



Wenn die Ideen von

Viele freie Journalisten fürchten, dass ihre Themenideen von Redaktionen gestohlen werden. Oft ist die Lage nicht eindeutig – trotzdem kann man sich schützen.

VON GEMMA PÖRZGEN

Eine Reportage über Leute, die beim Mauerfall 18 Jahre alt waren, klang nach einer schönen Idee. So schön, dass der zuständige Redakteur dem Leipziger Journalisten Christian Bollert lieber absagte, um dann selbst in die Tasten zu greifen. »Ich fand das ziemlich dreist«, erinnert sich Bollert noch heute an das unangenehme Erlebnis, als einer seiner Kunden seine Idee klauen wollte. Sein Glück war, dass die Hauptfigur des geplanten Beitrags dem Redakteur ein Interview verweigerte und stattdessen Bollert informierte. So kam die ganze

Geschichte ans Licht. Doch so offensichtlich wird der Ideenklau selten. Meistens ist es eher ein ungu-tes Gefühl,

Mehrmals schon setzte die Redaktion Vorschläge einer freien Journalistin selbst um. Auf ihre Nachfrage kam keine Reaktion.

das freie Journalisten nach einem ausgeschlagenen Themenangebot beschleicht, aber es fehlen eindeutige Beweise. »Man weiß es halt nicht hundertprozentig«, sagen viele Kollegen, die glauben, dass Redaktionen ihre Themenideen gestohlen haben.

Die Beweisführung ist schwer

»Mir ist es in letzter Zeit zweimal passiert, dass ich meinen Themenvorschlag in einem Blatt gesehen habe, für das ich regelmäßig arbeite«, erzählt eine freie Journalistin. »Auf meine vorsichtigen Hinweise gab es null Reaktion.« Oft heißt es, das Thema sei ohnehin geplant gewesen, es handele sich um reinen Zufall. Das Gegenteil zu beweisen, ist schwer. Bei der Nachfrage im Kollegenkreis, wer denn bereits schlechte Erfahrungen mit Themenklau gemacht habe, bleibt das Echo verhalten. Die meisten Kollegen wollen

nur im Schutz der Anonymität ihre Erlebnisse preisgeben. Dabei machen sich nach Einschätzung des Berufscoachs und früheren *Chrismon*-Chefredakteurs Christian Sauer viele freie Journalisten Sorgen, dass ihre Themen geklaut werden könnten. In seinen Seminaren werde immer wieder davon berichtet, dass nach der Einsendung eines Exposés oft langes Schweigen der Redaktion folge, bis plötzlich das gleiche Thema von einem anderen Autor bearbeitet auftauche. Oder der zuständige Redakteur lobe das Thema, behaupte aber, dass jemand anderes schon daran sitze. »In beiden Fällen ist die Lage eben nicht eindeutig«, sagt Sauer.

Informationshonorar für das Exposé

Der Zweifel bleibt und das Vertrauen in die gute Zusammenarbeit ist angekratzt. Aber nur in seltenen Fällen wird der Verdacht offen angesprochen. Auch der Leipziger Journalist Bollert verzichtete auf Rücksprache mit der Redaktion, hat für das Blatt aber nie wieder gearbeitet. Für ihn blieb der unangenehme Vorfall bislang die Ausnahme. »Ich bin überwiegend auf fähige und loyale Redakteure gestoßen«, lobt er die Zusammenarbeit mit den meisten Kunden. Vor allem bei Radiobeiträgen für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten ist er sich sicher: »Wenn man der Erste ist und ein interessantes Thema anbietet, kann man über die ARD-Redaktionen nichts Negatives sagen.« Auch andere freie Autoren sammeln bei angesehenen Medien positive Erfahrungen: »Echter Ideenklau ist da die Ausnahme. Mir ist es noch nie passiert, dass ein Kunde mir ein Thema klauen wollte«, sagt Jonas Viering vom Berliner Journalistenbüro »Schön&Gut«. Seine Auftraggeber hätten sich in dieser Hinsicht bisher immer als fair erwiesen. Auch Christian Sauer sagt über große Medien wie





anderen stammen

Spiegel, Zeit, Stern, Süddeutsche Zeitung oder *Geo*: »Die haben das eigentlich nicht nötig.« Selbst für bislang unbekannte Autoren sei genug Geld in der Honorarkasse, um notfalls ein Ausfallhonorar zu zahlen, wenn der angebotene Artikel der erwarteten Qualität nicht entspreche. Dort werde im Zweifel auch ein angemessenes Informationshonorar für ein Exposé angeboten, wenn ein Autor aus dem eigenen Haus für die Umsetzung des Themas als geeigneter erscheint. »Ein Tabuthema ist das vor allem bei denen, die klauen«, meint dagegen die Ratgeber-Autorin Svenja Hofert, die ebenfalls in Hamburg als Karriereberaterin tätig ist. Kein Redakteur wolle zugeben, dass er eine Idee gestohlen habe.

Wenn das Thema in der Luft liegt

Aus Sicht vieler Redakteure stellt sich das Problem anders dar. Schließlich beginnt der Morgen überall damit, dass beim Blick in die Zeitungen und ins Internet nach neuen, interessanten Themen Ausschau gehalten wird. Themenideen von Kollegen zu übernehmen gehört insofern für viele schon zum Alltagsgeschäft. Da ist es ein schmaler Grat zwischen Inspiration und Themenklau. »Oft liegen Themen einfach in der Luft«, heißt es da schnell.

Sauer sieht die Hauptgefahr bei kleineren Magazinen für Life-Style und Special Interest. Dort arbeiteten häufig unerfahrene Redakteure ohne reguläre journalistische Ausbildung, die mit den journalistischen Standards wenig vertraut seien. »Diese Magazine nehmen es oft nicht so genau damit, wer ihnen eigentlich das Thema geliefert hat«, meint auch die freie Journalistin Inga Pabst vom Hamburger Redaktionsbüro Druckreif. Sie hat vor allem beim Angebot von Servicethemen schlechte Erfahrungen gesammelt. »Ich erlebe es regelmäßig, dass meine Themen abgelehnt werden, ich sie dann aber Wochen später in den Zeitschriften wiederfinde, und zwar ganz nach meinem Konzept aufbereitet.«

Eine weitere Macke mancher Redakteure sei, ihren Namen mit unter den Artikel zu setzen und sich so mit fremden Federn zu schmücken, sagt Pabst. Auch über kleinere Regionalzeitungen gibt es Klagen: »Ein freier Kollege schlägt etwas vor, die Redaktionsleitung

winkt ab, aber eine Woche später wird der Auftrag an den Volontär vergeben«, erzählt ein Kollege aus dem Redaktionsalltag einer norddeutschen Lokalzeitung. Beziffern lassen sich solche Vorfälle nicht.

Nach Einschätzung des Lokalredakteurs ist dies bei vielen kleineren Blättern gängige Praxis, schon allein um an den Honoraren für freie Kollegen zu sparen. »Es passiert vor allem dort, wo unprofessionell und unkollegial gearbeitet wird«, fasst er seine Erfahrungen nicht nur aus dem eigenen Haus zusammen. Als einzi-

ge Gegenwehr bleibt Autoren in solchen Fällen nur, auf die Zusammenarbeit mit solchen Redaktionen zu verzichten. »Ich gebe nie alle Informationen auf einmal heraus, vor allem mit Kontakten bin ich vorsichtig«, lautet Pabsts Ratschlag. »Erst wenn ich die schriftliche Bestätigung habe, dass der Artikel gekauft ist, verrate ich mehr.« In Profi-Redaktionen wie *SZ* und *Zeit* werde das auch anstandslos akzeptiert.

Spezialisierung hilft gegen Klau

»Besonders gefährdet sind die klassischen Reporter, die vor allem von ihren Ideen und ihrer Schreibe leben«, warnt Sauer. Gerade »Allerweltsideen« seien am leichtesten kopierbar. Wer als freier Journalist dagegen auf eine Spezialisierung, dauerhafte Kundenkontakte und Mehrfachverwertung setze, laufe weniger Gefahr, beklaut zu werden.

Auch seine Kollegin Hofert betont, dass Autoren, die den Eindruck vermitteln, über einen Wissensvorsprung und einzigartige Kontakte zu verfügen, bessere Chancen hätten als freie Journalisten mit einem austauschbaren, bunten Profil. Sie rät dazu, schon Themenvorschläge möglichst »klausicher« einzureichen. Sie sollten beispielsweise keine konkreten Fallbeispiele mit Namen enthalten. Auch bei der Aufforderung einer Redaktion, Anregungen für ganze Themenausgaben zu liefern, ist besondere Vorsicht geboten. ■

»Ich gebe nie alle Informationen und Kontakte auf einmal heraus. Erst wenn der Auftrag bestätigt ist, verrate ich mehr.«

Gemma Pörzgen ist freie Journalistin in Berlin und Mitglied bei »Freischreiber«.

