

65 Jahre DJV-Niedersachsen

# KRITISCHER BLICK

**In diesem Jahr feiert der DJV-Landesverband Niedersachsen sein 65jähriges Bestehen. Grund genug, einen kritischen Blick auf die gegenwärtige Situation des Journalismus und auf Lebens- und Arbeitssituation der Journalistinnen und Journalisten zu werfen.**

»Der Journalist - nie war er so wertvoll wie heute, aber nie wurden seine Leistungen so wenig anerkannt.« So lautet der Titel der Podiumsdiskussion, die nach der Mittagspause für den thematischen Schwerpunkt beim diesjährigen Niedersächsischen Journalistentag am Sonnabend, 14. Mai, im Hotel »Crowne Plaza« in Hannover sorgen soll.

Vor dem Hintergrund laufender Tarifverhandlungen, in denen Tageszeitungs- und Zeitschriftenverleger mit ihren Forderungen Breitseiten gegen den journalistischen Berufsstand abfeuern, sicherlich ein brisantes Thema.

Während der Diskussionsgegenstand breitgefächert, aber klar ist, stehen die Teilnehmer an der Diskussionsrunde noch nicht abschließend fest.

Zugesagt haben aber schon Frank Lobigs, Leiter des Instituts für Journalistik an der TU Dortmund, der ehemalige DJV-Bundesvorsitzende

Siegfried Weischenberg und DJV-Bundesgeschäftsführer Kajo Döhring.

Lobigs ist Professor für Journalistik mit dem Schwerpunkt Medienökonomie. Von ihm als wissenschaftlichem Vertreter der Ökonomie sind interessante Aussagen zu Problemen wie Tariffucht oder Leiharbeit zu erwarten. Als Geschäftsführer und als Verhandlungsführer des DJV in der aktuellen Tarifrunde hat Döhring zu diesen Aspekten ebenfalls etwas zu sagen.

Mit dem ehemaligen DJV-Bundesvorsitzenden Siegfried Weischenberg, jetzt Leiter des Lehrstuhls für Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Hamburg, hat der Vorstand zudem einen scharfen Gesamtanalytiker der Medienlandschaft eingeladen.

Weitere Diskutanten sind angefragt. So hofft der DJV-Landesvorstand, dass sich auch ein Tageszeitungsverleger aus Niedersachsen der Debatte stellen wird. Das könnte eine interessante Diskussion werden. *-ohl*

## POSTKARTEN ALS »TÜRÖFFNER«

**Mit einer Postkartenaktion in den Zeitungshäusern informiert der DJV über die gegenwärtigen Tarifverhandlungen und sucht gleichzeitig das Gespräch vor Ort** – Den Wert und die Bedeutung des Journalismus für die Gesellschaft deutlich zu machen und zu erhalten, diese Ziele hat sich der DJV auf die Fahnen geschrieben. Um Wert und Qualität des Journalismus geht es auch in den Mantel- und Tarifverhandlungen für die Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen. Deshalb nehmen die norddeutschen DJV-Landesverbände in einer vom DJV Niedersachsen initiierten Postkartenaktion diesen Gedanken auf.

»Qualität setzt sich durch, aber nicht von allein!« heißt es auf der Vorderseite. Und auf der Rückseite folgt die Erklärung: »Die Verleger erzielen wieder gute Renditen, doch sie sparen, anstatt in die Zukunft der Tageszeitungen zu investieren: Wir brauchen in den Redaktionen aber gute Rahmenbedingungen – und die müssen wir jetzt gemeinsam in Tarifverhandlungen durchsetzen!«

Mit dieser Postkarte wollen der DJV Niedersachsen und seine Vertrauensleute in den Betrieben mit den Kolleginnen und Kollegen ins Gespräch kommen.

*Fortsetzung nächste Seite*

### Editorial

**Liebe Leser,**

der DJV Niedersachsen wird 65. Das wollen wir feiern und zwar mit möglichst vielen Mitgliedern! Ich lade Sie daher ganz herzlich ein, am 14. Mai nach Hannover zum Niedersächsischen Journalistentag zu kommen.



*Frank Rieger:  
DJV-Landes-  
vorsitzender*

Im DJV Niedersachsen zählt nach wie vor die Stimme jedes einzelnen Mitgliedes. Auf Landesebene verzichten wir weiterhin auf ein Delegiertensystem. Es liegt also an Ihnen, die Geschicke Ihres Verbandes mitzubestimmen.

Wir wollen aber nicht nur feiern, sondern auch über die Zukunft unseres Berufs debattieren. Angesichts der Tariffucht vieler Verlage und der aktuellen Tarifverhandlungen brennt uns allen ein Thema auf den Nägeln: »Der Journalist - nie war er so wertvoll wie heute, aber nie wurden seine Leistungen so wenig anerkannt«. Ich erwarte eine spannende Diskussion zwischen unseren Experten, aber auch interessante Erfahrungsberichte von Ihnen.

Der Blick zurück und die Debatte über die Zukunft unseres Berufs, das ist genau die richtige Mischung, um 65 Jahre DJV in Niedersachsen zu feiern.

Und eins sollte allen klar sein: in den Ruhestand verabschieden wir uns noch lange nicht! Wir werden weiter energisch für die Interessen von Journalistinnen und Journalisten kämpfen. Daran hat sich in 65 Jahren nichts geändert. *Frank Rieger*

Fortsetzung von Seite 1:

## POSTKARTENAKTION

In persönlichen Gesprächen solle den Mitgliedern noch einmal die Wichtigkeit der aktuellen Tarifrunde verdeutlicht werden, erläuterte Tageszeitungsfachausschusssprecher Michael Bohl: »Trotz zahlreicher Tarifinfos ist noch nicht allen klar, worum es geht. Deshalb suchen wir auch noch das persönliche Gespräch.«

Die Forderungen der Verleger nach einem Tarifwerk II für Einsteiger und gravierenden Absenkungen im Mantel für alle sowie die gewerkschaftseigenen Forderungen müssten in der Mitgliedschaft jetzt noch stärker diskutiert werden, forderte Bohl gemeinsam mit der stellvertretenden Landesvorsitzenden Christiane Eickmann.

Die Postkartenaktion sei in diesem Zusammenhang ein Vorbote weiterer Protestaktionen für den Wert und die Bedeutung des Printjournalismus sowie für eine angemessene Entlohnung journalistischer Arbeit, kündigten beide an.

Es komme besonders darauf an, dass die Kolleginnen und Kollegen die Verhandlungskommission unterstützen und sich an den Protestaktionen des DJV beteiligten. Dies gelte nicht nur für den Tageszeitungs-, sondern ebenso für den Zeitschriftenbereich, in dem sich die Tarifverhandlungen ähnlich schwierig gestalteten. -ohl

Bezirke in Nordniedersachsen schließen sich zusammen

## SCHLAGKRÄFTIG DURCH FUSION

**Der DJV hat sich in Nordniedersachsen neu organisiert. Aus den Bezirken Elbe-Weser und Weser-Ems wurde nun der neue Bezirk Elbe-Weser-Ems. Die neue Struktur soll die Präsenz in der Region stärken.**

Aus dem Bezirksverband Weser-Ems mit den Bezirksgruppen Ostfriesland, Oldenburg und Osnabrück und dem Bezirksverband Elbe-Weser wurde der neue Bezirksverband Elbe-Weser-Ems, dem die Kolleginnen und Kollegen aus Elbe-Weser nunmehr als Bezirksgruppe angehören. Damit hat der neue Bezirk mehr als 520 Mitglieder.

Beschlossen wurde diese Fusion bereits auf dem Niedersächsischen Journalistentag 2010, vollzogen wurde sie nach einem gemeinsamen Frühstück mit Mitgliedern aus allen Bezirksgruppen und -verbänden am 26. Februar im Museumsdorf Cloppenburg. Der neue DJV-Bezirksverband ist nach Hannover zahlenmäßig der zweitgrößte Verband seiner Art in Niedersachsen.

Fünf Personen umfasst der für zwei Jahre gewählte Vorstand des neuen Bezirksverbandes. Die Leitung wurde Hartmut Kern (Oldenburg) übertragen. Einstimmig zu seinen gleichberechtigten Stellvertretern wählten die



Der Vorstand des neuen Bezirksverbandes Elbe-Weser (von links): Jan Lehmann, Herwig Witthohn, Hartmut Kern und Alex Siemer. Es fehlt Rainer Lahmann-Lammert.

rund 40 anwesenden Journalisten die Vorsitzenden der nunmehr vier Bezirksgruppen: Jan Lehmann (Oldenburg), Rainer Lahmann-Lammert (Osnabrück), Herwig Witthohn (Elbe-Weser) und Alex Siemer (Ostfriesland).

Zur konstituierenden Sitzung hatte Hartmut Kern als noch amtierender Weser-Ems-Vorsitzender neben dem Landesvorsitzenden Dr. Frank Rieger und dessen Stellvertreterin Christiane Eickmann auch den DJV-Bundesvorsitzenden Michael Konken begrüßt, der allerdings als Wilhelmshavener und Mitglied in der Bezirksgruppe Oldenburg zur Versammlung eingeladen worden war. -sie

Das hannoversche Bürgerradio steht in der Kritik:

## WAS IST LOS BEI LEINEHERTZ 106EINHALB?

**Das hannoversche Bürgerradio LeineHertz 106einhalb steht wegen eines neuen Musikkonzepts in der Kritik** –

LeineHertz 106einhalb, das Bürgerradio in Hannover, stellte im Januar ein neues Musikkonzept vor. Das »völlig neue Klangbild« mit überarbeiteten Jingles und den »besten Songs« seit den sechziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts soll Hörerinnen und Hörer erreichen, die bisher mit dem Bürgersender wenig am Hut hatten.

In ersten öffentlichen Reaktionen hagelte es Kritik. Einhelliger Tenor:

Das Musikprogramm des Senders unterscheidet sich in keiner Form mehr von der kommerziellen Konkurrenz.

Die Frage nach der Funktion des Bürgerradios wühlt vor allem die Kulturszene in Hannover auf. Nach öffentlichen Podiumsdiskussionen wurde ein nicht öffentlicher runder Tisch eingerichtet. Dass es zu diesem Dialog kam, ist einer »Initiative für echtes Bürgerradio« zu verdanken.

Die Initiative ([www.wasistbuergerradio.de](http://www.wasistbuergerradio.de)) bemängelt die Programmänderung bei LeineHertz 106einhalb als

»kulturelle Verarmung«. Sie fordert in einem Fünf-Punkte-Katalog einen ergebnisoffenen Dialog.

Der runde Tisch trifft sich seit Anfang März, bislang mit wenig konkreten Ergebnissen. Immerhin will der Sender einen »festen Ansprechpartner« für einen »engen und dauerhaften Dialog« mit den Kulturschaffenden einführen. Von der Kritik völlig unbeeindruckt ist dagegen die Werbung auf der LeineHertz-Homepage: »Wir sind das Bürgerradio für die Region Hannover ...« heißt es dort. -red

**Zum 1. Juli wechselt die Redaktion in eine Tochtergesellschaft**

## »DIE HARKE« GLIEDERT AUS

**Das Nienburger Traditionsblatt schafft Fakten. Zum 1. Juli werden Redaktion und Anzeigenabteilung ausgegliedert, mit zum Teil denkwürdigen Begründungen**

Bei einer Betriebsversammlung Mitte Dezember war es bereits angekündigt worden, jetzt wurde deutlich, wohin die Reise bei der Nienburger Tageszeitung »Die Harke« geht: Anfang März informierte die Geschäftsführung den Betriebsrat darüber, dass Anzeigenabteilung und Redaktion des Traditionsblattes zum 1. Juli dieses Jahres in jeweils 100-prozentige Tochtergesellschaften der J. Hoffmann GmbH & Co. KG ausgegliedert werden.

Ziel ist der weitere Einstieg in den Markt des Corporate Publishing. Die offizielle Begründung der Geschäftsführung zur Ausgliederung, die Arbeit der Tageszeitungsredaktion von den werblichen Dienstleistungen trennen zu wollen, erweist sich jedoch bei näherer Betrachtung als Mogelpackung.

Die Geschäftsführung erklärte auf der Betriebsversammlung, dass die Ausgliederung notwendig sei, um zukünftig redaktionelle Leistungen auch an Unternehmen in der Region Nienburg anbieten zu können. Gegenüber dem Betriebsrat argumentierte man, dass der Redakteur einer Tageszeitung nicht über die Bilanz der Sparkasse schreiben und dann für die Sparkasse eine Firmenzeitung machen könne.

Allerdings schaltet der Verlag schon jetzt Anzeigen, in denen Firmenkun-

den die Arbeit von Redakteuren über den Anzeigenberater kaufen können. Durch das Mannöver der Ausgliederungen soll dieses offensichtlich nur verdeckt werden.

Bemerkenswert ist auch, dass Chefredakteurin Martina Thielking-Rumpeltin sowie ihr Stellvertreter dem Vernehmen nach nicht in die neuen Gesellschaften wechseln, ein Umstand, der nicht nur bei der Redaktion für Verwunderung sorgt. Ausrichtung und Qualität der Tageszeitung, so heißt es, solle durch die Chefredaktion im Verlag entschieden werden.

Gleichzeitig wird die Chefredakteurin aber Geschäftsführerin der neuen Gesellschaft - und kann, völlig losgelöst von den engen Regeln einer Zeitungsredaktion, Corporate Publishing-Produkte herstellen.

Ein weiteres Argument ist ein glatter Affront gegenüber der Redaktion: Es sollen bestehende »freie Kapazitäten in der Redaktion« erfolgreich vermarktet werden, erläuterte der eigens hinzugezogene Unternehmensberater. Dem gegenüber steht, dass die elfköpfige Redaktion bereits jetzt am Limit arbeitet.

Regelmäßig wird die reguläre wöchentliche Arbeitszeit von 36,5 Stunden überschritten, teilweise auf bis zu 55 Stunden pro Woche - nicht gerade ein Zeichen für ein gut organisiertes Zeitmanagement oder die Fürsorge eines Arbeitgebers.

-goe

**Analyse belegt: Radio bleibt trotz neuer Medien wichtige Infoquelle**

## NDR 1 BLEIBT BELIEBTESTER SENDE

**Seit 15 Jahren steht NDR 1 Niedersachsen an der Spitze der beliebtesten Radiosender im Land; die aktuelle Media-Analyse bestätigt es**

NDR 1 Radio Niedersachsen bleibt der beliebteste Sender im Land. Das ergab die aktuelle Media-Analyse, die Mitte März präsentiert wurde. Auf Rang zwei in der Gunst der Hörer landete radio ff, gefolgt von Hit-Radio Antenne. Auf

Platz vier kam NDR 2. Auf den weiteren Rängen folgen die Sender N-Joy und der Rocksender Radio 21.

Die Media-Analyse gilt als Zeugnis für Radiomacher, alle Sender warten mit Spannung auf die Vorlage der Zahlen. Etwa 65 000 Menschen wurden für die Erhebung nach ihren Hörgewohnheiten und Lieblingssendern befragt.

-red

**Eine von uns:**

**MARTINA FLAMME-JASPER**



**Phänomene gehören zum Arbeitsalltag von Martina Flamme-Jasper. Die Journalistin leitet seit 2006 die Unternehmenskommunikation der Experimentierlandschaft »phaeno« in Wolfsburg.**

Bereits während ihres Architekturstudiums in Hannover wechselte Martina Flamme-Jasper Mitte der 80er Jahre zum Journalismus. Sie stellte fest, dass ihr Projektbeschreibungen und Dokumentationen sehr viel mehr lagen und auch mehr Spaß machten, als die Kerntätigkeit einer Architektin.

Von 1986 an veröffentlicht sie als freie Journalistin und Autorin Broschüren und Bücher über Architektur und Design, darunter den offiziellen Architekturführer zur Weltausstellung Expo 2000 sowie eine Dokumentation über den spektakulären Neubau der Nord LB in Hannovers Zentrum. »Mir war es immer wichtig, dass ich mich mit dem, worüber ich schreibe, sehr gut auskenne«, sagt Flamme-Jasper.

1994 tritt sie dem DJV bei. Als freie Journalistin schätzt sie den Kontakt zu Kollegen und die Netzwerke des Verbandes, die sie auch heute noch nutzt.

Über die Buchprojekte entstehen auch Kontakte zu Presseabteilungen. 2006 wird Martina Flamme-Jasper Leiterin der Unternehmenskommunikation von »phaeno« in Wolfsburg.

Sie schätzt besonders die Vielseitigkeit ihres jetzigen Jobs: »Zur Öffentlichkeitsarbeit gehören ja neben der Herausgabe von verschiedenen Printprodukten auch Veranstaltungen und Messeauftritte. Das bringt immer wieder interessante Begegnungen und viel Abwechslung«, meint Flamme-Jasper, die ihren Lebensmittelpunkt in Hannover hat und täglich (»mit der Bahn, das ist schon eine Herausforderung!«) zur Arbeit pendelt.

Ines Goetsch

**SERIE: STADTMAGAZINE**

In einer neuen Serie stellen wir Niedersachsens Stadtmagazine vor. Die erste Folge befasst sich mit den Publikationen in Braunschweig.

**DER DJV GRATULIERT**

**90 Jahre**

Rolf Zick, Lehrte, 16. April.

**85 Jahre**

Egon Güntzel, Malente, 25. März.

**75 Jahre**

Dietmar Potempa, Steinhude, 28. März,  
Dita-Anita Stephan-Bülow,  
Großburgwedel, 26. März,

**70 Jahre**

Rainer Heusing, Braunschweig,  
12. April.

**65 Jahre**

Klaus Neuwisch, Bendestorf, 5. April,  
Dagmar Westerheide, Gehrden, 5. April,  
Friedrich Schröder, Springe, 18. April,  
Horst Michalzik, Parsau OT Croya,  
20. April.

**60 Jahre**

Jürgen Krause, Hannover, 9. März,  
Friedrich Metge, Goslar, 11. März,  
Hasan Tekin, Düsseldorf, 12. März,  
Adolf Blütling, Gartow, 20. März,  
Heribert Eickholt, Lüneburg, 29. März,  
Hartmut Kern, Wiefelstede, 31. März,  
Peter Jahn, Hessisch Oldendorf, 2. April.

**DJV-Landesverband Niedersachsen**

Geschäftsstelle:  
Schiffgraben 15, 30159 Hannover  
Telefon: (05 11) 3 18 08 08  
Telefax: (05 11) 3 18 08 44  
E-Mail: kontakt@djv-niedersachsen.de  
Öffnungszeiten: montags bis donnerstags von  
8.30 bis 16.30 Uhr, freitags von 9.30 bis 13.30  
Uhr

**Impressum**

Herausgeber:  
Deutscher Journalisten-Verband  
– Gewerkschaft der  
Journalistinnen und Journalisten –  
LV Niedersachsen e.V.  
Verlag:  
Medienfachverlag Rommerskirchen GmbH  
Redaktion:  
Dr. Frank Rieger (verantwortlich),  
Heinrich Kronlage, Andreas Listing  
Schiffgraben 15, 30159 Hannover  
Telefon: (05 11) 318 08 08  
Telefax: (05 11) 318 08 44  
E-Mail: kronlage@djv-niedersachsen.de  
Erscheinungsweise: zweimonatlich  
(Februar, April, Juni, August, Oktober,  
Dezember)

**Subway, Da Capo und Clicclac finden ihre Zielgruppen.**

**BRAUNSCHWEIG STEHT GUT DA**

**Braunschweig rund 250.000 Einwohner und dazu ein riesiges Einzugsgebiet. Im niedersächsischen Vergleich steht die Stadt wirtschaftlich sehr gut da, dank VW als wichtigstem Arbeitgeber der Region. Davon profitieren die regionalen Medien.**

Das Stadtmagazin Subway residiert seit sechs Jahren in »1A-Lage« am Kohlmarkt. Auf 350 Quadratmetern ist Platz für bis zu 25 feste Mitarbeiter, darunter sechs Journalisten. 1987 hat Geschäftsführer Olaf Stelter Subway als reine Musikzeitschrift mitgegründet. »In der regionalen Presse klaffte damals eine Lücke. Die haben wir erfolgreich gefüllt«, erzählt der 42-Jährige.



So oder ähnlich haben in 80er Jahren viele Stadtmagazine angefangen. Anders aber war Stelters Herangehensweise: Den gelernten Kaufmann und Hobbymusiker hat schreiben nie interessiert. Er sieht den Markt und entwickelt immer neue Konzepte, die er verkaufen kann.

**Subway macht Radio**

Flaggschiff der Subway Medien ist das Stadtmagazin geblieben. Es erscheint monatlich in einer Auflage von 21000 Stück, wird nach wie vor kostenlos verteilt und enthält Kultur und Lifestyle, Sport, Film, Musik, Ausbildung und einen Veranstaltungskalender.

Das Portfolio des Verlags umfasst heute sieben Zeitschriften, fünf Onlineportale und demnächst einen Radiosender: Denn im Herbst geht »radio BWR 1 - Braunschweig/Wolfsburg« on Air. »50 Prozent des Umsatzes bringt aber Subway«, sagt Stelter.

Stelter arbeitet lieber mit Festangestellten als mit freien Mitarbeitern. Die Gehälter sind nicht tarifgebunden, aber sie steigen laut Stelter. Der Altersdurchschnitt liegt bei 30 Jahren.

**Da Capo für alle Generationen**

Mit seinen Lesern erwachsen geworden ist das zweite Braunschweiger

Stadtmagazin: Da Capo. So sieht es jedenfalls Mitgründer und Herausgeber Holger Wehrenberg im 23. Jahrgang. Da Capo wird ebenfalls kostenlos verteilt, gut 10.000 Stück und mit einem Veranstaltungskalender als Herzstück. »Da Capo ist generationsübergreifend«, sagt Holger Wehrenberg, »bei uns finden Sie Kulturthemen von HipHop bis Blues. Subway ist eindeutiger jugendlich positioniert.« Über den Mitarbeiterstamm sagt der 40-Jährige nur so viel: »Wir haben unsere Crew, da gibt es wenig Wechsel.«



**Clicclac auf der Überholspur**

Eine Lücke zwischen den Zielgruppen von Subway und Da Capo hat der 47-Jährige Braunschweiger Produkt- und Grafikdesigner Franz Schmitt vor rund zehn Jahren entdeckt: Eltern. Seit 2004 gibt er Clicclac heraus, ein »Stadtmagazin für Leute mit Kindern«. Die kostenlose Monatszeitschrift hat einen Veranstaltungskalender, berichtet über Kultur, Gesundheit und Soziales, Bildung und Sport. Im zehnköpfigen Team ist etwa die Hälfte angestellt, die anderen sind freie Mitarbeiter. In kurzer Zeit hat Clicclac mit 25.000 Exemplaren die höchste Druckauflage am Ort erreicht. Der Verlag gibt daneben gefragte Elternratgeber heraus und ist Mitveranstalter einer Familienmesse.



Karen Roske