

STUTTGARTER ZEITUNG

STREIK NACHRICHTEN

1. Ausgabe

Stuttgart, 1. Juni 2018

Info-Blatt

STARKE SPRÜCHE

Die besten Zitate aus den Tarifverhandlungen zwischen Gewerkschaften und den Zeitungsverlegern

„Es gibt in den Redaktionen ein beamtenähnliches Absitzen der nächsten Gehaltsstufe.“

Georg Wallraf, der Verhandlungsführer des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger

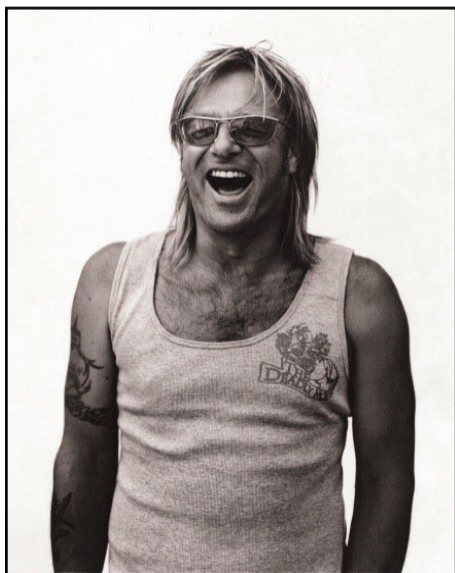
„Versuchen Sie nicht länger, den Journalismus kaputt zu sparen, sonst können Sie bald alleine an Ihrer Zukunft schrauben.“

Junge Journalistinnen und Journalisten in einem Manifest an die Zeitungsverleger

„Wir hoffen, dass Sie weiter bei Ihrem Idealismus bleiben, aber auch Verständnis für uns zeigen.“

Georg Wallraf auf die Einlassung junger Journalisten, dass sie bald nicht mehr von Ihrem Einkommen leben könnten

PROMINENTE MEINUNG



„Wir brauchen fair bezahlte Journalisten, weil in einer Zeit, in der jeder und jede seine persönliche Meinung unrecherchiert und unredigiert veröffentlichen kann, der Beruf des Journalisten nötiger denn je ist. Oder bei Twitter, Facebook etc. gibt es in Zukunft einen verantwortlichen Chefredakteur, den man im Sinne der Presserechts auch in die Verantwortung nehmen könnte.“

Michael Gaedt,
Musiker und Moderator

Aufholen. Endlich. Ein bisschen.

Die Gehälter bei den Tageszeitungen sollen mit der Lohnentwicklung in anderen Branchen Schritt halten. Die Arbeitgeber protestieren. Von Michael Trauthig

Das ein erfahrener Gewerkschafter wie Matthias von Fintel von den Arbeitgebern noch überrascht wird, ist alles andere als alltäglich. Doch der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) hat es geschafft, den Verhandlungsführer der Deutschen Journalisten-Union (DJU) im Tarifkonflikt bei den Tageszeitungen zu verblüffen. Vor der fünften Runde im Poker um höhere Gehälter war von Fintel noch sicher, dass die Arbeitgeber stark auf die Gewerkschaften zugehen werden und ein Abschluss zumindest in Reichweite kommen könnte.

„Die Streiks sind so stark und erreichen so viele Regionen in der Republik. Das wird die Verhandler des BDZV beeindrucken“, meinte von Fintel vor den Gesprächen. Doch am Ende – nach fast zwölfstündigem zähen Ringen – sah er sich gemeinsam mit dem Verhandlungsführer des Deutschen Journalisten Verbandes (DJV), Kajo Döhring, getäuscht. Wenn überhaupt, hatten die Arbeitgeber bestenfalls einen winzigen Schritt getan. Der Graben schien schließlich gar so tief, dass in diesem Moment selbst die Verabredung eines neuen Verhandlungstermins sinnlos erschien. Denn die Arbeitgeber verharrten bei einem Angebot, das deutlich unter der Inflationsrate lag. So gingen beide Seiten am 25. April frustriert auseinander.

Der Tarifkonflikt hält nun schon seit dem 30. Januar an. Bereits seit Anfang des Jahres ist der Gehaltstarifvertrag gekündigt. Für die Gewerkschaften war die Marschroute dabei von Anfang an klar. „Kurz und knackig“, sollte die Sache erledigt werden, wie Kajo Döhring sagte.

So stellten die Gewerkschaften nur eine – im Vergleich zu anderen Branchen – maßvolle Forderung von

4,5 Prozent gepaart mit einer Mindestterhöhung für die unteren Lohngruppen auf und signalisierten damit den Arbeitgebern Kompromissbereitschaft. Gleichzeitig wollten DJU und DJV aber den Trend der vergangenen Jahre brechen, der die Redakteure von der allgemeinen Gehaltsentwicklung abgehängt hat.

Seit 2011 bleibt der Lohnzuwachs der Journalisten nämlich hinter dem Plus etwa im Öffentlichen Dienst oder bei der IG Metall zurück. Oft wurde nicht mal die Preissteigerung ausgeglichen, mussten die Journalisten also Reallohnverluste hinnehmen. Dazu kommen Einbußen durch Kürzungen von Jahresleistung und Urlaubsgeld, die in vergangenen Manteltariffrunden vereinbart wurden und das Salär weiter schmälern.

Intern – so verlautet es aus Gewerkschaftskreisen –, war man sich aber bewusst, dass die Bäume nicht in den Himmel wachsen und Abschlüsse wie in anderen Wirtschaftsbereichen jetzt wohl nicht zu erzielen seien. Im Öffentlichen Dienst etwa gibt es aktuell für die Beschäftigten über 30 Monate rund 7,5 Prozent mehr. Und im Baugewerbe sind es gar 8,4 Prozent über 26 Monate.

Die Situation der Tageszeitungen sei weder mit einer Boombranche wie dem Bau noch mit dem Staat vergleichbar, dessen Steuerquellen sprudeln, sagen die Tageszeitungsverleger dazu. Sie weisen die Gewerkschaftsforderungen auch mit dem Hinweis auf wirtschaftliche Schwierigkeiten zurück. Seit Langem gingen die Erlöse aus dem Anzeigengeschäft zurück, würden die Auflagenzahlen sinken. Ferner müssten die Zeitungen stark investieren, um vor allem im Online-Bereich neue Einnahmequellen zu erschließen. Außerdem, so der Verhandlungsführer der Arbeitge-

ber, Georg Wallraf, seien Journalisten immer noch gut bezahlt. Es könne keine Rede davon sein, dass die Verlage Probleme hätten, qualifizierten Nachwuchs zu gewinnen. Diese Behauptung der Gewerkschaften entbehre jeder Grundlage. Allerdings sind die Argumente, die Wallraf ins Feld führt, durchaus fragwürdig. So verminderten sich die Bewerberzahlen für die Volontariate in vielen Verlagen in den vergangenen Jahren.

Die Auswahl an guten Nachwuchskräften wurde also deutlich geringer. Den Verlust an Auflage konnten die Verlage oft dadurch wirtschaftlich ausgleichen und zum Teil überkompensieren, dass die Preise für die Zeitungen erhöht wurden. Selbst die Investitionen sind längst nicht so hoch wie vorgegeben.

Die Südwestdeutsche Medienholding etwa, einer der größten Medienkonzerne der Republik, zu dem auch Stuttgarter Zeitung und Stuttgarter Nachrichten gehören, hat laut ihrer Bilanz im Jahr 2016 lediglich 8 Millionen Euro investiert. Das sei lächerlich wenig im Vergleich zu den dort ebenfalls ausgewiesenen viel höheren Abschreibungen, urteilt ein Experte. Momentan gehen Fachleute ohnehin davon aus, dass die meisten Unternehmen der Branche gute Renditen erwirtschaften. Zudem sparen viele Verlage auf dem Rücken der Beschäftigten: Redaktionen werden zusammengelegt, Personal wird abgebaut, der Arbeitsdruck erhöht. Für die so entstehenden Mehrbelastungen, so die Gewerkschaften, müssten die Journalisten nun wenigstens einen angemessenen Ausgleich in Form von vernünftigen Tariferhöhungen erhalten. Mindestens eine solide Reallohnsteigerung müsse drin sein. Es wird sich zeigen, ob die Arbeitgeber an dieser Stelle ein Einsehen haben.



IMPRESSUM

Die Streik-Zeitung wird geschrieben und gestaltet von Redakteurinnen und Redakteuren der Gemeinschaftsredaktion der Stuttgarter Zeitung und Stuttgarter Nachrichten.

V.I.S.D.P.: Siegfried Heim, Deutsche Journalisten Union (dju) in Verdi, Theodor-Heuss-Straße 2, Stuttgart; Dagmar Lange, Deutscher Journalisten-Verband-Baden-Württemberg (DJV), Herdweg 63, Stuttgart

Aktuelle Infos gibt es auch im Netz unter folgenden Adressen:

streikblog0711.wordpress.com
facebook.com/zeitungsstreik
Twitter: @Streikblog0711

PROMINENTE MEINUNG



„Wir brauchen fair bezahlte Journalisten, weil gute Arbeit auch gut bezahlt werden sollte. Klingt einfach, ist es aber nicht. Davon können auch wir Tänzer ein Lied singen. Je mehr du für deinen Beruf brennst, desto härter musst du auch für eine faire Bezahlung kämpfen.“

Eric Gauthier,
Tänzer



„Als Politikerin bin ich auf unabhängige Berichterstattung angewiesen. Manche Meinung ist nicht immer leicht zu ertragen, aber wenn in der Bevölkerung das Gefühl unabhängiger, qualitativer Berichterstattung verloren ginge, ist dies der Nährboden für radikales Gedankengut. Ich unterstütze qualitativ hochwertigen Journalismus mit adäquater Bezahlung.“ (Auf Facebook)

Karin Maag,
Bundestagsabgeordnete



„Qualitätsjournalismus in einer freien, fair finanzierten und pluralen Presse ist eine Säule und ein Schutz unserer demokratischen und freien Gesellschaft. Dies muss uns umso klarer sein, wenn wir sehen, wie andernorts Diktatoren eine freie Presse unterdrücken oder Medienkonzerne zynisch jede Verantwortung für die Manipulationen und Agitationen ablehnen, solange sie damit gutes Geld verdienen. Gerade angesichts solcher Entwicklungen hat guter Journalismus seinen Preis, aber vor allem auch einen unschätzbaren Wert.“

Christian Hermes,
katholischer Stadtdekan

„Medien sind eine Säule der Demokratie“

Der Hohenheimer Professor für Kommunikationswissenschaft spricht über Qualität im Journalismus – und worauf es dafür ankommt. *Von Wenke Böhm*

Herr Brettschneider, das Internet ist ein großer Selbstbedienungsladen. Warum braucht es in Zeiten von Google, Twitter, Facebook und Co. noch eine Tageszeitung?

Tageszeitungen sind aus vielen Gründen unverzichtbar. Sie sind die wichtigste Informationsquelle über das lokale und regionale Geschehen. Sie liefern aber auch Hintergründe zur nationalen und internationalen Politik. Journalistinnen und Journalisten sind Qualitätskriterien verpflichtet – und die Redaktion fördert deren Einhaltung. Und schließlich muss man sich vergewissern: Vieles, was in Google gefunden oder auf Facebook gepostet wird, hat seinen Ursprung in der Berichterstattung von Tageszeitungen.

Was können und müssen seriöse Medien den grassierenden Fake News und den laut skandierenden „Lügenpresse“-Rufen entgegenzusetzen?

Fake News werden absichtlich in die Welt gesetzt – meist von Populisten, die sich davon politische Vorteile versprechen. Sie denunzieren die klassischen Massenmedien auch als „Lügenpresse“. Einige dieser Menschen wird man nicht erreichen. Sie bewegen sich in ihren Filterblasen und Echokammern. Dort erhalten sie nur die Meldungen, die ihre Vorurteile bestätigen. Andere hingegen sind noch erreichbar. Für seriöse Medien ist der Umgang mit Fake News nicht einfach. Um sie zu widerlegen, muss man sie wiederholen. Damit trägt man dann zur Verbreitung bei. Fake News immer zu verschweigen, ist aber auch keine Lösung. Das bleibt für Journalisten eine schwierige Gratwanderung. Sie sollten nicht über jedes Stöckchen springen, das Populisten ihnen hinhalten. Aber schwerwiegende Fake News müssen sie als solche bezeichnen.

Inwiefern sind Qualitätsmedien wie Tageszeitungen wichtig für die Demokratie?

Qualitätsmedien sind eine tragende Säule der Demokratie. Nicht umsonst genießen die Meinungs- und die Pressefreiheit einen besonderen Schutz durch das Grundgesetz. Demokratie setzt verlässliche Informationen voraus. Und ein breites Meinungsspektrum. Daher sind zum einen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ARD und ZDF sehr wichtig. Und zum anderen brauchen wir die Qualitätszeitungen. Ohne sie würde die wesentliche Grundlage für die Meinungsbildung der Bevölkerung fehlen.

Wie maßgeblich ist dabei das Können der Redakteure, ihr Engagement, ihre Neugier und ihre Gründlichkeit?



Frank Brettschneider

Foto: privat

Die Qualität der Berichterstattung hängt vor allem von zwei Faktoren ab. Erstens von den Fähigkeiten der Redakteure. Zweiten von den Umständen, unter denen sie arbeiten. Was die Fähigkeiten betrifft: Neugier und Engagement sind wichtig, um nicht nur Pressemitteilungen abzdrukken, sondern auch selbst zu recherchieren. Nur durch Recherche lassen sich Missstände aufdecken. Das Handwerkszeug und die Gründlichkeit sind wichtig, um verlässliche, geprüfte

Nachrichten zu produzieren. Es sollte nicht um die schnelle Schlagzeile gehen, sondern um die faktisch richtigen News.

Sehen Sie in den stetig wachsenden Anforderungen an Redakteure im digitalen Zeitalter sowie im bundesweiten Branchentrend zur Tariffucht eine Gefahr für den seriösen Journalismus? Inwiefern?

Ja, die Arbeitsumstände für Journalisten werden alles in allem schlechter. Der Zeitdruck nimmt enorm zu. Heute produzieren Zeitungsredakteure nicht mehr nur für die Printausgabe am nächsten Tag, sondern auch für die Online-News des eigenen Blattes. Das muss schnell gehen. Sorgfalt bleibt da manchmal auf der Strecke. Zudem wächst die Zahl der Pressemitteilungen, die Unternehmen und Organisationen den Redaktionen schicken. Diese müssen gesichtet und geprüft werden. Redaktionen werden aber eher kleiner als größer. Und die Tariffucht schränkt Qualität weiter ein. Qualität hat nun mal ihren Preis.

Die Wirtschaft lockt mit Aufstiegschancen und hohen Gehältern. Wie entscheidend sind gute Rahmenbedingungen und eine faire Bezahlung für die Sicherung des Qualitätsjournalismus und für Nachwuchsgewinnung?

Viele Journalistinnen und Journalisten gehen ihrem Beruf aus Begeisterung und Überzeugung nach. Die Bezahlung steht bei der Berufswahl für sie nicht an erster Stelle. Und dennoch sollten gute Rahmenbedingungen und eine faire Bezahlung eine Selbstverständlichkeit sein. Das gilt erst recht angesichts der Bedeutung, die Qualitätsjournalismus für eine freie und demokratische Gesellschaft hat. Wir können uns schlechten Journalismus nicht leisten.

Bist du jetzt Kommunist?

Der Job, der Streik und die Ungerechtigkeit: Anders arbeiten macht Freude und fördert die Umverteilung. *Von Michael Werner*

Fehleralarm bedeutet Stress: Kurz vor dem Andruck sagt der Häuptling, dass ihm nicht gefällt, was da im Computer auf der gleich zu belichtenden Seite steht: Nie und nimmer beginne das Konzert der angesagten Indieband Die Dauerstreiker am Samstag um 8 Uhr morgens. Und manchmal hat der Häuptling einfach Recht!

Also durchforstet der Indianer erfolglos den Zettelkasten, alle dafür infrage kommenden Email-Postfächer und das Internet nach Mitteilungen der Band. Auf Facebook (das für Leute über 30 nicht immer leicht zu durchschauen ist) wird der Indianer eine Viertelstunde später endlich fündig: Die Show der Dauerstreiker beginnt natürlich um 8 Uhr abends. Typischer Übermittlungs-, Überarbeitungs-, oder Übermuts-Fehler. Fehler korrigiert, die Zeitung kann gedruckt werden. Alles fein, scheinbar.

Aber Journalisten, die einst angetreten sind, die Welt vom Joch der Ungerechtigkeit in Kenntnis zu setzen, üben heutzutage eine Menge Jobs gleichzeitig aus: Sie arbeiten als Kehr Männer im Internet und überdies als Textalibier, Techniker, Mediengestalter, Hilfsarchivare, Sekretärinnen, Fotografen und - wenn es nach dem Willen der Verleger geht - gleichzeitig als Content-Manager des hauseigenen Online-Auftritts. Manche dieser Tätigkeiten bereiten mehr Freude als andere. Manche beherrscht man gut, andere nicht. Was alle gemeinsam haben: Üblicherweise legt der Häuptling fest,

was die Indianer zu schaffen haben. Für die Information der Leser über das Joch der Ungerechtigkeit bleibt da wenig Zeit.

Eine Umfrage des Betriebsrates von „Stuttgarter Zeitung“ und „Stuttgarter Nachrichten“ hat vor kurzem ergeben, dass ein Drittel der Redaktion davon ausgeht, an durch diese Arbeit bedingte gesundheitlichen Beschwerden zu leiden. Die Bevollmächtigten des Verlages hielten ein rasches Einschreiten zugunsten der Unversehrtheit ihrer wertvollsten Investition, nämlich ihrer Belegschaft, jedoch nicht für nötig. Stattdessen wollten sie eine Wiederholung der Umfrage.

Streikarbeit funktioniert anders: Zwar gibt es auch in der Streikversammlung Leitwölfe und Herdentiere, aber die einen drohen den anderen nie. Im hierarchiefreien Kreativraum des Streiklokals gehen Brainstormings flink vonstatten: Einer kennt einen coolen Musiker für die Kundgebung, drei anderen fällt plötzlich gemeinsam der Text für das Flugblatt ein, jemand twittert was Kluges, und die überwältigende Mehrheit ist sich einig: Wir müssen noch konsequenter streiken, damit die Verleger verstehen, worum es uns geht.

Warum eigentlich? „Warum streikst du, du verdienst doch gut?“, fragen in letzter Zeit immer mehr Freunde. Trivial gesprochen: weil mir die Extra-Zugfahrt nach Wien oder dieser lustige Sonnenhut (also Wertschätzung, die sich im Portemonnaie bemerkbar macht) näher sind als der

nächste schwere Daimler, das nächste große Haus oder die nächste Jacht (auch das soll es geben) der Verleger.

Streik ist Umverteilungskampf ohne echte Leidtragende. Streik soll dafür sorgen, dass die, die ihre Arbeitskraft zur Verfügung stellen, fair entlohnt werden von denen, die das Kapital besitzen: Die staubigen Druckereien. Die alten Gebäude mit den neuen, niemals ruhigen Großraumbüros. Die Computer, die auf Dauer die Augen schädigen. Streik ist eine friedliche Waffe gegen die Ungerechtigkeit.

„Bist du jetzt Kommunist?“, fragen dann manchmal die Freunde. Meistens lächle ich und antworte, dass Richter in diesem Land deshalb ordentlich bezahlt werden, damit sie unbestechlich bleiben. Journalisten, eigentlich Gerechtigkeitswächter per Verfassungsauftrag, befinden sich in ständiger Bestechlichkeitsgefahr: Als Währung wird nur in den seltensten Fällen Geld angeboten, sondern meistens Schulterklopfen von der falschen Seite.

In Zeiten, in denen die PR-Abteilungen der auf Gewinnmaximierung ausgerichteten Konzerne mit vielen freundlichen Einflüsterern überquellen und zugleich rechte bis rechtsradikale Populisten wieder in den Parlamenten hocken, sollte den Zeitungsverlegern diese Unbestechlichkeit eine ordentliche (zum Beispiel eine 4,5-prozentige) Gehaltserhöhung wert sein. Dafür streiken wir!

Selbstmord aus Angst vor dem Tod

Wie das Schielen auf Klickzahlen den Blick auf die Zukunft des Online-Journalismus verstellt – und was das Beispiel der USA dabei lehrt.

Von Andreas Geldner

Zahlen, Kurven, Klicks, Analysen – wer je einen Blick in Google Analytics geworfen hat, einem Gratiswerkzeug zur statistischen Erfassung von Webseiten, der ahnt, dass Journalismus im Online-Zeitalter nicht mehr dasselbe sein kann. Die Verleger der Regionalzeitungen sind spät auf den Online-Zug aufgesprungen. Und es scheint, als seien sie immer noch hypnotisiert von all diesen Kurven, den Klickzahlen, der Quotenideologie, die das Internet prägen. Möglichst viel, möglichst billig, möglichst klickfreundlich produzieren. Am besten mit der eierlegenden Wollmilchsau von Journalist, der nicht nur schreibt und am besten auch fotografiert, sondern verlinkt, liked und postet – im Dienste einer Ware, für die am Ende freilich kaum jemand bezahlt.

Diese auf Reichweite und Werbeeinnahmen schielende Philosophie bringt den kleinen bis mittleren Spielern im Gegensatz zu Giganten wie Google und Facebook im Vergleich zu den bisherigen Abo-Einnahmen nur Krümel. Der Online-Leser ist ein scheues Reh. Die Gratiskonkurrenz ist nur einen Klick weiter.

Unterdessen ist in den USA zu besichtigen, wie diese Ideologie meist Verlierer produziert. Auf den immer wichtiger werdenden Mobilgeräten mit ihren kleinen Bildschirmen und beschränktem Platz für Werbung sind Klicks weniger wert. Die Zahl der Nutzer von so genannten Anzeigenblockern macht das Ganze noch schwieriger. Und noch etwas kommt hinzu: Der „Traffic“ auf den Werbeangeboten ist zu einem guten Teil nicht einmal real. Verschiedene US-Statistiken machen für einen Fünftel aller Klicks so genannte Bots und andere Manipulatoren verantwortlich.

So oder so: Sieger im Rennen um die Werbeeinnahmen sind die Online-Riesen. Google und Facebook haben in den vergangenen Jahren fast das gesamte Wachstum des Online-Werbemarktes aufgesogen: 9 von 10 zusätzlichen Dollars sind in den USA in ihre Taschen geflossen, bei einem Marktanteil von zwei Dritteln. Die einzige

ernsthafte Konkurrenz: Amazon, das jüngst Marktanteile gewann. Das bringt selbst einst hochgejubelte, auf Reichweitenrekorde setzende US-Nachrichtenportale wie BuzzFeed ins Schleudern.

Wer überlebt? In den Vereinigten Staaten, die bei der Entwicklung im Netz immer noch Europa voraus sind, zeichnen sich Trends ab, die vom starren Blick auf die Quote wegführen. Was in den Anfangstagen des Internets leichtfertig über Bord geworfen wurde, die Bezahlung durch die Nutzer, scheint der einzige Weg heraus aus dem Schatten der großen Internet-Oligopolisten.

Und gegenüber dem „Fake-News-Dschungel“ der Sozialen Medien lässt sich Profil nur durch Professionalität gewinnen.

Wall Street Journal, New York Times und Washington Post setzen auf Qualität. Alle drei haben Besitzer mit strategischen, publizistischen Zielen. Das Wall Street Journal mit konservativ-wirtschaftsfreundlicher Ideologie, die anderen beiden Zeitungen unter einer alteingesessenen Verlegerfamilie (New York Times) oder einem innovativen Entrepreneur namens Jeff Bezos von Amazon (Washington Post). Alle drei setzen auf eine digitale Innovation, die aber eigentlich so alt ist wie der Tageszeitungsjournalismus: das Abonnement! Das scheint sich allmählich auch in Deutschland herumzusprechen. Eine aktuelle Meldung aus dem Hause Spiegel: Unter dem Slogan „Gutes lesen. Mehr verstehen“ bündelt man ab sofort seine Abo-Angebote, um so „relevante Einnahmen“ zu erzielen.

Was braucht es dafür? Erst einmal den Abschied von einem bisher die Onlinestrategien prägenden Denken, das besagt, dass für maximale Reichweite die eigenen Inhalte möglichst billig und in größtmöglicher Menge produziert werden müssen, um sie anschließend auf der Jagd nach Werbeeinnahmen zu verramschen. Doch vor allem braucht es loyale Leser, welche die Qualität und die Breite des Angebots schätzen, die aber nicht bei jedem Text neu entscheiden, ob sie nun dafür bezahlen oder nicht. Marke



Viele Zeitungen in den USA kehren auch Online zum Modell des Abonnements zurück.

Foto: dpa

funktioniert allerdings anders als Quote.

Ähnliche auf Nachhaltigkeit und nicht auf hochgejazzte Reichweite setzende Strategien gibt es auch im Kleinen. Das US-Politikportal Talking Points Memo beispielsweise hat den Aufbau einer stabilen Abonnentenbasis zum Grundpfeiler gemacht. Hier jagt man keine Klicks, sondern investiert in ausgewählte, eigene Recherchen. Man reserviert vor allem Zeit und Ressourcen für den direkten und fundierten Kontakt mit den Lesern. Was wollen sie? Was kritisieren sie? Wo kann man eine frische Perspektive hineinbringen?

Was aber von deutschen Zeitungen betrieben wird, ist Selbstmord aus Angst vor dem Tod. Wer im Schatten der Inhalte-Enteigner Google und Facebook überleben will, muss auf Wiedererkennbarkeit setzen, statt den Kampf dort aufzunehmen, wo andere Anbieter stärker sind – bisher ökonomisch erfolglos.

Laut dem offiziellen Branchenüberblick des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger aus dem vergangenen Jahr ist dabei

ironischerweise die Bedeutung der Verkaufs- und Abo-Erlöse immer wichtiger geworden. „Das siebte Jahr in Folge fielen die Einnahmen aus dem Vertrieb der Zeitungen in Deutschland höher aus als die Einnahmen aus Anzeigen und Werbung“, heißt es dort. Laut der Darstellung von 2017 erbringt heute der Vertrieb zwei Drittel der Einnahmen, während es vor einigen Jahren erst ein Drittel war. Die Online-Werbeerlöse summieren sich hingegen auch heute nur auf ein Zehntel.

Doch das Ziel maximaler Reichweite und der Kampf um Abonnenten-Loyalität sind zwei unterschiedliche Konzepte. Ja, auch Online-Abos dümpeln heute oft noch vor sich hin. Doch wie wäre es, wenn man das Ziel loyaler Qualitäts-Nutzer endlich mit höchster Priorität verfolgen würde?

Wer aber selbst seinen Journalisten gegenüber illoyal ist und ihnen die Botschaft vermittelt, man wolle sie möglichst billig haben, hat diese einzig langfristige Überlebenschance für Anbieter im Schatten der Netz-Giganten nicht verstanden.

Flucht aus der Verantwortung

Die Tariflandschaft verfällt - auch in der Zeitungsbranche. Von Matthias Schiermeyer

Den Verfall von Flächentarifverträgen hat jüngst wieder das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) festgehalten. Demnach arbeiten in der Privatwirtschaft nur 43 Prozent der West-Beschäftigten in tarifgebundenen Betrieben – im Osten gar nur noch 27 Prozent. Der Erosionsprozess verlaufe schleichend, sei aber eindeutig und anhaltend, so das IAB. Obwohl Branchentarifverträge vielfach noch als Referenz zur Aushandlung der Löhne und Arbeitsbedingungen dienen, gehe die rechtliche Verbindlichkeit und die Sicherheit für die Beschäftigten verloren.

Die Zeitungsbranche ist von Tarifflucht keineswegs ausgenommen – im Gegenteil: Seit Langem versuchen Verlage, Personalkosten zu drücken, indem sie die Tarifbindung aushebeln. Dazu zählt das Outsourcing von Verlagsteilen in eigenständige Gesellschaften, die nicht in den Flächentarif eingebunden sind. Oder sie nutzen die OT-Mitgliedschaft (ohne Tarifbindung) im Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV). In Verbindung mit der Medienkonzentration ist das eine gefährliche Mischung für die Pressefreiheit.

OT-Mitgliedschaft ist in der Wirtschaft ein überaus beliebtes Instrument. Sie bedeutet: ein Unternehmen genießt zwar alle Vorteile einer Mitgliedschaft im Arbeitgeberverband, ist aber nicht an die vom Verband geschlossenen Tarifverträge gebunden. Auf diese Weise hält er die Unternehmen bei der Stange, die nach Auswegen suchen, um für ihre Angestellten die Bedingungen des Flächentarifs zu unterschreiten.

Kein Verband redet gerne darüber. Speziell in der Zeitungsbranche ist es eine große Herausforderung, eine vollständige Übersicht über die (nicht) tarifgebundenen Betriebe zu erlangen. Denn der BDZV, der den Überblick haben müsste, hält sich bedeckt. 327 Tageszeitungen mit einer Gesamtauflage von 14,7 Millionen Exemplaren gibt es noch. Welches Blatt in welcher Form dem Verband angehört, bleibt quasi dessen Geheimnis.

Dies verwundert die Gewerkschaften nicht, die die Übersicht auch gerne hätten. Die abnehmende Tarifbindung mit Zahlen zu belegen, sei schwierig, sagt Eva Werner, Pressesprecherin des Deutschen Journalisten-Verbandes (DJV). Oft würden

die Umgehungen gar nicht oder verspätet gemeldet. Es gebe auch viele verschiedene Arten von Tarifflucht. So würden Volontäre beispielsweise an „Journalistenschulen“ angestellt, um den Volontärstarif zu umgehen.

Auch die Deutsche Journalisten-Union (DJU) in Verdi hat keine endgültige Aufstellung. Gut die Hälfte der Verlage sei noch in der Tarifbindung, sagt Matthias von Fintel, der Verhandlungsführer von Verdi im aktuellen Tarifkonflikt. „Eine grobe Schätzung“. Die Gewerkschaft habe keine Rechtsmittel, um den Arbeitgeberverband zur Herausgabe der kompletten Liste zu zwingen. Fest stehe, dass ganze Landesverbände wie etwa Sachsen, Sachsen-Anhalt, Rheinland-Pfalz oder Saar keinen Verlag mehr im Flächentarif hätten. Verdi könne jeweils nur im Einzelfall reagieren, um zum Beispiel einen Haustarifvertrag mit dem tarifflüchtigen Verlag auszuhandeln.

Auch die Wissenschaft kann nicht weiterhelfen: „Darüber haben wir keine gesicherten Daten“, sagt der renommierteste deutsche Medienforscher Horst Röper vom Dortmunder Institut Formatt. „Ein schwieriges Thema.“

Still und leise macht sich manche Zeitung von dannen – andere vollziehen den Bruch mit Getöse. Der DJV hat immerhin eine Auflistung auf seiner Website, auf der Hunderte Fälle von Outsourcing, OT-Mitgliedschaften und sonstige Formen der Tarifumgehung gesammelt sind. Darunter befinden sich viele kleine Lokalzeitungen, aber auch große Namen der Branche. Schwergewichte wie Springer, Madsack, die Funke-Gruppe (vormals WAZ) oder der Ippen-Konzern haben sich vielfach außerhalb des Flächentarifs gestellt.

Die 2016 gegründete Redaktionsgemeinschaft von Stuttgarter Zeitung und Stuttgarter Nachrichten hält diesem die Treue – und es gibt keine ernsthaften Anzeichen, dass sich dies ändern könnte. Zur Südwestdeutschen Medienholding (SWMH) gehört aber auch der Schwarzwälder Bote. Dort mussten die Redakteure nach ihrer Auslagerung vor sieben Jahren genau 96 Tage streiken, um in die Tarifbindung zurück zu gelangen. So zeigt sich immer wieder: In einer Branche, die vor immer neuen Herausforderungen steht, bleibt die Verlässlichkeit auf der Strecke.

Streiken ist nicht einfach daheim bleiben

Wenn Zeitungsstreik ist, dann gehen wir auf die Straße. Wir informieren, wir sind laut und wir sagen, wofür wir stehen. Auf dieser Seite haben wir Eindrücke von unseren Aktionen in Stuttgart, Esslingen und München gesammelt.



Bei der 150-Jahr-Feier der „Esslinger Zeitung“ Ende April waren wir Journalisten nicht eingeladen, aber wir waren trotzdem da.



Bei der gemeinsamen Kundgebung in München kamen Ende April gut 500 Journalistinnen und Journalisten zusammen.



In Stuttgart berichten Jungredakteure und Volontäre bei von ihrem Besuch bei der fünften Verhandlungsrunde Ende April in Berlin.



Planung und Abstimmung der nächsten Streikaktivitäten im Stuttgarter Gewerkschaftshaus.



Insgesamt 18 junge Journalistinnen und Journalisten aus verschiedenen Bundesländern waren zur Verhandlungsrunde nach Berlin gereist, um bei den Verlegern für bessere Bedingungen für Berufseinsteiger zu werben.



Der Freestyle-Rapper Toba Borke bei einer unserer Kundgebungen am Schlossplatz in Stuttgart.



Von der 150-Jahr-Feier in Esslingen mit hohem Besuch wurden streikende Journalistinnen und Journalisten der Zeitungen in der Region durch Polizisten und Sperrgitter ferngehalten.

JOE BAUER

Der Kolumnist der Stuttgarter Nachrichten sprach bei einer Kundgebung in Stuttgart über den Sinn des Streikens

Ich will kurz an unseren mehr als 30 Tage dauernden Streik vom Sommer 2011 erinnern: Es war für viele von uns damals wirklich hart, nervenaufreibend und auch nicht risikolos, so lange durchzuhalten. Aber im Lauf des Streiks hat uns eine neue, vorher unbekannte Stimmung motiviert: Die meisten von uns haben nach und nach gespürt, was Solidarität bewirken kann. Was möglich wird, wenn wir uns für eine gerechte Sache zusammenraufen – und uns mit Fantasie und Freude an der gemeinsamen Aktion gegen die vermeintlich übermächtigen Gegner, nämlich die Arbeitgeber, zur Wehr setzen. Wenn wir ihnen zeigen, dass ein Streik alles andere ist als Nichtstun – dass Streik eine Demonstration unserer Courage und unserer Fähigkeiten ist.

Wir haben gehört, dass einige die Frage stellen: Lohnt sich denn ein Streik überhaupt? Ist es uns wert, für womöglich zu wenige Prozente oder ein paar Promille mehr Gehalt die Arbeit niederzulegen – und uns diesem psychischen Stress auszusetzen.

Liebe Kolleginnen & Kollegen, der Liedermacher Konstantin Wecker hat mal eine Songzeile zum Sinn des Protests geschrieben, die ich mir trotz seiner Neigung zum Pathos gemerkt habe. Sie lautet: Es geht ums Tun und nicht ums Siegen. Das bedeutet: Der Gedanke an das Ergebnis darf nicht wichtiger sein als die demokratische Pflicht, uns zu wehren und zu fordern, was uns zusteht.

Mir ist klar, dass man mit Konstantin Weckers Zeile beim Motivieren und Mobilisieren nicht unbedingt HurraSchreie erntet. Aber klar muss auch sein: Ohne etwas zu tun, kannst du nicht siegen. Und wenn wir nichts tun, genießen wir keinerlei Respekt beim Gegner. Dann ziehen sie uns nach Belieben über den Tisch. Deshalb: Es geht ums Tun, wenn man siegen will.

Und speziell in unserer Gegenwart, in der uns vermutlich die härtesten politischen Auseinandersetzungen seit Jahrzehnte drohen, müssen wir unsere Organisationen stärken. Wir erleben zurzeit die Auswüchse des Neoliberalismus, wir sehen, wie die Schere zwischen Arm und Reich immer weiter auseinandergeht – und wir begegnen einem bedrohlichen, einem gefährlichen Rechtsruck. In unserem Landtag da unten stellt die AfD mehr Abgeordnete als die SPD. Das ist unser Alltag vor der Haustür.

Jetzt kann man fragen: Was hat das mit unserem Arbeitskampf zu tun? Ich denke: Gerade heute brauchen wir starke demokratische Bündnisse, um die Angriffe auf unsere Rechte und Freiheiten zu stoppen, um uns gegen den Abbau sozialer Errungenschaften zu wehren. Viele unserer Rechte – auch das Streikrecht – wurden in der Vergangenheit durch solidarische Aktionen erkämpft.

Schon vor zehn Jahren hat der Armutsforscher Christoph Butterwege gewarnt: Wenn sich der Neoliberalismus mit dem Nationalkonservatismus verbindet, dann „resultiert daraus ein besonders aggressiver Standortnationalismus, der als politisch-ideologische Steilvorlage für den Rechtsextremismus wirkt“. Heute wissen wir, dass er Recht hatte. Und um dagegen zu halten, brauchen wir starke Gewerkschaften, vor allem jetzt, da Rechtsextremisten bereits eigene Betriebsräte in ihren Scheingewerkschaften in Unternehmen wie Daimler platzieren. Jeder Arbeitskampf hat deshalb eine politische, eine demokratische Bedeutung.

Es geht um noch mehr als eine gerechte Gehaltserhöhung und angemessene Bezahlung für Menschen in einem Beruf, der bei der Verteidigung der Demokratie eine wichtige Rolle spielen muss.

Deshalb, liebe Kolleginnen und Kollegen, darf niemals das Argument gelten, ein Streik lohne sich nicht, weil zu wenig Kohle überkommen könnte. Wir dürfen doch nicht ein Spiel aus der Hand geben, bevor wir auf den Platz gehen. Heute stehen wir bereits hier gemeinsam auf unserem Platz, und wir in Stuttgart und in weiter Umgebung haben in der Vergangenheit gezeigt, dass wir kämpfen können.

Deshalb: Es geht ums Tun – und nur mit dieser Haltung können wir auch siegen.