begann sehr jung im Irak, dann in Afrika, mit dem Bürgerkrieg in der Demokratischen Republik Kongo und der Emigration... Und heute, während er immer noch bei einer fotojournalistischen Herangehensweise bleibt, kommt er mit kontemplativeren Bildern daher, die man nicht in der Presse finden würde, aber die man in einem Museum schätzen kann. Sie haben die Absicht, uns zum Nachdenken anzuregen und uns vom Zustand der Welt zu erzählen.

Richard Mosse zeigt uns auch Bilder eines anderen Konflikts: Bilder der Entwaldung und eines blutenden Amazonas...

Heute arbeiten viele Kriegsfotografen am Thema Klimanotstand. Mosse verwendet thermische und multispektrale Kameras, die auf Infrarot- und Ultraviolettlicht basieren. Das sind starke, ästhetisierende Mittel und sehr konstruierte Bilder... ähnlich wie bei Salgado, um die Hungersnot in Somalia zu thematisieren. Er verwendet auch Schwarz-Weiss-Bilder, die «klassischer» erscheinen oder sich auf die Ästhetik des Westens beziehen. In seinen Bildern finden sich auch Formen von Feldreportagen. Dieses Spiel mit vielfältigen Referenzen, das man auch in der Malerei finden kann, ist auch ein Weg, unsere Aufmerksamkeit zu erregen, Verbindungen zu suggerieren. Es ist eine Strategie, die im Grunde ziemlich relevant ist und eine sehr starke Wirkung erzielt.

In einem Interview mit RTS sprachen Sie davon, dass Sie «über das nachdenken, was uns die neuen Technologien und neuen Medien in Kriegszeiten bringen». Die Technologien entwickeln sich sehr schnell, aber es gibt trotzdem eine Kontinuität: die Suche nach Wirkung?

Seit dem 19. Jahrhundert entwickelt sich die Fotografie von einer Technik zur nächsten. Weil jede Technik eine bestimmte Art von Bildern erschafft, beeinflusst sie auch unsere Art, die Welt zu sehen. Trotz eines stetigen und immer grösser werdenden Stroms von Bildern werden wir immer noch genauso von ihnen beeinflusst: Wir wollen «daran glauben», wir nehmen sie auf, wir stellen sie selber her... Auch wenn wir uns heute alle bewusst sind, dass es mit unseren Mobiltelefonen nicht mehr nur eine Sache für Profis ist, Filter anzuwenden, zu beschneiden, zu bearbeiten, Collagen zu erstellen, zu manipulieren, KI zu verwenden..., glauben wir weiterhin an Bilder, auch an die in sozialen Netzwerken. Im Rahmen einer anderen Ausstellung im Raum Signal L haben wir die Arbeit des Lausanners Mathieu Bernard-Reymond vorgestellt, eines Künstlers, der mit KI, generativen Technologien und der Manipulation von Daten kreativ ist. Wir müssen uns auch mit diesem Thema befassen, das hochaktuell ist und natürlich unter anderem das Umfeld der Fotografie herausfordert.

Wie kann man angesichts all dieser Entwicklungen die Arbeit und den professionellen Ansatz von Fotojournalisten heute noch verteidigen?

Ich denke, dass man die Feldfotografie weiterhin verteidigen muss, da sie wichtig ist. Aber man kann all die anderen Arten von Bildern nicht ignorieren. Auch

Richard Mosse verwendet thermische und multispektrale Kameras.



nicht das, was vor 20 Jahren mit dem Aufkommen der Digitaltechnik geschah. Ich denke etwa an all die Bilder, die von Amateuren auf der Strasse während der Anschläge vom 11. September 2001 in New York produziert wurden und die Praktiken der Fotojournalisten durcheinanderbrachten. Dasselbe gilt für die Bilder des Tsunami im Jahr 2004 oder die Bilder, die während des Arabischen Frühlings in Kairo aufgenommen wurden.

Heute müssen professionelle Reporter all diese anderen Bilder berücksichtigen, die in einem ständigen Strom und in Echtzeit eintreffen. Und sie sind da, um uns zu helfen, Abstand zu gewinnen über einen längeren Zeitraum und mit Reflexion. Viele recherchieren, bevor sie ins Feld gehen, und haben schon vorab viel Wissen über die Konfliktsituationen, über die sie berichten. Ihre Arbeit bringt eine Subtilität mit sich, die man anderswo nicht findet, zielt auf eine Wirkung ab und trägt dazu bei, uns aufzuschrecken, wie es Richard Mosse tut und wie es ein Journalist tun würde.

Haben Sie noch weitere Projekte in dieser Richtung?

Die Künstlerin, die wir für den Prix Elysée 2023 ausgewählt haben, greift ein hochaktuelles Thema auf: Debi Cornwall war Anwältin, bevor sie Fotografin wurde. Sie hat die Arbeit «Beweisen für die Wahrheit» geschaffen über die Wahrhaftigkeit von Bildern, Staatsbürgerschaft und politischen Kampagnen in einer Welt von Fake News. Das Endergebnis erscheint diesen Sommer. Als Fotomuseum müssen wir allen produzierten Bildern Aufmerksamkeit schenken, selbst denen, die von Überwachungskameras stammen. Und wir wünschen uns, dass Photo Elysée eine Vermittlerrolle einnimmt, ein Ort an der Schnittstelle der Disziplinen wird, ein Ort der Reflexion, um diese Forschungen und aktuellen Fragen einem breiteren Publikum zugänglich machen zu können.

Sie legen auch Wert auf die Bildung im Bereich der Fotografie...

Das tun wir in Form von Konferenzen, Workshops, Begegnungen und Masterclasses, die ich in Zukunft gerne mit professionellen Fotografen entwickeln möchte. Wir planen, uns an Teenager, junge Erwachsene, die Generation Z zu wenden, die mit dem Internet aufgewachsen ist und ständig das Handy in der Hand hält, um besser zu verstehen, wie sie Bilder wahrnehmen und was unsere Generation ihnen bringen kann.

Glauben Sie, dass es in der Beziehung dieser Generation Z zu Bildern eine Verletzlichkeit gibt?

Verletzlichkeit, ja, aber auch ein Bewusstsein für die Macht der Bilder, die wir nicht unterschätzen dürfen. Sie können sie machen, herstellen, inszenieren, verteilen ... mit einem extrem entwickelten Auge, und sie wissen sehr gut, wie sie sie weit verbreiten können. Auch von ihnen können wir noch einiges lernen. Aber es gibt noch andere grosse Themen, die uns beschäftigen, zum Beispiel in Bezug auf Inhalte, die in sozialen Netzwerken gepostet werden, wie das Urheberrecht, das Recht auf das Bild der abgebildeten Personen, digitale Veränderungen, Manipulationen und Fabrikationen ... Hier befinden wir uns auf sehr glattem Terrain, mit Rechtsebenen, die sich enorm bewegen. Was können wir zeigen, wie weit können wir gehen?

Und die KI beschleunigt das Tempo...

Die KI greift in alle Bereiche ein. Diesen Sommer werden wir das Nachdenken über die Digitalisierung mit der Schweizer Künstlerin Tamara Janes fortsetzen. Sie fotografiert nicht selbst, sondern arbeitet mit der Picture Collection der New York Public Library. Mit ihrem Blick wählte sie bestimmte Bilder aus und kopierte sie neu an, veränderte sie nach ihren Vorlieben... und fragte dann einen Anwalt, wann man davon ausgehen könne, dass diese Bilder nach ihrem Eingriff ihr gehörten, wann sie so stark verändert waren, dass sie zur Urheberin wurde. Die Frage der Wiederaneignung, ihrer rechtlichen Folgen und des Urheberrechts steht im Mittelpunkt ihrer künstlerischen Forschung. ○

Politische Medienikonografie

Warum wirken Bilder? Sven Grampp zeigt in seinem Buch, wie Medien politische Bilder prägen, und vermittelt Werkzeuge für die Analyse von ikonischen Bildern in den Medien.

VON MATTHIAS ZEHNDER



Perfekte Bildkomposition: Das ikonische Bild des Kniefalls von Willy Brandt 1970 in Warschau (Quelle: Grampp 2024)



Am 7. Dezember 1970 besucht der damalige deutsche Bundeskanzler Willy Brandt in Warschau das Mahnmal zum Gedenken an den jüdischen Ghetto-Aufstand von 1943. Es ist seit dem Zweiten Weltkrieg der erste Besuch eines deutschen Regierungschefs in Polen. Vor dem Denkmal kniet der Bundeskanzler auf den nassen Boden. Dieser Kniefall wird zum Symbol für die Aussöhnung von Deutschland und Polen.

Der Kniefall war eine spontane Geste. Der Besuch des Denkmals war es nicht: Willy Brandt wurde von der internationalen Presse und von einem ganzen Pulk von Pressefotografen begleitet. Vom Kniefall gibt es entsprechend viele Fotos. Eines davon hat sich ins kollektive Gedächtnis eingegraben. Es wurde zum Symbolbild der deutsch-polnischen Versöhnung. Warum wurde genau dieses Bild zur politisch-medialen Ikone? Was hebt einzelne Bilder aus der Flut der Abbildungen heraus und macht sie unvergesslich?

Diesen Fragen geht Sven Grampp in seinem Buch «Politische Medienikonografie» nach. Er erläutert die politischen und gestalterischen Wirkmechanismen und zeigt, wie sich solche Bilder entschlüsseln lassen. Für Grampp ist dafür eine widersprüchliche Doppelbewegung nötig. Einerseits müsse «das Bild »ernster« genommen werden als in der politischen

ikonografie, also genauer betrachtet werden hinsichtlich seiner Bildlichkeit». Andererseits müsse man den Blick vom Bild abwenden und sich auf das konzentrieren, «was dem Bild vorausgeht und jenseits des Bildes dieses mitprägt».

Im Fall von Willy Brandt bildet der ausserbildliche Kontext den Schlüssel für die Bedeutung des Bildes: der Feldzug der deutschen Armee gegen das polnische Volk, die Vernichtung der polnischen Juden, das Konzentrationslager Auschwitz, die grausame Niederschlagung des Aufstandes im Warschauer Ghetto. Das Verhältnis zwischen Deutschland und Polen war deshalb belastet. Willy Brandt hat mit seinem symbolischen Kniefall eine Geste vollbracht, die eine Aussöhnung zwischen Deutschland und Polen ermöglichte.

Der politische Kontext allein erklärt aber nicht, warum gerade dieses Bild zur Ikone geworden ist. Deshalb zeigt Sven Grampp, wie sich ikonische Bilder als Bilder entschlüsseln lassen. Er dekonstruiert

dafür politische Bilder aus den Medien und zeigt, wie sie sich in die seit Jahrhunderten gepflegte Bildersprache einordnen, welche Codes zur Anwendung kommen, wie Bilder als Sprache funktionieren und welche Rolle Anrufung und Pathos spielen.

Schlicht perfekt komponiert

Und natürlich geht es auch um die Frage, warum ein Foto als Bild so stark wirkt. Der Kniefall von Willy Brandt ist schlicht perfekt komponiert. Brandt steht im Zentrum des Fotos. Zentralperspektivisch laufen alle Linien auf seine Figur zu. Dahinter steht ininigem Abstand eine Menschenmasse. Die Differenz von Masse und Einzelem rückt Brandt noch mehr ins Zentrum. Die Menschenmasse ist zudem abgerundet angeordnet. Die angedeutete Rundung umfasst das Bildgeschehen. Hinter der Menschenmasse sind Hochhäuser zu erkennen. «Damit wird eine dritte Bildebene eingezogen, die die profane Alltagswelt ins Bild einführt und so die Gedenkstätte im Vordergrund als solche in Differenz dazu noch stärker in den Brennpunkt rückt», schreibt Grampp.

Erfahrene Medienschaffende können sofort sagen, welches der Bilder von Brandt, Obama oder Trump am stärksten wirkt. Grampp dröseln in wissenschaftlicher Sprache auf, warum das so ist. Das ist spannend zu lesen. ○



Sven Grampp: Politische Medienikonografie. UTB, 466 Seiten Fr. 52.50 ISBN 978-3-8252-5916-7

Ikonografie des Krieges

Zwei Bilderreihen mit ikonischen Bildern aus der Ukraine. Beide Reihen zeigen im ersten Bild die Hoffnung, im zweiten Bild das Entsetzen und im dritten die totale Zerstörung. Auf der linken Seite symbolisiert das Bild vom Mann, der auf dem Bahnsteig in Kiew seine Tochter verabschiedet. Sie sitzt im Zug, der ins sicherere Lviv fahren soll. Auf der rechten Seite zeigt das erste Bild den verzweifelten Versuch eines zivilen Helfers, ein Denkmal für Taras Schewtschenko in Charkiw mit Sandsäcken zu schützen. Das 16 Meter hohe Denkmal hat den Zweiten Weltkrieg überlebt.

Wie naiv diese Hoffnungen waren, zeigen die folgenden Bilder. Das zweite Bild auf der linken Seite erinnert in seiner Anlage an das Gemälde eines alten Meisters. Das dritte, grosse Bild unten zeigt die Apokalypse. Links die verzweifelte Rettung

einer schwangeren Frau, rechts das völlig zerstörte Bucha. Die Bilder haben sich über die Zeit verändert und hinterlassen doch unwiderruflich und immer wieder die gleiche Sprachlosigkeit. ○

- 1 Abschied von der eigenen Tochter in Kiew. KEYSTONE/AP Photo/Emilio Morenatti
- 2 Verwundete Frau in Cherson. KEYSTONE/AP Photo/Bernat Armangue
- 3 Schwangere Frau auf einer Trage in Mariupol. KEYSTONE/AP Photo/Evgeniy Maloletka
- 4 Helfer schützen in Charkiw eine Statue. KEYSTONE/AP Photo/Efrem Lukatsky
- 5 Zerstörte Kirche in Mariupol. KEYSTONE/AP Photo/Evgeniy Maloletka
- 6 Frau im zerstörten Bucha. KEYSTONE/AP Photo/Rodrigo Abd



Haben Sie Fragen zu Unfallprävention, Arbeitssicherheit, Rehabilitation?
Unser Medienteam ist für Sie da.

Suva
 Unternehmenskommunikation
 medien@suva.ch
 Tel. 041 419 56 26

www.suva.ch/medien
facebook.com/SuvaSchweiz

suva

skyguide

Für Überflieger, die auch eine
 sichere Landung schätzen.



Medienstelle Skyguide: Vladi Barrosa & Prisca Huguenin-dit-Lenoir

• Tel: 022 417 40 08

• E-Mail: presse@skyguide.ch

• skyguide.ch



swisscom

Sie sind Journalist*in und haben
 Fragen zu Swisscom?
 Nehmen Sie mit uns Kontakt auf.

058 221 98 04

oder per E-Mail: media@swisscom.com

Hintergrund?
 Können wir liefern.

Die Medienstelle der Hochschule Luzern vermittelt Stimmen aus der Forschung zu fast jedem Thema. Von Energie über Konsumverhalten und Finanzen bis zu KI – wir finden für Sie die passenden Expertinnen und Experten.



Kontakt aufnehmen:



HSLU Hochschule Luzern



Ausland

Tigran Petrosyan

«Zurück in Berlin, merkte ich,
 wie traurig ich bin.»

Der Reporter Tigran Petrosyan erklärt, weshalb ihm sein jüngster Besuch in Armenien besonders schwergefallen ist. Und warum er nicht mehr ins umkämpfte Bergkarabach fahren kann.

INTERVIEW: STEFAN BOSS

Sie sind regelmässig als Journalist in Armenien. Wie haben Sie die Situation nach der Eskalation des Konflikts um Berg-Karabach im letzten Herbst erlebt?

Ich war zuletzt im Oktober in Armenien, um über die Vertreibung der armenischen Bevölkerung aus Bergkarabach zu schreiben. Dieser Exodus von 100 000 Menschen empört mich und macht mich sauer. Vor Ort versuchte ich zwar, einen klaren Kopf zu behalten und primär Journalist zu sein und nicht Armenier. Als ich wieder in Berlin landete, merkte ich aber, wie traurig ich bin. Wer selbst eine Migrationsgeschichte hat wie ich, den begleitet ein solches Gefühl wohl ein Leben lang. Zudem befürchte ich, dass Aserbaidschan weitere Angriffe gegen Armenien auslösen könnte.

Wie geht es den Vertriebenen, die jetzt in Armenien sind?

Sie haben ihr ganzes Hab und Gut in Bergkarabach verloren und wissen jetzt als Flüchtlinge nicht, wie es weitergeht. Darunter sind auch viele Alte und Kranke, die halb verhungert sind.

Offenbar fühlen sich viele Menschen in Armenien vom Westen im Stich gelassen. Wünschen sie sich eine gleiche Unterstützung an Waffen und Finanzmitteln für ihr Land wie die Ukraine?

Die Frage ist nicht, ob Armenien mehr Waffen braucht. Vielmehr geht es darum, das Öl- und Gasgeschäft mit Aserbaidschan zu unterbinden, damit es keine weitere Eskalation des Konflikts mit Armenien gibt. Wegen des russischen Kriegs in der Ukraine kauft Europa mehr aserbaidschanisches Öl und Gas, was fatal ist. Die staatliche aserbaidschanische Gesellschaft Socar macht übrigens 65 Prozent ihres Umsatzes in der Schweiz.

Laut einer Rangliste der NGO «Reporter ohne Grenzen» ist die Medienfreiheit in Armenien ziemlich hoch, fast schon auf mitteleuropäischem Niveau. Teilen Sie diese Einschätzung?

Ja, verglichen mit Armeniens Nachbarländern wie Aserbaidschan, Türkei, Iran und etwas weiter entfernt auch Russland sind die Medien in Armenien viel freier. Medienschaffende kommen hier für ihre Tätigkeit nicht in den Knast. Trotzdem gibt es auch in Armenien Probleme: So versteht man wie in vielen anderen postsowjetischen Staaten unter öffentlich-rechtlichen Medien primär staatlich gelenkte Medien. Zudem werden viele Medien durch Oligarchen beherrscht, die entweder die Regierung oder die Opposition unterstützen. Was fehlt, sind unabhängige Medien, die kritische Recherchen finanzieren.

Konnten Sie in Armenien ohne Restriktionen arbeiten?

Für inländische wie ausländische Medienschaffende gibt es in Armenien keine Hindernisse. Auch wenn man sich kritisch über die Regierung äussert, wie ich das schon getan habe.

Gibt es in der Region Bergkarabach noch unabhängige Journalisten?

Ich war früher mehrmals in Bergkarabach, nun geht das nicht mehr. Aserbaidschan, das die Region kontrolliert, lässt keine internationalen Journalistinnen und Journalisten einreisen - Armenier schon gar nicht. Es fahren bloss aserbaidschanische Medienschaffende dorthin, die ihren Staatspräsidenten Alijew begleiten und seine Propaganda verbreiten. ○

Eine Folge des Zerfalls der Sowjetunion

Der Konflikt im Süd-Kaukasus um Bergkarabach eskalierte mit dem Zerfall der Sowjetunion 1991. Die Exklave wurde mehrheitlich von Armeniern bewohnt, gehörte aber völkerrechtlich zu Aserbaidschan. Während die armenische Seite einen ersten Krieg ab 1992 für sich entscheiden konnte, hat sie 2020 einen Teil und im Herbst 2023 die ganze Region an Aserbaidschan verloren. Russische Truppen vor Ort liessen die aserbaidschanische Armee gewähren.

Tigran Petrosyan



Tigran Petrosyan (39) stammt aus Armenien und lebt seit zehn Jahren in Berlin. Er schreibt als Reporter aus Osteuropa,

unter anderem für die «WoZ». Zudem leitet er die Osteuropa-Projekte der taz Panter Stiftung.
woz.ch, taz.de/Panter-Stiftung

Fünf Fragen an ...

Adrienne Fichter

«Auch wir Journalisten werden technisch überwacht»

In einer aufsehenerregenden Recherche für die «Republik» hat Adrienne Fichter gezeigt, dass die Kabelauflklärung ein Programm zur Massenüberwachung ist. Was bedeutet das für Journalistinnen und Journalisten, zum Beispiel beim Quellenschutz?

Du hast zur Überwachung im Internet recherchiert, zur sogenannten Kabelauflklärung, und bist zum Schluss gekommen, dass der Nachrichtendienst des Bundes (NDB) die Kommunikation liest und auswertet. Wie funktioniert das?

Adrienne Fichter: Die Kabelauflklärung ist ein Instrument zur Prävention von Terror und Spionage, wie es im Nachrichtendienstgesetz geregelt ist. Ziel ist es, die Kommunikationsdaten von Terroristinnen abzufangen.

Was heisst das konkret?

Im Auftrag des NDB wird die Kommunikation über Internet-Kabelnetze überwacht. Dabei wird die Kommunikation nach bestimmten Suchbegriffen, sogenannten «Selektoren», durchsucht. Bei einem Treffer wird der gesamte Datenverkehr ins Zentrum elektronische Operationen (ZEO) des Verteidigungsdepartements in Zimmerwald (BE) umgeleitet. Da werden die Signale umgewandelt in Kommunikationsdaten, die Daten werden ausgewertet und sortiert. Das Ergebnis meiner Recherche ist, dass das, was uns versprochen wurde - dass also Kabelauflklärung ein gezieltes Instrument sei, das nur gezielt eingesetzt werden soll - technisch gar nicht möglich ist und der NDB dies selbst auch einräumt. Wir sind alle davon betroffen. Auch wir Journalisten werden technisch überwacht.

Was heisst das für den journalistischen Quellenschutz?

Die Recherche belegt, dass wir technisch den Quellenschutz als Journalist:innen nicht wirklich gewährleisten können. Niemand ist von der

Kabelauflklärung ausgenommen, auch Journalist:innen nicht. Übrigens auch Anwält:innen nicht. Einen Beleg dafür hat übrigens NDB-Direktor Christian Dussey gleich selbst geliefert. Er hat erklärt, dass seit 2017 in keinem der Suchresultate eine Kommunikation zwischen einem Journalisten und seiner Quelle erkannt worden sei. Er sagte zudem, dass zur Abwehr einer konkreten Bedrohung die Kommunikation auch an den NDB weitergeleitet werde. Zum Beispiel dann, wenn ein Journalist eine Mail mit einem potenziellen Terroristen wechselt. Auch wir Journalist:innen sind also von der Überwachung betroffen.

Können wir Journalist:innen uns und unsere Quellen vor dieser Überwachung schützen? Was unternimmst du selbst, um einer Überwachung zu entgehen?

Wir können uns nicht davor schützen, dass unsere Kommunikation nach Zimmerwald geleitet wird. Aber wir können Vorkehrungen treffen, dass diese Daten möglichst nicht brauchbar sind. Wir können die Nachrichten verschlüsseln, wir können Messenger-Apps nutzen, die End-to-End verschlüsselt sind. Dann sieht man praktisch nichts. Ein Rätsel bleibt mir, warum eine Kommunikation ausgeleitet wird, wenn sie verschlüsselt ist.

Insgesamt ist es nach deiner Recherche recht ruhig geblieben in der Schweiz. Ist es den Menschen, ist es den Journalist:innen egal, wenn sie überwacht werden?

Das ist eine gute Frage. Politisch beginnt jetzt die zweite Revision zum

Adrienne Fichter



Adrienne Fichter (* 1984) ist eine Schweizer Politologin und Tech-Redaktorin beim Online-Magazin Republik. Zudem ist sie als Dozentin und Referentin an der Fachhochschule St. Gallen und der Universität Zürich tätig.

Nachrichtendienstgesetz. Da tut sich schon einiges. Zwar haben viele Medien die Recherche aufgenommen, aber in den Medienhäusern wird wenig Aufklärung zu dem Thema betrieben. Die Journalist:innen sind sich selbst überlassen, jede und jeder muss für sich selbst sorgen. Wir versuchen bei der «Republik» intern zu zeigen, wie es geht, und dabei auch zu unterstützen. Aber das Bewusstsein für den technischen Quellenschutz ist allgemein viel zu wenig vorhanden. ○

> Ausführliche Fassung und Tipps von Adrienne Fichter für Journalist:innen: edito.ch

Foto: zVg

Anzeige

akademien der
wissenschaften schweiz

Prix Média, Prix MultiMédia Prix Média Newcomer

Eingabe bis 19. Mai 2024

prixmedia.ch

impressum

Werden Sie Mitglied.
Zusammen sind wir stark!

Unsere Mitglieder profitieren von zahlreichen Dienstleistungen:

Berufsregister

- Offizieller Presseausweis
- Rechtsberatung und Rechtsschutz
- Schutz durch den GAV (Westschweiz) und dessen Tarife

Engagiertes Netzwerk

- Aktives Vereinsleben
- Politische und mediale Präsenz
- Fürsorgestiftung
- Schweizer Presserat
- JournaFONDS

Exklusive Vorteile

- Aus- und Weiterbildung
- Rabatte von diversen Anbietern
- Abonnement der Zeitschrift Edito
- Fachspezifische Dokumentation



JournaFONDS

für Recherchen und Reportagen

**Gemeinsam für Qualität im Journalismus:
Du hast die Idee für eine Recherche oder Reportage;
wir haben die finanziellen Mittel für deren Umsetzung.**



**Nächster Eingabetermin:
30. April, 24.00 Uhr**

www.journafonds.ch



DER KULTURPOOL

erreicht 377 000 kulturinteressierte Personen

Die wichtigsten Kulturmagazine der Schweiz bieten im Kulturpool und im Kulturpool plus die Möglichkeit, zu günstigen Konditionen das kulturaffine Publikum gezielt anzusprechen.



041
www.kult41.ch

AAKU
Aargauer Kulturmagazin

bref

Edito
Das Schweizer Medienmagazin

coucou

filmbulletin

SWISS JAZZ & BLUES EVENTS
jazz time

KUL


PROZ
Kultur im Raum Basel

Saiten

serx mook

SURPRISE

TRANSHELVETICA
DIE KUNST DES REISENS

thurgaukultur  ch

ZUGKultur

www.kulturpool.com