

Neues vom Betriebsrat



Nr. 16
2015

BERLINER KURIER Berliner Zeitung

25. August 2015

BERLINER VERLAG

Digitale Transformation



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

die Digitale Transformation kommt, und das ist auch gut so. Ob es uns passt oder nicht: Immer mehr Menschen beziehen ihre Informationen und ihre Unterhaltung nicht mehr aus der gedruckten Zeitung, sondern über diverse digitale Kanäle. Das müssen wir nicht nur akzeptieren, sondern wir müssen es als Arbeitsauftrag begreifen. Das klassische Printprodukt und die neuen Online-Produkte werden von uns das gleiche Maß an Zuwendung erfordern. Unsere alten Leser dürfen wir auf keinen Fall verprellen. Aber wenn wir die neuen Leser nicht erreichen, haben wir in unserem Beruf keine Zukunft.

Damit die Digitale Transformation gelingen kann, braucht es eine klare inhaltliche Strategie und eine angemessene technische Ausstattung, es braucht eine effektive Arbeitsorganisation und ausreichende personelle Kapazitäten. Ohne motivierte Redakteure, die sich mit innerer Überzeugung und mit Begeisterung an die Arbeit machen, geht gar nichts. Auch deshalb sollte die Geschäftsführung von Beginn an klarstellen, dass sie im Zuge der nötigen Umstrukturierungen **keine Redakteursstellen abbauen** wird. Wir begrüßen es ausdrücklich, dass die ausgegliederten Online-Redakteure wieder in die Stammredaktionen integriert werden sollen, wenn auch in tariflosen Tochtergesellschaften. Letzteres bedauern wir: Print- und Online-Redaktionen gehören zusammen - auch bei der Bezahlung.

Die technischen Werkzeuge, die uns für die Digitale Transformation zur Verfügung stehen, sind alles andere als optimal. Sie sind zusammengestoppelt statt strategisch ausgewählt. Am schwersten wiegt, dass wir über kein **integriertes Print-Online-System** verfügen. Bis sich das ändert, müssen wir nun mit NGen und Core Media auskommen.



Schnell geklärt werden muss, welche technischen Geräte wir in den Redaktionen in die Hand bekommen. Dass wir unseren Lesern künftig auch **Videos** anbieten wollen, ist zweifellos richtig, und es spricht auch nichts gegen gelegentliche Aufnahmen mit unserer Handy-Kamera. Sie sind aber bestenfalls ein winziger Teil einer publizistischen Strategie. Für die bewegten Bilder bedarf es eines redaktionellen, journalistischen Konzepts, oder wir versinken in der Beliebigkeit.

Eine Produktionsstrategie, die allein auf Masse und auf Tempo setzt und nach Qualität kaum noch fragt, lehnen wir ab. Wer sich in der Illusion wiegt, der Journalist von morgen sei ein Allrounder, der vom Morgengrauen bis Mitternacht textet, postet, Videos macht und nebenher eine Zeitung produziert, hat nichts begriffen. Die Herausforderungen, vor denen wir stehen, sind viel komplexer. Die **Ressource Zeit** wird immer wichtiger und immer knapper. Umso effektiver müssen wir mit ihr umgehen.

Damit unsere Zeitungen endlich ankommen können im Digitalen Zeitalter, brauchen wir über die inhaltliche Debatte hinaus sehr schnell klare Vereinbarungen zwischen den Betriebsparteien über die Abläufe. **Vier Punkte** stehen aus unserer Sicht im Vordergrund, über die sich die Geschäftsführung und der Betriebsrat als gewählter Vertreter der Belegschaft jetzt einig werden müssen:

1. Eine Betriebsvereinbarung über **Core Media**, die festschreibt, wie die bisherigen Printredakteure Zugriff auf das Online-System erhalten, wie sie dafür geschult werden und welche Regeln zu beachten sind.
2. Eine Betriebsvereinbarung über **Desk-Net** als Planungsinstrument hier in Berlin und über unseren Standort hinaus. Jeder soll Zugang zu den Informationen bekommen, die er benötigt. Und Daten, die nur wenige etwas angehen, sollen auch nur für wenige zugänglich sein.
3. Eine Betriebsvereinbarung über die **Arbeitszeiten**. Wenn wir zur Schichtarbeit übergehen, muss das sozial verträglich passieren. Mehrarbeit muss vermieden werden. Und entsteht sie doch, muss sie durch Freizeit ausgeglichen werden.
4. Eine Betriebsvereinbarung über **Social Media**. Sie kann kein Ersatz sein für ein redaktionelles Konzept. Aber es muss geklärt werden, wie wir uns auf Blogs, Facebook, Twitter usw. zu bewegen haben, und wir brauchen eine Zusage, dass das Unternehmen im Fall der Fälle die Haftung übernimmt.

Diese vier Punkte gehören aus unserer Sicht untrennbar zusammen. Sie alle müssen abschließend geklärt sein, damit die Digitale Transformation bei uns Fahrt aufnehmen kann. Für Desk-Net ist für den Kurier bereits eine Testphase vereinbart, für Core Media haben wir schon vor Jahren den Entwurf für eine Betriebsvereinbarung vorgelegt, über Arbeitszeitregelungen und Social Media wird in den nächsten Wochen noch mehr zu sprechen sein. Wir wollen, wir müssen zu einem Abschluss kommen.

Der Betriebsrat setzt sich das Ziel, **bis zum 30. November** in allen vier genannten Punkten mit der Geschäftsführung zu Vereinbarungen zu kommen. Wenn die Geschäftsführung mitzieht und die berechtigten Interessen der Belegschaft berücksichtigt, können wir rechtzeitig vor Weihnachten alle Hindernisse abräumen, die dem Start der Digitalen Transformation noch im Wege stehen. Es gibt viel zu tun. Packen wir's an.

Euer Betriebsrat