

BJV report

Ausgabe 1/2016

Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

Wettbewerb Tag der Pressefreiheit

Aktionen im Jahr der Freien

Main-Post lädt zum Reporter-Casting

Süddeutsche stellt Pauschalisten an

www.bjv.de / www.djv.de



Wir wollen da rein

Reporter und Berichterstatter
kontra Absperrungen,
Knebelverträge, Schweigen

Kontakt im Kleinformat

Pressestellen

Rubrikanzeige „Pressestellen“ im BJVreport

- Standardformat 86 x 60 mm quer
- Erweiterte Formate im Anzeigenraster nach Absprache möglich
- Buchung „Pressestellen“ immer für sechs Ausgaben
- Abrechnung in der Regel mit der ersten Veröffentlichung
- Grundpreis 1.300,- € zzgl. 19% MwSt.
- 10% Nachlass für BJV-Mitglieder
- 15% Mittlerprovision für Agenturen
- Weitere Anzeigenformate: 1/1 Seite, 1/2 Seite quer, 1/4 Seite quer

Unterstützen auch Sie die Arbeit im Bayerischen Journalisten-Verband e.V. mit Ihrer Anzeige im *BJVreport*, der alle zwei Monate erscheint und aktuell auch unter www.bjv.de nachzulesen ist. Die Rubrikanzeige „Pressestellen“, Ihre regelmäßige Präsentation im *BJVreport* zum kleinen Preis, ist Ihre „Visitenkarte“ für rund 8.000 BJV-Mitglieder sowie weitere Leser sprich Mitarbeiter in Unternehmen und Einrichtungen aus vielen Bildungs-, Wirtschafts- und Sozialbereichen, die Presse- und Kommunikationsarbeit betreiben.

Wann dürfen wir sie im BJVreport begrüßen?

Anzeigenmarketing BJVreport: PETER & WERBUNG, Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg, Telefon 0911 4245930, Fax 4245959, info@pundwag.de

Acht Thesen



Michael Busch
ist Vorsitzender des
Bayerischen
Journalisten-Verbands

Foto: Veronika Vogelsang

Weltuntergangsstimmung! Nicht nur wegen der Krisenherde auf dieser Welt. Die tragen ihren Teil dazu bei. Untergangsstimmung, weil es mit der medialen Existenzberechtigung offensichtlich immer schwieriger wird.

Das wiederum ist ein gutes Feld für Berater. Ehemalige Pfarrer aus Nordrhein-Westfalen tummeln sich ebenso darunter wie hartgesottene Unternehmensberater, die sich vor allem dadurch kennzeichnen, dass sie selber viel Geld kosten, der Betrieb, den sie beraten, aber kräftig einsparen soll. Manchmal muss das Haus dann auch zumachen.

Und die Führungskräfte sind in wildem Aktionismus unterwegs und suchen den Stein der Weisen, um irgendwie die Renditen zu sichern. Dass dieser wilde Aktionismus, ohne innezuhalten und mal einen Moment am Status Quo festzuhalten, dazu führt, dass man den eventuell längst gefundenen Stein wieder wegschleudert, spielt keine Rolle.

Dabei könnte das Besinnen auf die originären Aufgaben im Journalismus so wesentlich sein; doch die Nummer ist den Unternehmensberatern und Managern einfach zu einfach, wenn nicht sogar zu billig.

Acht Thesen retten nicht den Journalismus, sie sind aber die Möglichkeit sich gegen den Untergang zu stemmen.

These 1: Nicht von Facebook treiben lassen. Auf allen Kanälen wird immer groß erzählt, was in Facebook eine Rolle spielt und damit auch in der Realität. Schmarrn! Facebook ist für Populisten und Politiker wichtig, aber die Medien brauchen sich doch die Themensetzung nicht aus der Hand nehmen lassen. Ja, ein Medium, bei dem Katzenbilder wichtiger sind als die internationale politische Lage, kann kein relevanter Konkurrent sein und sollte daher auch nicht als solcher behandelt werden.

These 2: Auf die originären Aufgaben besinnen. Was hat denn den Journalismus stark gemacht? Richtig: Nachrichten übermitteln, sie bewerten und einordnen, sowie gegebenenfalls kommentieren.

These 3: Vielfalt statt Einheitsbrei. Das Zusammenlegen von Redaktionen ist der Tod eines unabhängigen, vielfältigen Journalismus. Wenn die Konsumenten der Meinung sind, dass sie eh nur von einer Quelle bedient werden, verweigern sie sich dieser früher oder später. Das Phänomen ist auch in der Politik bekannt und dort mit dem Spruch: „Egal wen Du wählst, sind eh alle gleich“ subsumiert.

These 4: Berater ignorieren, die Stärke liegt in den Häusern. Verzichtet auf die hochdotierten Berater, deren Interesse vor allem darin liegt, das eigene Portemonnaie aufzublähen. Heute hier und morgen dort, kann keine Grundlage für eine nachhaltige Zukunftssicherung sein. Im Gegensatz zu den „normalen“ Mitarbeitern, die ihren Arbeitsplatz sichern wollen und vor allem aus der Praxis kommen.

These 5: Es ist vielleicht die allgemeingültigste Aussage, aber eben doch unglaublich wichtig. Nur Qualität zählt. Das unterscheidet guten Journalismus eben auch von Facebook oder anderem Stammtischgeschwätz.

These 6: Ausgebildete Mitarbeiter sind unabdingbar. Journalismus kann nicht von jedermann betrieben werden. Neben dem Herzblut gehört unbedingt eine fundierte Ausbildung dazu. Volontariate sollten wieder ihrem Sinngehalt gerecht werden und nicht als Möglichkeit genutzt werden, Arbeitskräfte zwei Jahre billig einzusetzen. Dass diese ausgebildeten Mitarbeiter dann auch etwas kosten, liegt im Interesse der Sache. Operieren sollte im Krankenhaus auch nur der Arzt und nicht irgendein Pfleger. Geld, das durch Wegfallen der Berater gespart wird, kann dafür genutzt werden.

These 7: Genauigkeit vor Schnelligkeit. Es klingt wie eine Phrase, ist aber dennoch von größter Bedeutung. Mit Genauigkeit erreiche ich Glaubwürdigkeit, mit Schnelligkeit nur Staunen. Wenn Journalisten sauber arbeiten, glaubt der Konsument ihnen, das sollte man durch den „Ich-muss-aber-alles-als-Erster-Erzählen-Wahn“ nicht riskieren.

These 8: Wertschätzung der Kolleginnen und Kollegen. Da geht es nicht nur um Lob, da geht es knallhart auch um die Bezahlung. Mit Billiglöhnern geht es dem Untergang tatsächlich direkt entgegen. Denn wenn ich durch weniger anspruchsvolle Berufe deutlich mehr verdiene, schätze ich die gesamte Branche als gering. Die momentane Lohnpolitik vieler Häuser ist eine Bankrotterklärung gegenüber den höchsten Gütern, die es auch durch den Journalismus zu schützen gilt: Freiheit und Demokratie.

M. Busch



Foto: Ferdinand Farthofer

Reporter mit Grenzen

Ein Feuerwehrmann fotografiert bei einem Unfall. Meist zum Zweck der Dokumentation. Manchmal werden solche Fotos aber auch an Zeitungen verkauft und die extra herbeigeeilten Bildjournalisten gehen leer aus. Welchen Behinderungen die Kollegen ausgesetzt sind, an welche Grenzen Reporter und Berichterstatter stoßen, von begrenzten Sitzplätzen über Auskunftsverweigerung bis zur Lebensgefahr berichten wir ab **Seite 10**



Freie in Not

Besondere Aufmerksamkeit will der BJV heuer den freien Journalisten widmen, die immerhin die Hälfte seiner Mitglieder und aller Journalisten stellen. Eine Pressekonferenz, eine Umfrage, Seminare und Vernetzung, sollen die Sache der Kollegen fördern.

Seite 8

Foto: Maria Goblirsch

Verband

Journalisten auf schmelzender Eisscholle 8

Die Fachgruppe startet mit einer ungewöhnlichen Aktion ins Jahr der Freien

Titel

„Sie haben doch schon genug Fotografiert“ 11

Manchmal möchten fast alle Beteiligten die Bildjournalisten nur noch los sein

Mehr Journalisten als Akteur 14

Individuelle Berichterstattung ist Bei Großereignissen selten möglich

Drei Lieder aus dem Graben 16

Eventagenturen gängeln Pressefotografen bei Konzerten mit Knebelverträgen

Der Presseausweis des DJV genügt 17

Sitzplatzlotterie im Gerichtssaal 17

NSU oder Kachelmann: Reporter werden bei großen Prozessen oft ausgesperrt

Wenn Gemeinden mauern 19

Der Presse muss über nicht öffentliche Sitzungen Auskunft erteilt werden

„Exklusivität hält Leute wie mich am Leben“ 20

Investigativer Journalismus:

Helmut Reister ist seit 40 Jahren im Geschäft „Recherche in kluger Polygamie“ 22

BJV-Streitgespräch zum investigativen Journalismus im Münchner Presseclub

Verband

Kritik kann den Job kosten oder das Leben 23

Hintergrundgespräch mit Nadeschda Aschchina, Vorsitzender des Russischen Journalistenverbandes

Pauschalisten werden angestellt 24

Süddeutsche will damit Verfahren wegen Scheinselbstständigkeit vorbeugen

Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit 24

Karikatur, Foto, Videoclip oder Text – 850 Euro Preisgeld

BSW-Seminare 2016 26

Das Bildungs- und Sozialwerk des BJV bietet viele Seminare an

BJV befragt die Freien 27

Im März startet eine anonymisierte Erhebung unter www.bjv.de

„Wir sind Auge und Ohr der Redaktion“ 28

FG Bild kämpft für Ansehen, aber auch Selbstbewusstsein der Fotografen

Medienszene

Mittelbayerische: Verleger lassen Verhandlungen platzen 29

Geschäftsleitung bricht die seit 2011 laufenden Gespräche über einen Haustarif ab

Main-Post sucht den Superstar 30

Reporter-Casting für „Jungeinsteiger, Mütter und Frührentner“

Service

Rechtstipp 31

Bundesgericht erkennt Vergütungsregeln an

Technik 32

Ab in die Cloud . . .

Rezensionen 34

Pressestellen 35

Wir im BJV

„Ethos geht vor Gewinn“ 45

Tellux GmbH produziert Film- und Fernsehbeiträge mit Schwerpunkten Empathie, Toleranz und Inklusion

Einer gesucht – zwei gefunden 45

Neue Vize-Vorsitzende der Fachgruppe
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Zur Person

Jubilare 46

Nachrufe 47

Schnell gelebt, schneller gestorben

Zum frühen Tode des Münchner

Fotoreporters Reto Zimpel

Ein Name, ein Magazin

Das P.M. von Peter Moosleitner setzte

Maßstäbe in der Wissenschaftspublizistik

Unermüdetlich für die Sache

der Zeitungsredakteure

Karl-Heinz Dix starb nach längerer Krankheit

im Alter von 58 Jahren

Kurse der ABP 48

Sagen Sie mal

**„Wir sind der unabhängige Radar in der
Klima-Hysterie“ 49**

Der Münchner Journalist und Verleger Marco
Eisenack kennt sich mit gutem Wetter aus

IMPRESSUM

Herausgeber:

Michael Busch, 1. Vorsitzender
Bayerischer Journalisten-Verband e.V.
St.-Martin-Str. 64, 81541 München
Tel. 089 5450418-0, Fax -18
info@bjv.de – www.bjv.de

**Verantwortlich im Sinne des Presse-
rechts:**

Michael Busch, 1. Vorsitzender,
busch@bjv.de
Tel. privat 09135 727 9350
Tel. Büro 09132 745-022
Fax Büro 09132 745-29

Anschrift der Redaktion:

Michael Anger, Albert-Preu-Straße 12
95444 Bayreuth
Tel. 0921 515018, mobil 0160 96457518
m.anger@t-online.de
Leitender Redakteur:
Michael Anger, m.anger@t-online.de
Stellvertreter:
Alois Knoller, alois.knoller@t-online.de
Tel. 0821 777-2155, privat Tel. 0821
741000
Redaktionsmitglied:
Senta Krasser, senta@krasserjournalis-
mus.de,
Tel. 0174 1799682

Autoren dieser Ausgabe:

Michael Busch (T), Veronika Vogelsang
(F), Ferdinand Farthofer (F), Silvio Wys-
zengrad (F), Maria Goblirsch (T, F), Rudi
Ott (F), Stefan M. Prager (F),
Richard Gutjahr (F), Sylvia Bentele (F),
Hilde Stadler (T,F), Thomas Geiger (F),
Michael Vogl (F), Johannes Michel (T),

Verena Nierle (T), Thomas Mrazek (T),
Klaus Wagner (T,F), Uwe Moosburger (F),
Guido Krzikowski (F), Michael Zapf (F),
Ralf Kruse (F), Thomas Gaulke (F),
Sebastian Zwez (F), Jörg Koch (F), Sascha
Hilgers (F), Volker Derlath (F),

Gestaltung: Eberhard Wolf
Titelbild: Eberhard Wolf

Verantwortlich für Anzeigen:

Peter&Werbung
Allersberger Straße 185/F
90461 Nürnberg
Tel. 0911 4245930, Fax 0911 4245959,
info@pundwag.de

Anzeigenvorlagen (CMYK) per Mail
(PDF) an info@pundwag.de oder nach
Absprache
per Post direkt an die Druckerei,
aber bitte stets mit dem Vermerk
„BJVreport“

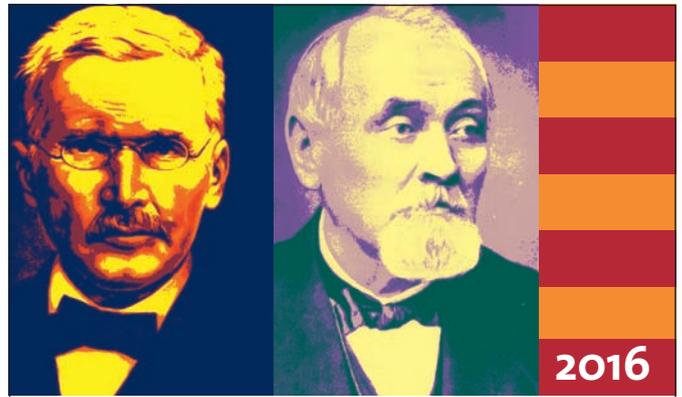
Auflage: 8300 Exemplare
Erscheinungsweise: zweimonatlich

Redaktions- und Anzeigenschluss
für Ausgabe 2/2016: 18. März

Erscheinungstermin: 18. April

ISSN: 0947-8337
Copyright 2014 by BJV & Autoren
ISSN: 0947-8337

Druckerei:
Kessler Druck + Medien GmbH & Co. KG
Michael-Schäffer-Straße 1
86399 Bobingen / www.kesslerdruck.de



Journalistenpreise der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken

Welche Preise werden vergeben?

Die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken vergeben im Jahr 2016 drei Journalistenpreise: Den **Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Preis** zum Thema wirtschaftliche Bildung (8.000 Euro), den **Hermann-Schulze-Delitzsch-Preis** zum Thema Verbraucherschutz (8.000 Euro) sowie den **Förderpreis für junge Journalisten** zum Thema Digitalisierung (4.000 Euro). Ausgezeichnet werden herausragende publizistische Arbeiten aus Print, TV, Hörfunk oder Online-Medien, die im Jahr 2015 erschienen sind.

Wer kann sich bewerben?

Für die Preise bewerben können sich Vertreter von Medienhäusern mit Sitz in Bayern, Korrespondenten von Medienhäusern mit Redaktionsbüros im Freistaat und freie Journalisten mit Wohnsitz oder Arbeitsplatz in Bayern. Darüber hinaus können Verleger, Chefredakteure sowie Ressortleiter Vorschläge einreichen.

Wer entscheidet über die Preisträger?

Eine Fachjury aus Vertretern der unterschiedlichen Mediengattungen bewertet die eingegangenen Bewerbungen und entscheidet über die Preisträger.

Wem schicke ich meine Bewerbung?

Bewerbungen schicken Sie bitte bis zum
30. April 2016 an den:

Genossenschaftsverband Bayern e. V.
Florian Ernst
Türkenstraße 22 – 24, 80333 München
presse@gv-bayern.de

Oder reichen Sie Ihre Unterlagen online über
www.gv-bayern.de/journalistenpreise
ein, wo sich weitere Informationen zu
den Preisen und den Bewerbungs-
modalitäten finden.



**Preisgelder
insgesamt
20.000 Euro!**

Termine

23. Februar

Bezirksverband Mainfranken: Mitgliederversammlung mit Neuwahlen, 20 Uhr, Hotel Greifensteiner Hof, Kleiner Gewölbekeller, Würzburg, Dettelbacherstraße 22

bis 7. März

Ausstellung Pressefoto Bayern, Sparkasse Neumarkt-Parsberg

12. – 13. März

Frau macht Medien, Köln

15. März – 10. April

Ausstellung Pressefoto Bayern am Münchner Flughafen, Terminal

bis 17. März

Ausstellung Pressefoto Bayern in der Stadtparkasse Augsburg, Halderstraße 1-5

8. April – 28. Mai

Ausstellung Pressefoto Bayern, Freiheitshalle, Hof, Kulmbacher Straße 4

28. April – 29. Mai

Ausstellung Pressefoto Bayern im Museum Industriekultur, Nürnberg, Äußere Sulzbacher Straße 60-62

30. April

Flucht als Thema in den Medien, Bayreuth, Veranstaltung der Akademie für politische Bildung in Tutzing, www.apb-tutzing.de/programm/

2. – 3. Mai

Das Beziehungsgeflecht zwischen Politik und Journalismus, u.a. mit BJV-Vorsitzendem Michael Busch, Akademie für politische Bildung, Tutzing, www.apb-tutzing.de/programm/

3. Mai

Preisverleihung Tag der Pressefreiheit mit Diskussion über Ungarn/Polen, 19 Uhr, Presseclub München

3./4. Juni

Feier 70 Jahre BJV und Mitgliederversammlung, Regensburg

10. – 28. Oktober

Ausstellung Pressefoto Bayern, Sparkasse Mainfranken, Würzburg, Hofstr. 9

www.bjv.de/termine

Der BJV – täglich für Sie im Netz

www.bjv.de

Twitter
twitter.com/bjvde

Facebook
facebook.com/bjvde

Newsletter
www.bjv.de/newsletter

Ringens um die beste Geschichte

DJS-Schüler Emil Nefzger erhält ein BJV-Stipendium

Er hat einen Bachelor in Geschichte, ist Trainer einer Ringermannschaft, mag seine Tage nicht mit zu viel Theorie verbringen und würde den Lesern gerne mal erklären, wie es eigentlich dem „normalen Griechen“ so geht, wenn er plötzlich ein Drittel weniger Geld zur Verfügung hat. Kein Zweifel, der BJV hat für sein Stipendium einen Kollegen an der Deutschen Journalistenschule ausgesucht, der alle Voraussetzungen mitbringt, unseren Berufsstand würdig zu vertreten.

Der Münchner Emil Nefzger hatte mal den Wunsch, Pilot bei der Bundeswehr zu werden. Er schrieb sich in seiner Heimatstadt für den neuen Studiengang Sportwissenschaften ein, merkte aber bald: für seinen Geschmack zu viel Theorie. War er doch ein Mann der Praxis: Emil Nefzger rang erfolgreich beim SC Isaria Unterföhring, dessen zweite Mannschaft er inzwischen trainiert. Im Studium wechselte er zu Geschichte an der LMU, Kommunikationswissenschaften wählte er als Nebenfach. Augenzwinkernde Begründung: „Ich hab mir gedacht, für den Arbeitsmarkt ist das besser.“

Das Aufnahmeverfahren an der DJS empfand der 24-Jährige als schwierig, aber er sei unver-



krampft herangegangen. Seine Bewerbungsreportage „Urbane Mobilität der Zukunft“ befasst sich mit Car-Sharing und Elektrotaxis. DJS und LMU arbeiten eng zusammen beim Studiengang Master of Arts Journalism. 29 Kommilitonen hat der Stipendiat. Das erste Praktikum wird im Bereich Print oder Tagesaktuell absolviert. Ein Radiotyp, meint Nefzger, sei er wohl nicht.

Lob kommt vom 24-Jährigen, weil die DJS alles unternehme, um die Angst vor dem Freien-Dasein zu nehmen. Er sieht das ganz nüchtern: „Die Branche ist halt in einer Umbruchphase. Die Zahl der Arbeitsplätze wird nicht steigen. Als Freier habe ich aber auch die Chance, mich in erster Linie mit meinen Interessensgebieten befassen zu können. Es liegt an

mir, diese Themen in den Medien unterzubringen, mir durch Qualität einen Namen zu machen, natürlich auch im Internet.“

Interessen und Ideen hat er genug. So sollte der Sportjournalismus sich seiner Meinung nach nicht als Nachrichtengeschäft erschöpfen. Die Leute wollten auch wissen, wie der Alltag eines Rodlers aussieht, wie Olympiasieger arbeiten. Natürlich hat er den Traum, einmal von Olympischen Spielen zu berichten, aber auch anderes würde ihn reizen. In Brüssel komme man viel schneller an die Entscheider heran, aus Hellas könnte man sicher spannend darstellen, wie ein „normaler Grieche“ damit zurecht kommt, aufgrund der Vereinbarungen mit der EU ein Drittel weniger Geld in der Tasche zu haben.

Viel Lob von Emil Nefzger gibt es für die Infos vom BJV auf den Münchner Medientagen. Umfangreich und geduldig seien alle Fragen der jungen Leute am Stand beantwortet worden. Dorthin gegangen sei er, weil die DJS die Mitgliedschaft im Journalisten-Verband nahelege. Und? Das Stipendium beträgt 210 Euro im Monat. Nutzt er inzwischen den günstigen Beitrag für Studenten? „Noch nicht“. Aber sicher bald...

Michael Anger



Publikumsmagnet Pressefoto

Rund 150 Gäste kamen zur Vernissage anlässlich der Eröffnung der Ausstellung Pressefoto Bayern in der Stadtparkasse Augsburg – Rekord. Bis 4. März sind in der Halderstraße neben den 80 Fotos des Jahres 2015 auch die Gesamt-sieger der letzten 15 Jahre zu sehen. Zuvor hatte die Ausstellung in Ansbach Station gemacht, die nächsten Stationen sind Neumarkt und der Flughafen München.

Foto: privat; Foto: Silvio Wyszengrad

Der Münchner Presseclub zieht um

Mit einer großen Abriss-Party für alle Journalisten verabschiedet sich der Münchner Presseclub am 26. Februar aus seinen Räumen am Marienplatz 22 (Beginn 19 Uhr). Nach 58 Jahren fällt der Umzug dem Vorsitzenden Ruthart Tresselt und seinem Team alles andere als leicht.

Aber es ist nur ein Abschied auf Zeit: Rund eineinhalb Jahre lang wird das Gebäude am Marienplatz kernsaniert und komplett umgebaut. Im Sommer 2017 dann will der Presseclub die Räume im 4. Stock mit Ausblick auf das Rathaus und die Fußgängerzone wieder beziehen.

Während der Umbauphase weicht der Münchner Presseclub in ein Quartier in der unmittel-

baren Nachbarschaft aus. In den ehemaligen Räumlichkeiten eines Notariats werden alle internen und öffentlichen Veranstaltungen fast wie gewohnt stattfinden können. Der neue Standort im Tal 12 bietet im größten Raum für etwa 60 Gäste Platz. Weitere Infos unter www.presseclub-muenchen.de/clubleben *mgo*

Ministerpräsident kommt zum BJV-Jubiläum

Ministerpräsident Horst Seehofer wird die Jubiläumsfeier des Bayerischen Journalistenverbandes besuchen. Der Regierungschef hat sein Kommen bei der 70-Jahr-Feier des BJV am 3. Juni in Regensburg zugesagt. Den Festvortrag vor mehr als



Horst Seehofer
Heribert Prantl

200 Mitgliedern und geladenen Gästen im „Leeren Beutel“ in der historischen Innenstadt wird Heribert Prantl, Mitglied der Chefredaktion der *Süddeutschen Zeitung* und des BJV, halten. Durch den Abend, den auch Kabarett und Musik gestalten, führt die Moderatorin Christine Lehner vom Bayerischen Rundfunk.

Am Tag darauf, Samstag, 4. Juni, findet am gleichen Ort die Mitgliederversammlung, der Bayerische Journalistentag statt. Vorsitzender Michael Busch wird seinen Rechenschaftsbericht geben, die Versammlung berät und verabschiedet Anträge. Anmeldungen für Jubiläumsveranstaltung und Mitgliederversammlung finden Sie rechtzeitig unter www.bjv.de. Ein weiterer Vorbericht folgt in der Ausgabe 2/2016 des *BJVreports*. *ma*

Fotos: privat/Süddeutscher Verlag

Presse- Perspektive

Modern

Ertragreich

4,3 % in 2016

Sicher



Mehr Rente für
die Medienbranche



Presse-Versorgung

Journalisten auf schmelzender Eisscholle

Die Fachgruppe startet am 10. März mit einer ungewöhnlichen Aktion ins Jahr der Freien

Von Maria Goblirsch



Im Tierpark Hellabrunn beginnt das Jahr der Freien. FG-Vorsitzender Martin Semmler zieht da Parallelen. Foto: Maria Goblirsch

Den Eisbären schmilzt der Lebensraum weg. Wissenschaftler befürchten, dass die Bestände allein wegen des Klimawandels bis zum Jahr 2050 um 70 Prozent sinken könnten. Weltweit gibt es heute nur noch etwa 20.000 Exemplare – eine vom Aussterben bedrohte Tierart. Das Risiko, durch die drastische Verschlechterung ihrer Lebensbedingungen in ihrer Zahl reduziert zu werden, haben freie Journalisten mit dem Eisbären gemein, hat die Fachgruppe Freie festgestellt und sich daher Ursus Maritimus als Wappentier ihres Aktionsjahres 2016 ausgesucht.

Mit dem Motiv eines gezeichneten Eisbären, der mit Laptop ausgerüstet auf einer Eisscholle schwimmt, fordert die Fachgruppe: „Rettet freie Journalisten“. Ziel der Kampagne ist es, in Verlagen, der Politik und in

der Öffentlichkeit das Bewusstsein dafür zu stärken, dass es ohne Freie nicht geht.

„Der Eisbär ist ein wehrhaftes Tier und wichtig für die Ökologie. Doch wenn ihm die Scholle wegschmilzt, gibt er auf“, sagt der Fachgruppen-Vorsitzende Martin Semmler. Hier ergebe sich durchaus eine Parallele zum freien Journalisten, der heute auf einen gefährlichen Klimawandel in der Mediengesellschaft trifft.

Immer mehr Freie müssten mangels Aufträgen oder wegen sinkender Honorare ihren Beruf aufgeben. Daher sei es wichtig, mit einer plakativen und emotionalen Aktion auf diese drastische Veränderung der Arbeitsbedingungen für Freie aufmerksam zu machen.

Pressekonferenz im Tierpark

Dem Münchner Zoodirektor Rasem Baban scheint der Vergleich mit dem Eisbären zu gefallen. Er stellt die Räumlichkeiten samt Eisbärkulisse für die Pressekonferenz, mit der das Schwerpunktjahr der Freien am 10. März um 14 Uhr im Tierpark Hella-brunn startet. Im Anschluss findet eine Podiumsdiskussion zum Thema „Spielen Freie künftig im Qualitätsjournalismus noch eine Rolle? Oder sind Sie eine aussterbende Art?“ statt, zu der Verleger, Medienwissenschaftler und Journalisten eingeladen werden.

Das Jahr der Freien steht unter dem Slogan „Faires Geld für freie Arbeit – weil Zukunft guten Journalismus braucht“. Inzwischen arbeitet jeder zweite im BJV organisierte Journalist frei, als Texter, Fotograf, bei einem Fernsehsender oder im Online-Bereich. Durch die Schließung von ganzen Redaktionen bei Zeitungen oder Kooperationen zwischen Verlagen baut sich zusätzlicher Druck auf.

Ehemals fest angestellte Journalisten drängen auf den freien Markt. Umgekehrt gehen einzelne Verlage jetzt dazu über, ihren Pauschalisten feste Arbeitsverhältnisse anzubieten (siehe Seite 24), weil Ärger wegen möglicher Scheinselbständigkeit droht.

Aktuelle Umfrage zur sozialen Lage

Das verändert die Szene beinahe täglich. Um belastbare Zahlen und Fakten für Bayern zu gewinnen und verbandspolitisch besser auf aktuelle Trends reagieren zu können, werden die Fachgruppen Freie, Bildjournalisten sowie PR und Öffentlichkeitsarbeit gemeinsam eine Umfrage zur Situation der Freien starten. Die Ergebnisse der anonymen Befragung, die voraussichtlich im März über die BJV-Website läuft, werden zur BJV-Mitgliederversammlung 2016 veröffentlicht.

Ergänzt werden soll diese Erhebung durch eine weitere Umfrage bei kommunalen Politikern. Hier soll abgefragt werden, ob die Akteure in Gemeinderäten und sonstigen Gremien wissen, dass ein freier Journalist über ihre Sitzungen berichtet und was dieser an Honorar für die meist mehrere Stunden dauernde Anwesenheit und seinen Bericht oder seine Fotos erhält.

Diese Lokalpolitiker haben mit Journalisten und Verlegern Kontakt, sie könnten für den Wert der Freien-Arbeit werben oder auch Dumpinghonorare bei „ihrer“ Zeitung mo-

nieren, ist Fachgruppen-Vorsitzender Martin Semmler überzeugt.

Das Jahr der Freien 2016 wird begleitet von unterschiedlichen Anker-Aktionen, die teilweise in Kooperation mit anderen BJV-Fachgruppen veranstaltet werden. „Wir müssen noch besser auf die Situation der Freien als Unternehmer eingehen“, sagt Semmler. Die meisten Freien seien keine Berufseinsteiger, sondern hätten bereits Erfahrungen im Beruf gesammelt.

Bei einem Wechsel in die Selbständigkeit stellten sich viele Fragen, die ein Existenzgründertag am 12. und 13. März in der BJV-Geschäftsstelle (Referent: Wolfgang Kiesel) und ein Steuerseminar, gemeinsam mit dem Ortsverband Nürnberg, beantworten sollen. Geplant sei außerdem, eine Mappe mit Materialien für Existenzgründer zusammen zu stellen.

Betriebsräte und Freie

Beim Betriebsräte-Seminar in der Kainsbacher Mühle wird es im April auch um die

Frage gehen, was Redakteure und Betriebsräte für Freie tun können. Ziel ist es, die Bedeutung der Freien-Arbeit in den Redaktionen bewusst zu machen, das Solidaritätsgefühl zu stärken und für einen fairen Umgang von Festen und Freien zu werben, wie ihn der „DJV-Fairhaltenskodex“ beschreibt.

Nach dem Motto „Solidarität entsteht nur dort, wo man sich auch persönlich kennt“ setzt die Fachgruppe im Jahr der Freien zudem auf den Netzwerk-Gedanken. Ein dezentraler Biergartentreff ist für den Juli geplant. Freien-Stammtische sollen im Jahr 2016 nicht nur in den Städten, sondern auch auf dem flachen Land ausgerichtet werden. Bei einem Sommerfest im August wollen die Freien außerdem miteinander feiern und sich besser kennenlernen. Ein etwaiger Überschuss kommt dem Bildungs- und Sozialwerk des BJV zugute.

Der eintägige FREItag 2016 findet am 7. Oktober im Nürnberger Ecksteinhaus statt und wird wieder mit einer ganzen Reihe von

Seminaren auf die besonderen Interessen der freien Kolleginnen und Kollegen eingehen. Dabei soll es unter anderem um Apps und Tools für den beruflichen Alltag oder das Mobile Reporting gehen. Aber auch Klassiker wie die Steuertipps für Freie sind wieder im Programm.

Welche Veranstaltungen wann und wo stattfinden, soll eine eigene Aktions-Website für Freie ankündigen, die noch entwickelt wird. Aber auch ein Dokumentationstool für die einzelnen Aktionen und Veranstaltungen ist vorgesehen, ebenso ein Blog mit Gastbeiträgen von Auftraggebern, Politikern und anderen Usern etwa zur Frage, was sie jeweils von den Freien erwarten. Über die Kommentarfunktion soll außerdem ein Diskussionsforum entstehen.

Informationen zu Terminen und Veranstaltungen im Jahr der Freien finden Sie jeweils aktuell auf www.bjv.de.

akadem!e

der bayerischen presse

- **Das Radio-Interview mit W. Sabisch, M94.5 (16. – 17.02.)**
- **Bloggen für Journalisten mit A. Wille, amazedmag.de (22. – 24.02.)**
- **Online-Journalismus – der Crashkurs (22. – 26.02.)**
- **Digitales Blattmachen mit Lena Jakat, SZ (29.02. – 02.03.)**
- **Fachtexte redigieren mit F. Bollmann, WNP Verlag (03. – 04.03.)**

Das **Akademie-Programm 2016** bietet in mehr als 200 Volontärs-Kursen und Seminaren journalistische Aus- und Weiterbildung für Einsteiger und Redaktionsprofis.

Akademie der Bayerischen Presse

Rosenheimer Straße 145c • 81671 München • Telefon 089 4999920

Do you like it? <http://www.facebook.com/Akademie.der.Bayerischen.Presse>

Wir wollen da rein

„Die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit“ zählt der Pressekodex zu den obersten Zielen der Journalisten. Vom obersten Ziel vieler Konzertagenturen, Politiker, Einsatzleiter, genau dies zu verhindern, erzählen die folgenden Seiten.



„Sie haben doch schon genug fotografiert“

Manchmal möchten fast alle Beteiligten die Bildjournalisten nur noch los sein

Von Michael Anger und Senta Krasser



Deutschland diskutiert in diesen Tagen besonders intensiv, wie Journalisten bei der Ausübung ihres Berufs behindert werden. Endlich, muss man sagen. Denn Schläge gegen Berichterstatter, das Abdrängen von Kameraleuten, das Beschmieren von Objektiv mit Fett oder gar Morddrohungen nehmen zu. Sie sind nicht bloß unangenehme Begleiterscheinungen, sondern gezielte Attacken auf die Rechtsordnung, also feindliches Verhalten gegen den Staat. Diese einfache Logik aufzuzeigen, halten immer noch viele Kolleginnen und Kollegen eines auch zur Zurückhaltung verpflichteten Journalisten für unwürdig.

Extrablogs von BJV und DJV

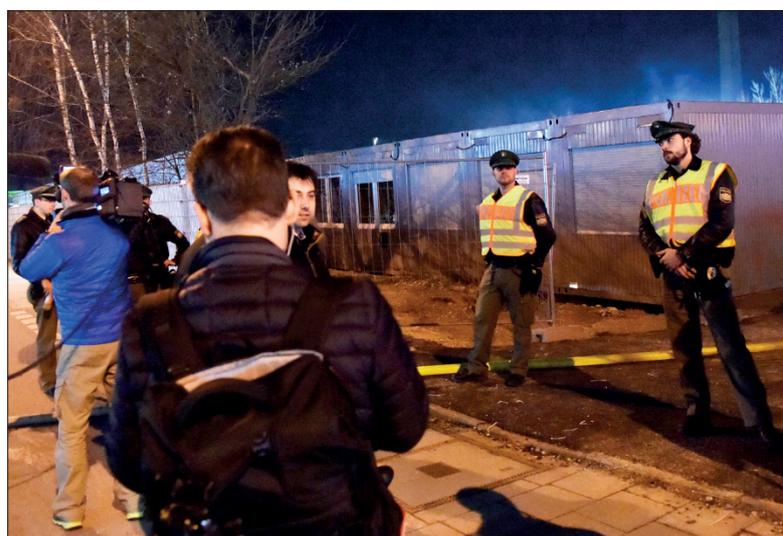
Doch Pegida und ihre Ableger haben offenbar ein Umdenken bewirkt. Zeitungen und Rundfunk berichten ausführlich über die Angriffe. Der Deutsche Journalisten-Verband hat auf Initiative seines Vorsitzenden Frank Überall den Blog *augenzeugen.info* eingerichtet. Dort berichten Journalisten, welche Restriktionen, ja welche Gewalt sie erfahren haben. Der DJV fragt nach, fühlt Politikern auf den Zahn. Ziel sei es, sagt Überall, für einen fairen Umgang mit Berichterstattern zu werben und gleichzeitig Verantwortliche in der Politik für die wachsende Problematik zu sensibilisieren. Der Bayerische Journalisten-Verband bietet unter *bjvlinks.de/rechts* eine Sammlung von Links zum Thema Rechtsextremismus und Journalismus.

Dass die Situation nicht nur auf den großen fremdenfeindlichen Demonstrationen in Dresden und Leipzig eskaliert, sondern auch in Bayern ein Problem ist, bestätigt Rudi Ott. Dem Nürnberger Fotografen wurde bei einer Demo von einem Rechtsradikalen die Kamera zugehalten, der Mann bedrohte den Kollegen. Ott sprach einen Polizisten an, der etwa zehn Meter entfernt stand, aber nicht reagiert hatte. „Haben Sie das gesehen?“ Der Beamte zuckte mit den

Achseln und meinte, naja, der Bildjournalist habe doch schon genug Fotos im Kasten. Ein andermal wollte Ott in Fürth eine Art Marschallstab mit Kugel und Adler fotografieren, den ein Demonstrant der rechten Szene mit sich trug. Auch dort wurde Ott behindert. Ein Polizeibeamter äußerte sich dazu lediglich nach dem Motto, er solle mit dem dauernden Fotografieren nicht noch Öl ins Feuer gießen.

Was die Polizei als Deeskalationsstrategie versteht, interpretieren betroffene Fotografen als rigoroses, generelles Absperrverhalten und letztlich Angriff auf die Pressefreiheit. Die Klagen von Bildjournalisten über das Zusammenspiel mit den Ordnungs- und Einsatzkräften, die oft selbst zur Kamera oder zum Smartphone greifen und es zunehmend versäumen, die Presse rechtzeitig oder überhaupt über einen Einsatz zu alarmieren, mehren sich. In Gesprächen mit den Kollegen ist von der „Arroganz der Behörden“ zu hören, von „Selbstdarstellungsdrang der Youtube-Generation“ oder von „Kontrolle über die Macht der Bilder“, die offiziell mit dem Schutz von Persönlichkeitsrechten begründet wird.

Wer in diesen Tagen über die Situation von Flüchtlingen hierzulande berichten will, stößt häufig auf das Argument „wir müssen die Leute schützen“ – spricht: Ihr dürft hier nicht rein. Wer dann doch mit der Fotoausrüstung in eine Notunterkunft hinein darf, hat oft einen Anfragemarathon hinter sich wie Stefan Hippel, Fotograf der *Nürnberger Nachrichten*. Erst nach langem Hin und Her mit dem Bürgermeister und dem Betreiber der Unterkunft im ehemaligen Langwasser-Bad kam ein Termin zustande. Erlaubt wurde Hippel das Fotografieren lediglich von einem Fenster hinunter in die Halle. „Die Geschichte der Flüchtlinge kann ich so nicht erzählen“, ärgert sich der Fotograf, dem einige Flüchtlinge zuvor im Gespräch in einem Vorraum durchaus das Si-



Absperrungen der Containeranlage Maria-Probst-Straße durch die Münchner Polizei. Die Medien mussten warten. Foto: Thomas Gaulke

gnal zum freien Fotografieren gegeben hatten.

Wo früher Badegäste ein- und ausgingen, soll die Öffentlichkeit offenbar keine Details von der Enge in der Gemeinschaftsunterkunft zu sehen bekommen, vermutet Hippel. Für die öffentliche Wahrnehmung von Flüchtlingen sei diese Zurückhaltung fatal. „Wir sehen in den Zeitungen und Nachrichten meist Fotos von bedrohlichen Menschenmassen, aber kaum Einzelschicksale. Von der Nahaufnahme eines iranischen Ingenieurs mit seinen zwei Kindern würde man sich dagegen nicht bedroht fühlen.“ Andererseits, wird Hippel versöhnlich, sei es nicht immer so, dass er als Fotograf von Sicherheitskräften oder Polizeibeamten abgeblockt werde. Am ersten Schultag von Flüchtlingskindern ließ man ihn ohne Probleme gewähren.

Positiv seine Erfahrung auch bei der Entschärfung einer in einem Rucksack vermuteten Bombe in der Norris: „Die Zusammenarbeit mit den Polizeibeamten war prima. Im Rahmen des Möglichen haben wir die Arbeit des Entschärfungstrupps einwandfrei beobachten und fotografieren können“, lobt Hippel.

Polizei sucht Kompromiss

Lob ist selten, kommt aber vor. Das bestätigt Hauptkommissar Michael Zimmer von der Pressestelle des Polizeipräsidiums Unterfranken. Natürlich werde bei der Einsatzbesprechung auch die Frage erörtert, wie man die Medien betreuen könne. Zimmer erklärt: „Für eine Demonstration der Rechten im vergangenen März hatten wir eine Absperrung vorgesehen. Die kann ich natürlich nicht den Medien zuliebe ignorieren und ad

absurdum führen. Wir haben den Journalisten und Kameralenten aber angeboten, dass sie sich unmittelbar hinter der Absperrung bewegen. Da sind sie vorne mit dabei, aber neben Polizeibeamten, die notfalls eingreifen können. Wir von der Pressestelle sind natürlich auch dort.“

Dass die Polizei die Presse bei Pegida & Co. schützen muss, ist besorgniserregend genug. Auf andere Art existenzbedrohend ist eine Entwicklung, die speziell jene Berufsfotografen machen, die Leben und Tod bei Verkehrsunfällen oder Großbränden dokumentieren. Denn inzwischen kursieren nach jedem blaulichtrelevanten Einsatz Bilder, die eben nicht nur aus der Spiegelreflex eines Profis stammen, sondern von BOS-Kräften, also Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben. Und nicht selten greifen Redaktionen auf dieses Bildmaterial zurück. Warum? Weil es nichts oder fast nichts kostet.

Auf dem Münchner Zeitungsmarkt zum Beispiel sind 50 bis 80 Euro pro Blaulichtbild von einem Profi üblich. Die Feuerwehr soll dagegen für den Abdruck ihrer Fotos nur 25 Euro verlangen, als Aufwandsentschädigung. Online geht's gratis. So landen spektakuläre Feuerwehrbilder wie zum Beispiel die von der Sprengung einer Fliegerbombe in Schwabing vor vier Jahren sogar in New Yorker Zeitungen, per Pressemeldung mit angehängtem Bildmaterial zur freien Verfügung. Dass diese freigebige Praxis nicht ohne finanzielle Folgen für die Pressefotografen bleibt, ist klar.

Im Schnitt sechzig Prozent an Umsatz hätten seine Kollegen eingebüßt, hat Ferdinand Farthofer aus sei-



Ob sie für Ruhe und Ordnung sorgen sei dahin gestellt. Jedenfalls behindern Ordner der Rechten bei Demos auch Pressefotografen, wie hier in Nürnberg einen Kollegen von ver.di.

Foto: Rudi Ott

nem Umfeld erfahren. Der Bildjournalist, seit 15 Jahren im Geschäft, betreibt im deutsch-österreichischen Grenzbereich die Agentur AktivNews mit rund 50 freien Mitarbeitern, die auch TV-Sender mit laufenden Bildern beliefern. Ein Salzburger Sender schickte Farthofer erst neulich zu einem schweren Autounfall in Hallein, griff aber letztlich auf das Gratis-Material der Feuerwehr vor Ort zurück. „Ich habe umsonst gearbeitet“, bilanziert Farthofer.

Aus Österreich stammt auch das sogenannte „Todesfoto“ oder „Bild der Schande“, das im vorigen September als erste die Kronen Zeitung druckte und weltweit Schlagzeilen machte: Es zeigt Flüchtlinge, die in einem Tiefkühl-Lkw erstickt waren. Was nur am Rande vermeldet wurde: Die Aufnahme stammte mutmaßlich von einem Polizeibeamten. Gemäß einem *ORF*-Bericht sollte das „ein Nachspiel“ für den Beamten haben. Im November wurde die zuständige Staatsanwaltschaft in Eisenstadt aktiv; über den Stand der Ermittlungen gab sie dem BJVreport keine Auskunft.

Die Frage ist: Was in Österreich offenbar nicht erlaubt ist, gilt auch für Deutschland? Dürfen also deutsche Ordnungshüter Fotos vom Unfallort oder Tatort ebenso wenig an die Medien weitergeben oder gar veräußern?

Nachgefragt bei der Pressestelle des Polizeipräsidiums München. Man handhabe die Veröffentlichung von Bildmaterial „grundsätzlich restriktiv“, heißt es in der Stellungnahme, „um dadurch die Arbeit der Bildjournalisten nicht zu beeinträchtigen.“ Zu Veröffentlichungen komme es in der Regel „nur bei Öffentlichkeitsfahndungen, bei einem diesbezüglich geeigneten Zeugenaufruf, aus Präventionsgründen oder im Rahmen der polizeilichen Öffentlichkeitsarbeit“. Wer im Dienst gemachte Fotos vom Tatort oder Unfallort zu privaten Zwecken weitergebe, müsse im schlimmsten Fall mit strafrechtlichen Konsequenzen rechnen.

Soweit die Theorie. Thomas Gaulke macht in München andere Erfahrungen. Ende vorigen Jahres kam es zu einer Massenschlägerei in einer Asylbewerberunterkunft in Dachau. Gaulke, als Freelancer unterwegs, wollte seinen Job erledigen, doch als er samt Kamera gesichtet wurde, umringten ihn schon polizeiliche Spezialkräfte mit Helm und Schild und verwarnten ihn: Er dürfe hier nicht bleiben, wörtlich: „Wir haben den Auftrag, die Presse rauszuhalten.“ Eine Maßregelung, die Gaulke noch immer maßlos ärgert, da sie ihn allein betraf, nicht aber all die Schaulustigen um ihn herum, die ungestört den Polizeieinsatz beobachten durften. „Wir werden nicht nur in unserer Arbeit behindert. Auch die Pressefreiheit wird eingegrenzt.“ Der vorgezeigte Presseausweis bringe in den meisten Fällen gar nichts; die erkennbare Funktion als Medienvertreter sei bei der Beobachtung des Einsatzgeschehens häufig sogar hinderlich.

Ein anderer Fall, der Gaulke erzürnt: ein Großbrand an der Maria-Probst-Straße Ende Januar. 32 Container für Flüchtlinge brannten lichterloh. Das Areal der Asyleinrichtung im Euro-Industriepark war mit Sichtschutzplanen und Sicherheitsdiensten abgeschildert. Parken war nur in anderthalb Kilometer Entfernung erlaubt. Als der Pressesprecher der Berufsfeuerwehr dem Fotografenpulk endlich Zutritt gewährte, war das Feuer schon gelöscht und der Fotograf der Feuerwehr längst abgezogen. „Der hatte seine Bilder schon bearbeitet, noch bevor wir Profis wieder im Büro waren. Und wir waren die Lackierten.“ Gaulke erkennt in dieser Praxis eine „Münchner Linie“: „Wir Pressefotografen haben keine Chance, Polizeiabsperungen zu passieren und werden mit Schaulustigen gleichgestellt.“

„Rettungsknipser“

Auf DJV-Ebene ist das Problem mit fotografierenden BOS-Kräften sehr wohl bekannt. 2012 organisierte der Verband auf der Bildmesse Photokina eine Kampagne gegen die „Rettungsknipser“, auf die allerdings insbesondere Feuerwehrangehörige verschnupft reagierten. Aus dem Fotomotiv (Feuerwehrmann mit Kamera und Überschrift: „Kann mal bitte jemand löschen?“) leiteten sie den Vorwurf ab, Einsatzkräfte würden ihre Arbeit vernachlässigen, was so vom DJV nicht beabsichtigt war.

Im selben Jahr initiierte der BJV einen Runden Tisch, an dem Vertreter der Polizei München, der Berufsfeuerwehr München, dem THW und dem Innenministerium beteiligt waren. 2014 wurde das Gespräch im Innenministerium wiederholt. Was sich seither im Miteinander von BOS-Kräften und Presse getan hat? „Nichts“, bedauert Fotograf Gaulke, der neben BJV-Chef Michael Busch mit am Verhandlungstisch saß, „die Situation ist sogar schlimmer geworden.“

Der BJV dokumentiert seit letztem Jahr diese Fälle – als Fortsetzung zu einem Artikel im BJVreport „Druck von Rechts – Wie Journalisten mit der Bedrohung der Pressefreiheit durch Rechtsextremisten umgehen“ – auf einer eigenen Seite „Rechtsextremismus & Journalismus“ (bjvlink.de/rechts).

Mehr Journalisten als Akteure

Individuelle Berichterstattung ist bei Großereignissen nur selten möglich

Von Michael Anger



Wer im Fernsehen Bilder von den Vorbereitungen zum Weltwirtschaftsgipfel sieht, fühlt sich an den Bau einer Festung erinnert; der Papst ist auf Reisen manchmal vor lauter Bodyguards kaum noch auszumachen; Sportkollegen pflegen sich so offensichtlich in stets denselben Bereichen eines Olympiastadions eines entfernten Landes zu bewegen, dass man sich fragt, ob die dienstlich dort überhaupt mal raus dürfen. Wir befragten dazu Kollegen, deren Medien regelmäßig bei Ereignissen von internationalem Interesse vertreten sind.

Wann muss man sich akkreditieren? Gibt es personelle Beschränkungen?

„Das Verfahren beginnt ein Jahr vor dem Ereignis“, stellt Hendrik Munsberg, Geschäftsführender Redakteur bei der *Süddeutschen Zeitung*, im Hinblick auf die Olympischen Spiele fest. Es laufe für sogenannte Non-right-holders zentral über den Deutschen Olympischen Sportbund, der bekomme vom IOC ein bestimmtes Kontingent für deutsche Berichtersteller genannt. „Das ist in der Regel kleiner als das Interesse“, meint der Chef vom Dienst. Um sich nicht dem Vorwurf auszusetzen, bestimmte Medien zu bevorzugen, erstelle der DOSB die Liste der angenommenen Akkreditierungen zusammen mit Vertretern des Verbandes Deutscher Sportjournalisten (VDS). Munsberg betont: „Obwohl wir als *Süddeutsche* in der Berichterstattung regelmäßig sehr kritisch über den DOSB urteilen, empfinden wir das Verfahren als fair und transparent.“ Nach der Zusage durch VDS/DOSB muss man sich noch auf der IOC-Website mit umfangreichen Angaben anmelden.

Ähnlich sei das Prozedere für die Fußball-Europameisterschaft heuer in Frankreich, das von der UEFA an den DFB delegiert werde. Der wiederum nimmt den VDS mit ins Boot. Das Kontingent pro Land sei stark beschränkt, aber, so Munsberg nachsichtig, „angesichts des Mangels, der da verwaltet wird, können wir uns über die Behandlung nicht beschweren; Pressertribünen können nun mal nicht das halbe Stadion füllen.“

Der Akkreditierungsschluss war der 31. Januar, Beginn unmittelbar nach Ende der Qualifikations-Phase im November.

Bei der Münchner Sicher-

Harte Arbeit in gediegener Umgebung: die Sicherheitskonferenz im Münchner Hotel Bayerischer Hof.

Foto: Sebastian Zwez/pdh

heitskonferenz im Hotel Bayerischer Hof gibt es als Absperrung einen sogenannten äußeren Ring. In den dürfen angemeldete Demonstranten und jeder Berichtersteller mit einem Presseausweis. Für den inneren Ring, zu dem auch das Hotel zählt, bedarf es einer Akkreditierung, in den Großen Sitzungssaal kommt man nur mit einer Sondergenehmigung. Immerhin melden sich rund 800 Journalisten an, bei 400 Teilnehmern. An den drei Tagen sind für den BR bis zu knapp drei Dutzend Kolleginnen und Kollegen vor Ort und beliefern die TV- und Hörfunkprogramme, das Online-Angebot, den Livestream und bundesweit die ARD-Hörfunksender sowie *ARD aktuell* in Hamburg für *Tagesschau* und *Tagesthemen*, zählt Stephan Keicher auf, stellvertretender Chefredakteur Fernsehen beim *Bayerischen Rundfunk*.

Bei der *Augsburger Allgemeinen*, die als Regionalzeitung mit Beteiligungen immerhin von Konstanz bis Lichtenfels verbreitet ist, kommt der Rückgriff auf Agenturmaterial allenfalls ergänzend in Frage, wenn große Ereignisse anstehen, hebt Kulturredakteur und Reporter Alois Knoller hervor. Selbst in Phasen des Sparens habe man Wert darauf gelegt, bei Weltmeisterschaften oder Olympischen Spielen, Parteitagungen oder internationalen politischen Konferenzen, Papstbesuchen oder Kirchentagen, Bayreuther oder Salzburger Festspielen mit eigenen Leuten vor Ort zu sein.



Gibt es Einschränkungen in der Bewegungsfreiheit?

Auch für Printkollegen seien die Arbeitsbedingungen bei Olympia und Fußball-EM/WM trotz des Riesenandrangs meist gut, betont Hendrik Munsberg. Der Zugang in Stadien sei in der Regel auf Pressetribüne, Mixed Zone, Pressekonferenz und Arbeitssaal beschränkt. Problematisch sei der Umgang mit Journalisten, deren Medien nicht für Übertragungsrechte bezahlen, in vielen Bundesligastadien und in der Champions-League: Da würden TV-Sender massiv bevorzugt, die Presse-Mixed-Zone sei oft irgendwo in engen Fluren oder im Freien, wo die Bereitschaft der Sportler, sich auf ein Gespräch einzulassen, gleich null sei.

Dass es für den Poolführer der Fernsehanstalten kaum Beschränkungen gibt, verwundert nicht. Aber Stephan Keicher meint, auch die Kollegen der anderen Medien könnten zufrieden sein, zumindest bei der Münchner Sicherheitskonferenz: „In den Großen Saal dürfen in den ersten fünf Minuten der Sitzung alle rein. Aber in der Lobby geht es auch ungezwungen zu. Da kann schon mal der US-Verteidigungsminister an einem vorbeilaufen“. Und so hätten auch die, die den Saal wieder verlassen mussten, die theoretische Chance auf ein Statement.

Wie intensiv wird kontrolliert?

Die Berichterstatter müssen sich ähnlichen Kontrollen unterziehen wie am Flughafen, da wird durchleuchtet, abgetastet, Taschen geöffnet. Gegen diese Maßnahmen sei nichts einzuwenden, stellt Munsberg fest. Aber: IOC, FIFA und Uefa nutzten die Kontrollen auch, um Lebensmittel aus den Rucksäcken zu fischen, die nicht das offizielle Logo der Sponsoren tragen. Obst, Müsliriegel, Mineralwasser – alles werde weggeworfen, außer es sei beispielsweise von Coca Cola. Man sei dann gezwungen, sich trotz Zeitdrucks in lange Schlangen zu stellen, um sich neu zu versorgen, zu völlig übersteuerten Preisen. Munsberg schimpft: „Insbesondere für Journalisten aus weniger reichen Ländern ist das ein Skandal, den wir in Kolumnen und Eingaben bei Presse-Verantwortlichen auch oft thematisieren. Sensibilität haben wir bisher nicht festgestellt.“

Bekommt man vor Ort unangemeldet Gesprächspartner?

Bei Fußball-Meisterschaften bestimmen Veranstalter und Verbände, wer an den Pressekonferenzen vor und nach dem Spiel teilnimmt. Bei Olympischen Spielen sind alle Medaillengewinner verpflichtet, Rede und Antwort zu stehen. In beiden Fällen sind zwar Anfragen wegen eines direkten Zugangs möglich, werden aber meist nicht erfüllt, weil es zu viele Wünsche gibt. In kleineren Olympia-Sportarten hat man manchmal einen persönlichen Kontakt und kann sich zum Kaffee verabreden. Was aber immer geht: Kontaktaufnahme in der Mixed-Zone, denn da durchzulaufen ist für alle Sportler verpflichtend. „Das ist bei einem

Olympia-Ringer natürlich leichter als beim mehrfachen Weltfußballer des Jahres Cristiano Ronaldo“, so Munsberg schmunzelnd.

Hat man bei der Münchner Sicherheitskonferenz, bei der ja „nur“ diskutiert wird, noch gute Chancen, so war das im vergangenen Jahr weiter südlich beim Weltwirtschaftsgipfel in Elmau ganz anders. Die Verhandlungen finden abgeschirmt statt und, schildert Stephan Keicher, „im Pressezentrum sitzen 150 Journalisten rum“. Natürlich gebe es Briefings. Das kann bedeuten, dass man gegen 23 Uhr 90 Minuten lang Regierungssprecher Steffen Seibert gegenüber sitzt. BR-Problem am Rande: „Für die Technik braucht man dann eine zweite Schicht.“

Dabeisein bedeute noch nicht, in erster Reihe zu stehen, vielmehr meist hinter der Sicherheitsbarriere oder „im Gebälge einer Pressetribüne“, formuliert es Alois Knoller. Aber auch die kurzgeschorenen Herren mit Knopf im Ohr seien keine Unmenschen und ließen einen schon mal durchschlüpfen, wie ihn zu Papst Benedikt XVI. in der Erfurter Augustinerkirche. Oder der Reporter treffe unverhofft hinter den Kulissen, und sei es auf der Toilette, einen wichtigen Akteur. Nur die regulären Arbeitszeiten solle man vergessen: Manuskriptausgabe um fünf Uhr morgens sei beim Vatikan sehr beliebt, auch der Journalistenbus zur abgelegenen Wettkampfpiste startet gern zu nachtschlafender Zeit. Und auf der Münchner Sicherheitskonferenz sollen die interessantesten Interviews gegen Mitternacht stattfinden. Beim WM-Reporter bedeute spielfrei noch lange nicht arbeitsfrei; Fußballer plauderten gerade in entspannten Phasen.

Werden Medien bevorzugt?

Ganz grundsätzlich werde den Rechte-Inhabern unter den TV-Sendern sehr viel mehr Zugang gewährt, steht für SZ-Redakteur Munsberg fest. Das könne man kritisieren: Exklusivität gegen Geld. Andererseits sei es halt Teil der Verträge. Als *Süddeutsche* sei es gelegentlich leichter, einen Gesprächstermin mit einem Sportler zu bekommen, als für Regionalzeitungen, räumt er ein. Da sei die Auflage das Kriterium. Man müsse aber feststellen, auch für sein Blatt werde der Zugang immer schwieriger, je mehr Kollegen „im Tross“ seien.

Allein wegen des schieren Medienandrangs seien die Beschränkungen in der Regel angemessen, so Munsbergs Fazit. In der Bundesliga und anderen europäischen Fußball-Ligen sei der Trend, sich nur noch im Vereins-TV oder bei Sponsoren-Terminen zu äußern und so der unabhängigen Presse gezielt aus dem Weg zu gehen, sehr viel größer als bei den vergleichsweise journalistenfreundlich organisierten internationalen Meisterschaften oder den Olympischen Spielen. Das müsse man durch Gespräche im Vorfeld kompensieren.

Drei Lieder aus dem Graben

Eventagenturen gängeln Pressefotografen bei Konzerten mit Knebelverträgen

Von Maria Goblirsch



Robby Williams, Coldplay oder Helene Fischer – so unterschiedlich ihr Musikstil ist, so gleichen sich die Stars der Musikszene, wenn es um den Umgang mit Fotografen bei ihren Auftritten geht. Diese haben schon seit Jahren bei Konzerten mit der Kamerascheu von Superstars und Knebelverträgen zu kämpfen. Fotoaufnahmen werden zum Teil ganz verboten oder nur gegen strenge Auflagen gestattet.

Bildjournalisten müssen bei Events in der Musikszene unterschreiben, dass sie ihre Bildrechte abtreten, um sich akkreditieren zu können. Die Verträge sind meist in kompliziertem Juristen-Englisch formuliert und werden oft erst kurz vor dem Auftritt vorgelegt. Sie schränken die Arbeit der Fotografen, die Nutzungsmöglichkeiten und die Nutzungsdauer ihrer Fotos empfindlich ein.

Englisches Juristen-Kauderwelsch soll der Fotograf kurz vor dem Auftritt unterschreiben - auch wenn er auf die Schnelle nicht erfassen kann, was er damit alles an Nutzungsrechten aufgibt.

Foto: Stefan M. Prager

Agentur diktiert Position

Der Veranstalter nimmt sich das Recht, zu bestimmen, wo sich die Fotografen aufzuhalten haben – und das ist nicht unbedingt die beste Position, um gute Bilder zu machen. „Ohnehin dürfen wir meist nur während der ersten zwei oder drei Songs Aufnahmen ohne Blitzlicht machen und werden dabei von Security-Leuten überwacht. Danach musst Du wieder aus der Halle raus“, beschreibt es Thomas Schumann, Inhaber von s.e.t. photo

und stellvertretender Vorsitzender der BJV-Fachgruppe Bild, der Jahrzehnte lang Stars bei ihren Auftritten ins Bild gerückt hat.

Fotografen dürfen sich beispielsweise nur in etwa 80 Meter Entfernung hinter dem Mischpult oder der PA Relay-Station aufhalten. „Da brauchst Du eine richtige Röhre, um überhaupt noch was aufs Bild zu bekommen“, schimpft Schumann.

Andere Stars ließen sich nur von rechts oder links ablichten. Oder es werde, wie bei einem Michael Jackson-Konzert, sogar vorgeschrieben, welches Objektiv verwendet werden muss, damit die Fotografen nicht zu nah auf das Gesicht zoomen können und etwaige Narben oder Spuren von Schönheits-OPs zu entdecken wären.

Diese Gängelei wäre vielleicht noch hinzunehmen. Finanziell ans Eingemachte geht es für die Pressefotografen bei der Beschneidung ihrer Verwertungsrechte. Presseagenturen werden oft ganz ausgeschlossen, weil eine breite Vermarktung der Fotos nicht gewollt ist. Oder Fotografen sollen unterschreiben, dass sie ihre Bilder nur einmal in einem vorher genau festgelegten Printmedium veröffentlichen – „alles andere als lukrativ, sich diesen ganzen Stress für 40 oder 50 Euro anzutun“, wie Schumann feststellt.

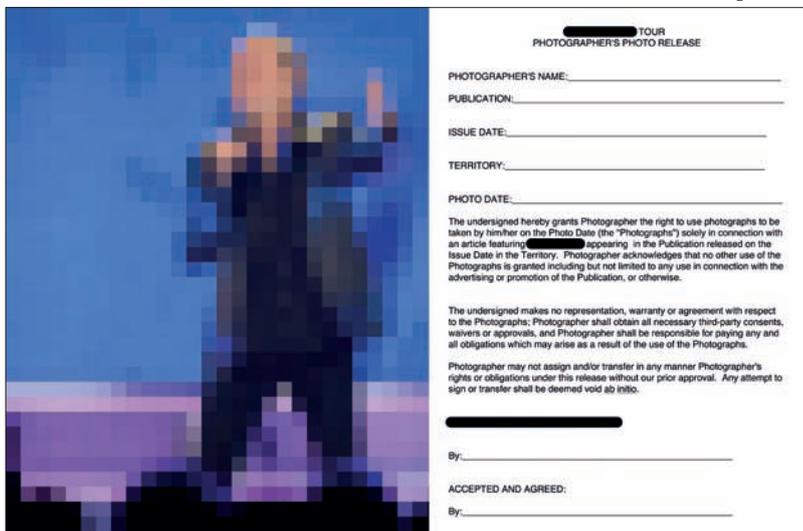
Konzertagentur saht kräftig ab

Eine weitere Nutzung und Lizenzierung der Fotos durch den Fotografen wird ausgeschlossen. Dazu soll er sämtliche Verwertungsrechte weltweit abgeben. Die Konzertagenturen verkaufen dann diese Fotos auf dem internationalen Markt weiter und sahen kräftig ab. Der Fotograf steht außerdem dafür ein, dass die Aufnahmen weder in einer anderen Ausgabe seiner Zeitung oder Zeitschrift noch in einem anderen Produkt des Verlags veröffentlicht werden.

Da bleibt nicht mehr viel. Pressefotografen ziehen sich daher ganz aus dem Event-Spektakel zurück, weil sich der zeitliche Aufwand nicht mehr rechnet. Freie Bildjournalisten haben zudem von vorneherein schlechte Chancen, zum Konzert zugelassen zu werden, wenn sie vorab keinen festen Abnehmer benennen können.

Das Problem sind in der Regel nicht die hiesigen Konzertagenturen, mit denen die meisten Bildjournalisten gut auskommen, sondern die US- und europaweiten Veranstalter, die den nationalen Partnern die Bedingungen diktieren, die diese dann an die Journalisten weitergeben. Hier wird meist großer Druck vom Management auf die Veranstalter ausgeübt, um vermeintliche Rechte der Stars zu schützen.

Dabei sind es nicht die Sänger oder Bands, die den Clinch mit den Medien suchen, sondern die Agenturen, die den grauen Markt der Merchandising-Produkte kontrollieren wollen. Je weniger Bilder von ihren Stars kursieren, desto eher lassen sich Tassen, T-Shirts oder sonstiger Tand an die Fans verhöckern.



Was lässt sich tun gegen solche Knebelverträge? Boykott ist ein Mittel, das sich in den letzten Jahren häufig bewährt hat. Ehe gar nicht über ein Konzert berichtet wird, geben die Veranstalter nach oder schließen zumindest einen Kompromiss.

Rechtlich lässt sich dem Missstand nicht beikommen. Denn bei Konzerten handelt es sich um private Events, bei denen der Veranstalter aufgrund seines Hausrechts entscheiden darf, wen er zulässt. Das heißt im Klartext: Er darf den Fotografen, und auch den Zuschauern, die Bedingungen einer Teilnahme diktieren.

Sonderrechte nur für TV-Sender

Einen Anspruch aus dem Presserecht, eine Akkreditierung zu bekommen, gibt es also nicht. Ausnahme: Für Fernsehsender gilt ein Recht auf Kurzberichterstattung (§ 5 Rundfunkstaatsvertrag). Das bedeutet: Der Sender darf maximal 90 Sekunden lang über die Veranstaltung berichten. Ein solches Recht auf unentgeltliche Kurzberichterstattung auch für Printmedien könnte ein Ausweg aus dem Dilemma sein. Doch bislang stellt sich die Politik diesem Anliegen gegenüber taub.

Wo der Presseausweis des DJV genügt

Viele freie Kollegen und Kolleginnen klagen, dass Messegesellschaften verlangen, bei der Akkreditierung einen Auftraggeber zu benennen. Dies sei oft schwierig, da viele Redaktionen den Bescheid gäben, vorab könne man keine exakte Zusage machen.

Da freut man sich als Mitglied des Bayerischen Journalisten-Verbandes beim Betrachten der Website des Messeorganisations AFAG. Wer eines der Veranstaltungslogos anklickt, weitergeht zu „Presse“ und „Akkreditierung“, trifft auf die stets gleichen Bedingungen für Berichterstatte: Presseausweis genügt, allerdings nur von den Organisationen, die den früher „bundesweit“ genannten Presseausweis ausgeben, also Deutscher Journalisten-Verband, dju, die Sportjournalisten und Freelens und die Verlegerverbände. Wer den Ausweis eines journalistischen Fachverbandes nutzt, muss einen Redaktionsauftrag nachweisen. Wer nur einen Webblog betreibt, kommt als Berichterstatte gar nicht rein.

Alles in allem habe man mit diesen Regeln gute Erfahrungen gemacht, meint AFAG-Pressereferentin Kathrin Winkler. Es sei oft schwer, zu entscheiden, komme jemand aus journalistischem Interesse oder von einer Werbeabteilung.

Die Messe München GmbH verlangt einen „gültigen Presseausweis eines in- oder ausländischen Journalistenverbandes oder einen gültigen Presseausweis eines in- oder ausländischen Fachjournalistenverbandes mit thematischem Bezug zur Messe.“ Eine Formulierung, die viele Veranstalter benutzen, wie auch den Hinweis, sich Kontrollen vorzubehalten. Weitere Möglichkeiten, bei der Messe in München Akkreditierung zu erhalten sind die Vorlage eines Impressums, eines Namensartikels, eines Links zu eigenen Online-Publikationen, ein Ausweis von Jugendpresseorganisationen. Der Presseausweis genügt nicht zur Akkreditierung bei den Münchner Medientagen. Aus Sicht des Veranstalters völlig logisch. Da man als zahlende Besucher Journalisten anspricht, möchte man sichergehen, dass nur die kostenlosen Zutritt erhalten, die wirklich berichten und Medienjournalisten sind.

Michael Anger

Sitzplatz-Lotterie im Gerichtssaal

NSU oder Kachelmann: Reporter werden bei großen Prozessen oft ausgesperrt

Von Maria Goblirsch



Der Vorsitzende Richter des 6. Strafsenats am Oberlandesgericht (OLG) München war im März 2013 nicht zu beneiden. Das Medieninteresse im In- und Ausland am NSU-Prozess war riesig, aber nur 50 feste Sitzplätze für Journalisten waren im Gerichtssaal zu vergeben.

Das OLG München lehnte eine Videoübertragung der Verhandlung in einen anderen Raum oder den Umzug in einen größeren Saal ab und verteilte die verfügbaren Presseplätze nach dem so genannten „Windhundverfahren“: Alle interessierten Journalisten sollten sich für eine Akkreditierung bewerben und würden dann ohne Rücksicht auf Kriterien wie Herkunft oder Auflagenstärke und Art ihres Mediums strikt nach der Reihenfolge der Anmeldung ausgesucht.

In der Theorie wäre diese Methode rechtlich nicht zu beanstanden gewesen. Aber die praktische Umsetzung brachte den Fall vor das Bundesverfassungsgericht. Zunächst passierten Fehler bei der Reihenfolge der Einladungen an die Presse durch unzustellbare Rückläufer im Mailversand. Dann stellte sich heraus, dass einige Journalisten über den ungefähren Zeitpunkt des Akkreditierungsbeginns vorab informiert gewesen waren. Schließlich stellte die türkische Tageszeitung *Sahah* beim Bundesverfassungsgericht einen Eilantrag gegen die Sitzplatzvergabe und rügte, dass die türkischen Medien bei der Akkreditierung leer ausgegangen waren.

Pannen, Pech und Pleiten

Die Karlsruher Richter gaben der klagenden Zeitung teilweise Recht und wiesen den zuständigen Vorsitzenden Richter per einstweiliger Anordnung an, „eine angemessene Zahl von Sitzplätzen an Vertreter von ausländischen Medien mit besonderem Bezug zu den Opfern der angeklagten Straftaten zu vergeben“.

Der Prozessbeginn wurde verschoben, die zweite Runde der Akkreditierung am 29. April 2013 nun im Losverfahren angegangen. Und wieder passierten bei der Verlosung Fehler: Die Anmeldung mehrerer Journalisten landeten im Spam-Ordner und blieben unberücksichtigt. Ein WDR-Kollege hatte seinen Antrag auf einen Platz zurückgezogen, aber dennoch einen Sitz für die Berichterstattung zugewiesen bekommen, das Chaos war perfekt.

Ende April reichte schließlich der freie Journalist Martin Lejeune Verfassungsbeschwerde in Karlsruhe ein, weil er zunächst einen Platz erhalten, bei der zweiten Vergabe aber leer ausgegangen war. Seine Beschwerde wurde abgewiesen.

Ob Windhund-Prinzip oder Presselotterie, wenn Journalisten aus dem Gerichtssaal berichten wollen, stellen sie schnell fest: Das Gericht hat wegen seiner Unabhängigkeit bei der Vergabe der Presseplätze einen „weiten Entscheidungs-Spielraum“ (so das Bundesverfassungsgericht).

Chancengleichheit bei der Vergabe

Der einzelne Journalist hat kein durch Artikel 5 des Grundgesetzes garantiertes Recht auf Zugang zu Gerichtsverhandlungen. In dem jeweiligen Verfahren darf der Vorsitzende Richter über den Zugang zur Verhandlung, die Anzahl der Plätze für Berichterstatter und auch die Verteilung knapper Sitzplätze entscheiden.

Dabei ist die Verteilung nach rein zeitlicher Priorität der Anfragen ebenso zulässig wie das Losverfahren. Oder beispielsweise die Weitergabe reservierter Plätze an andere akkreditierte Journalisten oder auch die Entscheidung, kein eigenes Kontingent für Online-Journalisten zu schaffen.

Aber dabei darf der Grundsatz der Gleichberechtigung nach Artikel 3 des Grundgesetzes nicht verletzt werden. Alle Journalisten müssen die gleichen Chancen für eine Akkreditierung haben. „Die Medien haben einen Anspruch auf chancengleiche Teilhabe an den Berichter-

stattungsmöglichkeiten zu gerichtlichen Verfahren und im publizistischen Wettbewerb“, sagt das Bundesverfassungsgericht (Beschluss vom 12. April 2013; Az: 1 BvR 990/13).

Übertragung in Medienraum bald möglich?

Das umzusetzen ist bei der Größe eines Gerichtssaals alles andere als leicht. Warum also nicht die Verhandlung per Video-Stream in einen größeren Nebenraum übertragen? Das lehnen die Gerichte mit Hinweis auf das Gerichtsverfassungsgesetz (§ 169 Absatz 2) ab. Danach sind Ton- und Fernsehaufnahmen „zum Zwecke der öffentlichen Vorführung oder Veröffentlichung ihres Inhalts“ unzulässig, weil das Gerichtsverfahren nicht zu einem Schauprozess verkommen soll.

Viele Juristen argumentieren, dass eine Übertragung nur für akkreditierte Journalisten in einen Nebenraum keine öffentliche Vorführung wäre. Um Klarheit zu schaffen, haben BJV und DJV eine Reform dieser Vorschrift gefordert. Inzwischen hat die Bund-Länder-Arbeitsgruppe „Zeitgemäße Neufassung des § 169 GVG“ einen Entwurf erarbeitet, der die Tonübertragungen in einen Medienraum für Verfahren mit einem erheblichen Medieninteresse erlauben soll.

„Die Verhandlung vor dem erkennenden Gericht einschließlich der Verkündung der Urteile und Beschlüsse ist öffentlich. Ton- und Fernseh-Rundfunkaufnahmen sowie Ton- und Filmaufnahmen zum Zwecke der öffentlichen Vorführung oder Veröffentlichung ihres Inhalts sind unzulässig.“ *Paragraf 169 Gerichtsverfassungsgesetz*



50 Plätze waren für Journalisten frei im Prozess gegen Beate Zschäpe (2.v.r.) vor dem Oberlandesgericht München, die Zahl der Anmeldungen aber viel größer.

Foto: Jörg Koch/picture alliance

Wenn Gemeinden mauern

Der Presse muss über nicht öffentliche Sitzungen Auskunft erteilt werden

Von Maria Goblirsch



Es gibt Sachverhalte, die verstecken Politiker lieber unter dem Mäntelchen der Geheimhaltung. Da ging es beispielsweise im Tegernseer Tal um den Bau einer neuen Turnhalle oder den Ausbau einer Seesauna im Fremdenverkehrsort, über die wegen der Befindlichkeiten einiger Gemeinderäte in nicht öffentlicher Sitzung entschieden wurde.

Auch die Einstellung neuen Personals diskutiert mancher Gemeinderat – zumal, wenn man verwandtschaftliche oder freundschaftliche Beziehungen pflegt – bevorzugt unter sich. Und damit kein Journalist auf die Idee kommt, nachzufragen, werden mitunter die Themen der nicht öffentlichen Sitzung erst gar nicht vorab bekannt gegeben. Ein klarer Verstoß gegen den Grundsatz der Öffentlichkeit nach der bayerischen Gemeindeordnung.

Auf Widerstand stieß auch ein Pauschalist der Würzburger *Main-Post*, der sich im Jahr 2004 schriftlich an den Bürgermeister der fränkischen Gemeinde Zell wandte. Er bat um die Beantwortung einiger Fragen zur Einstellung von Personal und den daraus erwachsenden Kosten sowie um die Zusendung der Beschlüsse, die in einer nicht öffentlichen Sitzung gefasst worden waren.

Die Gemeinde beantwortete nur einen kleinen Teil der Fragen und hüllte sich ansonsten in Schweigen. Das ließ sich der Kollege nicht gefallen und beantragte beim Verwaltungsgericht Würzburg, die Gemeinde Zell über eine einstweilige Anordnung zu den gewünschten Auskünften zu verpflichten.

Diese erste Instanz lehnte seinen Antrag ab, doch der Bayerische Verwaltungsgerichtshof (VGH) gab ihm Recht und entschied, dass der *Main-Post*-Mitarbeiter nach Artikel 4 des Bayerischen Pressegesetzes einen Anspruch auf die gewünschten Auskünfte habe (Beschluss vom 13.8.2014, Az.: 7 CE 04/1601).

Die Münchner Richter stellten in ihrem Grundsatzurteil klar: Die Presse hat einen solchen Anspruch auch gegenüber Gemeinden. Und: Die Auskunft darf nur verweigert werden, soweit eine Pflicht zur Verschwiegenheit nach dem Beamtenrecht oder nach anderen Gesetzen besteht. Darüber hinaus enthält das Pressegesetz kein Recht zu Verweigerung der Informationen.

Im konkreten Fall unterlagen weder die Zahl der Neueinstellungen noch die zu besetzenden Funktionen bei der Gemeinde nach Ansicht des Gerichts irgendwelchen Ge-

heimhaltungsregeln. Auch die Persönlichkeitsrechte der kommunalen Mitarbeiter seien durch die Bekanntgabe ihrer Namen nicht verletzt worden. Daher hätten diese Fakten der Öffentlichkeit nicht vorenthalten werden dürfen.

Nach Ansicht des Gerichts durfte der Würzburger Journalist auch Auskunft darüber verlangen, welche Beschlüsse in der nicht öffentlichen Sitzung gefasst wurden. Denn es sei für den Anspruch der Presse nicht maßgeblich, ob eine Sache in einer öffentlichen oder in einer nicht öffentlichen Sitzung beschlossen wurde.

Das heißt: Eine Verschleierung von Gemeinderatsbeschlüssen unter dem Vorwand der nicht öffentlichen Sitzung läuft nicht länger. Allein die Tatsache, dass Angelegenheiten in einer nicht öffentlichen Sitzung behandelt werden, bedeutet nicht, dass der Presse Informationen zur Tagesordnung, zu konkreten Detailfragen oder zu den noch nicht veröffentlichten Beschlüssen verweigert werden dürfen. In jedem Fall muss abgewogen werden, was schwerer wiegt: das Recht der Öffentlichkeit auf Informationen oder etwaige Interessen an einer Geheimhaltung.

Und: Sitzungen der kommunalen Gremien sind in aller Regel öffentlich. Nur in Ausnahmefällen darf die Öffentlichkeit ausgeschlossen werden, wenn „Rücksichten auf das Wohl der Allgemeinheit oder auf berechtigte Ansprüche Einzelner entgegenstehen“. In nicht öffentlicher Sitzung gefasste Beschlüsse sind bekannt zu geben, sobald die Gründe für eine Geheimhaltung weggefallen sind. Einen Ermessensspielraum bei der Handhabung dieser Regeln haben die Gemeinden übrigens nicht.

„In der Regel berichten wir von uns aus in einer Pressemitteilung von den Ergebnissen der nicht öffentlichen Sitzungen“, erklärt Siegfried Zelnhefer, Pressesprecher der Stadt Nürnberg. Das betreffe zum Beispiel Personalentscheidungen oder auch Preisvergaben. Natürlich gibt es auch Anfragen etwa von den beiden Tageszeitungen, denn, lobt Zelnhefer, aufgrund ihrer guten Netzwerke wüssten die Kollegen ja, worüber nicht öffentlich beraten wird. Die Regel in der *Noris* lautet, dass der Zuständige die Auskunft erteilt, also äußert sich zum Beispiel zu Grundstücksankäufen der Wirtschaftsreferent. Zelnhefer versichert: „Jeder weiß, dass wir auch über nicht öffentliche Sitzungen Auskunft geben müssen.“

Blieb ein Verstoß gegen den Grundsatz der Öffentlichkeit früher ohne Folgen, so hat der Bayerische Verwaltungsgerichtshof klar gesagt: Wird beispielsweise eine Sitzung zu Unrecht unter Ausschluss der Öffentlichkeit beschlossen, so ist dieser Beschluss wegen „gravierender Verstöße gegen tragende Verfahrensprinzipien“ ungültig.

Eigentliche eine klare Sache. Dennoch kommt es immer wieder vor, dass Gemeinden versuchen, die Presse bei brisanten Themen auszusperrten. Das sollte sich kein Journalist gefallen lassen. BJV-Mitglieder, die hier rechtlichen Rat suchen, können sich an die BJV-Justiziarer wenden und erhalten Auskunft.

„Exklusivität hält Leute wie mich am Leben“

Einzelkämpfer Helmut Reister hat mit der Aufarbeitung der Modellauto-Affäre bewiesen: Guter, investigativer Journalismus ist auch ohne Public-Private-Press-Partnership zu haben.

Von Senta Krasser



Herr Reister, Sie arbeiten frei als investigativer Journalist. Verderben Ihnen Rechercheriesen wie SZ/NDR/WDR das Geschäft?

Helmut Reister: Ich bin nicht größenwahnsinnig, mich mit Verbänden dieser Größenordnung zu vergleichen. Gegen die bin ich ein kleines Licht. Allerdings, das muss ich immer wieder feststellen, auch solche Rechercheriesen arbeiten nur mit Wasser. Nicht jeder Beitrag, der als „Coup“ dargestellt wird, ist auch einer.

Sie meinen, da ist viel medienübergreifende PR im Spiel?

Wenn öffentlich-rechtliche Anstalten beteiligt sind, garantiert das im Endeffekt ein Millionenpublikum. Natürlich arbeitet ein Rechercheverbund wie SZ/NDR/WDR auf einem vergleichbar hohen Niveau, aber das machen viele andere Kollegen und Medienhäuser auch, ohne die Möglichkeit, sich mit dem Etikett „investigativer Journalismus“ so präsentieren zu können. Der Begriff wird meines Erachtens auch etwas überstrapaziert. Journalismus sollte immer investigativ sein, das ist also nichts Überirdisches.

Auf Helmut Reisters Konto gehen bisher rund 200 Artikel über die Modellauto-Affäre. Die Haderthauers, sagt der freie Reporter, hätten ihn trotzdem „nicht reich gemacht“.

Foto: Richard Gutjahr



Der „investigative Journalismus“ der Süddeutschen wird jetzt auch mit Rundfunkgebühren finanziert. Ein Problem?

Unproblematisch ist es sicher nicht, wenn die Partner eines privatwirtschaftlich organisierten Zeitungshauses öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten sind, die über einen Milliarden-Etat verfügen, der nicht erst auf dem freien Markt erwirtschaftet werden muss. Wenn es vom Ergebnis her dem Journalismus guttut, soll es mir recht sein. Ich muss mich mit einer anderen Ausgangslage auseinandersetzen und mir zum Beispiel überlegen, ob ich 200 Euro Fahrtkosten in Recherchen investiere, von denen ich oft nicht weiß, was am Ende rauskommen wird. Die Ausgangslage ist ja oft sehr diffus und vage.

So diffus und vage wie zum Beispiel in der sogenannten Modellauto-Affäre?

Als irgendwann der Name Christine Haderthauer fiel, war mir schon klar, dass das eine andere Dimension hat. Welche genau, habe ich nicht vorausgesehen.

Stern.de brachte an einem Samstag im Mai 2013 als erster Ihre Story über die teuren Mini-Autos heraus, die der Ehemann von Bayerns damaliger Sozialministerin von psychisch kranken Häftlingen anfertigen ließ. Danach stiegen fast alle Medien ein. Wie haben Sie die Sache aufgespürt?

Ich bin ziemlich viel im Netz unterwegs und dort waren Hubert Haderthauers Nebengeschäfte in der Straubinger Forensik ein Thema, seit @No1.de im Januar 2013 einen Link zum Auktionshaus Christie's twitterte und die Bloggerin Ursula Prem auf ihrer Seite einen Beitrag dazu veröffentlichte. Den Fall habe ich mir dann genauer angeschaut und bin schnell darauf gestoßen, dass auch Christine Haderthauer eine Rolle bei den Modellauto-Geschäften spielte.

Hatte der Stern Sie eigentlich beauftragt?

Nicht beauftragt, aber die Sache war abgesprochen. Ich mache fast alles ohne Auftrag und recherchiere erstmal auf eigene Faust.

Auf eigene Faust heißt: auf eigene Rechnung?

Klar, ich trete in Vorleistung. Das kann bedeuten, dass ich mich wie im Fall Haderthauer ins Elsaß aufmache, um Unterlagen zu beschaffen, oder in Straubing mit einem Dreifachmörder spreche. Was dabei herauskommt, weiß ich wie gesagt nie im Voraus. Wenn ich Pech habe, war's halt umsonst. Das ist Geschäftsrisiko.

Auch Münchner Abendzeitung, tz und andere druckten Ihre Haderthauer-Geschichten. Hat sich Ihre Mühe gelohnt?

Die Haderthauers haben mich nicht reich gemacht. Ich kann ja nicht alle Zeitungen gleichzeitig mit demselben Stoff beliefern. Was Leute wie mich am Leben erhält, ist Exklusivität. Exklusivität ist der Eingangsschlüssel, um als Freier journalistisch im investigativen Bereich im Geschäft zu bleiben.

Wird Exklusives exklusiv vergütet?

Davon träume ich. Als Feier wird man grundsätzlich schlecht bezahlt. Die Honorierung bewegt sich in der Regel im ganz unteren dreistelligen Bereich, kann im Einzelfall auch zweistellig sein, und erreicht sehr selten höhere Sphären. Das müsste dann schon ein Scoop sein. Worüber ich mich allerdings noch weniger freue, ist der Abschreibemodus, unter dem nicht nur ich, sondern viele Journalisten leiden. Die Verbreitung von Nachrichten, vor allem im Netz, ohne Hinweis auf Quellen und Autoren, ist inzwischen Standard. Exklusivität ist immer nur noch von sehr kurzer Dauer. Auch durch den immer schneller werdenden Nachrichtenumschlag nach dem Motto „Morgen treiben wir die nächste Sau durchs Dorf“ verliert die einzelne Nachricht an Wert.

Die Haderthauers versuchten über ihren Anwalt, der Flut an missliebigen News Herr zu werden.

Ja, auch ich wurde von ihnen verklagt. Letztendlich löste sich aber alles in Luft auf, weil die Klage kurz vor dem bereits angesetzten Gerichtstermin zurückgezogen wurde.

Rechercheure in Pools haben eine juristische Armada im Rücken. Sind Sie als Einzelkämpfer im Nachteil?

In erster Linie schaue ich, dass ich möglichst genau und sorgfältig recherchiere und eine juristische Armada erst gar nicht brauche. Im anderen Fall sehe ich keinen rechtlichen Nachteil, da ich mir ja den Anwalt nehmen kann, den ich gern möchte. Der Nachteil für mich liegt eher darin begründet, dass ich ihn bezahlen muss. Aber das ist die absolute Ausnahme.

Was ist mit den unbestreitbaren Vorzügen von Print-TV-Verbänden im Crossmedialen? Können Sie da mithalten?

Crossmedial arbeite ich in gewisser Weise ja auch. Ich kooperiere mit Kollegen aus allen Bereichen. Anders geht es bei den heute bestehenden Strukturen auch gar nicht mehr. Über allem thront aber das Netz.

Welche Rolle spielen Blogs und Tweets bei Ihrer Arbeit?

Eine extrem wichtige. Die meisten Nachrichten werden im Netz generiert. Was abends im Fernsehen in den Nachrichtensendungen läuft oder am nächsten Tag in der Zeitung steht, ist für die Netzgemeinde oft bereits ein uralter Hut und fördert automatisch die Kritik an den vermeintlich schlecht informierenden traditionellen Medien. Sicherlich setzt der technische und personelle Aufwand hinsichtlich der zeitlichen Umsetzungsmöglichkeiten aktueller Ereignisse seine Grenzen, aber man muss schon auch zur Kenntnis nehmen, dass in vielen Medienhäusern der Printbereich noch immer eine Präferenz genießt, die er schon lange nicht mehr verdient. Die verlagsinternen Eifersüchteleien zwischen Print und Online wirken auf mich teilweise geradezu grotesk.

Inwiefern?

Was immer wieder passiert: Ich biete eine exklusive Geschichte dem Kollegen eines Magazins an. Er hält sie für gut, trägt sie in der Konferenz vor und kommt mit dem Ergebnis zurück, dass die Geschichte gut sei, aber aus diesem oder jenem Grund nicht im nächsten Heft erscheinen könne und für das darauffolgende bereits zu spät sei. Auf die Idee, sie deshalb einem Online-Kollegen weiterzugeben, kommt erst gar nicht. Das meine ich mit grotesk.

Ist Ihre Timeline Ihr persönlicher Rechercheverbund?

Zu meinem persönlichen Rechercheverbund gehört „das Netz“, zum Beispiel in Person von der Bloggerin „Nixe Muschelschloss“, die nicht nur im Fall Haderthauer den virtuellen Überblick hat. Ihre Timeline möchte ich gerne haben. Sie ist unglaublich schnell und gut informiert, ein Nachrichtenumschlagsplatz erster Güte. Mit Bloggern wie ihr arbeite ich eng und ausgesprochen konstruktiv zusammen.

Public Private Press Partnership

Wer recherchiert mit wem?**NDR/WDR/Süddeutsche Zeitung:**

2011 vereinbarten NDR und Süddeutsche Zeitung, bei investigativen Recherchen gemeinsam zu ermitteln. Gesellenstück war das Aufdecken von Schwarzgeldkonten reicher Deutscher (Offshore-Leaks, 2013). 2014 nahm das Duo den WDR auf. Der informelle Rechercheverbund verfügt nach eigenen Angaben über keinen gemeinsamen Etat. Ex-Spiegel-Chef Georg Mascolo leitet das Team (u.a. Hans Leyendecker, SZ); sein Honorar teilen sich Sender und Zeitung. An der Investigativ-Allianz entzündet sich anhaltend Kritik. Nach einer Rechtsaufsichtsbeschwerde des Privatsenderverbandes VPRT wegen Wettbewerbsverzerrung wurde das WDR-Gesetz in diesem Januar dahingehend novelliert, dass es Zusammenarbeit mit privaten Dritten erlaubt, sofern sie diskriminierungsfrei ist und einen Beitrag zur Meinungsvielfalt leistet.

BR:

Zum 1. Februar hat der Bayerische Rundfunk Recherche im eigenen Haus systematisiert. Die in der Fernseh-Chefredaktion von Sigmund Gottlieb angesiedelte neue Einheit „BR Recherche“ soll auch mit verschiedenen externen Partnern projektbezogen zusammenarbeiten („kluge Polygamie“). Die Redakteure Verena Nierle und Ingo Lierheimer leiten das operative Geschäft. Zum Kernteam zählen noch fünf feste Rechercheure in München und Berlin.

ZDF:

ZDF-Redaktionen wie heute-journal, Frontal 21 oder ZDFzeit arbeiten anlassbezogen mit Print-Redaktionen zusammen. Für den Programmschwerpunkt „Im Visier der Datenjäger“ machte das ZDF gemeinsame Sache mit der Zeit. An der Doku über die „Milliardengeschäfte der Zalando-Boys“ war die Wirtschaftswoche beteiligt. Laut Vize-Chefredakteur Elmar Theveßen würde das ZDF gerne öfter solche Kooperationen eingehen. Doch Wettbewerbs- und Beihilferecht setzten enge Grenzen.

RTL2:

Seit Mai 2015 zeigt RTL2 das Magazin-Format VICE Reports, ein TV-Ableger des kanadischen Punk-Magazins VICE, das sich seit der Gründung 1994 zu einer internationalen Medienmarke entwickelt hat. Zu sehen sind nicht nur in deutscher Erstausrahlung Reportagen und Dokus, sondern auch eigenproduzierte Stücke der VICE Deutschland Redaktion. An der Reportage „Die Unsichtbaren“ über Flüchtlinge in Dortmund war auch das Recherchezentrum Correct!v beteiligt.

„Recherche in kluger Polygamie“

BJV-Streitgespräch zum investigativen Journalismus im Münchner Presseclub

Von Maria Goblirsch



„Was habe ich über Jahrzehnte gelitten, wenn wir am Wochenende in unserem Rundschau-Magazin immer wieder sagen mussten: Nach Informationen der *Welt* oder der *Süddeutschen Zeitung*, weil wir bisher nicht in der Lage waren, das mit eigenen Recherchen zu leisten“, sagt Sigmund Gottlieb, Chefredakteur Fernsehen beim *Bayrischen Rundfunk (BR)*. Nun kommen bessere Zeiten. Seit 1. Februar 2016 verfügt der *BR* über eine eigene Rechercheinheit, die sich schon bald zur Marke entwickeln soll.

Beim vierten BJV-Streitgespräch drehte sich im Münchner Pressclub alles um die investigative Recherche. Experten und Zuhörer diskutierten das Thema „Reporter mit Grenzen – Investigativer Journalismus in Gefahr? Recherche-Pools als Ausweg?“ Es moderierte BJV-Vorsitzender Michael Busch, Redakteur beim *Fränkischen Tag*.

„Wir waren in der Vergangenheit nicht schlecht in der Recherche, aber es hat uns an Durchschlagkraft und an der Bündelung der Arbeit gefehlt. Jetzt wollen wir mit der neuen *BR*-Rechercheinheit eine größere Schlagkraft erreichen und unsere Rechercheleistungen über alle Auspielkanäle an unser Publikum bringen“, erklärte Gottlieb. Er hoffe, dass dann „die Quellenmenschen“ mit ihren Informationen auch zum *BR* kämen.

Der *BR* werde in der Recherchearbeit auch Bündnisse

außerhalb des Hauses eingehen, freilich anders als die *Süddeutsche Zeitung* „nicht in starrer Monogamie, sondern in kluger Polygamie“, frotzelte der Chefredakteur. Man habe „in der Vergangenheit wechselnde Partner gehabt“ und die werde der *BR* auch in Zukunft haben.

Ohne zusätzliches Personal

Welche Rolle spielt Geld bei der investigativen Recherche? Der *BR* müsse zwar sparen, aber Geld sei nicht alles. Man benötige auch einen Blick für erstklassiges Personal, in der Struktur des Medienunternehmens sei „der Faktor Zeit einzubauen“, sagte Gottlieb. Neues Personal habe man für die neue Einheit nicht eingekauft, sondern „strukturell in Bereichen umgebaut, wo es uns journalistisch nicht mehr so notwendig erschien“. Acht Kolleginnen und Kollegen recherchierten nun von München aus, ein Journalist in Berlin.

Manches könnte heute eine Zeitung mit ihren Mitteln allein nicht ausrichten, da sei ein Recherchebündnis wie das aus *Süddeutscher Zeitung*, *WDR* und *NDR* die einzige Alternative, ist *SZ*-Journalist Klaus Ott überzeugt. „Traditionelle Medien haben nur eine Chance, wenn wir uns ständig bemühen, besser zu werden, also noch genauer und hartnäckiger in der Recherche“. Aber Genauigkeit sei nicht alles.

Fairness gegen Volksverhetzung

Angesichts dessen, was derzeit im Internet bis hin zur Volksverhetzung ablaufe, komme es auf Fairness an. „Wenn wir Geschichten enthüllen, dann sollen die Betroffenen hinterher sagen können: Ihr habt mich zwar in die Pfanne gehauen, aber das hat alles gestimmt, was ihr über mich geschrieben habt. Und ihr habt mich auch rechtzeitig gefragt“. Manchmal gehöre dazu auch, einen Informanten vor sich selbst zu schützen.

Welche Rolle spielen derartige Rechercheeinheiten in der Region? Folker Quack, leitender Redakteur bei der Würzburger Mediengruppe *Main-Post*, hält nicht mehr viel von der publizistischen Selbständigkeit einer Lokal- oder Regionalzeitung. „Ich glaube, dass es erst im Verbund möglich wird, dem Leser Qualitätsjournalismus anzubieten, zumindest ist das so einfacher“.

Lokales als Sahnehäubchen

Die *Main-Post* verfüge heute über einen Pool an Korrespondenten im In- und Ausland. Diese arbeiteten auch für andere Zeitungen und lieferten über die Agenturmeldungen hinaus aktuelle Hintergründe. „Wir wollen dem Leser damit ein Stück weit die Welt erklären, weil wir die Grundversorgung in der Region bieten und dieser Rolle auch gerecht werden müssen.“ Wenn eine regionale Zeitung dann als Sahnehäubchen auch noch mit den eigenen Leuten gute lokale Geschichten kreierte, dann sei das besser „als herumzukrebsen“, noch mehr einzusparen und die Qualität immer schlechter werden zu lassen.



Für investigative Geschichten muss investiert werden: Sigmund Gottlieb, Klaus Ott, Folker Quack (von links).

Fotos: Maria Goblirsch

Kritik kann den Job kosten oder das Leben

Hintergrundgespräch mit Nadeschda Aschgichina, Vorsitzende des Russischen Journalistenverbandes und Vizepräsidentin der Europäischen Journalisten-Föderation (EFJ)

Von Hilde Stadler

„Nach der Veröffentlichung kritischer Artikel werde ich regelmäßig als ‚unpatriotisch‘ beschimpft“, schildert die Journalistin Nadeschda Aschgichina, die gleichzeitig auch Vorsitzende des Russischen Journalistenverbandes ist, bei unserem Treffen in Moskau. Ich frage nach, ob sie nicht Angst vor tätlichen Angriffen habe, nachdem einige russische Journalisten ihre kritische Berichterstattung mit dem Leben bezahlen mussten? Sie lächelt und erzählt von ihrem Mann Juri Schtschekotschichin, der 2003 unter ungeklärten Umständen mit 53 Jahren starb.

Er war Chefredakteur der krenlkritischen Zeitung *Nowaja Gaseta* und Mentor der bekannten Journalistin Anna Politkowskaja, die 2006 erschossen wurde. Ihr Mann, so Nadeschda Aschgichina, sei durch seinen Kampf gegen Korruption und organisiertes Verbrechen sowie seine Kritik am Zweiten Tschetschenienkrieg einer der Wortführer der demokratischen Opposition geworden. Seiner Maxime „Sprechen oder Nicht Sprechen ist manchmal wichtiger als Sein oder Nichtsein“ fühle auch sie sich als Journalistin verpflichtet, Angst hin oder her.

Nadeschda Aschgichina schildert die prekären Arbeitsbedingungen russischer Journalisten. Jenseits des politischen Drucks gebe es große finanzielle Probleme, mit denen viele Redaktionen gerade in der Provinz zu kämpfen hätten. Angesichts dieser schwierigen Rahmenbedingungen sei sie besonders stolz auf die Rechercheerfolge investigativer Journalisten. So gelang es Reportern in der russischen Republik Altai trotz massiver Drohungen, einen Umweltskandal aufzudecken und zu erreichen, dass die Verantwortlichen bestraft wurden.

**Reporter ohne Grenzen (RoG):
Russland – Rangliste der Pressefreiheit:
Platz 152 von 180**

„Seit der Wahl Wladimir Putins im Jahr 2000 zum russischen Präsidenten hat der Kreml die landesweiten Fernsehsender weitgehend unter seine Kontrolle gebracht. Kritische Medien (...) geraten regelmäßig unter Druck, Journalisten müssen mit Gewalt oder gezielten Anschlägen rechnen, die meist straffrei bleiben. (...)“

Quelle: www.reporter-ohne-grenzen.de

Immer weniger männliche Journalisten

Dabei seien die Löhne von Journalisten oftmals so niedrig, dass sie kaum davon leben könnten. Die Folge: In kleineren Zeitungen in der Region sind immer mehr Reporterinnen und Redakteurinnen tätig. Denn Männer würden eine so geringe Entlohnung meist nicht akzeptieren.

Beim Nachwuchs bilden Journalistinnen inzwischen sogar die große Mehrheit. Mehr als 90 Prozent der Studenten an der Moskauer Journalistenakademie, an der Aschgichina noch als Dozentin unterrichtet, sind junge Frauen. Ich weise darauf hin, dass auch in Deutschland die Mehrzahl der Journalistik-Studenten und Volontäre inzwischen weiblich ist und Journalistinnen im Durchschnitt weniger verdienen als ihre männlichen Kollegen. Nadeschda Aschgichina stellt fest, dass es trotz einiger Unterschiede offenbar auch eine Reihe von Parallelen zwischen der Situation von Journalisten in Russland und Deutschland gebe. Und sie äußert einen Wunsch: „Es wäre schön, wenn wir in Kontakt blieben und ein regelmäßiger Austausch zwischen unseren Journalistenverbänden stattfinden könnte!“

Nach Angaben des Russischen Journalistenverbandes wurden in den vergangenen 20 Jahren mehr als 341 Journalisten getötet. Das Hintergrundgespräch mit Nadeschda Aschgichina fand Anfang Dezember 2015 in Moskau statt im Rahmen eines deutsch-russischen Dialogs über Zivilgesellschaft, zu dem die Hanns-Seidel-Stiftung eingeladen hatte: den Geschäftsführer des Freiwilligen-Zentrums Augsburg, Wolfgang Krell, die CSU-Landtagsabgeordnete Carolina Trautner und Gerhard Hopp sowie BJV-Vize Hilde Stadler. Siehe auch www.hss.de/internationale-arbeit/themen/themen-2015/dialog-mit-politik-und-zivilgesellschaft-in-moskau.html



Hilde Stadler (zweite von links) im Gespräch mit Nadeschda Aschgichina (rechts). Foto: privat

Pauschalisten werden angestellt

Süddeutsche Zeitung will Verfahren gegen Scheinselbständigkeit vorbeugen

Von Maria Goblirsch

Pauschalisten, die an mehreren Tagen in der Woche in der Redaktion von *sueddeutsche.de* arbeiten, haben ein Angebot für eine Festanstellung erhalten. Auch feste Freie bei der Printausgabe der *Süddeutschen Zeitung* werden nun in mehreren Wellen nach diesem Modell fest angestellt.

Fast jeder zweite Mitarbeiter der Online-Redaktion ist davon betroffen. Die bisherigen festen Freien sollen „brutto für brutto“ gestellt werden, das heißt, als Gehalt das bekommen, was sie vorher an freiem Honorar verdienten.

Bei der tariflichen Eingruppierung (Printausgabe Süddeutsche Zeitung GmbH) werden maximal drei Jahre der freiberuflichen Tätigkeit anerkannt, die festen Freien werden also als Redakteure im vierten Berufsjahr (3155 Euro monatlich) eingestuft.

Die neuen Verträge laufen überwiegend ohne Probezeit – mit Ausnahme der Freien, die erst 2016 ihre Tätigkeit für *sueddeutsche.de* begonnen haben – unbefristet.

Nicht alle festen Freien bei der *SZ* sind glücklich über dieses Angebot, weil sie ihren freien Status gern behalten hätten. Sie sollen mit neuen Autorenverträgen weiter frei arbeiten können. Allerdings werden sie damit rechnen müssen, in der Zukunft weniger Aufträge zu bekommen, da die Redaktion ja künftig über mehr angestellte Mitarbeiter verfügt.

„Der BJV begrüßt es, dass die Pauschalisten der *SZ* in sichere Vertragsverhältnisse kommen. Nun beobachten wir, wie diese Verträge im Einzelnen ausgestaltet werden“, sagt BJV-Geschäftsführerin Jutta Müller. Derzeit laufen noch Gespräche zwischen den Betriebsräten und der Geschäftsleitung, der BJV prüft die Auswirkungen für die betroffenen Journalistinnen und Journalisten.

Hintergrund der Umstellung auf feste Verträge ist eine mögliche Scheinselbständigkeit. In den vergangenen Jahren wurden in vielen Redaktionen teure Redakteure durch billigere Pauschalisten ersetzt. Übernehmen Pauschalisten die gleichen Aufgaben wie angestellte Redakteure, liegt der Verdacht nahe, dass sie scheinselbstständig sind.

Für ihre festen Freien aber haben die Verlage in aller Regel keine Sozialleistungen abgeführt. Nun werden schärfere Kontrollen durch den Zoll und hohe Nachzahlungen an die Sozialkassen befürchtet. Die Folge: Ein Verlag nach dem anderen „bereinigt“ das Problem durch die Festanstellung. Der Springer-Verlag reagierte gar mit einer Selbstanzeige, nachdem Ungereimtheiten in seinen Freien-Verträgen aufgekommen waren.

BJV-Mitglieder, die von der Umstellung im Süddeutschen Verlag betroffen sind, können sich an die BJV-Justiziarer wenden und erhalten rechtlichen Rat.

BJV sucht den besten Beitrag zum Thema Pressefreiheit • Karikatur, Foto, Videoclip oder Text – 850 Euro Preisgeld

Wie die Rangliste der Pressefreiheit 2015 von Reporter ohne Grenzen zeigt, hat sich die Lage für Journalisten und unabhängige Medien in den meisten Ländern weiter verschlechtert. Immer häufiger werden Journalisten, die über Proteste berichten, Ziel von Gewalt durch Polizei oder Demonstrationen. Auch auf Deutschland trifft dies zu, wie die Pegida-Aufmärsche belegen.

Durchsuchungen von Redaktionsräumen, Beschlagnahme von Recherchemitteln und die Überwachung der Kommunikation kommen hierzulande vor. Im internationalen Vergleich schafft es Deutschland daher nur auf Platz 12. Es rangiert damit, was die Freiheit der Presse angeht, hinter Jamaika, Estland und Irland.

In diesem Jahr schreibt der Bayerische Journalisten-Verband zum zweiten Mal einen Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit aus. Ausgezeichnet wird ein journalistisches Werk (Karikatur, Foto, Videoclip oder Text), das sich herausragend mit dem Wert der Pressefreiheit auseinandersetzt.

Einsendeschluss ist der 18. April 2016. Der Gewinner erhält ein Preisgeld von 500 Euro, der zweite Preis ist mit 250 Euro, der dritte Preis mit 100 Euro dotiert. Die Preise werden am 3. Mai 2016 um 19 Uhr im Münchner PresseClub (neue Anschrift: Im Tal 12, 2. Stock) vergeben.

Zuvor findet eine Podiumsdiskussion zum Thema „Warschau oder Budapest – Hebeln die neuen Mediengesetze die Pressefreiheit aus?“ (Arbeitstitel) statt. Die Moderation hat der Fernsehjournalist Thomas Morawski, mehrere Jahre Korrespondent im ARD-Studio Wien, übernommen.

Als Gäste auf dem Podium werden Auslandsjournalisten wie Henryk Jarczyk, Leiter des ARD-Studios in Warschau, und EU-Politiker darüber diskutieren, ob das Beispiel Orbans und der umstrittenen Medienreform in Ungarn jetzt auch in Polen Schule macht und was die Europäische Union gegen derartige Eingriffe in die Pressefreiheit unternimmt.

Weitere Infos zu dieser Veranstaltung finden Sie auf der BJV-Website unter www.bjv.de.

Dort erscheinen in Kürze auch die Bewerbungsunterlagen und die Ausschreibungsbedingungen zum Wettbewerb 2016.

Maria Goblirsch

Journalisten brauchen Freiheit

BJV-Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit 2016

850 Euro
Preisgeld



Eine demokratische Gesellschaft funktioniert nur mit einer freien Presse. Deshalb vergibt der **Bayerische Journalisten-Verband (BJV)** einen Preis zum **Tag der Pressefreiheit 2016**. Ausgezeichnet wird ein journalistisches Werk (Karikatur, Foto, Videoclip oder Text), das sich herausragend mit dem Wert der Pressefreiheit auseinandersetzt. Nähere Informationen erfahren Sie unter www.bjv.de

BJV Bayerischer
Journalisten-Verband
e.V.

www.bjv.de

[facebook.com/bjvde](https://www.facebook.com/bjvde)

twitter.com/bjvde

Die Stimme der Journalisten
in Bayern

BSW-Seminare 2016

Das Bildungs- und Sozialwerk des BJV bietet mehr als 20 Seminare an



Mit dem eigenen vom Bildungs- und Sozialwerk (BSW) organisierten Seminarangebot möchte der Verband seinen Beitrag leisten, qualitativ hochwertige Fortbildung zu sozial verträglichen Konditionen zu bieten. Die erwirtschafteten Erlöse kommen notleidenden BJV-Mitgliedern zugute. Auch für das Programm 2016 haben wir wiederum die Wünsche der Mitglieder aufgenommen, um ein anspruchsvolles Seminarangebot für Sie zusammenzustellen.

Auf unserer Homepage finden Sie Beschreibungen zu allen Seminaren sowie Aktualisierungen. Sie finden dort auch eine PDF-Broschüre mit allen Seminarangeboten: www.bjv.de/seminare.

Außerdem weisen wir bei Twitter, www.twitter.com/bjvde, und Facebook, www.facebook.com/bjvde, sowie in unserem freitäglichen Newsletter, www.bjv.de/newsletter, auf Neuigkeiten zu unseren Seminaren und zur Aus- und Weiterbildung hin.

Administrative Fragen beantwortet Ihnen gerne Monika Schulz von der BJV-Geschäftsstelle, schulz@bjv.de; inhaltliche Fragen zu unseren Seminaren richten Sie bitte an unseren ehrenamtlichen Bildungsbeauftragten, Thomas Mrazek, kontakt@thomas-mrazek.de.

Verbraucherjournalismus – mit Ratgeberthemen punkten

Referentin: Dr. Barbara Brandstetter, Professorin für Wirtschaftsjournalismus an der Hochschule Neu-Ulm, www.verbraucherjournalismus.de
Veranstaltungsort:
BJV-Geschäftsstelle München

Datum: Mittwoch, 9. März 2016, 9.30 Uhr bis 17.30 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Besser auftreten, besser sprechen, besser präsentieren – Videoarbeit

Referentin: Simone Schatz, Radio-Redakteurin und Schauspielerin, www.robertdomes.com/simone-schatz
Veranstaltungsort:

BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Mittwoch, 16. März 2016, 9.30 Uhr bis 17.30 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Informantenschutz nach Snowden:

Wie man als Journalist Daten vor Zugriff schützt

Referent: Dr. Matthias Eberl, freier Journalist, Medientrainer, www.rufposten.de
Veranstaltungsort:
BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Mittwoch, 6. April 2016, 9.30 Uhr bis 17.30 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Spannend und informativ – Teaser wirksam texten können

Referentin: Anja Gild, Online-Journalistin, about.me/anjagild
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Donnerstag, 21. April 2016, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

Online-Videos besser machen

Referentin: Angelika Knop, Online-Journalistin, about.me/angelikaknop
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Mittwoch, 11. Mai 2016, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Webinar: Einstieg in den Datenjournalismus

ReferentInnen: Bernd Oswald, freier Online-Journalist, Medientrainer, www.journalisten-training.de, und Vanessa Wormer, Datenjournalistin bei Süddeutsche.de, hashtagdigilab.tumblr.com
Veranstaltungsort: Online, Webinar
Datum: Ab Mittwoch, 1. Juni 2016 (vier Mittwochstermine in Folge: 1.6., 8.6.,

15.6., 22.6.) von jeweils 17.00 Uhr bis 18.15 Uhr, letzter Termin am Dienstag, 28. Juni 2016, 17.00 Uhr bis 18.15 Uhr

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Videojournalismus mit iPad, iPhone und iMovie

Referentin: Angelika Knop, Online-Journalistin, about.me/angelikaknop

Veranstaltungsort:
BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Dienstag, 21. Juni 2016, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Grundelemente des Storytelling im Journalismus

Referentin: Anja Gild, Online-Journalistin, about.me/anjagild

Veranstaltungsort:
BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Freitag, 24. Juni 2016, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr und Samstag, 25. Juni 2016, 10.00 Uhr bis 17.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 135 Euro, Nichtmitglieder 270 Euro

Schreiben fürs Web

Referentin: Anja Gild, Online-Journalistin, about.me/anjagild
Veranstaltungsort:
BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Freitag, 1. Juli 2016, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr und Samstag, 2. Juli 2016, 10.00 Uhr bis 17.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 135 Euro, Nichtmitglieder 270 Euro

Crashkurs Videoproduktion

Referent: Markus Valley, Video-Journalist, Medienpädagoge; Autor von „Das VideoTrainingsBuch“, vj-coach.de
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Mittwoch, 6. Juli 2016, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Presserecht: Darf ich? Oder vielleicht besser nicht ...?

Referentin: Jutta Müller, BJV-Geschäftsführerin
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München und Presseclub Nürnberg
Datum: Mittwoch, 21. September 2016, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr (München) oder Mittwoch, 28. September 2016, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr (Nürnberg)
Kostenbeitrag je Termin:
BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

Social Media verstehen und nutzen – Für Fortgeschrittene

Referentin: Bente Matthes, Online-Journalistin, www.missmatthes.com
Veranstaltungsort:

BJV-Geschäftsstelle München
Datum:
Montag, 17. Oktober 2016 und
Dienstag, 18. Oktober 2016,
jeweils 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder
95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Digitales Storytelling

Referentinnen: Angelika Knop, Online-Journalistin, about.me/angelikaknop und Anja Gild, Online-Journalistin, about.me/anjagild
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Freitag, 21. Oktober 2016, Samstag, 22. Oktober 2016 und Sonntag, 23. Oktober 2016, jeweils 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 270 Euro, Nichtmitglieder 450 Euro

Einfach und schnell:

Bloggen mit Blogger – Basiswissen

Referentin: Angelika Knop, Online-Journalistin, about.me/angelikaknop
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Mittwoch, 9. November 2016, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Bloggen mit Wordpress

Referentin: Bente Matthes, Online-Journalistin, www.missmatthes.com
Veranstaltungsort:
BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Samstag, 12. November 2016 und Sonntag, 13. November 2016, jeweils von 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 190 Euro, Nichtmitglieder 380 Euro

Interaktiv und multimedial:

Blogs und Websites aufpeppen

Referentin: Angelika Knop, Online-Journalistin, about.me/angelikaknop
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Freitag, 18. November 2016 und Samstag, 19. November 2016, jeweils 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 190 Euro, Nichtmitglieder 380 Euro

Mobile Reporting:

Das Smartphone als Reporter-Tool

Referentin: Barbara Weidmann-Lainer, Crossmedia-Trainerin, www.fit-for-crossmedia.de
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Mittwoch, 23. November 2016, 9.30 Uhr bis 17.30 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

BJV befragt die Freien

Im März startet eine anonymisierte Erhebung unter www.bjv.de

Der BJV braucht belastbare Daten, um sich mit Erfolg für angemessene Honorare und faire Arbeitsbedingungen der freien Journalistinnen und Journalisten einsetzen zu können. Der bayerische Medienbericht gibt dafür nichts her, die jüngste DJV-Studie zur Situation der Freien basiert bereits auf Daten aus dem Jahr 2013.

Seither hat sich in der Medienszene einiges bewegt. Redaktionen in Bayern wurden zusammengelegt oder aufgelöst, Kooperationen vereinbart. Die Auftragslage für freie Mitarbeiter hat sich dadurch weiter verschlechtert, was eine wachsende Zahl an Berufsaufgaben belegt.

Was erhalten freie Texter, Fotografen oder PR-Leute heute bei welchem Medium an Honorar? In welchen Bereichen verdienen Freie überwiegend ihr Geld? Reicht der Verdienst übers Jahr gesehen überhaupt noch aus, um als Alleinverdiener einen Haushalt zu finanzieren? Oder: Wie sieht es mit der sozialen Absicherung der Freien, etwa bei Krankheit oder bei der Altersvorsorge aus? Antworten auf diese und andere Fragen soll nun eine Umfrage geben, die der BJV im März 2016 durchführen wird.

Um eine möglichst breite Basis an Datenmaterial zu erhalten, arbeiten die Fachgruppen Bildjournalisten, Freie und PR & Öffentlichkeitsarbeit bei der Erarbeitung des Fragenkatalogs und bei der Auswertung zusammen. Die Teilnahme an der Freien-Umfrage ist in anonymisierter Form über die BJV-Website www.bjv.de möglich.

Arbeiten Sie als freie Journalistin oder freier Journalist (Texter, Fotograf, Onliner) hauptberuflich für ein bayerisches Medium? Oder haben Sie Ihren Arbeits- und Lebensschwerpunkt im Freistaat? Dann nehmen Sie bitte unbedingt an der Umfrage teil! Nur bei einer genügenden Zahl an Antworten lassen sich belastbare Aussagen machen. Helfen Sie also mit, den BJV und seine Aktionen schlagkräftiger zu machen. Eine Mitgliedschaft im BJV ist nicht Voraussetzung für eine Teilnahme.

Die Auswertung der Antworten soll im Mai 2016 abgeschlossen sein, die Ergebnisse werden dann beim Bayerischen Journalistentag am 4. Juni 2016 in Regensburg veröffentlicht. Weitere Infos zur Freien Umfrage 2016 finden Sie in Kürze auf der BJV-Website unter www.bjv.de

Maria Goblirsch

Vielen Mitgliedern ist wenig vom „Innenleben“ des BJV bekannt. Wir stellen in einer Serie Personen und Gruppen vor, die sich beruflich oder ehrenamtlich im BJV engagieren.

„Wir sind Auge und Ohr der Redaktion“

FG Bild kämpft für Ansehen, aber auch Selbstbewusstsein der Fotografen

Von Michael Anger

Realitätssinn und Selbstbewusstsein braucht man Thomas Geiger nicht zu predigen. Da hat der neue Chef der Fachgruppe Bildjournalisten vielen BJV-Mitgliedern einiges voraus. So bedauert er zwar, dass immer mehr Texter, meist auf Anweisung, auch die Kamera zum Termin mitnehmen, ist sich aber sicher, „in kleinen Lokalzeitungen werden wir das nicht mehr umkehren können“. Aber auch dort gäbe es genug Felder, auf denen nur der Bildjournalist Qualität garantiert. Gute Bilderseiten und Bilderserien setzen Professionalität voraus. Die Blatt-Leser-Bindung wäre höher, würde man auf der Titelseite nicht irgendein von irgendeiner Mantelredaktion geliefertes dpa-Bild präsentieren, sondern ein Profifoto aus dem eigenen Gäu.

Für alle Bildjournalisten hat Thomas Geiger die kämpferisch klingende Erkenntnis parat: „Wir sind Auge und Ohr der Redaktion.“ Er denkt an die vielen Redakteure, die auf Dauer an den Desk verbannt sind und nur noch telefonisch unter Menschen dürfen, wenn er erläutert: „Wir Bildjournalisten sind dauernd draußen. Wir kennen die Leute, vom Hilfsarbeiter bis zum Firmenchef. Wir spitzen die Ohren und kommen mit jeder Menge Geschichten in die Redaktion zurück.“ Das sollte von Redaktionen genutzt werden. Beim Konzepterstellen für größere Geschichten werde der Rat der Fotografen viel zu selten eingeholt. Manchmal träume er davon, dass die Fotografen zurückschlagen und selbst Texte schreiben.

Solch erfolgreiche Kooperation zugunsten der Leser setzt Wertschätzung voraus, und die fordert Thomas Geiger von Verlagen und Redaktionen, aber auch den Fotografen selbst ihrer eigenen Arbeit gegenüber ein. Das beginnt natürlich beim anständigen Honorar. „Cent-Beträge sind keine Wertschätzung“, schimpft der Fachgruppen-Vorsitzende. Auch er wisse, dass die Honorartöpfe nicht besser gefüllt würden, aber dann müssen

die Etatverantwortlichen eben anders haushalten, der Qualität Vorrang einräumen.

Der negativen Entwicklung wegen müssten die freien Bildjournalisten sich auch auf anderen Feldern betätigen. Geiger bedauert: „Vom Journalismus leben können höchstens ein paar Edelknipser.“ Zwar sei die Chance der Zweitverwertung bei Fotografen höher als bei freien Textern, aber pekuniär werde sich nichts zum Guten wenden, solange sich Bildjournalisten für billig an Medien verkaufen.

Für ihn selbst sei es der Traumberuf. Er habe, wie bei den Bildjournalisten üblich, eine solide handwerkliche Ausbildung an der Bayerischen Staatslehranstalt für Photographie absolviert. Der Beruf sei nach wie vor attraktiv, die Zahl der Bildjournalisten bleibe konstant. Aber viele böten sich auf dem Markt auch deshalb zu miserablen Bedingungen an, weil ihnen nie Betriebswirtschaftslehre nahegebracht worden sei.

220 Kolleginnen und Kollegen haben die Fachgruppe Bild als Hauptfachgruppe gewählt. Vorsitzender ist seit sieben Monaten Thomas Geiger aus Hersbruck. Ein Quartett unterstützt ihn: Jim Albright aus Ansbach,

der vor allem für die dortige *Fränkische Landeszeitung* fotografiert, Ferdinand Farthofer, der in Marktschellenberg im Berchtesgadener Land die Bild- und Presseagentur Aktivnews betreibt, Stefan Gregor, Bildjournalist vom Aschaffener *Main-Echo*, und Thomas Schumann, Inhaber von s.e.t. Photo.

Fünf engagierte Kollegen sind nicht zu wenig angesichts der Menge der Arbeit. Die Fachgruppe hat sich stets maßgeblich bei der Aktion „Fotografen haben einen Namen“ eingebracht. Dass immer noch viele Bilder ohne Nennung des Urhebers veröffentlicht werden, sollte öfter angeprangert werden, meint Geiger. Ein Dauerbrenner ist die BOS-Problematik. BOS, das sind Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben, wie Feuerwehr und Rettungsorganisationen. Sie sind gehalten, Einsätze auch mit Fotos zu dokumentieren. Leider kommen die Betroffenen auf die Idee, solche Fotos auch an Zeitungen zu verkaufen. Seit Jahren bemüht sich der BJV, diese Konkurrenz zu unterbinden. Ein Dauerthema für die Fotografen sind die Gemeinsamen Vergütungsregeln, die von den meisten Zeitungen nicht eingehalten werden. Bei Zeitschriften ist ein Ende der Verhandlungen auch nach zehn Jahren noch nicht abzusehen. Intensivieren will die Fachgruppe auch die Beziehungen zur Fachgruppe Tageszeitungen, denn wie Geiger realistisch begründet: „Die Leute in den Redaktionen, die unsere Honorare kürzen, sind auch im Verband.“

Termine und aktuelle Informationen der Fachgruppe finden Sie auf der BJV-Website unter www.bjv.de/arbeitsgruppe/fg-bildjournalisten



Der Fachgruppenvorstand (von links nach rechts): Stefan Gregor, Jim Albright, Thomas Geiger, Ferdinand Farthofer und Thomas Schumann Foto: Thomas Geiger

Mittelbayerische: Verleger lassen Verhandlungen platzen

Geschäftsleitung bricht die seit 2011 laufenden Gespräche über einen Haustarif ab

Von Maria Goblirsch

Nach elf Runden, die sich über fünf Jahre hinzogen, hat die Geschäftsleitung der Mittelbayerischer Verlag KG die Verhandlungen über einen Haustarif abgebrochen. Dieser Tarif hätte auch für die m-crossmedia GmbH, in der die meisten Neueinstellungen erfolgen, gelten sollen. Dabei hatten sich beide Seiten nach zähem Ringen in vielen Punkten aufeinander zu bewegt und für den 14. und 15. Dezember 2015 zweitägige Gespräche vereinbart, um weiter voranzukommen.

Umso enttäuschter waren die BJV-Vertreter, als Rechtsanwalt Johannes Weberling, Verhandlungsführer des Verlags, kurz nach Beginn dieses Treffens die Verhandlungen für gescheitert erklärte und die Arbeitgeberseite, trotz Aufforderung durch den BJV, nicht mehr in die Verhandlungen eintrat.

Und das, obwohl der Verlag attestiert hatte, dass es mit dem BJV ein konstruktives Gesprächsklima gegeben habe. Der Verhandlungsführer der Mittelbayerischen Zeitung KG hatte wohl im Verhalten der Gewerkschaft ver.di den Grund für den Abbruch der Verhandlungen gesehen. Betroffenen vom Ausgang der Verhandlungen sind rund 100 Redakteurinnen und Redakteure.

Zur Vorgeschichte: Die *Mittelbayerische Zeitung* hatte zum 30. Oktober 2010 den Mantel-Tarifvertrag aufgekündigt, dieser galt noch bis zum Ende des Jahres 2013 weiter. Seit 1. Januar 2014 herrscht ein tarifloser Zustand mit Nachwirkung des Tarifvertrags für alle, die bereits vor diesem Zeitpunkt in der Mittelbayerischen Zeitung KG beschäftigt waren.

Tarifvertrag wirkt nach

Das bedeutet: Die im gekündigten Tarifvertrag vereinbarten Regelungen gelten für diese Mitarbeiter weiter, es besteht aber die Gefahr, dass der Verlag versucht, diese durch neue arbeitsvertragliche Regelungen



Im Haus der *Mittelbayerischen* soll doch kein Haustarif gelten. Foto: altropress/Michael Vogl

abzulösen. Dem BJV sind dementsprechende Fälle bekannt. Für die Beschäftigten bei der m-crossmedia gelten diese tariflichen Regelungen nicht.

Geschäftsführer Martin Wunnike und Chefredakteur Manfred Saurer hatten ihren Wechsel in die OT-Mitgliedschaft damit begründet, von einer starren und nicht mehr zeitgemäßen Tarifautomatik, die keine Rücksicht auf die Besonderheiten der einzelnen Verlagshäuser nehme, wegkommen zu wollen. Zu keinem Zeitpunkt sei es Absicht der Verlagsleitung gewesen, durch das Einfrieren der Tarifgehälter nur Geld sparen zu wollen.

Die Verlagsleitung hatte zu Beginn der Verhandlungen einen völlig neuen Tarifvertrag gefordert, in dem ein Aufrücken innerhalb der Gehaltsstufen nur noch nach überwiegend persönlichen Kriterien wie der Bewertung durch Vorgesetzte und Kollegen sowie der Erreichung mit dem Mitarbeiter jährlich vereinbarter Ziele erfolgen sollte. Für den BJV dagegen war nur ein Aufrücken nach objektiven Kriterien akzeptabel. Hier konnten sich die BJV-Verhandlungsführer bereits weitgehend mit ihren Forderungen durchsetzen.

Im Gegenzug wären die Gewerkschaften

zu einem weitgehenden Entgegenkommen bei der Flexibilisierung des Gehalts bereit gewesen: 95 Prozent des Jahresgehalts wären nach dem Kompromiss garantiert gewesen, die restlichen fünf Prozent abhängig von der Zielerreichung und dem Unternehmenserfolg gezahlt worden.

Einer der Hauptknackpunkte in den Verhandlungen war die Erhöhung der Arbeitszeit auf 40 Stunden in der Woche und die ausreichende Kompensation, etwa durch Gewährung zusätzlicher freier Tage, wie der BJV vorgeschlagen hatte.

BJV-Geschäftsführerin Jutta Müller vermutet, dass der Hauptgrund für den Abbruch der Verhandlungen Vorgänge bei der Druckservice Regensburg GmbH (DSR) waren und gegenüber ver.di ein Exempel statuiert werden sollte. Zum 31. August war diese Tochter der *Mittelbayerischen Zeitung* stillgelegt worden. Die elf zumeist langjährig Beschäftigten, denen man mit einer Frist von 14 Tagen mitgeteilt hatte, dass sie alle gekündigt würden, hatten sich dagegen deutlich zur Wehr gesetzt.

Gegen Betriebsvereinbarungen

Seit 2013 erhalten die Kolleginnen und Kollegen, die ein Tarifgehalt beziehen, sowie alle Mitarbeiter der m-crossmedia GmbH eine Sonderzahlung. Für 2014 waren es 400 Euro, im vergangenen Jahr wurden 500 Euro pro Mitarbeiter überwiesen (Mitarbeiter in Teilzeit anteilig, Azubis und Volontäre 250 Euro). Diese Zahlungen sind aber nicht „tabellenwirksam“ und gleichen deshalb Tariferhöhungen nicht aus.

Trotz des unerwarteten Endes der Verhandlungen setzt der BJV auf eine Wiederaufnahme der Gespräche. „Unser Ziel ist es, deutlich zu machen, dass das Thema Tarifvertrag bei der *Mittelbayerischen Zeitung* damit nicht vom Tisch ist. Wir akzeptieren den tariflosen Zustand nicht und sehen insbesondere keine Alternative in dem Versuch der Geschäftsleitung, Lösungen über betriebliche Vereinbarungen zu suchen“, betont Geschäftsführerin Jutta Müller.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bräuchten eine klare, tarifliche Regelung ihrer Arbeitsbedingungen. Hier müsse sich die Geschäftsleitung der Mittelbayerischen Zeitung KG ihrer Verantwortung bewusst werden und an den Verhandlungstisch zurückkehren.

Main-Post sucht den Superstar

Reporter-Casting für „Jungeinsteiger, Mütter und Frührentner“

Von Maria Goblirsch

„Kamera, Stift und Schreibblock gehören zum Handwerkszeug des Reporters ebenso wie Smartphone und Computer“, klärt die Würzburger *Main-Post* ihre Leser und alle ambitionierten Mochtegern-Journalisten in ihrer Ausgabe Lohr-Gemünden am 20. Januar 2016 auf. Sie wendet sich mit dem Aufruf zu einem Reporter-Casting an „junge Einsteiger ab 16 Jahren, Mütter und Frührentner, die nebenbei noch eine sinnvolle Beschäftigung bei freier Zeiteinteilung suchen“.

Auf der Suche nach Verstärkung des eigenen Teams, dem es derzeit wohl an willigen, und vor allem billigen, freien Mitarbeitern mangelt, geht die Redaktion ungewöhnliche Wege: „Deutschland sucht den Superstar, das Supertalent, das nächste Top-Modell oder die Stimme des Landes. Die *Main-Post* in Lohr und Gemünden gibt sich da schon ein Stück bescheidener . . . und lädt zu einem Reporter-Casting ein“, heißt es in dem Artikel.

Bewerber müssen sich nicht davor fürchten, im Scheinwerferlicht oder vor missgünstigen Zuschauern bestehen zu müssen. „Im Gegensatz zu den großen Fernsehshows“ findet das

unterfränkische Reporter-Casting „ohne Publikum statt“. In diskreter Umgebung gelte es auszuloten, was einerseits das Medienunternehmen zu bieten habe und was es fordere.

70 Jahre und kein bisschen weise

Ein verzweifelter Versuch, neue freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden? Wer für sein Geld journalistische Qualität erwartet, wird den Vorgang so sehen wie der BJV, für den die Idee eines Super-Castings für Einsteiger, Mütter und Rentner nicht nur peinlich ist, sondern an den Anforderungen eines anspruchsvollen Berufes vorbei geht. Dies erweckt den Eindruck, dass in einer ländlichen Region eigentlich so gut wie jeder die Zeitungsseiten und den Online-Auftritt füllen kann – „nebenbei mit etwas freier Zeiteinteilung“.

„70 Jahre und kein bisschen weise“, spottet der BJV-Vorsitzende Michael Busch in Anspielung auf den 70. Geburtstag der *Main-Post*. Der Aufruf zur Laienarbeit in der Redaktion sei „voll daneben“. Das Gewinnstreben des Medienkonzerns dürfe nicht dazu führen, die Qualität der Zeitungsinhalte gerade in der Region

weiter abzusenken. Weiterhin sei dieser Schritt ein verheerendes Zeichen an den Markt. Die Abonnementspreise würden erhöht, gleichzeitig offeriere man dem Leser, dass „seine Zeitung“ nun von kaum ausgebildeten, billigen Arbeitskräften befüllt werde.

Zu niedrige Honorare

Die *Main-Post* hat bereits durch den Austritt aus dem Manteltarifvertrag und die Zahlung zu niedriger Honorare für freie Text- und Bildjournalisten in den Regionalausgaben für Unmut unter ihren journalistischen Mitarbeitern gesorgt. Vielleicht wäre es ja auch ein guter Weg gewesen, die Beiträge der Freien nach den Gemeinsamen Vergütungsregeln angemessen sowie anständig zu vergüten? Und sie so zur Mitarbeit in der Lohrer Redaktion zu motivieren?

Apropos Vergütungsregeln: Die gelten ja nur für hauptberufliche freie Mitarbeiter und nicht für Bürgerreporter, die sich „nebenbei etwas dazu verdienen wollen“. Ein Schelm, der Böses dabei denkt.

In den sozialen Netzwerken haben der Aufruf zum Reporter-Casting und die Kritik des BJV zu lebhaften Diskussionen geführt. Anton Sahlender, Mitglied der Chefredaktion und Leseranwalt für die Mediengruppe *Main-Post* GmbH kritisiert die „Verbandsattacke“ und fragt, warum sich „junge Leute nicht auf diesem Weg freischwimmen“ sollten, eventuell mit dem Berufsziel Journalismus, statt lieber in einer Kneipe zu bedienen?

Der stellvertretende DJV-Vorsitzende Wolfgang Grebenhof nennt den Aufruf „einen Schlag ins Gesicht hochqualifizierter Kolleginnen und Kollegen“ und „das falsche Signal an eine gerade jetzt in puncto Journalismus höchst sensible Öffentlichkeit“. Die Art und Weise, wie die *Main-Post* hier freie Mitarbeiter suche, sei „schlicht unsensibel“.

Die Redaktion Lohr/Gemünden ist übrigens nicht die einzige, die über ein Reporter-Casting nach neuen freien Mitarbeitern Ausschau hält. Die Suche über die *Main-Post*-Verschlagwortung „Deutschland sucht den Superstar“ zeigt, dass journalistische „Superstars“ auch im Landkreis Kitzingen, in Ochsenfurt/Kitzingen und in Marktheidenfeld, dort sogar schon seit 13. November, gesucht werden.

Mit diesem Artikel erhofft sich die *Main-Post* offenbar einen Ansturm billiger freier Mitarbeiter.

Foto: Maria Goblirsch

Reporter-Casting: Eine Chance für Viele
Das *Main-Post*-Team sucht journalistische Verstärkung für den Raum Lohr

LOHR (rp) Deutschland sucht den Superstar, das Supertalent, das nächste Top-Modell oder die Stimme des Landes. Die *Main-Post* in Lohr gibt sich da schon ein Stück bescheidener. Dennoch wagt sie auf der Suche nach Verstärkung ihres Teams einen neuen Weg und lädt ein zu einem Reporter-Casting.

Im Gegensatz zu den großen Fernsehshows allerdings findet dies ohne Publikum statt. In diskreter Umgebung gilt es auszuloten, was einerseits unser Medienunternehmen zu bieten hat und andererseits, was es fordert.

Umgekehrt sollen aber auch die Bewerber ihre Vorstellungen und Ideen unterbreiten. Der vorgegebene Zeitrahmen von 30 Minuten pro Gespräch fordert hohe Konzentration von beiden Seiten und garantiert, dass keine Wartezeiten in Kauf genommen werden müssen.

Wer kann sich bewerben?
Bewerben können sich alle, die im Altlandkreis Lohr leben und auch arbeiten wollen. Ab einem Alter von 16 Jahren ist jeder willkommen – ambitionierte Jung-Journalisten ebenso wie engagierte Frührentner oder Mütter, die nebenbei noch eine sinnvolle Beschäftigung bei freier Zeiteinteilung suchen.

Voraussetzungen

- Natürliche Neugierde
- Gute Allgemeinbildung
- Geübter und fehlerfreier Umgang mit der deutschen Sprache und Lust, an dieser und mit dieser zu arbeiten.
- Lernbereitschaft
- Offenheit und Kontaktfreudigkeit
- Flexibilität und Zuverlässigkeit

Das Risiko
Passieren kann eigentlich nichts. Ganz nach dem Motto: Wenn's passt, ist's gut. Dann folgen vertiefte Gespräche und Schulungen – sollten sich mehrere geeignete Kandidaten finden, dann auch in Gruppen. Wenn es nicht passt, dann war es wenigstens ein nettes Gespräch.

Termin
Das Casting wird Anfang Februar durchgeführt. Nach der Anmeldung werden individuelle Gesprächstermine vereinbart. Es findet in Lohr statt, der genaue Ort wird noch mitgeteilt.

Nach der Auswahl
Wie geht's danach weiter? Das hängt von den Bewerbern und deren Anzahl ab. Wenn wir auf einen gemeinsamen Nenner kommen, dann folgen ein Briefing und eine Schulungsphase.

Die Module des Crash-Kurses können auf einen Tag komprimiert oder auf mehrere Nachmittage oder Abende verteilt werden. Abhängig von der Anzahl der Bewerber und deren zeitliche Flexibilität kann dies Mitte Februar oder dann erst im April stattfinden.

Anmeldung
Das Ausfüllen und Abschicken des Online-Formulars gilt als Anmeldung. Zu finden ist es unter www.mainpost.de/9094797

Kamera, Stift und Schreibblock gehören zum Handwerkszeug des Reporters ebenso wie Smartphone und Computer. FOTO: ROLAND FLEIER

Bundesgericht erkennt Vergütungsregeln an

BGH entscheidet erstmals auf ihrer Basis über angemessenes Honorar

Von Maria Goblirsch

Eigentlich hätte es der *Bonner General-Anzeiger* besser wissen müssen. Immerhin hatte Werner Hundhausen, über Jahrzehnte Geschäftsführer des Verlages, für den Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) die Verhandlungen über die Gemeinsamen Vergütungsregeln (GVR) geführt und schließlich seine Unterschrift unter die Vereinbarung gesetzt.

Das hielt den Verlag allerdings nicht davon ab, seinen freien Mitarbeitern über Jahre hinweg Zeilen- und Bildhonorare zu zahlen, die mit 21 beziehungsweise 25 Cent pro Zeile und 20,45 Euro pro Bild weit unter den in den Vergütungsregeln genannten Mindestsätzen lagen. Zwei Freie klagten dagegen und gingen mit Unterstützung des Deutschen Journalisten-Verbandes bis in die letzte Instanz.

23.000 Euro Nachzahlung

Nun haben es der *Bonner General-Anzeiger* und der BDZV schriftlich und von höchster richterlicher Instanz. Der BGH legte zum ersten Mal die am 1. Februar 2010 in Kraft getretenen Gemeinsamen Vergütungsregeln als gerichtliche Messlatte für angemessene Honorare an und verurteilte den *Bonner General-Anzeiger* zur Nachzahlung von fast 23.000 Euro Honorar plus Zinsen. Zur Begründung führten die Richter an, das ursprünglich gezahlte Bild- und Zeilenhonorar sei „unangemessen niedrig“ gewesen und hielten mehr als das Doppelte für adäquat, nämlich 58 Cent pro Zeile und 48 Euro pro Bild (Entscheidungen vom 21.5.2015, Az.: 1 ZR 62/14 und ZR 39/14).

Bereits im Mai 2015 hatte das Gericht vorab die Leitsätze verkündet. Jetzt folgten die mit Spannung erwarteten vollständigen Entscheidungen. In den Fällen hatte zunächst das Landgericht Köln als erste Instanz im Juli 2013 festgestellt, dass die Gemeinsamen Vergütungsregeln als Maßstab für das, was als Honorar angemessen ist, zu dienen haben. Das bestätigten anschließend auch das Oberlandesgericht Köln und der BGH als höchste Instanz.

Interessant ist, dass das Kölner Landgericht die GVR-Honorarsätze auch für Aufträge aus der Zeit angewendet hat, als diese Vergütungsregeln noch nicht galten. Dem hat der BGH in seiner Entscheidung widersprochen.

Die Karlsruher Richter erklärten in dem jetzt veröffentlichten Urteil, es könnten auch solche gemeinsamen Vergütungsregeln als Vergleichsmaßstab und als Orientierungshilfe herangezogen werden, „deren Anwendungsvoraussetzungen nicht vollständig erfüllt sind“.

Vergleich arbeitnehmerähnlich – frei

Als Schätzungsgrundlage lässt der BGH bei der Berechnung angemessener Honorare auch den sogenannten 12a-Tarifvertrag für arbeit-

nehmerähnliche freie Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen zu – selbst, wenn sich der Mitarbeiter nicht auf einen Status als arbeitnehmerähnlicher freier Journalist beruft. Voraussetzung für diesen Status ist die wirtschaftliche Abhängigkeit von einem Verlag.

Das Oberlandesgericht Köln als zweite Instanz kam dann zu etwas niedrigeren Honorarsätzen von nur 37 Cent pro Zeile. Der freie Journalist habe der Tageszeitung nur ein einfaches Nutzungsrecht eingeräumt und die Auflagen auf dem Land seien niedriger. Der BGH beanstandete auch diese Berechnung nicht.

Das Oberlandesgericht Köln hatte dazu gesagt: „Es sind keine Gründe dafür ersichtlich, warum eine identische Leistung eines arbeitnehmerähnlichen Journalisten wesentlich anders vergütet werden sollte als die eines freien Journalisten“. Dies ließen auch die BGH-Richter gelten.

Ausfallhonorar bejaht

Der BGH stellt in seinem jüngsten Urteil zudem klar, dass freien Journalisten, die hauptberuflich für Tageszeitungen arbeiten, ein Ausfallhonorar zusteht. Dies sei in § 7 Absatz 2 der GVR eindeutig geregelt. Danach sei „für einen Auftrag, der dem freien Journalisten von der Redaktion oder dem Verlag erteilt wurde, das angemessene Honorar auch dann zu zahlen, wenn der Beitrag termin- und auftragsgemäß abgeliefert, aber nicht veröffentlicht worden ist“.

Auch ein Anspruch auf Ersatz der Fahrtkosten darf nach Ansicht der BGH-Richter in den Vergütungsregeln vereinbart werden (§ 5 GVR). Allerdings gilt hier: Diese dürfen als Maßstab „nur für den Zeitraum ab Inkrafttreten der Gemeinsamen Vergütungsregeln bejaht werden“.

Presseausweis genügt als Beleg

In der Praxis muss der Freie, wenn es der Verlag verlangt, nachweisen, dass er hauptberuflich journalistisch für eine Tageszeitung arbeitet (§ 1 Absatz 1 GVR). Zum Nachweis für diese Hauptberuflichkeit reichte dem BGH die Vorlage eines Presseausweises aus.

Der Anwendungsbereich der Gemeinsamen Vergütungsregeln sei nicht darauf beschränkt, dass der Journalist hauptberuflich für Tageszeitungen arbeitet. Denn es sei zu berücksichtigen, dass ein freier Journalist „in einer sich zunehmend veränderten Medienlandschaft gezwungen ist, seine Beiträge nicht nur Tageszeitungen, sondern auch Onlinemagazinen, lokalen Werbezeitungen oder ähnlichen Presseorganen anzubieten. Für die Gemeinsamen Vergütungsregeln an Tageszeitungen bliebe kaum ein Anwendungsbereich, wenn der freie Journalist hauptberuflich ausschließlich für Tageszeitungen tätig sein müsste“, stellten die Richter fest.

„Der Presseausweis reicht als Indiz für die Hauptberuflichkeit“

Bundesgerichtshof

Ab in die Cloud

Nicht nur Speicher, sondern Mehrwert. Für welchen Cloud-Anbieter Sie sich entscheiden sollten

Von Johannes Michel

Datenverlust, ob durch einen Fehler oder „menschliches Versagen“, haben die meisten Anwender schon einmal erlebt. Auch deshalb steht die Sicherheit der eigenen Daten zumeist im Vordergrund, wenn es um das Thema „Cloud“ geht. Denn liegen die Dokumente nicht nur auf dem eigenen Notebook, sondern auch in einem Onlinespeicher, so bleiben sie vorhanden, wenn das Notebook gestohlen wird oder die Festplatte ihren Geist aufgibt. Es spricht aber noch mehr für die Cloud. Zum Beispiel Co-Working, das Zusammenarbeiten mit Kollegen am gleichen Dokument oder der Austausch von großen Daten wie Bildern und Videos, die sich nicht so einfach per E-Mail verschicken lassen. Was ist bei der Auswahl des Cloud-Anbieters zu beachten? Und wo lauern Fallstricke?

Wer einen PC, einen Mac oder ein Smartphone nutzt, ist automatisch im Besitz eines Cloudspeichers. Wie das? Ganz einfach: Microsoft, Apple und Google stellen ohne Nachfrage einen Cloudspeicher bereit, wenn ein Nutzerkonto angelegt wird. Bei PCs mit Windows 10 oder Windows-Smartphones ist dies Microsofts OneDrive, bei Macs oder iPhones und iPads die iCloud und bei Android-Smartphones Google Drive. Selbst Anwender, die bislang meinen, keine Clouddienste zu nutzen, tun dies wahrscheinlich doch, und zwar über ihr Smartphone. Denn oftmals landen nicht nur die E-Mails, sondern die gespeicherten Termine, die Sicherungen von installierten Apps oder die Rückspeiche-

rung von SMS-Nachrichten darin. Und viele Smartphones speichern in der Grundeinstellung mit der Kamera aufgenommene Bilder nicht nur lokal auf dem Gerät, sondern in eben jener Cloud.

Das Einfachste wäre natürlich, einfach diese Cloud zum Speichern eigener Dokumente und Fotos zu verwenden. Viele Nutzer machen das auch und begeben sich nicht auf die Suche nach möglichen Alternativen. Die machen aber oftmals Sinn, etwa dann, wenn mehr Speicherplatz benötigt wird, wenn die Server des Unternehmens nicht überall in der Welt verteilt sein, sondern in Deutschland stehen sollen, oder wenn die in der Cloud abgelegten Daten nicht nur auf Geräten des gleichen Betriebssystems, sondern systemübergreifend zur Verfügung gestellt werden sollen. Gerade das Thema „Serverstandort Deutschland“ bestimmt bei den Clouds häufig die Diskussionen. Auf den ersten Blick bietet ein deutscher

Anbieter aber erst einmal keine Vorteile. Erst der zweite Blick zeigt, so sieht es auch der Europäische Gerichtshof, dass personenbezogene Daten von europäischen Bürgern in den USA nicht ausreichend vor staatlichem Zugriff geschützt sind. Stichwort: NSA und Patriot Act. Hinzu kommt, dass die Nutzungsbedingungen und insbesondere die Datenschutzbedingungen bei so manchem Anbieter sehr lax formuliert sind. Entgegenwirken können Nutzer dem mit der Verschlüsselung ihrer Daten. Aber dazu später mehr.

Einen weiteren Punkt gilt es unbedingt noch zu beachten. Bei Microsoft, Apple und Google ist es zwar unwahrscheinlich, dennoch können Cloud-Anbieter auch schließen, zum Beispiel aufgrund einer Insolvenz. Dies geschah in den vergangenen Jahren schon mehrfach. Daher sollten auch von diesen Daten Sicherungskopien vorhanden sein. Wer also einen Cloud-Dienstleister einrichtet, sollte immer alle dort gespeicherten Daten vollständig mit seinem Computer synchronisieren – und nicht nur einige Ordner.

Mehr Speicherplatz gefällig?

Schauen wir uns eine Auswahl der großen Cloud-Anbieter genauer an. Unter den dreien, die die meisten Nutzer ohnehin schon haben, also OneDrive, iCloud oder Google Drive, bietet Google Drive mit 15 Gigabyte (GB) den größten kostenfreien Speicherplatz. Google hat außerdem die weitest gehenden

Zubuchtoptionen zu bieten, bis zu 30 Terrabyte (TB) stellt jeder Anbieter auf Wunsch zur Verfügung. Das hat natürlich auch seinen Preis. OneDrive und iCloud kommen mit fünf GB kostenfreiem Speicher, die sich ebenfalls aufstocken lassen – auf bis zu 1 TB. Microsoft liefert bei OneDrive noch ein kleines Schmankerl mit: In den sieben Euro für ein TB zusätzlichen Speicherplatz ist ein Office-365-Abonnement mit dabei, und damit die Nutzung von Office-Programmen wie Word, Excel und Outlook. Das kann durchaus ein Kriterium sein, sich für diesen Anbieter zu entscheiden. Die Software wird dann



jahresweise gemietet und nicht mehr gekauft. Größter Vorteil: Kommt eine neue Version heraus, wird die beim Nutzer automatisch aufgespielt. Gerade Besitzer älterer Officepakete profitieren also.

Die beiden größten Konkurrenten der bereits in viele Systeme integrierten Dienste heißen Dropbox und Box. Dropbox ist einer der ältesten Cloudanbieter – und kommt in der Grundausstattung seit Jahren mit mageren zwei GB Speicher. Diese lassen sich zwar kostenfrei erweitern, zum Beispiel, wenn Freunde zu Dropbox eingeladen werden. Solche Optionen gibt es auch bei vielen der anderen Dienstleister. Bei Box hingegen sind zehn GB Speicher mit dabei. Wenn es eine Cloud aus Deutschland sein soll, sind die Angebote von Telekom und Strato interessant. Bei der Telekom Cloud gibt es sogar satte 25 GB Speicherplatz gratis, bei Strato sind es nur fünf GB. Dafür ermöglicht Strato, viel Speicher zuzubuchen – bei der Telekom ist bei 100 GB Schluss. Was alle Anbieter ebenfalls gemeinsam haben, sind spezielle Angebote für Businesskunden. Dies meint zumeist aber nicht den Freiberufler oder kleinen Selbstständigen, sondern Unternehmen. Daher wurden diese Tarife in diesen Vergleich nicht mit eingerechnet.

Der Zugriff auf die Daten erfolgt immer über Programme auf PC oder Mac sowie über Apps. Und in diesem Bereich fällt auch oft die Entscheidung für oder gegen einen Anbieter, denn nicht alle Betriebssysteme

werden unterstützt. Die Apple iCloud funktioniert erstklassig auf Apple-Produkten, für Windows-PCs gibt es immerhin ein Programm zum Herunterladen, mit Android-Smartphones hingegen kann sie wenig anfangen. Die Telekom Cloud lässt Apps für Windows Phone und BlackBerry vermissen, auch Google Drive kennt diese beiden Smartphone-Betriebssysteme nicht. Wer also ein solches Gerät nutzt und auch hier auf seine Daten zugreifen möchte, muss genau hinschauen. iPhone- und Android-Nutzer sind klar im Vorteil: Für ihr Betriebssystem haben alle Dienstleister eine App entwickelt.

Wichtige Daten verschlüsseln

Wer seine Daten in die Cloud transferiert, erledigt dies zwar über eine „sichere Leitung“, auf den Festplatten des Anbieters aber liegen die Daten dann genauso wie auf dem PC, also unverschlüsselt. Daher haben sich verschiedene Dienstleister darauf spezialisiert, die Daten schon beim Hochladen direkt zu verschlüsseln. Ein Beispiel für eine solche Software ist Boxcryptor. Das Programm arbeitet mit den meisten gängigen Clouds zusammen. Zur Verschlüsselung werden einfach die betreffenden Ordner auf PC oder Smartphone definiert. Für Privatanwender ist Boxcryptor kostenfrei, möglich ist der Zugang zu den Daten in der Cloud aber nur von zwei Geräten aus, also beispielsweise Notebook und Smartphone. Wer mehr will, muss eine Lizenz erwerben, diese kostet ab 36 Euro pro Jahr.

Die mit Boxcryptor erreichte Verschlüsselung ist so stark, dass selbst Geheimdienste sie nicht knacken können. Verschlüsselt werden müssen nicht unbedingt alle die Daten, die in der Cloud gespeichert sind, Sinn macht dies etwa für wichtige Dokumente.

Stichwort: Co-Working

Einen Bereich der Arbeit, den Clouds erst richtig geschaffen haben, ist das Co-Working. Ein Beispiel: Zwei Autoren schreiben gemeinsam an einem Text. Dieser wächst, es kommen immer wieder Absätze hinzu. Früher hieß das: Aufpassen, ständig neu zusammenfügen. Heute können beide Autoren den Text gleichzeitig bearbeiten, die Änderungen werden dokumentiert und zusammengefügt. Verloren gehen kann damit nichts mehr – und jeder, der das Dokument aufruft, ist immer auf dem aktuellen Stand. Voraussetzung ist, dass beide den gleichen Cloud-Anbieter verwenden.

Fazit

Geschmacksfrage, Gerätepark, Serverstandort. Diese drei Dinge sind wichtig bei der Auswahl einer Cloud. Wer etwa gleichzeitig Apple- und Windows-Geräte einsetzt, wird mit Apples iCloud nicht glücklich werden. Sollen die Server in Deutschland stehen, kommen die bekannten internationalen Anbieter erst gar nicht in Frage. Und auch die jeweilige Bedienung und das Software-Angebot sollten eine Rolle spielen. Also: Erst testen – und sich dann auf den Favoriten festlegen.

	Microsoft OneDrive	Apple iCloud	Google Drive	Dropbox	Box	Telekom Cloud	Strato HiDrive
Serverstandort	weltweit	USA	weltweit	USA	weltweit	Deutschland	Deutschland
kostenfreier Speicherplatz	5 GB	5 GB	15 GB	2 GB	10 GB	25 GB	5 GB
zubuchbare Speicheroptionen (Preis pro Monat)	1 TB (inkl. Office 365): 7 €	50 GB: 0,99 € 200 GB: 2,99 € 1 TB 9,99 €	100 GB: 1,99 \$ 1 TB: 9,99 \$ 10 TB: 99,99 \$ 20 TB: 199,99 \$ 30 TB: 299,99 \$	1 TB: 9,99 €	100 GB: 8 €	50 GB: 4,95 € 100 GB: 9,95 €	20 GB: 0,79 € 100 GB: 3,59 € 1 TB: 7,50 € 2 TB: 19,99 € 5 TB: 49,90 €
Apps	bereits integriert in Windows 8 und 10 Apps für: Android, Mac, iOS, Windows Phone, Windows 7	bereits integriert in iOS und MacOS bereits integriert in iOS und MacOS Apps für: Windows 7, 8, 10	Android, iOS, Windows 7, 8, 10	Android, iOS, BlackBerry, Kindle, MacOS, Windows 7, 8, 10	Android, iOS, BlackBerry, Windows Phone, MacOS, Windows 7, 8, 10	Android, iOS, Windows 7, 8, 10	Android, iOS, Windows Phone, MacOS, Windows 7, 8, 10

* Mit der ISBN-Suche der Wikipedia können Sie das entsprechende Werk in Bibliotheks- und Verbundkatalogen sowie im Buchhandel schnell finden.



Live is Live

Schon nach dem Vorwort, das in diesem Fernsehbuch konsequenterweise Vorspann heißt, ist klar: Da schreibt einer, der für Live-Fernsehen brennt. „Live macht einfach mehr Spaß, und zwar nicht nur dem Publikum, sondern auch den Machern“, konstatiert Wolfgang Lanzenberger, Fernsehjournalist und erfahrener Studio-Regisseur. Diese Begeisterung spricht aus jeder Zeile der 390 Seiten. Lanzenberger beschreibt, worauf es bei einer Live-Sendung ankommt. Umfassend beleuchtet er sämtliche Facetten, Besonderheiten, Herausforderungen von Fernsehen in Echtzeit. Von den verschiedenen Live-Genres und Berufsbildern – vom Techniker über den Redakteur bis zum Moderator –, über Sendeplanung und Sendungsgestaltung bis hin zur Frage der Zukunft des Fernsehens. Die einzelnen Kapitel sind kurz und knapp gehalten, dadurch allesamt kurzweilig und verständlich, auch für Einsteiger. Erfahrene Fernsehmacher finden Anregungen, das eigene Business zu reflektieren. Mehrwert bieten außerdem praktische Tipps und Links zu einer begleitenden Webseite mit Erklär-Videos oder Interviews mit Fernsehmachern. Ein leidenschaftlicher Praxis-Ratgeber vor allem für TV-Neulinge und Ausbildung.

Verena Nierle

Wolfgang Lanzenberger, Live-TV. Produzieren und Senden in Echtzeit, UVK Verlagsgesellschaft Konstanz 2015, 390 Seiten, 34,99 Euro, ISBN 978-386764-447-1



Der Krieg hat uns

Krieg und mit Gewalt ausgetragene Konflikte sind täglich und vielfach ein Thema in der Berichterstattung. Der vorliegende Sammelband rollt das Thema noch weiter aus: Krieg sei mittlerweile auch zum Gegenstand der Populärkultur und der Unterhaltungsindustrie geworden, unter anderem auch in Computer- und Videospiele. Forscher verschiedener Disziplinen, etwa Medien- und Kommunikations- sowie Literaturwissenschaft und Psychologie, liefern Analysen textlicher und bildlicher Kriegsdarstellungen. Sie zeigen „die Wirkungen, die sich aus spezifischen Darstellungsformen und der Nutzung bestimmter Medien entwickeln“. Das klingt für den Praktiker zunächst etwas akademisch und nach Fleißarbeit im Elfenbeinturm – das ist es aber nicht. Gerade extreme Krisenthemen erfordern von Berichterstattern ein Höchstmaß an Reflektion – dieser Band bietet vielseitige Erkenntnisse und Anregungen für diese Aufgabe.

Thomas Mrazek

Reer, Felix/Sachs-Hombach, Klaus/Schahadat, Schamma (Hrsg.): Krieg und Konflikt in den Medien. Multidisziplinäre Perspektiven auf mediale Kriegsdarstellungen und deren Wirkungen. Herbert von Halem Verlag 2015, 397 Seiten, 32 Euro, ISBN 978-3-86962-101-2. (E-Book: 27,99 Euro, ISBN 978-386962-132-6). Weitere Informationen: bjvlink.de/krieg



Der nächste Fehler passiert bestimmt

„Perlen des Lokaljournalismus“, man liest die Überschrift des Buches und sofort zieht sich der Magen zusammen: Zu präsent die Erinnerung an eigene Patzer, an zweideutige Überschriften und peinliche „Füller“, wenn noch eine Meldung auf die Seite muss und der Polizeireport nichts mehr hergibt außer einem geklauten Salatkopf. Aber, so versichern die Sammler Ralf Heimann und Jörg Homering-Elsner im Vorwort, das Büchlein mit den Aussetzern des Lokaljournalismus wolle „niemanden auslachen“. So sind erkennbare Autoren- oder Fotografennamen geschwärzt. Man kann beim Blättern dann doch kichern, auch wenn man ahnt, wie der Fotoredakteur am nächsten Morgen schwitzte, als das Bild zum Artikel über „Pferdetourismus“ nun plötzlich ein Schaf zeigt. Erleichtert stellt man fest, dass auch andere Zeitungen vermelden müssen, dass in einem Imbiss zwei Klebehaken („Gesamtwert 1,50 Euro“) gestohlen wurden. Wer schon die Facebook-Seite der Autoren abonniert, findet in der gedruckten Ausgabe nicht unbedingt Neues, aber als Geschenkbüchlein nicht nur für Lokaljournalisten eignet sich der Band allemal.

Thomas Mrazek

Ralf Heimann, Jörg Homering-Elsner: Lepra-Gruppe hat sich aufgelöst. Perlen des Lokaljournalismus. Heyne, München 2015, 190 Seiten, 9,99 Euro, ISBN 978-3-453-60362-2, weitere Informationen: bjvlink.de/perlen

Pressestellen A bis Z im BJVreport

Hier finden Sie die Einträge von Pressestellen aus den Bereichen Bildung/Wissenschaft (BW), Medien (M), Messen/Ausstellungen (MA), Finanzen (F), Versicherungen (V), Energie (E), Verkehr (VK), Unternehmen (U), Kammern (K), Verbände (VB), Soziales/Kirche (SK):

<p>A</p> <p>AFAG Messen und Ausstellungen (MA)</p> <p>AOK Bayern (V)</p> <p>AUDI (U)</p> <p>B / C</p> <p>Bauindustrie Bayern / Bayerischer Bauindustrieverband (VB)</p> <p>Bayerische Börse / Börse München (F)</p> <p>Bayerische Landesärztekammer (K)</p> <p>Bayerische Landeszahnärztekammer (K)</p> <p>Bayerischer Jagdverband (VB)</p> <p>Bayerngas (E)</p> <p>Bayernhafen Gruppe (VK)</p> <p>Bayern Innovativ (W)</p> <p>Bayernwerk (E)</p> <p>BayWA (U)</p> <p>bbw Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft (BW)</p> <p>Bischöfliche Aktion Adveniat (SK)</p> <p>BMW Group (U)</p> <p>D</p> <p>DIEHL Diehl Stiftung (U)</p> <p>DRÄXLMAIER Group (U)</p> <p>E</p> <p>Erdgas Schwaben (E)</p> <p>E-T-A Elektrotechnische Apparate (U)</p> <p>F</p> <p>Flughafen München (VK)</p> <p>Fraunhofer-Institut für Eingebettete Systeme und Kommunikationstechnik ESK (BW)</p>	<p>Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS (BW)</p> <p>G</p> <p>Generali Versicherungen (V)</p> <p>GVB Genossenschaftsverband Bayern (F)</p> <p>H</p> <p>Handwerkskammer für München und Oberbayern (K)</p> <p>Hanns-Seidel-Stiftung (BW)</p> <p>Hochschule Hof (BW)</p> <p>IJK</p> <p>IHK Nürnberg für Mittelfranken (K)</p> <p>Interhyp Baufinanzierung (F)</p> <p>L</p> <p>Landesvereinigung der Bayerischen Milchwirtschaft (VB)</p> <p>LEONI (U)</p> <p>LEW Lechwerke (E)</p> <p>LfA Förderbank Bayern (F)</p> <p>LMU Ludwig-Maximilians-Universität München (BW)</p> <p>M</p> <p>Messe Berlin (MA)</p> <p>N</p> <p>N-ERGIE (E)</p> <p>NÜRNBERGER Versicherungsgruppe (V)</p> <p>NürnbergMesse (MA)</p> <p>O / P</p> <p>OMV Deutschland (U)</p>	<p>R</p> <p>RMD Rhein-Main-Donau (E)</p> <p>S</p> <p>SIEMENS Region Bayern (U)</p> <p>Sparkassenverband Bayern (F)</p> <p>Stadtsparkasse München (F)</p> <p>St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg (U)</p> <p>StWN Städtische Werke Nürnberg (U)</p> <p>Süddeutscher Verband reisender Schausteller und Handelsleute (VB)</p> <p>swa Stadtwerke Augsburg Holding (E)</p> <p>T</p> <p>Thüga (E)</p> <p>TÜV Rheinland (U)</p> <p>TUM Technische Universität München (BW)</p> <p>V</p> <p>VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft (VK)</p> <p>VBEW Verband der Bayerischen Energie- und Wasserwirtschaft (VB)</p> <p>VdK Bayern Sozialverband (SK)</p> <p>VDMA Landesverband Bayern (V)</p> <p>Versicherungskammer Bayern (V)</p> <p>VGN Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VK)</p> <p>W</p> <p>wbg Nürnberg Immobilien (U)</p>
--	---	---

Danke auch für die Anzeigen:

- AFAG Messen und Ausstellungen
- Akademie der Bayerischen Presse
- E-T-A Elektronische Apparate
- GVB Genossenschaftsverband Bayern
- Presse-Versorgung (Versorgungswerk der Presse)

Kontaktbörse „Pressestellen“

Die Rubrik „Pressestellen“ im *BJVreport* ist ein gern genutzter „Treffpunkt“ für Kammern, Verbände, Organisationen, Dienstleister und Unternehmen aus vielen Bereichen, die regelmäßige und fundierte Pressearbeit betreiben. Nutzen Sie diese Kontaktbörse, alle zwei Monate, ein ganzes Jahr lang für nur 1.300,- € inkl. Gestaltung und zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6x jährlich**, jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter www.bjv.de • **Planung/Abwicklung:** PETER & WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer, Allersberger Str. 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de





Leiterin
Unternehmenskommunikation

Dr. Petra Blumenroth

Tel. +49 911-2 06 71-116
Fax +49 911-2 06 71-792
blumenroth@bayern-innovativ.de

Pressereferent

Christoph Kirsch

Tel. +49 911-2 06 71-151
Fax +49 911-2 06 71-766
kirsch@bayern-innovativ.de

Bayern Innovativ · Gesellschaft für Innovation und Wissenstransfer mbH
Gewerbemuseumsplatz 2 · 90403 Nürnberg · www.bayern-innovativ.de

Partner für eine starke Zukunft



Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft (bbw) e. V.
Infanteriestraße 8, 80797 München

Unternehmenskommunikation

Sabrina Marohn
Telefon: 089 44108-220
E-Mail: marohn.sabrina@zentrale.bfz.de

Almuth Baron-Weiß
Telefon: 089 44108-216
E-Mail: baron-weiss.almuth@zentrale.bfz.de

www.bbww.de



Susanne Baumer

Leiterin Presse und Öffentlichkeitsarbeit
Fraunhofer-Institut für Eingebettete Systeme
und Kommunikationstechnik ESK

Hansastr. 32 | 80686 München
Telefon +49 89 547088-353 | Mobil +49 151 12160404
susanne.baumer@esk.fraunhofer.de
www.esk.fraunhofer.de



Thoralf Dietz

Leiter Unternehmenskommunikation
Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS

Am Wolfsmantel 33 | 91058 Erlangen
Telefon +49 9131 776-1630 | Mobil +49 171 7632048
thoralf.dietz@iis.fraunhofer.de
www.iis.fraunhofer.de
www.facebook.com/FraunhoferIIS
www.twitter.com/FraunhoferIIS



www.facebook.com/HannsSeidelStiftung

www.twitter.com/HSSde

www.youtube.com/HannsSeidelStiftung

Hubertus Klingsbögl Pressesprecher

Hanns-Seidel-Stiftung e.V. Tel: +49(0)89 12 58-262
Lazarettstraße 33 Fax: +49(0)89 12 58-356
80636 München E-Mail: presse@hss.de

www.hss.de

Im Dienst von Demokratie, Frieden und Entwicklung



University of Applied Sciences

Kirsten Broderdörp

Pressesprecherin

Alfons-Goppel-Platz 1
95028 Hof

Tel. 09281 / 409 3081
Fax 09281 / 409 55 3081
Mobil 0172 / 6767154

www.hof-university.de

kirsten.broderdoerp@hof-university.de

Ihr Eintrag in der Rubrik PRESSESTELLEN verschafft übers ganze Jahr Kontakt zu Journalisten, Redakteuren und Mitarbeitern in den Medien, zu Pressesprechern in nahezu allen Bereichen, präsentiert Sie auf den Punkt in der Wirtschaft und bei Behörden, erreicht Politik und Kirche, Soziales und Bildungswesen – und mehr.

**PUNKT-
LANDUNG**

Zeigen auch Sie Flagge im Medienmagazin *BJVreport*: 1/8 Seite (86 x 60 mm) in allen sechs Ausgaben pro Jahr = 1.300,- E, auf Wunsch auch inklusive Gestaltung.

Der nächste BJVreport (alle zwei Monate) erscheint am 16.04.2016, Anzeigenschluss ist am 18.03.2016.

Anzeigenmarketing: PETER & WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer, Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de



Luise Dirscherl
Kommunikation und Presse
Leitung

Leopoldstr. 3
80802 München

Tel: 089 / 2180 - 2706
Fax: 089 / 33 82 97

www.lmu.de

E-Mail: dirscherl@lmu.de



Technische Universität München

Dr.
Ulrich Marsch

Arcisstraße 21
80333 München

Pressesprecher des Präsidenten
Leiter Corporate Communications
Center

Tel + 49.89.289.22778
Fax + 49.89.289.23388
marsch@zv.tum.de
www.tum.de



Paul Schneeberger
Leiter Unternehmens-Kommunikation

AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Messezentrum 1 · 90471 Nürnberg
Telefon (0911) 9 88 33 - 141 · Fax (0911) 9 88 33 - 241

www.afag.de · paul.schneeberger@afag.de



Michael T. Hofer
Pressesprecher/Spokesman

Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Unternehmensgruppe Messe Berlin

Senior Vice President Messe Berlin
Press and Public Relations, Group of Companies

Messe Berlin GmbH · Messedamm 22 · 14055 Berlin
Tel. +49 (0)30 3038-2270 · Fax +49 (0)30 3038-2279
hofer@messe-berlin.de · www.messe-berlin.de

Die Themen finden Sie auf
unseren Veranstaltungen.
Die Antworten liefern wir.

NÜRNBERG MESSE

Dr. Thomas Koch
Leiter Unternehmenskommunikation
Geoffrey Glaser
Pressesprecher NürnbergConvention

NürnbergMesse GmbH
Messezentrum · 90471 Nürnberg
T +49 9 11 86 06-82 48
F +49 9 11 86 06-81 72
presse@nuernbergmesse.de
www.nuernbergmesse.de

Ist Ihr Eintrag noch aktuell?

Bitte prüfen Sie Ihren Pressestellen-Eintrag in jeder Ausgabe. Text- und Farbkorrekturen, Logo-Änderungen erledigen wir gerne für Sie – nach Ihren Vorgaben und kostenlos!

Ihr BJV Kontakt für Anzeigen und Pressestellen-Einträge:
PETER & WERBUNG, Manfred Peter/Sabrina Sporer,
Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg,
Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

Bayerische Börse AG, Träger der



Ulrich Kirstein
Pressesprecher

Karolinenplatz 6
80333 München

Telefon 089 549045-25
Mobil 0151 55046116
Fax 089 549045-55

kirstein@boerse-muenchen.de
www.boerse-muenchen.de



Genossenschaftsverband
Bayern

Florian Ernst
Pressesprecher

Türkenstraße 22 - 24 · 80333 München
Tel. 0 89/28 68-34 02 · Mobil: 0176 / 10 01 45 53
Fax 0 89/28 68-34 05

E-Mail presse@gv-bayern.de
www.gv-bayern.de

IHRE ANSPRECHPARTNER:**Christian Kraus**

Leiter Unternehmenskommunikation

Telefon: 089 20307-1301

Telefax: 089 203075-1301

E-Mail: christian.kraus@interhyp.de

Interhyp AG

Marcel-Breuer-Str. 18 | 80807 München

www.interhyp.de

Heidi Müller

Leiterin Public Relations

Telefon: 089 20307-1305

Telefax: 089 203075-1305

E-Mail: heidi.mueller@interhyp.de

Interhyp AG

Marcel-Breuer-Str. 18 | 80807 München

www.interhyp.de



DIE BAUFINANZIERUNG

**Sparkassenverband Bayern****Eva Mang**

Dipl.-Volkswirtin

Pressesprecherin

Bereich

Presse- & Öffentlichkeitsarbeit, Gremien

Karolinenplatz 5, 80333 München

Telefon 089 2173-2009

Telefax 089 2173-2118

Mobil 0170 2208491

E-Mail Eva.Mang@svb-muc.de

Dr. Joachim Fröhler

Pressesprecher

Unternehmenskommunikation | Vorstandsstab



Sparkassenstraße 2 · 80331 München

Tel. 089 2167-47301 · Fax 089 2167-947301

presse@sskm.de · sskm.de/presse

facebook.com/Stadtparkasse.Muenchen

xing.com/companies/sskm

blog.sskm.de



Die Bank unserer Stadt.

Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe <i>BJVreport</i>	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
2/2016	18. März	6. April	16. April
3/2016	13. Mai	18. Mai	3. Juni
4/2016	15. Juli	3. August	13. August
5/2016	16. September	5. Oktober	15. Oktober
6/2016	18. November	7. Dezember	17. Dezember

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing *BJVreport*:

PETER&WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer

Telefon 0911/4245930, Fax 0911/4245959, info@pundwag.de

**GESUNDHEIT
IN BESTEN HÄNDEN**

In allen Fragen der Gesundheitspolitik und der Krankenversicherung sind wir gerne auch Ihr Ansprechpartner.

**Michael Leonhart M.A.
Pressesprecher****AOK Bayern - Die Gesundheitskasse
Zentrale**

Carl-Wery-Straße 28 / 81739 München

Tel.: 089/62730 146 / Fax 089/62730 650099

www.aok.de / Email: presse@by.aok.de

**Generali Versicherungen
Ihre Ansprechpartner****Björn Collmann**

Pressesprecher Leben/Altersvorsorge

Telefon (089) 5121-2268

Christian Krause

Pressesprecher Komposit

Telefon (089) 5121-2283

Generali Versicherungen
Adenauerring 7
81737 München
www.generali.de**NÜRNBERGER**
VERSICHERUNGSGRUPPE**Ulrich Zeidner**

Abteilungsleiter Medien

Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg

Telefon 0911 531-6221, Fax 0911 531-816221

Ulrich.Zeidner@nuernberger.de

www.nuernberger.de

VER**SICHER**UNGS
KAMMER
BAYERN**Ein Stück Sicherheit.****Claudia Scheerer**

Pressesprecherin

Tel. 089 2160 3050

Fax 089 2160 3009

claudia.scheerer@vkb.de

Stefan Liebl

Stellvertr. Pressesprecher

Tel. 089 2160 1775

Fax 089 2160 3009

stefan.liebl@vkb.de

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de

bayerngas
Energiepartnerschaft mit Zukunft

Dirk Barz
Pressesprecher

Tel.: +49 (0) 89. 72 00 - 339
Fax: +49 (0) 89. 72 00 - 448

Bayerngas GmbH
Poccistraße 9
80336 München

dirk.barz@bayerngas.de
www.bayerngas.de

bayernwerk

Maximilian Zängl
Leiter
Unternehmens-
kommunikation
Pressesprecher

Bayernwerk AG
Lilienthalstraße 7
93049 Regensburg
T 09 41-2 01-78 20
F 09 41-2 01-70 23
M 01 79 - 138 98 27
maximilian.zaengl
@bayernwerk.de
www.bayernwerk.de



erdgas schwaben

Dipl.-Journ.
Cornelia P. Benesch
Leiterin Unternehmenskommunikation

erdgas schwaben gmbh
Bayerstr. 43 · 86199 Augsburg
Telefon +49 821 9002-360
Telefax +49 821 9002-365

cornelia.benesch@
erdgas-schwaben.de
www.erdgas-schwaben.de

LEW
Lechwerke **Ansprechpartner für die Presse**

Dr. Thomas Renz
Leiter Kommunikation
T +49 (0)8 21/3 28-18 62
thomas.renz@lew.de

Ingo Butters
Pressesprecher
T +49 (0)8 21/3 28-16 73
ingo.butters@lew.de

VORWEG GEHEN

Lechwerke AG • Schaezlerstraße 3
86150 Augsburg • www.lew.de
F +49 (0)8 21/3 28-16 60

N-ERGIE
AKTIENGESELLSCHAFT

Melanie Söllch
Leiterin Unternehmenskommunikation
Pressesprecherin

Am Plärrer 43
90429 Nürnberg

Telefon 0911 802-58050
Telefax 0911 802-58053

E-Mail: melanie.soellch@n-ergie.de
www.n-ergie.de

RMD
RHEIN-MAIN-DONAU

Jan Kiver
Pressesprecher

Leiter
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
Vorstandsangelegenheiten

Rhein-Main-Donau AG
Blutenburgstraße 20
80636 München
T +49 89 99222-105
F +49 89 99222-106
M +49 171 2369982
jan.kiver@rmd.de
www.rmd.de



Kontaktbörse „Pressestellen“

Die Rubrik „Pressestellen“ im *BJVreport* ist ein gern genutzter „Treffpunkt“ für Kammern, Verbände, Organisationen, Dienstleister und Unternehmen aus vielen Bereichen, die regelmäßige und fundierte Pressearbeit betreiben. Nutzen Sie diese Kontaktbörse, alle zwei Monate, ein ganzes Jahr lang für nur 1.300,- € inkl. Gestaltung und zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6x jährlich**, jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter www.bjv.de • **Planung/Abwicklung:** PETER & WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer, Allersberger Str. 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

Stadtwerke Augsburg Holding GmbH

Jürgen Fergg
 Pressesprecher
 Hoher Weg 1
 86152 Augsburg
 Tel. 0821 6500-8046
 Fax 0821 6500-8097
 presse@sw-augsburg.de



Stadtwerke Augsburg | Von hier. Für uns.

Carmen Meinhold
Pressesprecherin

Thüga Aktiengesellschaft
 Nymphenburger Straße 39 | 80335 München
 Fon +49 (0)89 381 97-15 42
 Fax +49 (0)89 381 97-15 35
 carmen.meinhold@thuega.de | www.thuega.de



Das große Plus für alle

Bayernhafen GmbH & Co. KG
Linzer Straße 6 · D-93055 Regensburg

Karin Moro
 Unternehmenskommunikation
 Tel.: +49 (0) 941 / 7 95 04-10
 k.moro@bayernhafen.de

www.bayernhafen.de

bayernhafen
 Gruppe

Aschaffenburg – Bamberg – Nürnberg – Roth – Regensburg – Passau

Flughafen München GmbH
Unternehmenskommunikation
Hans-Joachim Bues

Postfach 23 17 55
 85326 München

Telefon [089] 975-4 10 00
 Telefax [089] 975-4 10 06
 achim.bues@munich-airport.de
 www.munich-airport.de



Verkehrs-Aktiengesellschaft Nürnberg

Melanie Söllch
 Leiterin Unternehmenskommunikation

Elisabeth Seitzinger
 Pressesprecherin

Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg
 Telefon 0911 271-3613
 Telefax 0911 271-3152
 E-Mail: elisabeth.seitzinger@stwn.de
 www.vag.de

**Verkehrsverbund
Großraum Nürnberg GmbH**

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Manfred Rupp **Barbara Lohss**
 Tel.: 0911 27075-43 Tel.: 0911 27075-49
 manfred.rupp@vgn.de barbara.lohss@vgn.de

VGN • Rothenburger Straße 9 • 90443 Nürnberg
 Fax: 0911 270 75-50 • www.vgn.de • info@vgn.de

Ihr Eintrag in der Rubrik PRESSE-
 STELLEN verschafft übers ganze Jahr
 Kontakt zu Journalisten, Redakteuren
 und Mitarbeitern in den Medien, zu
 Pressesprechern in nahezu allen Be-
 reichen, präsentiert Sie auf den Punkt
 in der Wirtschaft und bei Behörden,
 erreicht Politik und Kirche, Soziales
 und Bildungswesen – und mehr.

PUNKT-
 LANDUNG

Zeigen auch Sie Flagge im Medienmagazin *BJVreport*.
 1/8 Seite (86 x 60 mm) in allen sechs Ausgaben pro Jahr
 = 1.300,- E, auf Wunsch auch inklusive Gestaltung.

**Der nächste BJVreport (alle zwei Monate) erscheint
 am 16.04.2016, Anzeigenschluss ist am 18.03.2016.**

Anzeigenmarketing: PETER & WERBUNG, Manfred Peter /
 Sabrina Sporer, Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg,
 Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de



AUDI AG
Kommunikation
85045 Ingolstadt

Telefon: +49 841 89-0
Telefax: +49 841 89-44040
E-Mail: audi-kommunikation@audi.de
Internet: www.audi-mediaservices.com

Toni Melff
Leiter Kommunikation
Telefon: +49 841 89-92033
E-Mail: toni.melff@audi.de

Jürgen De Graeve
Unternehmen
Telefon: +49 841 89-34084
E-Mail: juergen.degraeve@audi.de

Stefan Moser
Produkt und Technologie
Telefon: +49 841 89-32260
E-Mail: stefan1.moser@audi.de



Marion Danneboom M.A.
Leiterin PR/Corporate Communications

BayWa AG
PR/Corporate Communications
St.-Martin-Str. 76
81541 München
Telefon +49 89 9222-3680
Telefax +49 89 9222-3699
marion.danneboom@baywa.de
www.baywa.de




Maximilian Schöberl
Konszenkommunikation und Politik
Telefon: +49(0)89-382-37446
E-Mail: Maximilian.Schoeberl@bmwgroup.com

Bill McAndrews
Konszenkommunikationsstrategie,
Unternehmens- und Marktkommunikation
Telefon: +49(0)89-382-22332
E-Mail: Bill.McAndrews@bmwgroup.com

Dirk Arnold
Produkt-, Technologie-, Sportkommunikation,
Dienstleistungen
Telefon: +49(0)89-382-19176
E-Mail: Dirk.Arnold@bmwgroup.com

Postanschrift
BMW AG
D-80768 München

Heusenachstr.
BMW Haus
Detulshing 130
80768 München

Telefon: +49(0)89-382-0
Fax: +49(0)89-382-26868
E-Mail: presse@bmw.de
Internet: www.presse.bmw.de

DIEHL

Verw.-Betriebswirt (VWA)
Michael Prymelski
Leiter Zentrale Öffentlichkeitsarbeit

Diehl Stiftung & Co. KG
Stephanstraße 49, 90478 Nürnberg
Telefon +49 911 947-2493, Telefax +49 911 947-3643
info@diehl.de



Wir beliefern Premium-Automobilhersteller mit modernen Bordnetzsystemen, exklusivem Interieur sowie Elektrik- und Elektronikkomponenten.

Dr. Tobias Nickel
Leitung Marketing und Unternehmenskommunikation
www.draxlmaier.com

DRÄXLMAIER Group
Landshuter Straße 100
84137 Vilsbiburg | GERMANY
T +49 8741 47-4747
F +49 8741 47-1960
presse@draxlmaier.com

WE CREATE CHARACTER



Thomas Weimann
Leiter Unternehmenskommunikation

E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH
Industriestraße 2-8, D-90518 ALTDORF
Telefon 09187 10-0
Telefax 09187 10-597
www.e-t-a.de

Telefon 09187 10-227
Telefax 09187 10-448
E-Mail Thomas.Weimann@e-t-a.de

LEONI

www.leoni.com

Dr. Bernd Buhmann
Leiter Unternehmenskommunikation und Marketing
Telefon 0911-2023-323
E-Mail bernd.buhmann@leoni.com

Sven Schmidt
Presseprecher
Telefon 0911-2023-467
E-Mail sven.schmidt@leoni.com

LEONI AG
Markenstraße 7 · 90462 Nürnberg

Leiter Communications

Thomas Bauer
OMV Deutschland GmbH
Haiminger Str. 1
84489 Burghausen

Tel. +49 (8677) 960-2200
Fax +49 (8677) 960-62200
Mobil +49 160 90762882
thomas.bauer@omv.com
www.omv.de



SIEMENS

Bernhard Lott

Communications and Government Affairs
Pressesprecher Siemens Bayern

Von-der-Tann-Straße 30
90439 Nürnberg
Tel. +49 (911) 654-3561
Fax +49 (911) 654-163561
Mobil +49 (174) 1560693
Mail: bernhard.lott@siemens.com

St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg



Fachkompetenz
mit Kopf, Herz & Hand

Anja Müller

Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon 0911 5699-201
Telefax 0911 5699-447
Mobil 0171 5659262
anja.mueller@theresien-krankenhaus.de
Mommensenstraße 24
90491 Nürnberg
www.theresien-krankenhaus.de

StWN

Städtische Werke Nürnberg GmbH

Melanie Söllch

Leiterin Unternehmenskommunikation

Elisabeth Seitzinger

Pressesprecherin

Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg
Telefon 0911 271-3613
Telefax 0911 271-3152
E-Mail: elisabeth.seitzinger@stwn.de
www.stwn.de



TÜVRheinland®

Genau. Richtig.

Rainer Weiskirchen

Pressesprecher

Tillystr. 2, 90431 Nürnberg
Telefon: (0911) 6 55-4230, Mobil 0170 7 64 67 33
Telefax: (0911) 6 55-4235, rainer.weiskirchen@de.tuv.com



Nürnberg
Immobilien

Die wbg Nürnberg ist die führende kommunalverbundene Unternehmensgruppe der Wohnungswirtschaft in der Metropolregion Nürnberg.

Dieter Barth

Leiter Unternehmenskommunikation,
Pressesprecher

Telefon: 09 11 / 80 04 - 139
Telefax: 09 11 / 80 04 - 201
barth@wbg.nuernberg.de
Glogauer Straße 70
90473 Nürnberg
www.wbg.nuernberg.de



Wir gestalten LebensRäume.

Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe <i>BJVreport</i>	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
2/2016	18. März	6. April	16. April
3/2016	13. Mai	18. Mai	3. Juni
4/2016	15. Juli	3. August	13. August
5/2016	16. September	5. Oktober	15. Oktober
6/2016	18. November	7. Dezember	17. Dezember

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing *BJVreport*:
PETER&WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer
Telefon 0911/4245930, Fax 0911/4245959, info@pundwag.de



BAYERISCHE LANDESÄRZTEKAMMER

Pressestelle

Dagmar Nedbal

Leiterin der Pressestelle,
Bayerisches Ärzteblatt,
Internet

Bayerische Landesärztekammer
Mühlbauerstraße 16
81677 München
Telefon: 089 4147-714
Fax: 089 4147-713
Mobil: 0172 7516157
E-Mail: presse@blaek.de
www.blaek.de



Bayerische LandesZahnärzte Kammer

Isolde M. Th. Kohl

Leiterin Geschäftsbereich Kommunikation

Tel.: 089 72480-102
Fax: 089 72480-444
Mail: ikohl@blzk.de

Bayerische Landes Zahnärztekammer
Körperschaft des öffentlichen Rechts
Fallstraße 34, 81369 München
Internet: www.blzk.de



Handwerkskammer für München und Oberbayern
 Max-Joseph-Straße 4 · 80333 München · www.hwk-muenchen.de
 Rudolf Baier
 Telefon: 089 5119-121 · rudolf.baier@hwk-muenchen.de
 Jens Christopher Ulrich
 Telefon: 089 5119-122 · jens-christopher.ulrich@hwk-muenchen.de



Industrie- und Handelskammer
 Nürnberg für Mittelfranken

Ulmenstraße 52 | 90443 Nürnberg
 Tel. 0911 1335 386
 Fax 0911 1335 150300
presse@nuernberg.ihk.de
www.ihk-nuernberg.de

Dr. Kurt Hesse
 Geschäftsbereich
 Kommunikation

Hartmut Beck
 Presse

Gunther Brieger
 Internet



**BAUINDUSTRIE
 BAYERN**

Dr. Josef Wallner, Dipl.-Volkswirt
 Wirtschaftspolitik | Öffentlichkeitsarbeit

Bayerischer Bauindustrieverband e.V.
 Oberanger 32/VI | 80331 München
 Telefon +49 89 235003-33
 Fax +49 89 235003-71
j.wallner@bauindustrie-bayern.de
www.bauindustrie-bayern.de



Bayerischer Jagdverband e.V.

Thomas Schreder (Dipl. Biol.)
 Leiter Kommunikation
 Pressesprecher

Hohenlindner Str. 12 · 85622 Feldkirchen
 Tel. 089 990 234 77 · Fax 089 990 234 35
 Mobil 0160 72 11 369
 E-mail: t.schreder@jagd-bayern.de
www.jagd-bayern.de

Menschen wie du und ich



Auch Redakteure, Journalisten und Medienmitarbeiter haben ihre Hobbies, arbeiten in Haus und Garten, treiben Sport, fahren Auto (oder suchen ein neues), investieren in die Zukunft, versorgen sich im Alltag, machen Urlaub und verreisen und, und, und. Mit einem Satz – auch sie sind Verbraucher wie du und ich, die sich gerne informieren und „(ver)föhren“ lassen.

Anzeigen im *BJVreport* sind imagebildend und verkaufsfördernd, sprechen starke Zielgruppen an – und unterstützen die Arbeit im BJV Bayerischen Journalistenverband.

BJV Anzeigenkontakt: PETER & WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer,
 Allersberger Str. 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax 4245959, info@pundwag.de

Julia Christiansen

Öffentlichkeitsarbeit/Presse



Landesvereinigung der
Bayerischen Milchwirtschaft e.V.
Kaiser-Ludwig-Platz 2
80336 München
Telefon 089 / 54 42 25 - 25
Fax 089 / 53 45 95
www.milchland-bayern.de
j.christiansen@milchland-bayern.de

www.milchland-bayern.de
Nürnberger VolksfestBayerns zweitgrößtes Volksfest
Frankens Erlebnisvolksfest

Süddeutscher Verband reisender
Schausteller und Handelsleute e.V.
– Sitz Nürnberg
Dieter Germann – Pressesprecher

Bayernstraße 100
90471 Nürnberg
T 0049.911.46.86.00
F 0049.911.46.57.67
info@sueddeutscher-schaustellerverband.de

www.volksfest-nuernberg.de
www.sueddeutscher-schaustellerverband.de

**VBEW**

Verband der Bayerischen Energie- und Wasserwirtschaft e.V.

Ann-Kathrin MayerReferentin für Wasserwirtschaft
und Kommunikation

Akademiestraße 7
80799 München
www.vbew.de
Tel. 089/38 01 82-45
Fax 089/38 01 82-29
E-Mail: a.mayer@vbew.de

Energie. Wasser. Leben.


Bayern

Constanze AhrendtPresse- und
Öffentlichkeitsarbeit

Denninger Straße 84
81925 München
Telefon +49 89 278287-32
Fax +49 89 278287-22
E-Mail constanze.ahrendt@vdma.org
Internet www.vdma.org

**Zukunft braucht Menschlichkeit.**

Ob Rente, Behinderung, Gesundheit oder Pflege,
Fachkompetenz in allen sozialpolitischen Fragen.

Dr. Bettina Schubarth, Pressesprecherin
Schellingstraße 31 • 80799 München • Tel. 089 / 2117-289
Fax 089 / 2117-280 • b.schubarth@vdk.de • www.vdk-bayern.de

**O-Ton Lateinamerika**

Infos, Experten und Fotos
zur Situation Lateinamerikas
zum kostenlosen Download:
www.adveniat.de/presse

**Kontaktbörse „Pressestellen“**

Die Rubrik „Pressestellen“ im *BJVreport* ist ein gern genutzter „Treffpunkt“ für Kammern, Verbände, Organisationen, Dienstleister und Unternehmen aus vielen Bereichen, die regelmäßige und fundierte Pressearbeit betreiben. Nutzen Sie diese Kontaktbörse, alle zwei Monate, ein ganzes Jahr lang für nur 1.300,- € inkl. Gestaltung und zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6x jährlich**, jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter www.bjv.de • **Planung/Abwicklung:** PETER & WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer, Allersberger Str. 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de





Tellux-Geschäftsführer Martin Choroba (rechts) diskutierte mit den BesucherInnen des BJV.

Foto: Klaus Wagner

weil dem Vorsitzenden Michael Helmerich nur noch Sascha Ihns als Stellvertreter übrig geblieben war. Und zwei Vizes soll jede Fachgruppe mindestens haben. Elf Stimmberechtigte der rund 1900 Mitglieder starken Fachgruppe nahmen an der Wahl teil.

Im zweiten Wahlgang machte Volker Figura das Rennen. Er ist seit mehr als 30 Jahren Mitglied im BJV, studierte in Nürnberg BWL mit Schwerpunkt Marketing und Kommunikationswissenschaft. Nach einem Volontariat bei den *Nürnberger Nachrichten* arbeitete er für das Sportmagazin *Kicker* und als Chefredakteur beim *Automagazin*. Anschließend arbeitete er fast 18 Jahre lang im Marketing bei BMW. Seit einiger Zeit ist er freier Journalist. Seine Hauptaufgabe im neuen Amt sieht er darin, den nordbayerischen Raum in der Fachgruppe wieder etwas stärker zu beleben.

Stellvertreterin gewünscht

Unmittelbar nach der Wahl von Figura war bei den KollegInnen der Wunsch nach einer weiblichen Stellvertreterin vernehmbar. Diese wurde mit Caroline Hannig-Sachon im vierten Durchgang gefunden. Vor dem Hintergrund von Digitalisierung und Social Media will sie sich verstärkt für Netzwerkaktivitäten und die Weiterbildung einsetzen. Ungefähr 20 Jahre lang arbeitete Hannig-Sachon in der IT-Branche, wo sie unter anderem Unternehmenspublikationen betreute. Vor einigen Jahren absolvierte sie eine Weiterbildung zur Online-Pressereferentin mit einem Schwerpunkt auf Social Media.

Klaus Wagner

„Ethos geht vor Gewinn“

Tellux GmbH produziert Film- und Fernsehbeiträge mit Schwerpunkten Empathie, Toleranz und Inklusion

Wer journalistisch für Rundfunk, Film und Fernsehen arbeitet, für den lohnt auch ein Besuch bei einem Produktionsunternehmen. 40 Mitglieder der Fachgruppe Rundfunk und des Bezirksverbandes München-Oberbayern fanden sich in den Räumen der Tellux-Film GmbH in München-Bogenhausen ein und informierten sich über das Unternehmen sowie die Arbeitsbedingungen. Einige Folgen vom Münchner „Tatort“ hat Tellux schon produziert, Dreharbeiten finden hier aber keine statt.

Vor 55 Jahren gegründet, umfasst die Tellux Holding heute mehr als 15 eigenständige Produktionsgesellschaften. Gesellschafter sind überwiegend katholische Diözesen. In ihren Produktionen ist die Tellux-Gruppe an einen konfessionellen, christlich-humanistischen Auftrag gebunden. „Wir müssen uns dabei selbst finanzieren. Sind also inhaltlich unabhängig, aber nicht weltanschaulich neutral. Es gilt der Vorsatz ‚Ethos geht vor Gewinn‘, wengleich ohne Gewinn keine ethische Arbeit möglich ist“, sagte Tellux-Geschäftsführer Martin Choroba.

Offen für Themen ist die Tellux jederzeit. Allerdings mit Einschränkungen. „Themenangebote, die eine unbegründete und opulente Gewaltdarstellung umfassen, sowie sexistische Beiträge oder einseitige Darstel-

lungen werden von uns nicht produziert“, sagt Martin Choroba, der aber einen differenzierten, journalistischen Beitrag zu den Missbrauchsvorwürfen bei den Regensburger Domspatzen grundsätzlich für möglich hält.

Klaus Wagner

Einer gesucht – zwei gefunden

Neue Vize-Vorsitzende der Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Gleich fünf Bewerber traten bei der Nachwahl der Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit an. Sie war notwendig geworden,



Pack ma's: Der neue Vorstand der Fachgruppe (von links nach rechts): Vorsitzender Michael Helmerich und seine StellvertreterInnen Volker Figura, Caroline Hannig-Sachon und Sascha Ihns.

Foto: Klaus Wagner



Zehn Jahre gehört er nun dem Betriebsrat der *Mittelbayerischen Zeitung* in Regensburg an, inzwischen ist **Gustav Norgall** der Vorsitzende. Die Oberpfälzer Kollegen wissen, was sie an ihm haben: einen ebenso tatkräftigen wie besonnenen Sachwalter ihrer Arbeitnehmerinteressen, der mit langem Atem geduldig an den Dingen dranbleibt, auch wenn sich scheinbar eine Zeitlang nichts bewegen lässt. Im Jahr 2000 gehörte er außerdem zu den Gründern des Ortsvereins Regensburg. Am 20. April feiert der Redakteur für Politik und Bayern seinen 60. Geburtstag.

In den 90ern

Max-Hermann Bloch, München (18.4.1922)
 Sandor Gergelyfy, München (8.3.1920)
 Emmerich Hainzl, München (21.3.1926)
 Erhard Köhler, München (8.4.1920)
 Werner Marx, Roth (5.4.1922)
 Erwin Oberndorfer, Starnberg (2.3.1926)
 Heinz Richter, Bernau (10.3.1921)

In den 80ern

John A. S. Abecasis-Philips (23.3.1934)
 Adolf Althen, Unterhaching (28.3.1931)
 Erhard Bayer, Passau (28.4.1927)
 Geza Ekecs, München (24.3.1927)
 Salah Elenany, München (31.3.1932)
 Anton Gälli, München (14.4.1933)
 Eberhard Cl. Grubitz (14.4.1931)
 Walter Hansen, München (4.4.1934)
 Ernst Hess, München (18.3.1928)
 Joachim Hospe, München (2.3.1935)
 Hans-Wilhelm Kirchner, Würzburg (10.4.1927)
 Sieglinde Kirmayer, Wasserburg (2.3.1927)
 Martin Klein, München (11.3.1932)
 Heinz Müller-Saala, Eching (11.4.1934)
 Dieter Netzsch, Haimhausen (26.4.1935)
 Walter Prankl, Müllheim (4.4.1935)
 Arnulf Röhrich, München (15.3.1935)
 Ernst Schell, Fürth (9.3.1932)
 Friedrich Schreiber, Lochham (30.3.1932)
 Peter Sczygiol, München (27.4.1927)

80 Jahre

Bernhard Beutler, München (13.4.)
 Walter Flemmer, Unterschleißheim (26.3.)
 Hans N. Nechleba, München (16.4.)
 Walter Pfeiderer, Nürnberg (11.4.)
 Winfried Rabanus, München (16.4.)
 Emil Schwarz, München (4.4.)

75 Jahre

Irmtraud Brunk, Haldenwang (21.3.)
 Egwin Kaup, Wilhelmsfeld (11.3.)
 Günter Ogger, München (25.4.)
 Hans Günther Pflaum, Gräfelfing (30.3.)
 Manfred Vierheilig, Grassau (27.4.)
 Rüdiger Wittner, Ohlsbach (1.3.)

70 Jahre

Ulrich Brenner, Olching (14.4.)
 Erich Reissig, Landshut (13.3.)
 Elisabeth Schwarz-Mehrens, Oberpfaffmarn (24.3.)
 Hans D. Steininger, Reichertshausen (23.4.)

65 Jahre

Bernhard Adam, München (4.4.)
 Werner Baier, Pettstadt (6.3.)
 Barbara Bauer-Kurrle, München (24.4.)
 Wolfgang C. Göde, München (4.3.)
 Peter Hausmann, Gräfelfing (3.4.)
 Manfred Idinger, München (14.3.)
 Monika Kellermann, Aschheim (9.4.)
 Reinhard Kluger, Höchberg (28.3.)
 Robert Mächtel, Uttenreuth (13.4.)
 Chris Mewes, Aschheim (22.3.)
 Krzysztof Ordon, München (14.4.)
 Dietrich Pätzold, Berlin (30.4.)
 Karl Reitmeier, Waldmünchen (12.4.)
 Ronald Rohloff, Würzburg (31.3.)
 Emil Schneider, Hösbach/Aschaffenburg (3.4.)
 Michael Sommer, Amberg (24.3.)

60 Jahre

Stephan Becker-Sonnenschein, München (8.4.)
 Esad Cacic, München (22.4.)
 Michael Dürr, Marktobendorf (27.3.)
 Verena Dyrssen, München (26.3.)
 Bernhard Ebner, München (19.4.)
 Gerhard Förtig, Butzbach (29.3.)
 Armin Greune, Raisting (27.3.)
 Josef Gutsmiel, Gunzesried-Säge (8.4.)
 Burkhard Haneke, Röhrmoos (7.3.)
 Rüdiger Heinze, Stadtbergen (18.3.)
 Norbert Klüglein, Coburg (12.3.)
 Andreas Knüpfer, Unterhaching (8.3.)
 Joachim König, Nürnberg (18.4.)

Sabine Kurz, München (27.4.)
 Eva-Maria Mayring, München (23.3.)
 Gustav Norgall, Regensburg (20.4.)
 Hella Prügner, München (10.4.)
 Ursula Schlaghecken, München (18.4.)
 Susanne W. Schöppl, Millstatt (25.4.)
 Frank Schwebke, Berlin (21.4.)
 Franz-Josef Seidl, Kirchheim (14.3.)
 Petra Trommer, Schwarzenbruck (19.4.)

„Schnell gelebt, schneller gestorben“

Zum frühen Tod des Münchner Fotoreporters Reto Zimpel



Am 15. Dezember 2015 hat ihn der Krebs besiegt. Der legendäre Münchner Fotoreporter Reto Zimpel wurde 53 Jahre alt. Weil er um seinen nahenden Tod wusste, verfasste er in seinem

Blog noch selbst den ausführlichen Nachruf „Schnell gelebt – schneller gestorben“, aus dem auch unsere Würdigung des Kollegen schöpft.

Den Einstieg in den Fotojournalismus fand Reto Zimpel parallel zu seinem Studium der Philosophie durch seinen Mentor Guido Krzikowski 1987 bei der *Abendzeitung* in München. Schnell entwickelte er das Gespür für exklusive Geschichten. So verfolgte er Michael Jackson samt Kinderbegleitung durch München. Er dokumentierte 1988 den Trauerzug von Franz Josef Strauß. Zimpels Bilder werden sogar in Kunstbüchern gedruckt. Seine Karriere war geprägt von den politischen und technischen Umwälzungen der letzten Jahrzehnte: das Ende der DDR, der Sowjetunion, der Fall des Eisernen Vorhangs, sowie von der Digitalisierung der Fotografie. Als einer der ersten Reporter in Deutschland hatte er ein Autotelefon, schon früh nutzte er journalistisch das Internet. Zimpel war an den Schauplätzen der Geschichte. Er spürte den vom BND am Tegernsee versteckten DDR-Unterhändler Alexander Schalck-Golodkowski auf. Er berichtete von den Kriegen in Ex-Jugoslawien und 2011 vom Tahrir-Platz in Kairo.

In den Jahren 2002 bis 2009 arbeitete Zimpel dann überwiegend für *BILD*. Die mit Beginn des Internets einsetzende schleichende Agonie der Branche beeinflusste auch seine Arbeitsweise. Zimpel verlagerte die Berichterstattung weg von politischen und wirtschaftlichen Themen hin zu immer mehr Celebritygeschichten. Unermüdlich reiste er um die Welt, mal auf der Suche nach Thomas Middelhoff in Saint Tropez, mal zum Hypo Real Estate-Boss Georg Funke auf Mallorca. Er traf Doris Day, Clint Eastwood und Roman Polanski, stöberte Jörg Kachelmann in Kanada und Lothar Matthäus in Israel auf. Seine Arbeit als Reporter brachte Zimpel aber nicht nur Ruhm und Anerkennung. Die Gaddafi-Familie war wenig begeistert von seinen Recherchen zum glamourösen Leben ihrer Söhne in München und der libysche Geheimdienst stand vor seiner Tür.

Auch kritische Exklusivstorys vom FC Bayern machten ihn dort unbeliebt.

Bis zuletzt interessierten Zimpel die politischen Entwicklungen in der Welt. Bereits vom Krebs geschwächt, fotografierte er eine Pegida-Demonstration Anfang 2015 in Dresden und gestützt durch seinen Assistenten flog er noch im August 2015 auf die griechische Insel Kos zu den Flüchtlingen. Im BJV seit Oktober 1991. *ak*

Ein Name, ein Magazin

Das *P. M.* von Peter Moosleitner setzte Maßstäbe für die Wissenschaftspublizistik

Seine Initialen gaben einem populärwissenschaftlichen Magazin den Namen: *P. M.* wie (Gerhard) Peter Moosleitner. Die erste Ausgabe erschien 1978 im Verlag Gruner + Jahr. Inhalte, Optik und Stil begründeten eine neue Ära der Wissenschaftspublizistik, verständlich und gleichzeitig spannend. Unzählige Jugendliche verschlangen jedes Heft. Das *P. M.* Magazin war Agendasetter für neue, ungewöhnliche Themen mit einem Hauch von Entdeckung und Abenteuer. Mittlerweile



ist aus „Peter Moosleitners interessantem Magazin“ eine Gruppe von Titeln geworden. Nach dem Münchner Vorbild entstanden erfolgreiche Ableger wie *Ca m'interesse* (Frankreich),

Muy interesante (Spanien, Lateinamerika) und *Focus* (Italien, Polen, Russland, China). Am 2. Dezember starb Peter Moosleitner in seinem Wohnort Kirchheim bei München im Alter von 82 Jahren. „Wir verlieren einen wunderbaren Menschen und großen Blattmacher“, heißt es im Nachruf von Gruner + Jahr.

Moosleitner wurde 1933 in Ansbach geboren. Nach der Ausbildung am Werner-Friedmann-Institut, einem Vorläufer der Deutschen Journalistenschule, und bei der *Münchner Abendzeitung* arbeitete Moosleitner für verschiedene Tageszeitungen, *Illustrierte* und den *Bayerischen Rundfunk*. Über die Zeitschrift *Eltern* stieß er zu Gruner + Jahr und wurde 1976 mit der Entwicklung des neuen populärwissenschaftlichen Magazins betraut. Bis 1994 war er Chefredakteur und bis 1998 Herausgeber der *P. M.* Gruppe. Bereits als Volontär wurde er zum 15. September 1954 als außerordentliches Mitglied in den BJV aufgenommen. *ak*

Unermüdlich für die Sache der Zeitungsredakteure

Karl-Heinz Dix starb nach längerer Krankheit im Alter von 58 Jahren

Karl-Heinz Dix, der langjährige Vorsitzende der Fachgruppe Tageszeitungen und bis zuletzt schier unersetzlich, ist am 30. Dezember 2015 im Klinikum Fürstfeldbruck nach längerer Krankheit gestorben. Er war erst 58 Jahre alt. Die Arbeitsbedingungen der Redakteure waren sein Herzensanliegen. Dafür konnte Karl-Heinz Dix leidenschaftlich streiten, sei es in der Fachgruppe, auf Versammlungen, im Landesvorstand oder in Arbeitskämpfen. In einer Titelgeschichte des *Spiegels* verkörperte er sogar plakativ den Protest der Redakteure in den heftigen



Tarifauseinandersetzungen seit der Medienkrise 2001/02.

Er kam am 31. Juli 1957 in München zur Welt und wuchs in Österreich auf. Aus der Salzburger Redaktion der *Kronenzeitung* kam er 1980 zur Münchner *tz*. Unter Kollegen war er bekannt für seine hartnäckige Recherche – bis eine Reportage auch wirklich rund war. Im Pressehaus an der Bayerstraße bewährte sich der schwergewichtige Kollege als Polizeireporter, in der Bayern-Redaktion, als Chefreporter und auch als verantwortlicher Wirtschaftsredakteur. Sein liebster Schwerpunkt war freilich die Eisenbahn, er war ein passionierter Pufferknutscher. Darüber konnte er herrlich fachsimpeln und den Schienenverkehr vehement verteidigen gegen alle anderen Verkehrsmittel. Für seine fachkundige Berichterstattung über die Münchner S-Bahn, vor allem seine auch als Buch erschienene Serie zu deren 30-jährigem Bestehen, verlieh ihm der Münchner Presseclub 2002 seinen Herwig-Weber-Journalistenpreis.

Den Vorsitz der Fachgruppe Tageszeitungen übernahm er 2005. Im Anschluss an die Kainsbacher Betriebsräteseminare hatte er das jährliche Treffen der Vertrauensleute aus den Tageszeitungen eingeführt und so für eine zusätzliche Vernetzung der Kollegen gesorgt. Er war schon einige Zeit von seiner Erkrankung gezeichnet, bis sich in der Fachgruppe mit Wolfgang Grebenhof im Juni 2015 ein Nachfolger für ihn fand. Auch im Münchner Presseclub engagierte sich Karl-Heinz Dix als stellvertretender Vorsitzender. In den BJV trat er im Juni 1992 ein. *ak*

Peter Ade, freier Journalist in Nürnberg, starb im Dezember 2015 im Alter von 66 Jahren. Er hatte sein eigenes PR-Büro. Nach dem Studium der Wirtschaftswissenschaften stieg er 1976 in die Arbeit für Pressestellen von internationalen Unternehmen ein, erst bei Kauders International, dann bei Intensiv-PR. Im BJV seit April 1982.

Liselotte Nüsslein starb, wie erst jetzt bekannt wurde, am 30. September 2015 in München. Unermüdlich war sie noch im höheren Alter als Delegierte hellwach bei DJV-Verbandstagen dabei. Geboren in Landshut hatte sie 1953 nach dem Studium beim *Fränkischen Volksblatt* in Würzburg volontiert und war dort ab 1955 als Redakteurin tätig. Im Landfrauenverband Hessen war sie dann für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig. Bereits im Juni 1958 wurde sie BJV-Mitglied und hielt dem bayerischen Verband immer die Treue. Sie engagierte sich auch in seinem Ehrenrat sowie im Münchner Presseclub.

Dieter Ludwig Scharnagl, Journalist und Autor für Natur und Reisen, starb am 5. November 2015 in Altötting im Alter von 74 Jahren. Als Quereinsteiger machte er sich 1976 im Sportjournalismus selbstständig und schrieb für Fachzeitschriften im Bereich Auto und Motorsport sowie zahlreiche Sachbücher. Im BJV wieder seit April 1998.

Heinz Hofmann, zuletzt Leiter der Außenpolitischen Redaktion des *Bayerischen Rundfunks*, starb am 11. November 2015 in München im Alter von 84 Jahren. 1931 im Sudetenland geboren, hatte er Journalistik und Volkswirtschaft studiert. 1960 stieg er bei den Vereinigten Wirtschaftsdiensten (vwd) in Frankfurt ein, wechselte 1962 in das Bonner Korrespondentenbüro des BR. Weitere Stationen als ARD-Korrespondent waren Prag (1966), Moskau (1970) und Tokio (1973), ehe er ins Münchner Funkhaus kam. Noch im Ruhestand war er als freier Journalist für Außen- und Sicherheitspolitik tätig. Im BJV seit August 1973.

Grundkurse und Seminare der Akademie der Bayerischen Presse

März

Digitales Blattmachen für Journalisten

29. Februar – 2. März

Workflow und Qualitätsmanagement

3. – 4. März

Fachtexte redigieren

3. – 4. März

Live streamen und bloggen mit dem Smartphone

7. März, Kulmbach

Profisport – und seine zwei Seiten

7. – 8. März

Vom Mitarbeiter zum Vorgesetzten

7. – 9. März

Leserströme messen – analog und digital

10. – 11. März

Titel, BU, Vorspann – neu belebt

10. – 11. März

Videos mit der Spiegelreflex

10. – 11. März

Storytelling im Journalismus

14. – 18. März

Das digitale Fachmagazin:

Strategie und Projektmanagement

16. – 18. März

Nachricht und Bericht

17. – 18. März

Layout mit InDesign CS6

29. – 31. März

Social Media – für seriösen Journalismus

31. März – 1. April

April

Vor der Kamera, hinter der Kamera:

Ich und mein Webvideo

4. – 6. April

Reportage

4. – 6. April

Interview

4. – 8. April

Social Media Manager

4. – 8. April, Kulmbach

Sportjournalismus

4. – 8. April

Presserecht und Medienethik – Print

7. – 8. April

Datenjournalismus und Daten-

visualisierung II

7. – 8. April

Bildsprache und Fotoauswahl

11. – 12. April

Facebook für Redaktionen

11. – 12. April

Für Kinder schreiben

11. – 12. April

Web-Videos: So zünden sie

11. – 12. April

Kreatives Schreiben – Zeitung I

11. – 13. April, Kulmbach

Photoshop CS6

13. – 15. April

Interviews geben

13. – 15. April

Facebook, Twitter, Instagram I

14. – 15. April, Kulmbach

Suchmaschinenoptimierung – SEO I

14. – 15. April

Digitale Geschäftsmodelle und Paid Content

14. – 15. April

Newsletter – für Journalisten

14. – 15. April

Videos mit dem Smartphone

18. – 19. April

Lokaljournalismus crossmedial

18. – 20. April

Magazinjournalismus I

18. – 29. April

Coaching für Ausbildungsredakteure – Zeitschrift

21. April

Coaching für Ausbildungsredakteure – Zeitung

21. April

Recherche kompakt

22. April

Apps konzipieren

25. – 26. April

Film- und Fernsehkritik

25. – 27. April

Internetfernsehen

25. – 27. April, Kulmbach

Porträt

25. – 29. April

Investigative Recherche

28. – 29. April



„Wir sind der unabhängige Radar in der Klima-Hysterie“

Zwischen skeptischen Beobachtern und überzeugten Warnern:
Der Münchner Journalist und Verleger Marco Eisenack kennt sich mit gutem Wetter aus

Von Senta Krasser

Alle Journalisten und Leser haben nur noch Flüchtlinge, Terror und Merkel im Kopf? Nein. Der Gutwetter Verlag, dessen Geschäftsführer Marco Eisenack ist, treibt das Thema Klima- und Energiewende unermüdlich auf die Agenda von Politik und Presse.

Sagen Sie mal, Herr Eisenack, ist das Klima mit Journalismus zu retten?

Marco Eisenack: Der Gutwetter Verlag arbeitet sehr hart daran. Es gibt in Deutschland keine andere Redaktion, die sich so intensiv mit dem Thema Klima- und Energiewende beschäftigt wie unser Online-Magazin *Klimaretter.info*. Ich bin sogar so vermessen zu behaupten, dass unsere Seite wesentlich dazu beigetragen hat, dass sich die Klimapolitik auf dem Weltklimagipfel in Paris so durchsetzen konnte, wie sie es getan hat. Denn all die Multiplikatoren im deutschsprachigen Raum, ob Politiker, NGOs oder Lobbyisten, die in Paris vor Ort waren, sind auch unsere Leser.

Wenn sich nicht gerade die Welt trifft, um einen Vertrag über die Erderwärmung zu schließen, ist der Journalismus des Themas Klimawandel doch überdrüssig. Titelblätter mit brennenden Erdbällen sind selten, weil ein Ladenhüter. Flüchtlinge, Syrien-Krieg, Terror, Merkel, damit macht man doch heutzutage Auflage.

Meine Wahrnehmung und Erfahrung ist eine andere. Die Nachfrage nach unseren Inhalten zum Thema Klimawandel ist in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Wir merken das als Verlag daran, dass Printmedien immer öfter mit uns kooperieren – was sicher auch daran liegt, dass Zeitungen immer weniger eigene Wissenschaftsredakteure haben.

Mit „Klimagedöns“ holt man Leser schwer hinterm Ofen hervor, die sich mit Eis in der Hand am Super-Sommer 2015 erfreut haben.

Es ist in der Tat eine Herausforderung.

Auch als Diskussions-
teilnehmer gefragt:
Marco Eisenack
(neben Vegan-
Bloggerin Julia Koch)
bei der Präsentation
der Kampagne
„Zusammen ist es
Klimaschutz“ von
Bundesumweltmi-
nisterin Barbara
Hendricks.

Foto: BMUB/Sascha Hilgers

Auch weil die Massenmedien bestimmte Themen nicht kommunizieren. Nehmen Sie das Thema Syrien. Viel besser könnte man die Folgen des Klimawandels nicht erklären. Eine starke Dürre war mit Auslöser für den Bürgerkrieg, der Klimawandel trägt also tatsächlich Verantwortung für Hunderttausende von Toten und geflüchteten Menschen, die jetzt nach Deutschland kommen. Nur im kollektiven Bewusstsein scheint das nicht angekommen zu sein. Das will *Klimaretter.info* ändern.

Wie genau? Auf aufmerksamkeitsheischende Schlagzeilen wie „Hilfe, die Erde schmilzt“ verzichtet die Redaktion.

In der Tat, *Klimaretter.info* versucht, der unabhängige Radar in diesem von Hysterien beherrschten Feld der Klimaberichterstattung zu sein.

Aber geht „unabhängig“ überhaupt in der Klimadiskussion, die ja zu einer politisch-ideologischen Angelegenheit geworden ist? „Skeptische Beobachter“ und „überzeugte Warner“ des Klimawandels stehen sich unversöhnlich gegenüber.

Aus diesem Grund haben wir uns von Anfang an renommierte Wissenschaftler wie den Paläoklimatologen Stefan Rahmstorf als Gastautoren mit ins Boot geholt. Mit Professor Hartmut Graßl berät uns einer der Urväter der Klimaforschung in Deutschland als Mitglied im Herausgeber-Kreis von *Klimaretter.info*. Auf dieser wissenschaftlichen





Basis recherchieren und diskutieren wir, ohne in Alarmismus zu verfallen. Übertriebene Klimaängste rücken wir zurecht.

Als Laie weiß man ja nicht mehr, was man glauben soll. Selbst die Tagesschau berichtet in ein und derselben Ausgabe vom heißesten Jahr seit Beginn der Wetteraufzeichnung und vom historischen Kälterekord in Südostasien.

Ich verstehe bis heute nicht, wie die Tagesschau die Welt in 15 Minuten erklären will – von denen gefühlt acht Minuten Sport- und Wetterberichterstattung sind. Auf *Klimaretter.info* differenzieren wir: dass durch den Klimawandel Wetterextreme zunehmen, dass sich Luft- und Meeresströmungen verschieben und es deshalb in Hongkong schon mal schneien und Deutschland unter Sahara-Hitze stöhnen kann

Nun sind Sie auf das Thema Klimaschutz in besonderer Weise spezialisiert, weil Sie auch Gründer des Portals Grün & Gloria sind. Wie ergänzen sich die beiden Angebote?

Grün & Gloria geht auf das 2009 entstandene Portal *klimaherbst.de* zurück, das ich im Umfeld der Münchner Nachhaltigkeits-Initiativen ins Leben gerufen habe. Es beschäftigt sich auf regionaler Ebene mit Klimaschutz und nachhaltigem Lebensstil. Zwei Jahre zuvor hatten Nick Reimer und Toralf Staud in Berlin das Online-Magazin *Klimaretter.info* gegründet. Als wir uns kennenlernten, merkten wir schnell, wie gut das zusammenpasst. Die Berliner haben eine Redaktion mit großer journalistischer Kompetenz, während ich durch meine Agentur *text:bau* Erfahrung in Marketing und Leidenschaft für neue Finanzierungsmodelle mitbringe. Gemeinsam können wir unsere Kräfte bündeln.

Lässt sich mit journalistisch aufbereitetem Klimaschutz wirklich Geld verdienen?

Wie Sie sehen, es gibt uns schon eine Weile. Beide Portale sind über das Grundschulalter hinausgewachsen, quasi auf dem Weg zum Abitur. Mit einem gewissen Überlebenswillen schafft man das. Andererseits muss man auch kreativ sein, was die Möglichkeiten betrifft, Geld zu verdienen – und zu sparen.

Was heißt „kreativ“ sparen?

Bei Grün & Gloria beschränken wir uns darauf, die wichtigsten Informationen über Klimaschutz, Nachhaltigkeit und Innovation mit einer Leser-Community zu sammeln und unter die Leute zu bringen. Eine feste Redak-



Marco Eisenack, Jahrgang 1972, ist Geschäftsführer von *klimaretter.info*. Er hat an der Münchner LMU und an der Deutschen Journalistenschule in München studiert. 2001 wurde er fester Mitarbeiter im Kultur- und Lokalressort der *Süddeutschen Zeitung*. Von 2008 an widmete er sich dem Aufbau des Verlags *text:bau* in München, der unter anderem das Portal *Grün & Gloria* und das Stadtmagazin *muchook* herausgibt. *Klimaretter.info*, 2007 in Berlin gegründet von den Journalisten Nick Reimer und Toralf Staud, wurde mehrfach ausgezeichnet.

tion können wir uns nicht leisten. Das Konzept geht in Richtung Multiautoren-Blog. Eine Stammredaktion wie bei *Klimaretter.info* mit acht Wissenschafts-Redakteuren gibt es nicht. Kreativ heißt aber auch, neue Erlösquellen zu entdecken.

Als da wären?

Ein vielfältig besetzter Herausgeber-Kreis sichert mit seinem Engagement die wirtschaftliche Basis des Verlages. Rund ein Drittel unserer Einnahmen generieren wir über Zuschüsse von Stiftungen. Auch Leserfinanzierung über den eigens gegründeten Verein *klimawissen e.V.* spielt eine wichtige Rolle. Und die *Klimaretter*-Redaktion liefert immer öfter redaktionelle Beiträge in Printmedien anderer Verlage. In der *Frankfurter Rundschau* schreiben unsere Redakteure jetzt sogar auf einer eigenen wöchentlichen Klimawandel-Seite. Demnächst möchten wir eine Initiative im Bereich E-Publishing starten.

Auch kreativ: Zwei Wochen vor der Weltklimakonferenz in Paris sammelten die Klimaretter via Crowdfunding 5000 Euro Reisekostenzuschuss.

Ein Pokerspiel, aber es hat gut geklappt! So konnten wir gleich zwölf Korrespondenten nach Paris schicken. An der Reaktion der Crowd sieht man, dass das, was wir tun, für die Leute wirklich wichtig ist

Die Konferenz-Bilanz der Klimaretter: 16 Tage, 100 Texte und „eine garantiert andere Sichtweise auf diesen Menschheitsgipfel als andere Informationsquellen“. Was heißt „anders“?

Eben nicht dieser Schlaglicht-Tagesschau-Journalismus mit drei O-Tönen von Politikern, einem vierten von einem Aktivisten, und danach bist du eigentlich genauso schlau wie zuvor. Unser Anspruch ist, Prozesse und Hintergründe zu erklären und transparent zu machen, wie Entscheidungen zustande kommen

Ist Ihnen schon klar, dass die Lektüre von Klimaretter.info und Grün & Gloria schlechtes Gewissen macht? Kein Ökostrom? Schlecht! Kein veganer Schokokalender ohne Plastik? Auch schlecht.

Wir schreiben unseren Lesern nicht vor, was sie tun sollen. Wir möchten informieren, welche Folgen ihr Handeln hat.

Als Liebhaber von knusprigem Schweinsbraten ohne ich, welche Folgen der Verzehr fürs Klima hat. Aber wo bleibt der Genuss? Die in dem neuen Klimaretter-Blog „Die Klimaküche“ vorgestellten Rezepte für „klimafreundliche Gerichte zum Nachkochen“ sind fleischlos-frugal.

Es geht ja nicht um Verzicht, sondern um Genuss neu entdecken. Die „Klimaküche“ zeigt, welche enorme Vielfalt einfache Gemüsegerichte haben und trägt damit einem neuen Denken über Essen Rechnung. Vielen Menschen wurde der Spaß an Fleisch verdorben, sie trauen artgerechter Tierhaltung nicht. Vegetarische Ernährung ist längst zu einer Massenbewegung geworden. Das beobachten wir nicht zuletzt bei Grün & Gloria, wo Artikel über vegane Läden oder den ersten verpackungsfreien Supermarkt in München regelrechte Klickmaschinen sind. Man sieht deutlich, die Menschen haben Lust, neue Lebensstile kennen zu lernen und suchen dringend nach entsprechenden Informationen.

Hat sich Ihr eigener Lebensstil geändert?

Natürlich. Allein schon deshalb, weil ich viel kritischer beäugt werde. Wann immer ich mal mit dem Auto irgendwo aufkreuze, gibt es eine blöde Bemerkung. Da ich aber leidenschaftlicher Fahrradfahrer bin, sieht meine persönliche Klimabilanz ziemlich gut aus.



13. - 15. Januar 2016
DCONex Messe Essen
 Fachmesse + Kongress
 Schadstoffmanagement
www.dconex.de



24. - 28. Februar 2016
Freizeit, Touristik und Garten Nürnberg
 Caravanning, Sport, Outdoor, Mein Haus
www.freizeitmesse.de



24. + 25. Februar 2016
inviva Nürnberg
 Angebote, Infos und Tipps für Gesundheit,
 Freizeit und Selbstbestimmung
www.inviva.de



27. + 28. Februar 2016
4. Whisk(e)y Messe Nürnberg
 The Village - Treffpunkt für
 Whisk(e)y-Kenner und Freunde
www.whiskey-messe.de



16. - 19. März 2016
GrindTec Augsburg
 Internationale Fachmesse für
 Schleiftechnik
www.grindtec.de



2. - 10. April 2016
Augsburger Frühjahrs-Ausstellung
 Publikumsmesse für Lifestyle
 mit Bauen & Wohnen
www.afa-messe.de



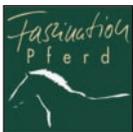
23. - 25. Oktober 2016
GastroTageWest Essen
 Neuheiten, Trends &
 Food-Spezialitäten à la Carte
www.gastrotage-west.de



23. Oktober - 1. November 2016
Consumenta Nürnberg
 Publikumsmesse für Lifestyle
 mit Bauen & Wohnen
www.consumenta.de



28. - 30. Oktober 2016
HausFreunde - Heimtier Messe Nürnberg
 und Aquaristikreich - Messe für Aquarianer
www.heimtier-messe.info



27. Oktober - 1. November 2016
Faszination Pferd Nürnberg
 Messe, Sport + Show
www.faszination-pferd.de



27. - 30. Oktober 2016
iENA Nürnberg
 Internationale Fachmesse
 „Ideen - Erfindungen - Neuheiten“
www.iena.de



29. + 30. Oktober 2016
START Messe Nürnberg
 Messe für Unternehmens-Gründung,
 -Finanzierung, -Entwicklung und -Nachfolge
www.start-messe.de



15. - 17. Januar 2017
HOGA Nürnberg
 Fachmesse für Hotellerie,
 Gastronomie und GV
www.hoga-messe.de



15. + 16. März 2017
inviva Nürnberg
 Angebote, Infos und Tipps für Gesundheit,
 Freizeit und Selbstbestimmung
www.inviva.de



15. - 19. März 2017
Freizeit, Touristik und Garten Nürnberg
 Caravanning, Sport, Outdoor, Mein Haus
www.freizeitmesse.de



18. + 19. März 2017
5. Whisk(e)y Messe Nürnberg
 The Village - Treffpunkt für
 Whisk(e)y-Kenner und Freunde
www.whiskey-messe.de



1. - 9. April 2017
Augsburger Frühjahrs-Ausstellung
 Publikumsmesse für Lifestyle
 mit Bauen & Wohnen
www.afa-messe.de



6. - 10. September 2017
Americana Augsburg
 Internationale Messe für Reitsport und Western-
 kultur. World Open Championship Western-
 riding. www.americana.de



30. September - 8. Oktober 2017
Mainfranken-Messe Würzburg
 Publikumsmesse für Lifestyle
 mit Bauen & Wohnen
www.mainfranken-messe.de



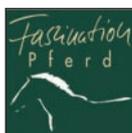
8. - 10. Oktober 2017
GastroTageWest Essen
 Neuheiten, Trends &
 Food-Spezialitäten à la Carte
www.gastrotage-west.de



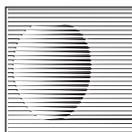
17. - 20. Oktober 2017
interlift Augsburg
 Internationale Fachmesse für Aufzüge, Kompo-
 nenten und Zubehör
www.interlift.de



28. Oktober - 5. November 2017
Consumenta Nürnberg
 Publikumsmesse für Lifestyle
 mit Bauen & Wohnen
www.consumenta.de



31. Oktober - 5. November 2017
Faszination Pferd Nürnberg
 Messe, Sport + Show
www.faszination-pferd.de



2. - 5. November 2017
iENA Nürnberg
 Internationale Fachmesse
 „Ideen - Erfindungen - Neuheiten“
www.iena.de



3. - 5. November 2017
HausFreunde - Heimtier Messe Nürnberg
 und Aquaristikreich - Messe für Aquarianer
www.heimtier-messe.info



4. + 5. November 2017
START Messe Nürnberg
 Messe für Unternehmens-Gründung,
 -Finanzierung, -Entwicklung und -Nachfolge
www.start-messe.de

AFAG-Termine 2016/2017

Mitglied der Gesellschaft zur freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen



Mitglied im Fachverband Messen und Ausstellungen





Sicherheit. Für Mensch und Maschine.

Der Mensch steht im Mittelpunkt. Denn auf unsere elektronischen und elektro-mechanischen Produkte rund um Stromverteilung und Absicherung ist Verlass. Unsere Industriekunden und deren Endabnehmer wissen das zu schätzen.

Sowohl die Bereiche Forschung und Entwicklung als auch ein großer Teil der Fertigung sind dabei in Altdorf konzentriert. Dies macht E-T-A zu einem wichtigen Arbeitgeber der Region und gleichzeitig zu einem innovativen, leistungsfähigen und zukunftsorientierten Partner verschiedenster Industriezweige weltweit.

Sie wollen mehr wissen über E-T-A?

Besuchen Sie uns im Internet unter: www.e-t-a.de

Wir freuen uns über Ihr Interesse.



ENGINEERING TECHNOLOGY

E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH
Industriestraße 2-8 · 90518 ALTDORF
DEUTSCHLAND
Tel. 09187 10-0 · Fax 09187 10-397
E-Mail: info@e-t-a.de · www.e-t-a.de