

Die BJV-Mitglieder haben gewählt

Vergütungsregeln gelten nach wie vor

Arbeitskämpfe in Passau & Co. gehen weiter

Neue Fachgruppe Print formiert sich

www.bjv.de / www.djv.de

A person with dark hair, wearing a grey long-sleeved shirt and dark jeans, is seen from behind. They are standing in front of a metal fence with vertical bars. They have their hands on the bars, looking towards a stadium with a red running track and green field. The person is carrying a black camera bag with a white strap over their shoulder. The background shows the stadium seating and some trees in the distance.

Im Abseits

Sportjournalisten zwischen Reiz und Risiko

Pressestellen A bis Z im BJVreport

Ab Seite 24 finden Sie die Einträge von Pressestellen aus den Bereichen Bildung/Wissenschaft (BW), Messen/Ausstellungen (MA), Finanzen (F), Versicherungen (V), Energie (E), Verkehr (VK), Unternehmen (U), Kammern (K), Verbände (VB), Soziales/Kirche (SK):

A

AFAG Messen und Ausstellungen (MA)
AOK Bayern (V)
AUDI (U)

B/C

Bauindustrie Bayern/Bayerischer
Bauindustrieverband (VB)
Bayerische Landesärztekammer (K)
Bayerische Landeszahnärztekammer (K)
Bayerischer Gemeindetag (VB)
Bayerischer Jagdverband (VB)
Bayerngas (E)
Bayernhafen Gruppe (VK)
Bayernwerk (E)
BayWa (U)
bbw Bildungswerk der Bayerischen
Wirtschaft (BW)
Bischöfliche Aktion Adveniat (SK)
BMW Group (U)

D

DIEHL Diehl Stiftung (U)
DRÄXLMAIER Group (U)

E

Erdgas Schwaben (E)
E-T-A Elektrotechnische Apparate (U)

F

Flughafen München (VK)
Fraunhofer-Institut für
Integrierte Schaltungen IIS (BW)

G/H

GVB Genossenschaftsverband
Bayern (F)
Hanns-Seidel-Stiftung (BW)

I/J/K

Interhyp Gruppe (F)

L/M

Landesvereinigung der Bayerischen
Milchwirtschaft (VB)
LEONI (U)
LEW Lechwerke (E)
LMU Ludwig-Maximilians-Universität
München (BW)

N

N-ERGIE (E)
NÜRNBERGER
Versicherungsgruppe (V)
NürnbergMesse (MA)

O/P/R

OMV Deutschland (U)

S

Sparkassenverband Bayern (F)
St. Theresien-Krankenhaus
Nürnberg (U)
StWN Städtische Werke Nürnberg (U)
Süddeutscher Verband reisender
Schausteller und Handelsleute (VB)
swa Stadtwerke Augsburg Holding (E)

T/U

Thüga (E)
TÜV Rheinland (U)
TUM Technische Universität
München (BW)

V

VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft (VK)
VdK Bayern Sozialverband (SK)
Versicherungskammer Bayern (V)
VGN Verkehrsverbund
Großraum Nürnberg (VK)

W

wbg Nürnberg Immobilien (U)

Dank auch den Sonderinserenten:

- AFAG Messen und Ausstellungen
- Akademie der Bayerischen Presse
- Bayerischer Apothekerverband e. V.
- 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 1300,- EUR 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:** Mediasüd, Robert Macher, Telefon 091 81/29 99-477, Fax 091 81/29 99-479, robert.macher@mediasued.de



Michaela Schneider
Leitende Redakteurin
Foto: Günter Schneider

„Störende“ Journalisten

Hausverbote beim TSV 1860; Olympische Spiele, die nicht länger im öffentlich-rechtlichen Fernsehen übertragen werden; ein Verein, der Fans lieber ohne „störende Journalisten“ über den eigenen TV-Sender informiert: Sportjournalismus verändert sich – und nicht überall zum Guten. Das Redaktionsteam des *BJVreport* blickt kritisch auf den Wandel. Es lässt Experte Professor Michael Schaffrath von der TU München im Interview zu Wort kommen und Sportfotografen erzählen. Es will wissen, wie es denn nun eigentlich weitergeht mit Olympia. Und die nächste Generation? Die betrachtet Sportjournalismus trotz einer Fülle an neuen Herausforderungen immer noch als Traumberuf. **Ab Seite 14**

Wertschätzung erwünscht – so lautete die sehr deutliche Botschaft beim Bayerischen Journalistentag in Bamberg. Ob aus dem Munde des wiedergewählten BJV-Vorsitzenden Michael Busch, in der Kurzpräsentation der „Wertschätzer“ aus Lichtenfels oder im Impulsvortrag zum „Equal Pay Day“ von *SZ-Online*-Chefredakteurin Julia Bönsch. **Ab Seite 6**

Der *Bayerische Rundfunk* baut derzeit eine neue Einheit „BR-Verifikation“ auf. Zielsetzung: die Aufklärung von Manipulationsversuchen und bewusster Desinformation. Das Verifikationsteam soll künftig alle Redaktionen des BR dabei unterstützen, Inhalte im Netz auf ihren Wahrheitsgehalt zu überprüfen. **Seite 34**

In Bayreuth bekommt der Betriebsrat während des Streiks beim *Nordbayerischen Kurier* Hausverbot; in Lichtenfels beim *Obermain-Tagblatt* dürfen zwei Kollegen nur noch zum Innendienst antreten; und im neuen Eckpunkt Papier der *Passauer Neuen Presse* wird der Kündigungsschutz an die Klausel geknüpft, dass sich Arbeitnehmer nicht am Streik beteiligen. Gefällt uns nicht! Was uns indes gefiele: Wenn sich freie Journalisten solidarisch erklärten in Streikzeiten. **Seite 39**

Unser Titelbild

Geraten Sportjournalisten ins Abseits? Mit dieser Frage beschäftigt sich Fotograf Silvio Wyszengrad auf dem Cover des *BJVreport*. Das Stadionrund leuchtet verheißungsvoll durchs Gitter. Auf **Seite 14** schafft es der Journalist dann doch ins Stadion hinein – unter den veränderten Arbeitsbedingungen der Digitalisierung. Silvio Wyszengrad machte 1980 bei der *Augsburger Allgemeinen* ein Fotovolontariat, seit 1982 arbeitet er dort als Bildredakteur. Zuvor absolvierte er eine Ausbildung zum Fotografen und betrieb mehrere Jahre lang ein eigenes Fotostudio. Zusammen mit Sepp Strubel hat er das Buch „projekt brecht mantel. Notate einer inszenierten Befragung“ mit zahlreichen Fotografien veröffentlicht; zudem verschiedene Ausstellungen. silvio-foto-world.jimdo.com



Silvio Wyszengrad
Foto: Anne Wall

Kaleidoskop

- 4 Medienköpfe
- 5 Social Media auf Papier

Verband

- 6 Wertschätzung erwünscht *Bayerischer Journalistentag in Bamberg*
- 10 Der neue BJV

Titel

- 14 Verengte Spielräume
Sportjournalismus im Wandel
- 17 „Kritischer Begleiter des Spitzensports“
Ein Gespräch mit Professor Michael Schaffrath
- 19 „Kein Job für Memmen“
Von der Arbeit der Sportfotografen
- 20 Ein Ausrufezeichen mit Fragezeichen
ARD und ZDF sind bei Olympia raus
- 22 Mehr als „nur“ ein Traumberuf
Die nächste Sportjournalisten-Generation erzählt
- 24 Pressestellen

Medienszene

- 32 Gemeinsame Vergütungsregeln gelten weiter
DJV widerspricht Kündigung durch BDZV
- 33 Kündigungen bei *Bunte* und *InStyle*
17 Arbeitsplätze gehen verloren
- 33 Sportfotograf gewinnt Prozess
Bildagentur zahlt 30.000 Euro Schadensersatz
- 34 Gemeinsam stark gegen Fake-News
Wie Sender Quellen verifizieren

Verband

- 35 Nach der Wahl ist vor der Wahl
Auf ein Wort mit Michael Busch
- 36 Aus dem Verbandsleben
Wahlen, Redaktionsbesuch und mehr
- 38 „Streik tut weh, denn er nervt“
Ein Gespräch über Arbeitskämpfe heute
- 40 Kleinteilig, vielfältig – und unerforscht
Was sich die neue Fachgruppe Print vornimmt

Service

- 42 Rezensionen
- 43 Recht *Watchblog* Störungsmelder ist Organ der Presse
- 44 Technik *Passwörter, PINs, Dokumentensafes*
- 46 Termine

Zur Person

- 47 Jubilare
- 48 Nachrufe, Impressum

Sagen Sie mal ...

- 49 „Gute Moderatorinnen wachsen nicht auf Bäumen“
Marianne Kreuzer prägt den Sportjournalismus im BR



Hanne Marie Schröder ist neue digitale Inhalte-Chefin im Burda-Bereich Food. Die 36-jährige

Journalistin aus Lübeck, die bewusst nicht twittert, wird dabei unterstützt von dem 29-jährigen **Johannes Traschütz** (@jtraschuetz) und **Christian Müller-Inhoffen** (36). Schröder war zuvor am Burda-Standort Offenburg tätig, unter anderem in der Chefredaktion von *Lisa*. Von München aus verantwortet sie alle Koch- und Backaktivitäten auf Burdas Online-Portalen und Social-Media-Kanälen.

Caroline von Lowtzow (@CLowtzow) und ihr *Zündfunk*-Team sind mit dem Karl-Buchrucker-Preis ausgezeichnet worden für die Sendereihe „Messages of Refugees“ auf *Bayern 2*. Darin erzählen Geflüchtete von ihrem Weg nach und ihrem Leben in Deutschland. Alle Sendungen unter www.messages-of-refugees.de.

Sascha Chaimowicz (@Chaimowicz_S), früher Vize-Chef bei den G+J-Titeln *Neon* und *Nido* und 2016 bei der *Zeit* untergekommen, verantwortet künftig zweimal im Jahr eine Münchner Lokalausgabe des *Zeit-Magazins*. Das erste Heft erscheint im April.



Holger Schellkopf (@hschellk) ist seit April Chef für Digitales beim Verlag Werben & Verkaufen in

München, der zum Süddeutschen Verlag gehört. Der 49-Jährige leitete zuvor das Digital-Ressort und war stellvertretender Chefredakteur der *Mittelbayerischen Zeitung* in Regensburg. Nun soll er die Fachportale *wuv.de*, *kon-*



In der Kultserie „Kir Royal“ war er das Vorbild für die Hauptfigur: den rast- und skrupellosen Wer-mit-wem-Reporter „Baby Schimmerlos“. Zumindest die Unruhe ist **Michael Graeter** geblieben. Mit 75 plant die lebende Legende einen Neustart auf dem Boulevard – mit einer eigenen Tageszeitung in München. Als ob es davon nicht genug gäbe. Aber Graeter will sein Blatt als Statement „gegen die Gleichschalterei“ verstanden wissen, erklärt er dem *BJVreport*. Einen Dummy von *München Express* gibt es schon. Ein Redaktionsteam steht parat, vor Büroanfragen könne er sich „nicht retten“. Da kann es mit der Hof- und Bettberichterstattung eigentlich losgehen. Zu klären ist nur noch die nicht ganz unwichtige Frage der Finanzierung. Bis zur Wiesn gibt sich Graeter Zeit, Anzeigenkunden zu überzeugen. Erst dann heißt es: O'zapft is. Oder auch nicht.

Foto: Claus Schunk

takter.de und *leaddigital.de* voranbringen.

Petra Harms ist zur Ressortleiterin des Frauenmagazins *myself* für die Themen Food, Reise und Wohnen befördert worden. Die 45-Jährige arbeitet bei Condé Nast seit mehr als zehn Jahren, zunächst als freie Mitarbeiterin, zuletzt als stellvertretende Leiterin des Beauty-Ressorts und Editor at Large für *myself*. Harms übernimmt die neuen Aufgaben von **Cornelia Haff**, die den Verlag auf eigenen Wunsch verlassen hat.

Marcus Bornheim (@bornheim_marcus) bildet mit **Kai Gniffke** (@KaiGniffke) das neue Führungsduo von *ARD-aktuell* in Hamburg. Bornheim, Jahrgang 1974, kommt vom *BR*, wo er das Res-

sort Wirtschaft und Soziales leitet. Dem Fernsehpublikum ist er als Moderator des Wirtschaftsmagazins „Plusminus“ bekannt. Sein Vorgänger bei *ARD-aktuell* ist **Christian Nitsche**, der am 1. April als Chefredakteur zum *BR* zurückgekehrt ist.



Falk Zimmermann (@Vesteblickblog) hat es nach München gezogen. Der Chefredakteursvize der

Bamberger Mediengruppe Oberfranken und Geschäftsführer von *inFranken.de* wechselte im März zum Startup *WhatsBroadcast*, das Unternehmen Messenger-Dienste und Chatbots anbietet. Der gelernte Journalist, Jahrgang 1972, kümmert sich ums Marketing.



Philipp Brunner (39) ist neuer Co-Geschäftsführer bei der Computerzeitschrift *Chip* (Burda

Forward) neben **Thomas Koelzer** (50). Manager Brunner kommt von Vodafone Kabel Deutschland und folgt auf **Markus Scheuermann**, der als Finanzvorstand zur Burda-Beteiligung *HolidayCheck* wechselte.

Sebastian Doedens (36) übernimmt bei *Focus* die neue Position des Strategie-Direktors. Er soll das Profil der Marke schärfen und berichtet in dieser Funktion direkt an Burda-News-Chef **Burkhard Graßmann**.



Elmar Paulke (@ElmarPaulke) hat bei *Pro Sieben* ange-dockt und kommentiert dort Unterhal-

tungsshows wie „Schlag den Star“. Der diplomierte Sportwissenschaftler, Jahrgang 1970, wurde populär als Kommentator von Darts-Übertragungen auf *Sport 1*. Für seine TV-Doku über Boris Becker erhielt er den Bayerischen Fernsehpreis.

Stefan Sutor (@StefSutor) ist neuer Geschäftsführer von Europas größtem Medienkongress, den Medientagen München. Er folgt auf **Christopher Tusch**, der eine längere Auszeit nimmt. Sutors Stellvertreter ist **Nikolaus Lörz**. Beide Medienmanager kommen von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. Lörz ist seit 2002 im Führungsteam der BLM und bislang dort für den Bereich Verwaltung zuständig. Sutor war bisher Strategie-Referent.

Senta Krasser

Fotos: ProSieben/Wilmi Weber, Ronald Rinkler, MfG/Laura Büchele, Nina Schellkopf, Xaver Lockau

Ran an die Nutzer!

Newsletter? Wer liest denn heutzutage noch diese mitunter ellenlangen Riemen? Zumal sie auch noch mit der mittlerweile angestaubten E-Mail ausgeliefert werden. Ich will nicht mit den Vor- und Nachteilen von Newslettern langweilen. Ich habe rund vier Dutzend Newsletter abonniert, von einigen erhalte ich sogar mehrmals täglich Ausgaben, von anderen nur wöchentlich oder monatlich. In meinem Gmail-Postfach lagern 200.000 Mails – neben „Google Alerts“ auch einige Zehntausend Newsletter.

Angst vor der Informationsüberflutung habe ich keine. Die meisten Newsletter lese ich nämlich nicht, überfliege allenfalls die Betreffzeilen, bevor ich sie als gelesen abhake. Fünf Minuten Zeit wende ich täglich fürs Selektieren auf. Einige Newsletter lese ich natürlich, ob zur Unterhaltung oder zur Information. Im Laufe der Jahre ist so mit geringem Aufwand ein individuelles Handarchiv zu meinen Interessensgebieten entstanden, das sich von der aktuellsten bis zur zweihunderttausendsten Mail sekunden-schnell durchsuchen lässt.

Alles einfach, alles wunderbar? Nein, Google weiß inzwischen sehr genau, dass den Nutzer *thomas.mrazek@gmail.com* „was mit Medien“ interessiert; aus Bequemlichkeit nutzte ich von Anfang nur diese mir klar zuzuordnende Adresse. Bei Themen, die ich – aus welchen Gründen auch immer – für heikler halte, lasse ich Google nicht teilhaben. Eingestehen muss ich auch, dass ich in rund 25 Jahren Newsletter-Nutzung noch nie für ein solches Abonnement bezahlt habe – es hat sich einfach nie ergeben. Für manchen dieser Informationsdienste würde ich bezahlen. Paid Content ist aber nicht das Geschäftsmodell, die Idee – so es



Immer freitags in der Früh im Postfach: der Chefredakteurs-Newsletter der *Nürnberger Nachrichten*.

Screenshot: Thomas Mrazek

eine gibt – hinter Newslettern. Ganz sicher haben mich manche dieser E-Mails schon zu einigen Käufen, etwa von Artikeln, Dossiers oder Heften animiert.

Transparenz schaffen

Zwischen dem endlosen und stets aufgeregten Dauerrauschen in sozialen Netzwerken und auf Websites bieten die elektronischen Briefe eine angenehm ausgeruhte Form der Kommunikation. Nicht die schlechteste, um Nutzer mit einer Botschaft zu erreichen. Viele Sätze und noch immer kein Link in der Netzschau ... Jetzt aber! Ganz unspektakulär kommt der Chefredakteurs-Newsletter der *Nürnberger Nachrichten* seit vergangenem Sommer freitags in der Früh ins E-Mail-Postfach. Abwechselnd erzählen darin die beiden Chefredakteure Alexander Jungkunz und Michael Husarek aus dem Redaktionsalltag ihrer Zeitung – hier beispielsweise die Ausgabe vom 3. März: bjvlink.de/nn-chefredakteure.

Darin erzählt Jungkunz unter anderem in aller Kürze, was es mit *dpa* in seiner Zeitung auf sich hat: „Was sind unsere Quellen? Das werden wir oft gefragt – zu Recht, gerade in Zeiten von fake news.“ In jeder Ausgabe gibt es Porträts eines Redakteurs, die Chefs heben Geschichten oder Vorhaben ihres Blattes hervor. Rund zwei bis drei Stunden arbeiten die Kollegen an einer Ausgabe. 3500 Abonnenten zählt der Newsletter. „Die Leser sind froh, mehr von uns zu erfahren, sie

wollen wissen, wie wir arbeiten und was unsere Quellen sind – auch ein Ansatz, um ‚Lügenpresse‘-Vorwürfe zu entkräften“, sagt Jungkunz. Auch erkläre man, „dass die Kollegen keineswegs ‚vom Kanzleramt gesteuert‘ sind, wie Verschwörungstheoretiker mutmaßen. Raus zum Leser und Transparenz schaffen: Das ist der Weg“ – der Newsletter ist hier ein kleiner, nützlicher Schritt.

Auf einem guten Weg ist auch der Berliner *Tagesspiegel* mit seinem Chefredakteurs-Newsletter: Seit November 2014 „serviert“ Lorenz Maroldt von Montag bis Freitag um 6 Uhr seinen „Checkpoint“. Der „pointierte Überblick über alles, was in Berlin gerade so läuft“, zählt inzwischen 93.000 Abonnenten: checkpoint.tagesspiegel.de. Auch mit den im Sommer 2016 gestarteten zwölf wöchentlichen Newslettern aus den Berliner Bezirken beweist die Hauptstadtzeitung ein gutes Gefühl für Leserinteressen. Hier zählt man 100.000 Adressaten: leute.tagesspiegel.de. Beworben werden die E-Mail-Depeschen jeweils auf einem Handy-Display – trotz Konkurrenz durch Messenger, soziale Netzwerke und Apps scheinen sich Newsletter ihren Platz zumindest vorerst

gesichert zu haben. Noch nicht genug von den Newslettern? Unter bjvlink.de/newsletter finden sich meine Empfehlungen.

Mehr Medienkompetenz!

Apropos Empfehlungen, mehr Medienkompetenz bräuchte es! Regelrecht hysterisch wird angesichts von „Fake News“ von Politikern nun wohl erkannt, dass etwas versäumt wurde, was Journalistenverbände seit Jahren fordern. Neue Initiativen vor allem öffentlich-rechtlicher Sender werden im Netz gestartet: Das Medienkompetenz-Portal *Medien360g.de* des MDR bündelt ausgewählte Inhalte vom *Bayerischen Rundfunk*, dem *WDR* und *Kika*. Federführend realisierte der *Bayerische Rundfunk* im November 2016 für *ARD*, *ZDF* und *Deutschlandfunk* das Medienkompetenz-Portal so-geht-medien.de, das sich vor allem an Lehrkräfte und Schüler richtet. Seit Ende März gibt es ein neues Medienmagazin im *Deutschlandfunk*, Montag bis Freitag um 15.35 Uhr, sendet [@mediasres](https://twitter.com/mediasres). Einfach mal reinhören unter dlf.de/mediasres.

Gezwitschert

Die Klammern hinter einigen  Namen sind die Twitter-Adressen der Kollegen beziehungsweise Medien. Bereits über 4300 Nutzer folgen übrigens dem BJV bei Twitter: [@bjvde](https://twitter.com/bjvde).

Der BJV ist zudem täglich für Sie im Netz: bjv.de, facebook.com/bjvde und am Freitag bjv.de/newsletter.



Der Autor

Thomas Mrazek arbeitet als freier Journalist in München und betreut die Netzaktivitäten des BJV. [@tmrazek](https://twitter.com/tmrazek); thomas-mrazek.de

Foto: Günter Distler



Wahlen, Beschlüsse – und immer wieder Appelle an Wertschätzung und Solidarität beim Bayerischen Journalistentag in Bamberg. Fotos: Günter Distler

Wertschätzung erwünscht

Bayerischer Journalistentag in Bamberg meldet sich vernehmlich zu Wort

Von Alois Knoller

Es gibt noch Menschen, die journalistische Arbeit wertschätzen. Christian Lange, der zweite Bürgermeister von Bamberg, bekundet sogar „größten Respekt“ vor den Journalisten und ihrem Verband. Denn Vertrauen in eine kritische, freie Presse setze voraus, dass Journalisten aus einer wirtschaftlich gesicherten Position ihrem Beruf nachgehen, sagt Lange in seinem Grußwort vor dem Bayerischen Journalistentag 2017 in der alten fränkischen Kaiser- und Bischofsstadt.

Um Wertschätzung kreist ebenso die Rede des BJV-Vorsitzenden Michael Busch. Allerdings macht er ein Defizit an Wertschätzung aus. Busch blickt auf vier Brennpunkte im Freistaat. Beim *Nordbayerischen Kurier* in

Bayreuth sind durch Pressekonzentration akut etliche Arbeitsplätze bedroht, doch über einen Sozialtarifvertrag will man dort nicht reden. Bei der *Passauer Neuen Presse* führen die Redakteure einen zähen Arbeitskampf zur Aufnahme von Verhandlungen über einen Haustarif, den die Verlegerin bisher mit Drohgebärden beantwortet, sodass in den Redaktionen ihre „Saat der Angst“ aufgeht. Beim *Bayerischen Rundfunk* sind durch eine massive Sparwelle rund 100 Arbeitsplätze vorwiegend fester freier Redakteure in Ge-

fahr. Und beim *Obermain-Tagblatt* ziehen seit Monaten die Journalisten als „Die Wertschätzer“ übers Land und streiten für eine seit zehn Jahren ausstehende Lohnerhöhung (*mehr auch auf den Seite 38 und 39*).

Ein gewohntes Bild, sagen freie Kollegen, die mit niedrigsten Honoraren abgespeist werden. Es grummelt vernehmlich, als sich Martin Semmler („wir Freie fühlen uns nicht wertgeschätzt“) und Bernd Schöne („wir Freie sind halt auch noch da“) zu Wort melden. Doch Michael Busch beschwört sie, keinen Keil in den BJV zu treiben. „Ich halte nichts von den Versuchen Einzelner, Feste

„Alle Interessen unter einen Hut zu bringen, ist nicht leicht.“

Michael Busch, Vorsitzender des BJV

und Freie, PR-Leute und die vermeintlich echten Journalisten gegeneinander auszuspielen. Und mit dem Argument zu verunsichern, dass ihre Interessen im Vorstand nicht genügend vertreten werden“, sagt der BJV-Chef entschieden. Immerhin, so zählt er auf, haben sieben von zwölf Fachgruppen und

drei von fünf Bezirksverbänden Freiberufler an der Spitze.

„Die Stimme der Journalisten“

Draußen werde der BJV sehr wohl als „Die Stimme der Journalisten“ wahrgenommen – etwa im Anprangern von Zensurmaßnahmen des TSV 1860 München gegen kritische Berichtersteller oder in den intensiven Debatten um Pressefreiheit oder journalistische Ethik. Gegen die Knebelung der Presse in der Türkei setzt der Journalistentag ein symbolkräftiges Zeichen mit Ballons, die vom Bamberger Kongresszentrum die Losung „Journalisten sind keine Terroristen“ in alle Winde hinaustragen.

Eine kühle Brise pfeift den rund 110 Teilnehmern des Bamberger Journalistentages nicht nur draußen um die Ohren. Umbruch liegt in der Luft. Der BJV stößt an Grenzen, die Zeichen stehen auf effizienter Verwaltung der Ressourcen.

Der Geschäftsbericht liegt in knapper Form und in einfacher Aufmachung auf, was laut Busch

schon mal 5000 Euro einspart. Schatzmeister Markus Hack wird dieses Jahr 45.000 Euro weniger ausgeben, allerdings konnte er in den

vergangenen beiden Jahren insgesamt 214.000 Euro in den Sparstrumpf stecken („Damit der Verband voll handlungsfähig bleibt“). Kassenprüfer Markus Mauritz erteilt dafür die Bestnote: „Gern bescheinigen wir unserem Schatzmeister Markus Hack eine gewissenhafte, engagierte und erfolgreiche Tätigkeit.“

Bei den turnusmäßigen Vorstandswahlen schneidet der Nürnberger Wirtschaftsredakteur dann auch am besten ab: 97,76 Prozent der Wähler schenken Markus Hack erneut ihr Vertrauen. Der BJV-Vorsitzende Michael Busch muss einen Dämpfer hinnehmen und wird mit 83 Prozent der Stimmen wiedergewählt. Doch er selbst hat zuvor ja gemeint, die Wahl dürfe kein Automatismus werden.

„Ich werde weiterhin an vorderster Front kämpfen“, verspricht Busch. Nämlich in Verlagen, wo der Anstand zu

kurz kommt, für die Pressefreiheit und um junge Kollegen davon zu überzeugen, sich für die gemeinsame Sache stark zu machen und

dem BJV beizutreten. Offen spricht der BJV-Chef die Probleme an: „Der BJV ist nicht frei von Konflikten. Alle Interessen unter einen Hut zu bringen, ist nicht leicht. Enttäuschungen und Kränkungen sind zuweilen leider nicht zu vermeiden.“

Erst am Tag der Mitgliederversammlung

„Outsourcing, Minibezahlung, Konzentration durch Recherche pools, die Lügenpresse-Vorwürfe – es geht ziemlich zur Sache.“

Andrea Roth, stellvertretende Vorsitzende des BJV

verabschiedet sich die stellvertretende Vorsitzende Hilde Stadler per Mail („aus zwingenden beruflichen Gründen“) nach acht Jahren aus ihrem Vorstandsamt. „Angesichts einer Reihe von beruflichen Projekten, die sehr zeit- und arbeitsintensiv sein werden“, erklärt die Münchner BR-Fernseh-Journalistin. Dank stattdessen ihr Harald Stocker, der Fachgruppen-Vorsitzende, ab: „Hilde Stadler hat jahrelang ihre Freizeit geopfert und sich sehr in der Fachgruppe Rundfunk engagiert.“

„Es geht ziemlich zur Sache“

Zu beiden Seiten des BJV-Chefs sollten weiterhin zwei Frauen sitzen. Neben PNP-Redakteurin Daniela Albrecht bewerben sich die freie Journalistin Marion Trutter sowie die feste freie Rundfunk-Kollegin Andrea Roth. Alle drei brennen für den Beruf und seine Vertretung. „Wir erheben unsere Stimme, wir sagen, was uns passt und was nicht“, erinnert die Niederbayerin Albrecht an Kundgebungen und Podien, wo die Sache der Journalisten verteidigt worden ist. Und sie mahnt zur Besonnenheit: „Machen wir uns die Probleme nicht auch von innen, es gibt davon genug draußen.“ Andrea Roth hat sich in den Problemen mit dem Bayerischen Rundfunk zur 12A-Beauftragten der Fachgruppe profiliert. „Ich bin eine Macherin“, sagt die in Print wie Fernsehen und Moderation erfahrene Kollegin. Für den Journalismus sieht sie einiges heraufziehen: Outsourcing, Minibezahlung, Konzentration durch Recherche pools, die Lügenpresse-Vorwürfe – „es geht ziemlich zur Sache“. Marion Trutter versteht sich als die Stimme der Freien, sie organisiert seit vier Jahren die FREItage der Fachgruppe Freie mit und unterstützt die Kollegen individuell. Sie bringt Erfahrung als

„Wir erheben unsere Stimme, wir sagen, was uns passt und was nicht.“

Daniela Albrecht, stellvertretende Vorsitzende des BJV



Der frisch gewählte geschäftsführende Vorstand des BJV (von links): Andrea Roth, Michael Busch, Ralph Bauer, Daniela Albrecht und Markus Hack.

Textchefin und Ressortleiterin bei Magazinen mit, ist aber jetzt auch „sehr gerne Freie“.

Zwei spannende Wahlgänge braucht es, ehe eine Mehrheit sich für Daniela Albrecht entscheidet. Der nächste Wahlgang hievt auf Anhub (58:44) Andrea Roth ins Vorstandsamt. Unumstritten, wenn auch nicht einstimmig, wird der mainfränkische Kollege Ralph Bauer vom *Main-Echo* in Miltenberg wieder zum Schriftführer gewählt. Die Fünferliste der Beisitzer Jürgen Dennerlohr, Ulf J. Froitzheim, Klaus Reindl, Julika Sandt und Marion Trutter wird im Block gewählt.

„Versuch einer Kündigung“

Wie Wertschätzung der Journalisten konkret aussieht, schlägt sich in den Bamberger Beschlüssen nieder. Die Zeitungsverleger erinnert der BJV daran, sich klar zur Geltung der Gemeinsamen Vergütungsregeln zu bekennen, „statt mit dem Versuch einer Kündigung die Anwendung weiter zu torpedieren“ (mehr auf Seite 32). Eine zeitgemäße Ausbildung auch für Zeitschriftenvolontäre durch einen reformierten Tarifvertrag liegt der Fachgruppe Print am Herzen. „Sie ist auch von Vorteil, wenn die Jungen später als Freie arbeiten sollten“, sagt FG-Chef Wolfgang Grehnhof.

Das Parteiengesetz ergänzen

Selbstbewusst tritt der BJV dem Versuch bestimmter Parteien entgegen, nur gefällige Berichtersteller zuzulassen; dazu habe der Bundestag das Parteiengesetz zu ergänzen. Ausdrücklich begrüßen vor allem Bayerns Journalistinnen den Gesetzentwurf zur Transparenz von Entgeltstrukturen, wünschen sich jedoch eine verbindliche Berichtspflicht. Auch im Verband solle dieser Punkt bei den Mitgliedern in Zukunft abgefragt werden.

Kräftig angeschoben hat der BJV-Bezirksverband Mainfranken die Arbeit in einer Zukunftskommission, um neue Entwicklungen im Berufsbild zu erkennen; Rainer Reichert und Christian Weiß aus Würzburg hätten hier schon vorgearbeitet, berichtet Markus Mauritz in Bamberg.

Alle Beschlüsse und Resolutionen der Mitgliederversammlung in Bamberg im Wortlaut können im Internet nachgelesen werden unter bjvlink.de/bjv17. Hier finden sich zudem weitere Impressionen und Texte zum Bayerischen Journalistentag in Bamberg.

Freiflug für die Freiheit Solidarität für türkische Kollegen

Wenn nur die in der Türkei inhaftierten Kollegen ebenso leicht in die Lüfte schweben könnten wie die Luftballons bei der Solidaritätsaktion bayerischer Journalisten! Hundert blaue Ballons erhoben sich am Rande des Journalistentags in den Bamberger Himmel, versehen mit der Botschaft: „Journalisten sind keine Terroristen!“ BJV-Vorsitzender Michael Busch sagte: „Ballons kennen keine Grenzen, sie überfliegen sie mit Leichtigkeit. Mit ihnen setzen wir ein Symbol für die Freiheit unserer Kollegen in türkischen Gefängnissen.“ Aus eigener Erfahrung ergänzte der Redakteur des *Fränkischen Tags*: „Wir sind den Betroffenen näher, als wir uns vorstellen können. Ich habe zwei türkische Kollegen, die im Sommer immer in die Türkei fahren und dort über Deutschland berichteten. Dieses Jahr fahren sie nicht, weil auch sie Angst haben vor Repressionen.“

Dass türkische Politiker nach Deutschland reisen, um Wahlkampfauftritte für das Referendum für eine Präsidialverfassung abzuhalten, ließ Busch bei der Luftballon-Aktion nicht unkommentiert. „In Deutschland kann

jeder frei seine Meinung äußern“, sagte er. Was aber nicht sein könne: „Dass hier Menschen reden und zu Hause die Pressefreiheit mit Füßen treten. In der Türkei muss den Menschen dieselbe Freiheit zugestanden werden.“

Pseudojuristische Begründung

Der DJV-Vorsitzende Frank Überall unterstrich: „Journalisten sind keine Terroristen. Was unserem Kollegen Deniz Yücel vorgeworfen wird, ist ungeheuerlich. Weil er nahe an den Quellen recherchiert hat, wird er nun als Terrorist abgestempelt – und das Ganze pseudojuristisch begründet.“ Interviews zu führen, gehöre zum Beruf dazu – auch mit Personen, deren Meinung man so gar nicht teilt. Auf weitere Sicht mahnte der DJV-Vorsitzende: „Wer sich mit dem Journalismus anlegt, der legt sich mit dem eigenen Volk an, mit der Demokratie, mit der Freiheit. Unsere Kollegen in der Türkei brauchen einen Lichtblick, dafür brauchen sie die Solidarität von uns.“ Von Bamberg ging immerhin ein deutliches Signal aus. (ak)



„Herr Erdogan, Journalisten sind keine Terroristen“ – mit dieser Botschaft stiegen in Bamberg Luftballons in den Himmel.

Foto: Günter Distler

„Feminismus kommt so unrasiert daher“

Chefredakteurin Bönisch zum Equal Pay Day

„Mit dem Thema Equal Pay und Gleichberechtigung gewinnt Frau keinen Blumentopf, im Gegenteil“, stellte Julia Bönisch, seit Januar neben Stefan Plöchingen Chefredakteurin von *SZ Online*, gleich zu Beginn ihres Impulsvortrages beim Bayerischen Journalistentag in Bamberg klar. Deshalb habe sie zunächst recht wenig Lust verspürt, auf der BJV-Mitgliederversammlung zu sprechen.

Sie tat es dann doch und stimmte kritische Töne an. Gleiche Bezahlung für Frauen, gleiche Bedingungen, gleiche Chancen – das seien Themen, mit denen man für Verlagsmanager und Chefredakteure keine Probleme löse, sondern – im Gegenteil – ziemlich viele verursache. Feminismus komme leider „immer so unrasiert daher“. Er sei inzwischen derart negativ besetzt, dass sogar viele Frauen es lässiger fänden, ihn abzulehnen. Daher sei Frontalangriff, wenn man in einem System stecke, der falsche Weg. Wer von innen heraus verändern wolle, brauche andere Methoden. Statt offensiv zu kämpfen, empfiehlt Bönisch: „Arbeiten Sie stetig daran, alle Gleichheitsrechte und nicht nur die von Frauen zu verbessern.“

Himmelschreiendes Unrecht sei ihr in 15 Jahren Redaktionsarbeit an manchen anderen Stellen begegnet: Etwa Jung gegen Alt – aber auch als Altersdiskriminierung umgekehrt. Oder: Wie stehe es mit dem Graben zwischen Freien, Festen und Pauschalisten? Oder mit der Ungleichheit zwischen Online und Print?

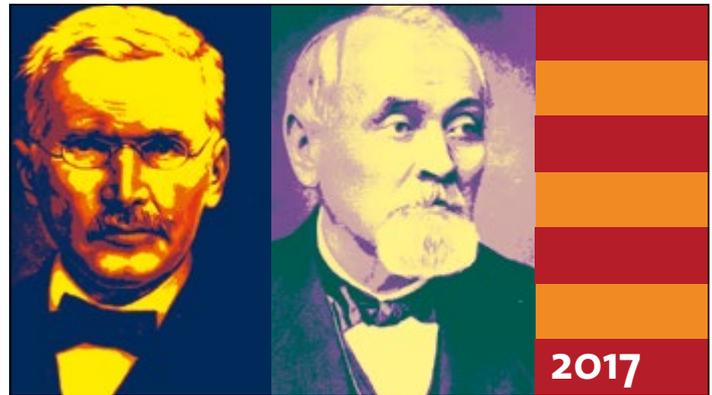
Julia Bönisch betonte, dass die Mehrzahl der Berufseinsteiger heute weiblich sei. „Arbeiten Sie mit daran, Onlineredaktionen in Ihrem Haus zu etablieren und dafür zu sorgen, dass sie genauso ernst genommen werden wie der Rest des Hauses – dann arbeiten Sie daran, jungen Frauen eine Stimme und eine Chance zu geben“, forderte sie. Und: Besser mit kleinen Schritten anfangen. „Fordern Sie nicht eine paritätisch besetzte Chefredaktion und mehrheitlich weibliche Ressortleiterinnen. Arbeiten Sie lieber an der Basis und sorgen Sie subkutan dafür, Ungleichheiten in Ihren Redaktionen Schritt für Schritt aufzuheben.“ Damit täte man sich vielleicht nicht als Kämpferin für die gute Sache hervor, sei aber langfristig erfolgreicher.

Maria Goblirsch



Julia Bönisch,
Chefredakteurin
SZ Online.

Foto: Günter Distler



Journalistenpreise der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken

Wofür werden Preise vergeben?

Die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken vergeben im Jahr 2017 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 2016 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 bewertet die eingegangenen Bewerbungen und entscheidet über die Preisträger.

Wem schicke ich meine Bewerbung?

Bewerbungen schicken Sie bitte an den
Genossenschaftsverband Bayern e. V.
Florian Ernst
Türkenstraße 22 – 24, 80333 München
presse@gv-bayern.de

Oder Sie reichen Ihre Unterlagen über
www.gv-bayern.de/journalistenpreise
ein. Dort finden sich auch weitere
Informationen zu den Preisen und
den Bewerbungsmodalitäten.

Wann werden die Preise verliehen?

Die Preisträger werden am
13. Oktober 2017 im Literaturhaus
in **München** ausgezeichnet.

Preisgelder
insgesamt
20.000 Euro!



Bewerben
bis 30. April 2017

Viele Aufgaben erwarten den frisch gewählten, geschäftsführenden Vorstand des BJV. Wenige Tage nach der Wahl hat das fünfköpfige Gremium jede Menge Ideen im Gepäck und erzählt, wie es diese angehen und wo es Schwerpunkte setzen möchte.

„Checkliste in der Tasche“

Michael Busch, Vorsitzender



„Ein Thema, das mich beschäftigen wird, sind die ‚alternativen Fakten‘. Der Journalist muss sein eigenes Berufsbild überdenken, denn:

Er muss nicht mehr nur die Nachricht nach außen generieren, sondern sie so glaubwürdig verpacken, dass sie als auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfte Nachricht erkennbar ist. Ich möchte Antworten auf Fragen wie die folgenden erarbeiten: Wie erkenne ich Fake News? Bei welchen Medienkanälen muss ich per se skeptisch sein? Und umgekehrt: Auf welchen Kanälen kann ich davon ausgehen, dass das Phänomen nicht auftritt, weil nachgeprüft wird und weil der Pressekodex bekannt ist? Am Ende des Prozesses will ich im Idealfall ein Regelwerk haben, wie man Nachrichten auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfen kann. Denn hilfreich wäre, wenn man als Journalist immer eine Checkliste in der Tasche trüge und sich immer wieder fragte: Welche Punkte habe ich erledigt? Dann hätte man eine gewisse Sicherheit, um sagen zu können: Das ist eine saubere Nachricht.“

Die Jungen im Blick

Daniela Albrecht, stellvertretende Vorsitzende



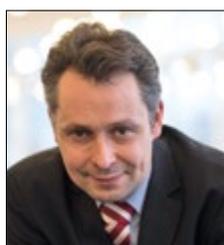
„Mir geht’s vorrangig um die Ausbildung, darum jungen Kollegen zu zeigen: Welche Möglichkeiten gibt es, um im Journalismus Fuß zu fassen? Und was kann

der BJV auf dem Weg in den Beruf bieten? Wir können zum Beispiel unterstützen, indem wir über die Grundlagen einer guten Ausbildung aufklären. Worauf muss man achten, wenn man Praktika macht oder einen

Volontärsvertrag unterschreibt? Ich beobachte leider, dass es in der Ausbildung nicht mehr überall darum geht, den Leuten etwas beizubringen, sondern sie als billige Arbeitskräfte ausgenutzt werden. Ich will zeigen, wo es zusätzliche Bildungsangebote gibt, und unsere eigenen Seminare vom BSW schmackhaft machen. Ich möchte zeigen: Bei uns gibt es Fachgruppen und Veranstaltungen, bei denen Ihr Euch Netzwerke aufbauen könnt, wo Jung und Alt gegenseitig voneinander lernen. Ich möchte Mut machen und zeigen, wie viel man schaffen kann im Team, wenn man die Ellenbogen einfährt und nicht nur auf sich, sondern auch auf die Kollegen schaut.“

Mehr Medienkompetenz

Ralph Bauer, Schriftführer



„Rankings zeigen, dass der Journalismus an Glaubwürdigkeit und Ansehen verliert. Wir müssen unseren Berufsstand wieder aufwerten. Es ist deshalb auch

enorm wichtig, dass wir uns im Bereich Medienkompetenz aufstellen. Ich sehe bei meinen Kindern, dass hier in der Schule so gut wie gar nichts passiert. Die konkrete Idee ist, dass der BJV mit einer Hochschule ein Konzept erarbeitet zur Vermittlung von Medienkompetenz. Dabei muss es zum Beispiel um die Frage gehen, wie man Quellen bewertet oder worauf man achten sollte im Umgang mit sozialen Medien. Medienkompetenz wird in der Schule vor allem nicht behandelt, weil Lehrern selbst die Erfahrung fehlt. Wichtig wäre, dass Praktiker an der Front stehen. Hier könnte sich der BJV als Experte positionieren. Für freie Journalisten wäre dies gleichzeitig ein weiteres finanzielles Standbein.“

Mitgliederschwund stoppen

Markus Hack, Schatzmeister



„Der Journalismus muss gestützt werden – das tut der BJV. Allerdings kann er dies nur, wenn er eine finanzielle Grundlage für seine Arbeit hat. Ich

möchte in den nächsten zwei Jahren für diese sorgen. Das wird mit Sicherheit nicht einfach werden, weil die Mitgliederzahlen zurückgehen – nicht nur auf bayerischer Ebene, sondern auch bundesweit. Das hat zur Folge, dass auch der Bund finanziell nicht so gut da steht. Von daher wird der bayerische Haushalt möglicherweise von zwei Seiten her belastet: einmal durch den Mitgliederschwund im eigenen Bereich und zum anderen durch Ansprüche, die von der Bundesebene herkommen. Für uns heißt das vor allem: Wir müssen versuchen, den Mitgliederschwund zu stoppen. Noch besser wäre es natürlich, wenn wir neue Mitglieder dazugewinnen. Wir bekommen deshalb, so der Beschluss im geschäftsführenden Vorstand, einen Mitarbeiter, der sich konkret um die Werbung neuer Mitglieder kümmern wird.“

Nöte wahrnehmen

Andrea Roth, stellvertretende Vorsitzende



„Ich engagiere mich seit zwei Jahren in der Fachgruppe Rundfunk. Mir ist bei der Fachgruppenarbeit aufgefallen, dass die Probleme in allen Berei-

chen, egal ob Hörfunk, TV oder Print, ähnlich aussehen. Es gibt ein riesengroßes Themenspektrum, bei dem der BJV massiv gefragt ist. Ich möchte mich auch, aber nicht nur für die festen und freien Kollegen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einsetzen. Es geht überall um Outsourcing, Lohndumping, Mitarbeiter werden kurz vor der Rente entlassen. Deshalb habe ich gesagt: Ich möchte zusätzlich im Landesvorstand aktiv werden und mich um alle Bereiche der Journalisten kümmern. Ich will mich auch für die ungeschützte Gruppe einsetzen, die freien Kollegen. Und: Der BJV bekommt gerade beim privaten Rundfunk oft gar nicht mit, wie es den Leuten geht, weil nur wenige Mitglieder im Verband wirklich aktiv sind. Deshalb möchte ich mit den Menschen in Kontakt treten, um Nöte wahrzunehmen und in die BJV-Gremien zu tragen. Ich bin jemand, der vor Ort sein und mit Kollegen sprechen will. Oft kennen diese ihre Rechte gar nicht.“

Michaela Schneider

Fotos: Günter Distler



* Nur so viel macht der monatliche Beitrag zur Absicherung Deiner beruflichen Perspektive als junger Journalist im Bayerischen Journalisten-Verband aus. Dafür erhältst Du Zugriff auf ein professionelles Netzwerk von Berufskolleginnen und -kollegen, ein qualifiziertes Fortbildungsangebot, vielfältige Hilfe vom Mentoring bis zur Rechtsberatung sowie Kontakt und Austausch mit Gleichgesinnten. **Solidarität ist machbar – BJV**

Der **Bayerische Journalisten-Verband** vertritt die Interessen von mehr als 7000 hauptberuflichen Journalistinnen und Journalisten in Bayern. Unsere Mitglieder arbeiten an Tageszeitungen und bei Zeitschriften, in Online-Redaktionen, bei Hörfunk und Fernsehen, als Festangestellte oder freie Journalisten.

Nähere Informationen erfährst Du unter www.bjv.de

BJV

Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

 facebook.com/bjvde  twitter.com/bjvde

Die Stimme der Journalisten in Bayern

GANZ NAH.

Wenn es um Arzneimittel geht, ist persönliche Beratung besonders wichtig. Wir sind für Sie da. Auch in Ihrer Nachbarschaft.



Deutschlands Arzneimittelversorgung nach EuGH-Urteil:

HEUTE HIER, MORGEN FORT?

Für heftige Kontroversen in Öffentlichkeit, Politik und Medien, sowie für tiefe Verunsicherung bei Patienten und Apothekern, hat in den vergangenen Monaten ein Urteil des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) vom 19. Oktober 2016 gesorgt. Es besagt, dass die in Deutschland geltende Preisbindung für rezeptpflichtige Arzneimittel nicht verbindlich für Arzneimittelversandhändler mit Sitz im EU-Ausland ist. Für deutsche Apotheken hingegen hat die gesetzlich festgelegte Preisbindung nach wie vor volle Gültigkeit. Sie legt fest, dass ein rezeptpflichtiges Arzneimittel in jeder deutschen Apotheke denselben Preis hat.

Die Arzneimittelpreisverordnung (AMPreisV) dient dem Interessenausgleich aller Beteiligten. Den Patienten schützt sie davor, dass seine Notlage durch überhöhte Preise ausgenutzt wird. Feste Preise machen außerdem das Sachleistungsprinzip der Krankenkassen erst wirklich möglich. Auch Steuerungs- und Kostendämpfungsmechanismen wie Zuzahlungen und Festbeträge sind ohne transparente und einheitliche Preise für rezeptpflichtige Arzneimittel nicht denkbar. Die AMPreisV verhindert außerdem destruktive Wettbewerbs-

formen und sichert damit eine flächendeckende Arzneimittelversorgung der Bevölkerung durch ein Netz wohnortnaher Apotheken.

Apothekendichte in Deutschland unter EU-Durchschnitt

Mit seinem Urteil hat der EuGH ermöglicht, dass ausländische Versandhändler die gesetzlich festgelegten Arzneimittelpreise für rezeptpflichtige Arzneimittel unterlaufen und Patienten mit Boni locken dürfen. Thomas Benkert, Präsident der Bayerischen Landesapothekerkammer, warnt: „Nach dem jüngsten Urteil des Europäischen Gerichtshofs darf man die mögliche Marktdynamik nicht unterschätzen. Wenn ausländische

Versandhändler jetzt kurzfristig einen Preiskampf entfachen, wird langfristig die kleine Apotheke in der Nachbarschaft oder auf dem Dorf aufgeben müssen. Die ‚Gretchenfrage‘ lautet: Wollen wir wirklich die gewachsene Struktur der Arzneimittelversorgung, die sich ja bestens bewährt hat, aufs

Spiel setzen?“. Allein in Bayern ist die Anzahl der öffentlichen Apotheken in den vergangenen fünf Jahren von 3.386 auf derzeit 3.204 gesunken. Die Apothekendichte liegt in Deutschland schon heute unter dem europäischen Durchschnitt.

WUSTEN SIE, DASS ...

der Versandhandel mit rezeptpflichtigen Arzneimitteln in dreiviertel der EU-Staaten gar nicht erlaubt ist?

ZUM HINTERGRUND:

Die Apothekendichte in den 28 Mitgliedstaaten der Europäischen Union (EU) liegt im Schnitt bei 31 Apotheken pro 100.000 Einwohner. Mit 25 Apotheken pro 100.000 Einwohnern liegt Deutschland darunter. Derweil hat Frankreich mit 33 Apotheken eine leicht überdurchschnittliche Apothekendichte, während Italien und Polen mit jeweils 30 Apotheken zwar unter dem EU-Schnitt, aber immer noch über Deutschlands Apothekendichte liegen.

Sozial ist, was nah an den Menschen ist: Schnelle und kompetente Arzneimittelversorgung durch Apotheken vor Ort

Benkert weiter: „Wer im Ausland sitzt, leistet keinen Nachtdienst in der Nachbarschaft, stellt keine Rezeptur Arzneimittel her, kann kein dringendes Rezept innerhalb kürzester Zeit bedienen, keinem Patienten die Anwendung eines Asthma-sprays mit eigenen Händen demonstrieren. Das sind perso-nal-, und damit kostenintensive Aufgaben, zu denen deutsche Apotheken – im Gegensatz zu Versendern – gesetzlich verpflichtet sind“.

Auf die besonderen Versorgungsleistungen der Apotheken verweist Dr. Hans-Peter Hubmann, Vorsitzender des Bayerischen Apothekerverbandes e. V. (BAV): „Bei den 20.000 Fällen, die jede Nacht bundesweit im Notdienst versorgt werden, handelt es sich vor allem um Familien“. Kinder unter 12 Jahren machen nur 10,3 Prozent der Bevölkerung aus, doch für sie werden 21,8 Prozent aller Notdienstrezepte eingelöst – das sind 820.000 Verordnungen pro Jahr. Wenn der Patient aus gesundheitlichen Gründen nicht mehr in die Apotheke kommen kann, kommt die Apotheke zu ihm. Deutsche Apotheken bringen jeden Tag 250.000 Menschen ihre Medikamente nach Hause. „Unsere Apotheken sind damit ein gelebtes Stück Sozialwesen. Denn sozial ist, was nah an den Menschen ist“, sagt BAV-Vorsitzender Hubmann. „Deswegen geht die Vorstellung, man bräuchte zusätzlich den Versandhandel mit verschreibungspflichtigen Arzneimitteln, um die Versorgung vor Ort zu verbessern, komplett an der Realität vorbei.“

DIE APOTHEKEN IN BAYERN

- » stellen jährlich über 1,3 Million individueller Rezepturen her – meist für Kinder und Allergiker
- » leisten jedes Jahr über 120.000 Nacht- und Notdienste
- » bieten qualifizierte, ortsnahe Arbeitsplätze für rund 22.000 Menschen
- » beraten zu Risiken, Neben- und Wechselwirkungen von Arzneimitteln

Gesundheitspolitik Thema beim Bayerischen Apothekertag 2017 in Würzburg

Wie will die Politik auf das EuGH-Urteil reagieren und die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung mit Arzneimitteln durch öffentliche Apotheken sicherstellen? Das wird ein Thema der Podiumsdiskussion „Aktuelle Gesundheitspolitik in den Wahlprogrammen“ zur Eröffnung des Bayerischen Apothekertages 2017 in Würzburg sein. Die Diskussion findet statt am

Freitag, 5. Mai um 18:30–20:00 Uhr im Ovalsaal der Würzburger Residenz

Teilnehmer: MdB Sabine Dittmar (SPD, Mitglied im Gesundheitsausschuss des Bundestages), MdB Dieter Janecek (Bündnis 90/Die Grünen, wirtschaftspolitischer Sprecher), MdB Harald Weinberg (Die Linke, Mitglied im Gesundheitsausschuss des Bundestages) und MdB Emmi Zeulner (CSU, Mitglied im Gesundheitsausschuss des Bundestages), Thomas Benkert (Bayerische Landesapothekerkammer), Dr. Hans-Peter Hubmann (Bayerischer Apothekerverband e. V.)

Pressevertreter sind nach kurzer, formloser Akkreditierung per Mail gerne eingeladen!

Pressekontakt:

Martha-Henriette Binder

Bayerische Landesapothekerkammer

Telefon: 089/92 62-61

Martha.Binder@blak.aponet.de

www.blak.de

Thomas Metz

Bayerischer Apothekerverband e. V.

Telefon: 089/99 83 82-50

thomas.metz@bav-bayern.de

www.apothekerverband.bayern



Näher am Patienten.

Verengte Spielräume

Das pressefeindliche Verhalten des TSV 1860 München, der neue TV-Sender des FC Bayern und weitere neue Akteure – im Sportjournalismus ist einiges im Wandel.

Von Thomas Mrazek





Ein Fußballplatz, der rundum durch Werbepanellen von der Öffentlichkeit abgeschirmt ist. Zuschauer und auch professionelle Beobachter sind hier unerwünscht. Der Platz befindet sich in der Grünwalder Straße 114 in München. Dort, auf dem

Vereinsgelände des TSV 1860 München, trainieren die Profifußballer des Zweitligisten. Der kurz vor Weihnachten verpflichtete Trainer Vitor Pereira soll die Löwen – wie sie im Volksmund heißen – vor dem Abstieg in die Dritte Liga bewahren. Um konzentriert mit seiner Mannschaft arbeiten zu können, lässt der Portugiese sie nur noch einmal in der Woche unter den Augen der Öffentlichkeit trainieren – bei seinen vorigen Clubs im Ausland sei das durchaus üblich gewesen. Auch andere Vereine im bezahlten Fußball schotteten sich zunehmend von der Medienöffentlichkeit ab. Man kann darüber diskutieren, ob dieser Weg wirklich zielführend für das Verhältnis zwischen Vereinen und (Medien-) Öffentlichkeit ist. Für Journalisten, das steht außer Frage, wird die Arbeit schwerer.

Unstrittig ist auch, dass die seit November erfolgten Repressionen des TSV 1860

München gegen Journalisten einen Tiefpunkt in der Beziehung zwischen Vereinen und Medien darstellen. Das Spektrum war groß: unsachliche Medienkritik durch 1860-Investor Hasan Ismaik, tagelanges Hausverbot für alle Journalisten auf dem Vereinsgelände, Sprechverbote für Vereinsvertreter gegenüber Medienvertretern, Schikane bei der Akkreditierung gegenüber einzelnen Journalisten und die Aussperrung einer *Bild*-Kollegin von einem Ligaspiel. Dass einige Pressekonferenzen dilettantisch geführt und Presseanfragen – auch vom *BJVreport* – mitunter überhaupt nicht beantwortet werden, rundet das Bild ab. Als Gründe für die rustikalen Einschränkungen der Pressefreiheit gab der Verein die Berichterstattung einiger Medien an.

Fan-Journalismus in Reinkultur

Fast alle Journalisten, aber etwa auch hochrangige Vertreter der für den Bezahlfußball zuständigen Deutschen Fußballliga waren sich einig, dass es so partout nicht geht. Vereinzelt solidarisierten sich selbst untereinander konkurrierende Medien miteinander (hervorzuheben ist hier insbesondere die *Abendzeitung*) oder kündigten – wie der *Kicker* – an, vorerst auf Interviews mit Löwenspielern zu verzichten. Der Verband der Münchner Sportjournalisten führte mit den Beteiligten zeitaufwändige Schlichtungsgespräche.

„Beim Thema Fußball gibt es online noch unendlich viele Möglichkeiten.“

Daniel Michel, *fussball.news*

Nur der Betreiber des Blogs *DieBlaue24* (*dieblaue24.com*), Oliver Griss, äußerte sich nicht kritisch über das pressefeindliche Verhalten der Löwen. Griss, Jahrgang 1971, betreibt das Angebot seit 2011 professionell, sein einziges Themengebiet ist der TSV 1860. Der Journalist berichtet seit 28 Jahren über Fußball. 2010 verlor er bei der ersten Entlassungswelle der *Abendzeitung* nach zwölf Jahren Arbeit als Löwen-Reporter seinen Job und gründete danach sein Blog. Dass er dort mit „blauer Brille“ über den Verein berichtet, verhehlt Griss nicht. Bis zu 40.000 Leser besuchten sein Angebot täglich, damit dürfte er online Marktführer bei der Berichterstattung über die Löwen sein: „Meine Leser schätzen, dass ich sie immer wieder mit Hintergründen, Exklusiv-Geschichten und Informationen zum Verein füttere“, sagt Griss.

Bis zu 16 Stunden arbeite er täglich dafür und sagt: „Ich stoße an meine körperlichen Grenzen.“ Außer einem freiberuflichen Informatiker, einem Kolumnisten aus Viechtach und einigen Fotografen erledigt Griss alles selbst. Der Einsatz lohne sich: „Seit vor drei Jahren ein großer Online-Vermarkter auf mich zukam, kann ich nicht klagen, was die Einnahmen betrifft.“ Dass er die

manchmal doch recht kruden Ansichten des Investors Hasan Ismaik unkritisch weiterverbreitet, dementiert Griss nicht: „Ich stehe hinter dem neuen Konzept.“ Dass Kollegen seine Arbeit aufgrund der

Nähe zum Investor kritisieren, interpretiert Griss in einem Blog-Eintrag als „Hetzkampagne“. Er erhalte keine Zuwendungen von Ismaik und dem Verein. Dass die Pressefreiheit durch TSV 1860 etwa bei Aussperrung der *Bild*-Redakteurin Kristina Ellwanger erheblich eingeschränkt wurde, sieht Griss nicht so: „Pressefreiheit heißt für mich auch, dass man sich an gewissen Spiel- und Verhaltensregeln orientieren sollte.“ Griss stellt obendrein einen Bedeutungsverlust der Medien fest: „Leider werden Journalisten immer unwichtiger, weil viele Vereine ihre Informationen über die eigenen Social-Media-Kanäle streuen.“

Griss' professionell betriebenes Fanblog ist in der hiesigen Medienlandschaft längst keine Einzelerscheinung mehr. Rund um die Bundesliga-Vereine gibt es einige Angebote, mit denen die Betreiber ordentlich Geld verdienen, erklärt der Münchner Daniel Michel. *DieBlaue24* hält Michel für zu „fannah“. Der Journalist (Jahrgang 1981) gründete 2015 die Absolut Fußball GmbH die unter *fussball.news* täglich Nachrichten, Hintergrundstücke und Interviews bietet. Zirka 25.000 Besucher lockte sein Angebot täglich, bei Topartikeln kämen bis zu 50.000 Leser zusammen. Rund fünf Jahre arbeitete Michel als freier Journalist unter anderem für Portale wie *Sport1.de* und *Eurosport.de*. Er habe erkannt, dass die meisten Portale noch „zu zeitungsnah denken“, so könn-

ten beispielsweise Agenturnachrichten, die er über den Sportinformationsdienst beziehe, effizienter in zwei, drei Nachrichten publiziert werden.

„Rechtsfreier Raum“ entstanden

In den letzten Jahren seien rund 30 neue Fußballportale auf den Markt gekommen, hat Michel beobachtet. Mit zehn freien Mitarbeitern und täglich frühem Aufstehen um 5.30 Uhr, habe er es geschafft, seine Abrufzahlen stets zu steigern und mittlerweile schwarze Zahlen durch die Einnahmen aus der Online-Werbung zu schreiben. Michel moniert, dass einige gewinnorientierte Portale ihre Mitarbeiter überhaupt nicht bezahlen – hier sei ein „rechtsfreier Raum“ entstanden. Dennoch sieht er gerade beim Thema Fußball noch „unendlich viele Möglichkeiten“ für Journalisten, die neben ihren handwerklichen Fähigkeiten gut in den sozialen Netzwerken vertreten seien und über gute Fremdsprachenkenntnisse verfügten: „Jeder kann es mit Fleiß, Leistung und Qualität schaffen“, ist Michel überzeugt.

„Es geschafft haben“, dieses Attribut kann man wohl dem FC Bayern München zuschreiben. Sportlich und finanziell steht der Verein im Frühjahr 2017 bestens da, selbst, dass in der Vereinsführung nicht unumstrittene Personen agieren, scheint

„Ich will Bayern nicht zum Medienkonzern machen. Ich liebe kritischen Journalismus.“

Uli Hoeneß, Präsident des FC Bayern, im Februar 2017 bei der *dpa*-Chefredakteurskonferenz

das positive Erscheinungsbild des größten

Fußballclubs der Welt nicht zu beeinträchtigen. Mit eigenen Medien ist er auch stark aufgestellt: Weltweit hat der FC Bayern 65 Millionen Fans und Follower auf insgesamt 32 Kanälen.

Als erster deutscher Verein starteten die Münchner gemeinsam mit dem Hauptsponsor Telekom im Februar mit *FC Bayern.tv* live einen linearen TV-Sender, der 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche sendet. Das Angebot kostet 5,95 Euro im Monat und wird mit großem Aufwand betrieben: „Der Gesamtpool der Kollegen, die für *FC Bayern.tv* live tätig sind, liegt bei 40 Personen, davon sind zirka 20 Journalisten und 20 Producer, also Cutter, Kameraleute und Techniker“, sagt Stefan Mennerich, Direktor Medien, Digital und Kommunikation der FC Bayern München AG. Kritikern, die befürchten, dass Medien beim FC Bayern nach dem Start des TV-Senders noch weniger zum Zuge kämen, hält Mennerich entgegen, sein Verein sei „im nationalen und internationalen Vergleich sehr offen – gemessen an den Pressekonferenzen, die regelmäßig stattfinden, den Pressegesprächen, die wir anbieten, und den vielen Einzelinter-

views und medialen Initiativen, die wir organisieren und unterstützen“.

„Manchmal zu wenig selbstbewusst“

Gelassen sieht Klaus Hoeltzenbein, Ressortleiter Sport bei der *Süddeutschen Zeitung*, den neuen TV-Sender: „Der FC Bayern ist ein Unterhaltungskonzern und es ist dessen gutes Recht einen weiteren Vertriebskanal anzubieten. Unsere Möglichkeit zu recherchieren ist dadurch nicht eingeschränkt.“ Als Jürgen Klinsmann 2008 als Trainer die Regeln für den Umgang mit der Presse bei den Bayern neu definierte „wurde auch schon vom Untergang des Journalismus“ gesprochen. „Wir sind da manchmal einfach zu wenig selbstbewusst, wenn jemand unsere Arbeitsbedingungen ändert“, konstatiert der Ressortchef. Hoeltzenbein, Jahrgang 1959, der seit Jahrzehnten im Sportjournalismus tätig ist, beobachtet vor allem eine Beschleunigung seines Ressorts: „Wir müssen den ‚Sieben Tage/24 Stunden-Sportjournalismus‘ denken.“

Dass Kollegen wie die investigativ arbeitenden Thomas Kistner (*SZ*) und Jens Weinreich (freier Journalist) „keine Einzelkämpfer“ mehr bei sportpolitischen Themen seien, sieht er als einen großen Fortschritt an. In seiner Redaktion beschäftigten sich jetzt mehrere Mitarbeiter mit Sportpolitik. Auch bei anderen Medien sei dies nach seinen Beobachtungen der Fall. Hoeltzenbein freut sich, dass seine Zeitung täglich im Blatt und auf den digitalen Kanälen ein großes Sportangebot präsentieren kann: „Dieses große Volumen ist für uns, aber auch für



Foto: Maria Goblirsch

den Leser eine Herausforderung.“ Dafür brauche es „zum Glück auch viele Leute“: Rund 30 Redakteure arbeiten derzeit in München, dazu kommen noch 20 Freie. Neue Akteure seien auch im Sport hinzugekommen. „Sportler haben heute häufig ihre eigenen PR-Berater, die darauf aus sind, dass sie ihre Protagonisten dort platzieren, wo sie die größte Wirkung haben“, beobachtet Hoeltzenbein.

Sicherlich kämen da kleinere Medienangebote weniger oft zum Zuge. „Wir sind in der glücklichen Lage, dass in unserer Zeitung auch mal jemand ab und zu etwas sagen will“, drückt es Hoeltzenbein aus. „Wenn wir bei Bayern wegen eines Interviews anfragen, bekommen wir das meistens auch“, es sei noch nicht so wie in England, wo die Vereine laut Raphael Honigstein, der für die SZ über den englischen Fußball berichtet, überhaupt keine Spielerinterviews mehr vermitteln. Dazwischen seien hierzulande aber auch die „Autorisierungsabteilungen“, da gäbe es bessere und schlechtere.

„Meine persönliche Begeisterung für Interviews hat in den letzten Jahren deutlich abgenommen“, sagt Filippo Cataldo, seit Dezember 2016 Ressortleiter Sport bei der *Schwäbischen Zeitung* in Ravensburg. Grundsätzlich könne man zwar mit sehr vielen Spielern sprechen, aber die Interviews würden nun mal über die Pressestellen koordiniert und häufig auch bis zur Unkenntlichkeit umgeschrieben und dies „sogar bei Spielern, die einem sowieso nur eher technokratische oder weichgespülte Antworten geben“, sagt Cataldo. Der 1980 geborene Münchner hat bis zur Insolvenz der *Abendzeitung* 2014 acht Jahre lang über den FC Bayern und den TSV 1860 berichtet. Auch den neuen TV-Sender der Bayern sehe er nicht kritisch, schränkt aber ein: „Gefährlich wird es in dem Moment, wenn Clubs und Sportler ihre Informationen nur noch über ihre eigenen Medien verbreiten und die Nutzer den Unterschied zwischen journalistischen Angeboten und PR nicht mehr erkennen oder kein Verständnis mehr dafür haben, was Journalismus leisten soll.“

Wenn die Distanz fehlt

Die einzige Strategie, die ihm hierzu einfalle, sei „noch mehr einordnen, filtern und analysieren und sich (noch) mehr von der Club-PR abgrenzen“. Als positive Entwicklung sieht es Cataldo an, dass der Anteil von „Fanjournalisten“ zurückgegangen sei. Dies seien Journalisten, denen „die Distanz fehlt, die nicht richtig nachfragen oder hinter die Fassade blicken wollen und sich vor allem für das interessieren, was auf dem Platz passiert“. Auch Cataldo stellt fest, dass es mittlerweile „recht viele investigativ arbeitende Sportjournalisten gibt“. Die Räume für „Falschspieler“ werden also enger.

Weitere Infos zum Thema Sportjournalismus, zum Gebaren des TSV 1860 sowie Interviews mit Filippo Cataldo und Oliver Griss: bjv.de/sport.

„Kritischer Begleiter des Spitzensports“

Ein Gespräch mit Professor Michael Schaffrath

Von Alois Knoller

Sportjournalismus bewege sich zwischen „Hosianna“ und „Kreuzigt ihn!“, dass ARD und ZDF die Olympischen Spiele nicht mehr übertragen, betrachtet er als „mittleres Sport-Medienbeben“ und Kritik übt er an der „Fußballisierung“ der Berichterstattung. Ein Interview mit dem 51-jährigen Michael Schaffrath, Leiter des Arbeitsbereichs für Medien und Kommunikation an der Fakultät für Sport- und Gesundheitswissenschaften der Technischen Universität München.

Sie denken an neuartige digitale Plattformen, die dem rasenden Reporter noch mehr Beine machen ...

Michael Schaffrath: Der Zeitimperativ im Sportjournalismus ist unglaublich groß geworden. Internetplattformen und Social Media wie Twitter und Facebook führen dazu, dass für Sportjournalisten die Möglichkeiten, Geschichten auszurecherchieren und zu hinterfragen, aufgrund des exorbitant gestiegenen Zeitdrucks in der Branche immer schwieriger werden. Die Konkurrenzverhältnisse aufgrund vieler neuer Anbieter im Internet und Social Media sind etwas, womit man sich beschäftigen muss. Die alte Dreiklassengesellschaft im Sportjournalismus – zuerst Fernsehen und Hörfunk, dann die Printmedien – hat sich zur Mehrklassengesellschaft gewandelt und damit entsteht auch weiterer Druck. Außerdem müssen Sportjournalisten je nach Medium sehr viel ökonomischer denken, denn sie sind auch für den Erfolg des Produkts, das vermarktet wird, verantwortlich.

Viele Sportfans lassen sich inzwischen auf ihrem Smartphone per Livestream auf dem Laufenden halten. Kannibalisiert das die klassische Berichterstattung?

Es verändert ein Stück weit die Funktion von Journalismus. Wir müssen ihn von zwei Seiten sehen. Sportjournalismus hat zu tun mit zügiger Informationsübermittlung; das ist eine ganz klassische Funktion, die er auch in Zukunft erfüllen muss. Aber das Problem für Sportjournalisten besteht darin, dass über neue Anbieter und private Personen diese Informationsfunktion teilweise übernommen wird. Fußballspieler posten heute über Facebook, ob sie einen Verein verlassen. Und Vereine verbreiten über ihre eigenen Plattformen von der Homepage bis zum Vereins-TV etliche Informationen. Das ist ein Nachteil für Sportjournalisten.

Könnten sie eines Tages ganz überflüssig werden?

Ich glaube nicht. Journalismus ist ja weit mehr als Informationsübermittlung. Der Sportjournalist ist der kritische Begleiter des Spitzensports. Das kann man von den Athleten, Spielern und Vereinen nicht erwarten. Denn für sie ist die Informationsvermittlung ein verlängerter Arm der Public Relations. Sie wollen sich als Person vermarkten oder als Verein in einem guten Licht dastehen lassen. Aber die Bewertung, die Einordnung, am Ende auch Kritik und Kontrolle sind die originären Funktionen des Journalismus. Insofern hat der Sportjournalismus weiter seine Berechtigung und seine Notwendigkeit für die Sportwelt.

Sie denken wahrscheinlich an die Skandale, etwa bei der Fifa, oder an die Doping-Betrüger ...

Das ist am augenfälligsten. Daran knüpft sich die Frage, ob Redaktionen heute überhaupt noch die finanziellen und personellen Ressourcen haben, um adäquate Dopingberichterstattung zu betreiben oder um Krisen und Skandale aufzudecken. Aber das meine ich nicht nur.

Was noch?

Auch die Einordnung eines banalen Spielertransfers. Im Fußball sind mittlerweile Ablösesummen im Spiel, die jegliche Vorstellungskraft der normalen Menschen übersteigen. Belässt es der Sportjournalist bei der bloßen Nachricht oder aber schafft er Sensibilität für solche Vorgänge durch seine kritische Berichterstattung? Oder denken Sie an Pyrotechnik, Hooliganismus, Fanausschreitungen, Bespucken von Trainern – es gibt so viele Problemfelder im Sportjournalismus, die in vereinseigenen Plattformen oder von Spielern überhaupt nicht thematisiert werden. Aufklärung, Kritik und Kontrolle bleibt nach wie vor eine wichtige Funktion, die der Sportjournalismus erfüllen muss und auch gut erfüllt.

Die Handball-WM konnte man völlig an den öffentlichen Sendern vorbeiführen. Zeichnet sich hier eine Umorientierung ab?

Dass die Handball-WM per Livestream von der DKB ausgestrahlt wurde, ist sehr traurig, weil es nicht gelungen ist, in Verhandlungen mit dem Rechteinhaber einen akzeptablen Deal abzuschließen. Damit haben wir sie nicht im Fernsehen gesehen. Das Gleiche erleben wir jetzt bei den Olympischen Spielen. Sie werden auf *Eurosport* gezeigt in Deutschland, in welcher Form, in welchem Umfang, in welcher Qualität muss man abwarten. Dass *ARD* und *ZDF* nicht mehr übertragen, ist sicherlich ein mittleres Sport-Medienbeben. Bei knapp acht Milliarden Euro Einnahmen pro Jahr hätten sie die Möglichkeiten gehabt, diese Rechte zu kaufen.

Welche Sportart ist überhaupt noch von Interesse in den Medien? Fußball, Tennis, Skisport – und dann?

Von Interesse ist in der Gesellschaft weit mehr, als die Medien in der großen Fläche anbieten. Wir haben eine Fußballisierung der Berichterstattung in einem Ausmaß, wie wir es Jahrzehnte nicht hatten. Fußball war zwar immer die Nummer eins in Deutschland und Europa, aber die Überproportionierung, wie *Sender*, *Zeitschriften* und *Zeitungen* damit umgehen, geschieht auf Kosten von Berichterstattungsflächen für andere Sportarten. Nun kann man sagen: Fußball ist der Quotenbringer, mit dem man noch die ganze Gesellschaft vor den Bildschirm bringt. Das gilt aber nur noch für Welt- und Europameisterschaften. Die Bundesliga muss man differenzierter betrachten.

Ein positives Beispiel: Als bei der Tour de France die Dopingfälle publik wurden, waren alle einverstanden, dass die Berichterstattung stark zurückgefahren wird.



Prof. Dr. Michael Schaffrath

Foto: Monika Schaffrath

Die *FAZ* hat es als einen „veritablen Eier-tanz“ bezeichnet, was die *ARD* im Umgang mit der *Tour de France* veranstaltet hat. Über Jahre wussten Journalisten, die in der Szene drin sind, dass bei den Rennradlern gedopt wird und die *Tour* ohne Doping nicht durch-zustehen ist. Das zeigt die Doppelbödigkeit in der Branche und die Abhängigkeit, dass man eingekaufte Lizenzen teuer wiederverkaufen muss.

Sport taugt nach wie vor für Heldengeschichten. Ist das nicht ein wunderbarer journalistischer Zug?

Das ist ein klassisches Thema seit Jahrzehnten. Natürlich bringt der Spitzensport solche Helden hervor und sie werden durch die Berichterstattung gefördert. Das ist wunderschön, schafft Identifikation und Nachahmungseffekte. Die andere Seite ist jedoch, dass sich Sportjournalismus immer zwischen „Hosianna“ und „Kreuzigt ihn!“ abspielt. Der Star von heute ist gefährdet, der Trottel von morgen zu werden. Dieses Tontauben-Syndrom im Sportjournalismus, dieses Hochjagen und Abschießen, lässt sich an vielen Sportlerbiografien ablesen.

Zur Person Michael Schaffrath

Professor Dr. Michael Schaffrath (51) leitet den Arbeitsbereich für Medien und Kommunikation an der Fakultät für Sport- und Gesundheitswissenschaften der Technischen Universität München. Sportjournalistisch war er unter anderem für den *WDR*, *RTL*, *Radio Antenne Münster* und *Sport-Informationen-Dienst* tätig. Seine Forschungsschwerpunkte sind Sportjournalismus, Sportmedienforschung, Sportberichterstattung und Public Relations im Sport. In vierter Auflage erhältlich ist sein Handbuch „Traumberuf Sportjournalismus. Ausbildungswege und Anforderungsprofile in der Sportmedienbranche“, Münster/Berlin 2011.

„Kein Job für Memmen“

Vier Sportfotografen erzählen von den Herausforderungen ihrer Arbeit

Von Michaela Schneider



Die Dynamik des Sports einfangen, den Tormoment festhalten, Kreativität und Bewegung kombinieren: Sportfotografie fasziniert, keine Frage. Gleichzeitig ist das Geschäft der Profifotografen hart. Nicht allein, weil im Fußballstadion Bengalos Richtung Presse fliegen oder Fotografen auf der Skipiste stundenlang in Eiskälte verharren. Zu schaffen macht ihnen vor allem, dass bei immer größerer Konkurrenz die Bildhonorare sinken.

Bernd Feil betreibt zusammen mit seiner Frau Renate die Agentur „M.i.S.-Sportpressefoto“ im schwäbischen Mindelheim, verschiedene Fotografen arbeiten für ihn, Schwerpunkt Fußball. In Zahlen: Pro Wochenende bietet die Agentur im Schnitt 600 Bilder an, unter der Woche weitere 300 von monatlich 20 bis 25 Spielen. Feil selbst besucht rund zehn Fußballspiele deutschlandweit im Monat. Hinzu kommen Auslandseinsätze wie Champions League oder Olympische Spiele, etwa in China oder London. Dabei organisiert

Feil Reisen auf eigene Faust, Pressereisen seien schlicht zu teuer. 1500 Euro kassiere hier mancher Verein für eine dreitägige Reise zum Champions-League-Spiel. Großereignisse plant Feil manchmal ein Jahr im Voraus für einen günstigen Flug und ein erschwingliches Hotel.

Und die Bedingungen im Stadion selbst? Die seien gut, sagt er. Fotografen bekämen gute Parkplätze, einen Stuhl hinter der Bande, einen Laptoptisch. „Ein Job für Memmen ist's trotzdem nicht“, weiß der 48-Jährige und erzählt von Bier, das man ins Genick bekäme, und Bechern voller Senf, die in Ingolstadt flögen. Heikle Situationen habe er erlebt mit Bengalos, bei einer Flammentemperatur von mehr als 1000 Grad höre der Spaß auf.

Auch der Ostallgäuer Peter Schatz hat sich freiberuflich auf die Fußballfotografie spezialisiert. Die größte Schwierigkeit sieht der 53-Jährige in hohen Kosten für Ausrüstung und Reisen bei sinkenden Bildhonoraren. Eine gute Ausrüstung koste zwischen 40.000 und 50.000 Euro. Kamerabodys hielten zwei bis drei Jahre, Objektive länger, sagt Schatz. Zeitungen und Magazine zahlten zwischen zehn und 70 Euro pro Bild, der Markt der Onlineportale sei ein noch schwierigeres Feld. Schatz kalkuliert: Damit sich ein Termin rentiert, muss er 700 bis 1000 Euro Umsatz erzielen, spätere Archivverkäufe eingerechnet.

Weg vom Fußball auf die Skipiste mit dem Fotografen Karl-Josef Hildenbrand. Für die Nachrichtenagentur *dpa* fotografiert der ausgebildete Fotograf quer durch alle Ressorts – und ist in den Wintermonaten mit der Kamera bei zahlreichen Wettkämpfen in den Disziplinen Biathlon, Ski nordisch sowie Ski alpin dabei. Möglich sei dies nur, weil er für die Aufträge Tagespauschalen bekomme, sonst wäre der Aufwand zu hoch. Circa zwei Stunden vor Rennbeginn fährt er bei einem Alpin-Termin auf den Berg. „Es gibt nur wenige Punkte, von denen aus man wirklich gute Bilder machen kann. Die Punkte kennt man zwar, es kann aber immer passieren, dass die Strecke anders gesteckt wird“, erzählt Hildenbrand. Eine Stunde vor Rennbeginn müssen Fotografen auf ihren Posten stehen, Mitarbeiter der FIS kontrollieren, ob die Plätze sicher sind. Stürmt oder schneit es, kann es gut passieren,

dass das Rennen erst um ein, zwei Stunden verschoben und dann doch abgebrochen wird. „Die körperlichen Herausforderungen sind anspruchsvoll“, sagt der Kaufbeurer. Und er weist auf einen Aspekt hin,

der gerade die Sportfotografie entscheidend verändert hat: die Geschwindigkeit, in der Bilder heute abgesetzt werden müssen, gerade bei Online-Kunden. Manchmal schickt er Bilder inzwischen über Transmitter und mobile Internetbox direkt von der Piste in die Redaktion.

„Die Jagd nach dem besten Bild ist für den Fotografen wie die Jagd nach dem Siegtor für den Fußballspieler.“

Bernd Feil, freier Sportfotograf

„Agentur bestimmt den Preis“

Der 53-jährige Münchner Stefan Matzke ist seit kurzem stellvertretender Fotografensprecher beim Verband Deutscher Sportjournalisten. Organisiert sind hier bundesweit rund 350 Sportfotografen, Tendenz steigend. Die Technik mache es möglich, dass Quereinsteiger auch ohne allzu großes Können bei hoher Geschwindigkeit, schwierigen Lichtverhältnissen und großen Entfernungen recht passable Sportfotos hinbekämen. Das lasse Studenten, Hobbyfotografen und andere in den Markt drängen – und mache Gehälter und Honorare kaputt. „Hier ist es an den Verbänden auszusetzen“, sagt Matzke – etwa, indem sie darauf hinarbeiteten, dass nur Profis Akkreditierungen erhalten. Schwierig auch: Verwertungsagenturen wie Imago oder Getty Images haben sich zwischen Sportfotografen und Redaktionen geschaltet. „Der Fotograf kann seine Bilder zwar verkaufen, die Agentur bestimmt aber den Preis“, sagt Matzke.

Ein Ausrufezeichen mit Fragezeichen

ARD und ZDF sind bei Olympia raus – was folgt für den Sportjournalismus?

Von Senta Krasser



Wenn in knapp einem Jahr die Biathletin Laura Dahlmeier im südkoreanischen Pyeongchang um olympisches Gold kämpft, werden diese Bilder nicht bei ARD und ZDF zu sehen sein. Die beiden Anstalten sind vor zwei Jahren im Milliarden-Poker um die Übertragungsrechte ausgestiegen. Bis 2024 wird Eurosport (mit DMAX) Olympia exklusiv übertragen. Ein Megaprojekt für den Privatsender – und eine Zäsur für die Öffentlich-Rechtlichen.

ARD und ZDF haben keine Sublizenzen erworben; nicht mal auf 30-Sekunden-Berichte konnten sie sich mit der Eurosport-Mutter Discovery bisher einigen. Nach heutigem Stand wird kein ARD-Mitarbeiter nach Pyeongchang reisen. Dabei war für Olympia im Winter traditionell der Bayerische Rundfunk zuständig (zuletzt im Wechsel mit dem MDR). 1956 in Cortina d'Ampezzo, als die ersten Spiele im Fernsehen übertragen wurden, berichteten Reporter des BR aus den Dolomiten. Die Leitung übernahm damals Robert Lembke, der nebenher Quiz-Karriere machte („Welches Schweinderl hätten S' denn gern?“).

In Lembkes Position ist heute Klaus Kastan. Der 65-Jährige verantwortet noch bis Juni 2018 den Programmbereich Sport in Hörfunk und Fernsehen und damit allein 30.000 TV-Minuten im Jahr. Bis jetzt war das jedenfalls so. Wenn man Kastan fragt, welche Konsequenzen sein Sender aus dem Olympia-Verlust zieht, dann verweist er auf „noch eine ganze Reihe anderer erstklassiger TV-Rechte“ für internationale Großereignisse, über die der BR für *Das Erste* berichten werde, über

Als Russland in Sotschi Tscheburaschka als Olympia-Maskottchen präsentierte, waren ARD und ZDF noch live dabei. Von 2018 an schauen sie aus der Ferne zu.

Foto: BR/Julia Müller



ARD-Sportkoordinator
Axel Balkausky
Foto: BR/Theresa Högner



BR-Sportchef Klaus Kastan
Foto: BR/Julia Müller

Fußball-WM oder Ski-alpin-Weltcup. „Wir bleiben auch ohne Olympia am Ball und auf der Piste und überall dort, wo es um Leistungs- und Breitensport geht.“

Übersetzt: Olympische Spiele sind kurz, das Sportjahr hat 52 Wochen, wir haben noch genug anderes zu tun. *Das Erste* will, versichert der ARD-Sportkoordinator Axel Balkausky, „ein verlässlicher Partner für viele olympische Sportarten bleiben“. Verträge mit diversen Sportverbänden seien verlängert worden. Dass das über Jahrzehnte aufgebaute, olympische Know-how künftig leiden könnte, weisen beide Manager energisch ab. Was mit dem vielen Geld, das nicht mehr für das Ringe-Spektakel ausgegeben werden muss, geschieht und wie genau die programmliche Lücke gefüllt wird, steht noch nicht fest. Man überlege „sehr intensiv, auf welche Sportarten und Ereignisse wir uns mehr als bisher konzentrieren“, sagt Balkausky.

Rückkehr zum kritischen Journalismus

Von außen, von dem Journalismusforscher Thomas Horkey etwa, kamen Vorschläge, was die Öffentlich-Rechtlichen mit der Olympia-Pause anstellen sollen, nämlich: „eine Rückkehr zum kritischen Journalismus“. „Wir betreiben doch heute schon kritischen Sportjournalismus“, verteidigt Kastan den BR und nennt als Beispiel das Hörfunk-Investigativteam der ARD-Radio-Recherche Sport, das von seinem Sender koordiniert werde und eng mit dem Dopingexperten Hajo Seppelt kooperiere.

Am Personal, das macht der BR-Sportchef noch klar, will er nicht kürzen. Die Frage ist, wie attraktiv olympiadiene Sender für journalistischen Nachwuchs wie Fachkräfte noch sind. Die Skisprung-Idole Sven Hannawald und Martin Schmitt wechselten jüngst von Sky zu Eurosport. Eine ähnliche Wanderbewegung weg vom BR sieht Kastan nicht. Zwar seien „ganz wenige Kollegen tatsäch-



lich von der privaten Konkurrenz gefragt“ worden. „Ihre Antwort war aber klar: Wir bleiben beim BR!“

Die Münchner Boulevardzeitung *tz* stimmte ihre Leser derweil auf die neuen Verhältnisse ein. Der Zuschauer müsse „Abschied nehmen von Vertrautem: Den öffentlich-rechtlichen Experten, den Kommentatorenstimmen – und von Katrin Müller-Hohenstein und ihrer Norwegerpulli-Kollektion“. Letzteres dürfte zu verkraften sein. Aber ob Langlauf- und Skialpin-Gucken ohne die Kommentare der *BR*-Experten Peter Schlickerieder und Maria Höfl-Riesch geht? Ob *Eurosport* gelingt, was *ARD* und *ZDF* an Qualität etabliert haben?

Was hat Eurosport vor?

Mit dem Erwerb der TV-Rechte an Olympia hat *Discovery* ein echtes Ausrufezeichen gesetzt – und zugleich Fragezeichen aufgebracht. Denn außer der Ankündigung von *Eurosport*-Geschäftsführer Peter Hutton, „erhebliche Investitionen“ tätigen zu wollen, ist bisher kaum Konkretes bekannt über die Vorbereitungen, geschweige denn die journalistische Stoßrichtung. Eine *BJVreport*-Anfrage wurde vorerst abgeblockt. Im April will man mit Details an die Öffentlichkeit.

Die *tz* konnte *Eurosport*-Chef Hutton vorab entlocken, dass sein Sender sich bei marketingunfreundlichen Themen wie Doping, Korruption und Sportpolitik „nicht wegducken“ werde: „Wir sind nicht dazu da, Propaganda fürs IOC zu machen.“ *Discovery*-Geschäftsführerin Susanne Aigner-Drews verriet dem Branchenmagazin *DWDL*, man sei sich der „journalistischen Verantwortung“ bewusst: „Da muss sich niemand Sorgen machen, dass das eine reine Kommerz-Veranstaltung wird.“

Ein poppig Logo, um die Spiele in Pyeongchang zu vermarkten, gibt es schon. Partnerschaften mit Mobilfunkanbietern, die auf eigenen Kanälen ihren Markenauftritt mit den fünf Ringen verknüpfen, sind beschlossen. Die Investition in Olympia will schließlich zurückverdient werden.

Olympia-Sender Eurosport

Für 1,3 Milliarden Euro hat sich Discovery Communications in Europa die Übertragungsrechte an den Olympischen Spielen bis 2024 gesichert.

Zum US-Unternehmen, das seine Fernsehprogramme in 40 Sprachen und 220 Ländern ausstrahlt, gehört seit 2013 die *Eurosport*-Sendergruppe des französischen Medienkonzerns TF1. Deren Inhalte finden sich vor (*Eurosport*) wie hinter der Bezahlschranke (*Eurosport 2*) und werden von *Discovery Networks* in München veranstaltet. Zumindest alle deutschen Medaillen-Entscheidungen bei Olympia sollen von 2018 an frei zu sehen sein, auch beim *Discovery*-Sender „DMAX“. Ab der Saison 2017/18 hält *Eurosport* außerdem die Übertragungsrechte für einen Teil der Bundesliga-Live-Spiele. Das Jahr 2016 beendete *Eurosport* mit einem Marktanteil von 0,6 Prozent beim Gesamtpublikum. (krs)



akadem!e
der bayerischen presse

2017

www.abp.de Programm



Print · Auffrisch-Kurse
Online · Multimedia · Digitales
Foto · Layout
PR · UK · Corporate Publishing
Rhetorik · Moderation
Fernsehen · Radio
Redaktions-Management
Spezialkurse Fachzeitschriften
Inhouse-Seminare

Aktuelle Seminare

- Apps konzipieren (27.–28.04.)
- Fakt oder Fake: So überprüfen Sie Quellen im Netz (03.05.)
- Geld verdienen mit Blogs und Websites (12.05.)
- Redaktionsmanagement für Fachzeitschriften (22.–24.05.)
- Film- und Fernsehkritik, m. Tobias Kniebe, SZ (19.–21.06.)
- Crashkurs Fernsehen machen (03.–07.07.)

Das **Akademie-Programm 2017** bietet in mehr als 280 Volontärs-Kursen und Seminaren journalistische Aus- und Weiterbildung für Einsteiger und Redaktionsprofis.

Akademie der Bayerischen Presse

Rosenheimer Str. 145c · 81671 München · Telefon 089 4999920
Do you like it? [www.facebook.com/Akademie der Bayerischen Presse](http://www.facebook.com/Akademie%20der%20Bayerischen%20Presse)

Mehr als „nur“ ein Traumberuf

Die nächste Sportjournalisten-Generation erzählt von Erwartungen und künftigen Herausforderungen

Von Robin Meier, Marina Juric, Niklas Baumgart und Nikolas Reichmann



Die Spieler kommen hochkonzentriert aus dem Tunnel. Die Augen der Einlaufkinder strahlen vor Begeisterung. Auf den Zuschauerrängen toben die Fans. Der TV-Kommentator sitzt in seiner Kabine, atmet kurz durch, beginnt zu sprechen. Für die nächsten 90 Minuten lauschen Millionen von Menschen seinen Worten. Doch ganz egal, ob für eine Zeitung, bei Radio oder Fernsehen oder als Pressesprecher eines Vereins: Ein Sportjournalist ist mittendrin im Geschehen, lässt Sportler zu Wort kommen, saugt die Atmosphäre für sein Publikum auf. Sportjournalismus-Studenten des Campus M21 in Nürnberg erzählen, warum sie gerade den Studiengang Sportjournalismus gewählt haben und was für sie im zukünftigen Beruf wichtig ist.

Wenn Fairness das oberste Gebot im Sport ist, muss auch die Berichterstattung einen vernünftigen Anteil an Fairness präsentieren. Verzerrte Realitäten sollten nicht als seriöse Berichterstattung verkauft werden. Man muss den Beruf und die Aufgabe des Journalisten sehr ernst nehmen, Aufgabe angehender Journalisten ist es hier auch, anderen Tendenzen Einhalt zu gebieten. Ich selbst wollte schon immer meine Leidenschaft zum Beruf machen und sehe mich als künftiger Journalist ein Stück weit auch als Verfechter der Wahrheit.

Niklas Baumgart, 21 Jahre

Der Traum eines jeden Studenten ist es doch, Hobby und Beruf vereinen zu können. Meine Welt ist der Sport – und in genau dieser Welt möchte ich arbeiten und selbst einen Teil zum großen Erfolg der Sportberichterstattung beitragen. Dank der Digitalisierung der Medien haben sich die Möglichkeiten des Journalismus um ein Vielfaches ausgeweitet. Unsere Aufgabe wird es sein, trotz dieses Wandels die Werte des Journalismus zu wahren. Dies will ich in meiner journalistischen Arbeit zur Priorität werden lassen.

Marina Juric, 21 Jahre

Ich stelle mir meine Zukunft im Sportjournalismus sehr vielfältig vor. Durch das Studium bekommt man erst den Überblick, in welchen Bereichen man als Journalist überhaupt arbeiten kann. Mittlerweile ist mir bewusst, dass man im seltensten Fall 30 Jahre lang exakt denselben Beruf ausübt, sondern innerhalb der Branche auch mal wechselt. Sportjournalist wäre für mich nicht nur ein Beruf, sondern eine Leidenschaft. Dies ist, denke ich, die beste Voraussetzung, um im Job erfolgreich zu sein.

Nikolas Reichmann, 23 Jahre

Jede Arbeit hat so ihre Vorteile und kann absolut spannend sein. Mir ist es wichtig, dass mein Beruf abwechslungsreich ist. Als Sportjournalist will ich die Atmosphäre und die Faszination des Sports vermitteln. Und generell gilt aus meiner Sicht beim journalistischen Arbeiten: Jeder Journalist sollte den Anspruch haben, qualitativ hochwertigen Journalismus zu betreiben. Alles andere macht die ehrliche Arbeit echter Journalisten zunichte.

Robin Meier, 19 Jahre

Über das Autorenteam

Marina Juric, Niklas Baumgart, Nikolas Reichmann und Robin Meier (im Bild von links) sind Studenten des Studiengangs „Sportjournalismus und Sportmanagement“ an der Hochschule Campus M21 in Nürnberg. In den ersten vier Semestern konnten sie durch das praxisorientierte Studium bereits Erfahrungen im Print-, Radio-, Fernseh- und Online-Journalismus sammeln. Jetzt blicken sie voller Spannung, Zuversicht und Neugierde in ihre berufliche Zukunft.



Foto: Paul Späthling



In keinem anderen Ressort liegen Ereignisse und Emotionen so nahe beieinander wie im Sport.

Foto: Peter Schatz

„Man wird jetzt ernster genommen“

Ein Gespräch mit dem Sportredakteur Claus-Dieter Wotruba

Einer, der sich seit Jahrzehnten mit dem Thema Sportberichterstattung beschäftigt, ist Claus-Dieter Wotruba. Er ist Redakteur bei der *Mittelbayerischen Zeitung* in Regensburg, sein Spezialgebiet ist hier wie auch als Dozent am Campus M21 der Sport. Im Gespräch mit Sportjournalismus-Studentin Marina Juric erzählt er von seinem persönlichen Werdegang, redet über positive wie negative Veränderungen und spricht über Herausforderungen für angehende Sportjournalisten.

Herr Wotruba, warum haben Sie sich damals für den Sportjournalismus entschieden?

Claus-Dieter Wotruba: Es war die Leidenschaft am Sport. Ich konnte perfekt Hobby und Beruf verbinden. Es gibt immer noch Momente, in denen ich Arbeit und Spaß nicht trennen kann. Das ist mir nach und nach bewusst geworden.

Wie sind Sie Sportjournalist geworden?

Untypisch für heutige Verhältnisse. Als ich die Schule beendet hatte, hatte ich wenig journalistische Vorahnung. Drei Bewerbungen verschickte ich an die *Mittelbayerische Zeitung*, *kicker* und den damaligen *Sport-Kurier*. Erst kurz vor Start des Sportökonomie-Studiums, was mein „Plan B“ war, kam eine Zusage aus Augsburg, wo ich meine Karriere begonnen habe.

Was fasziniert Sie an Ihrem Beruf?

Sportliche Sachen werden mittlerweile sehr hochgehängt, was früher eher vernachlässigt wurde. Man wird jetzt ernster genommen. Es gibt kein anderes Ressort, wo

Ereignisse und Emotionen so beieinanderliegen. Man hat einfach immer wieder Abwechslung, man lernt ganz unterschiedliche Menschen kennen und darf unglaubliche Emotionen erleben.

Hat sich der Sportjournalismus über die Jahre verändert? Wenn ja, inwiefern?

Die modernen Medien haben eine große Veränderung mit sich gebracht. Vor allem aber hat sich der Stellenwert verändert, die Bedeutung des Sports ist gestiegen. Das Spezialistentum existiert aber nach wie vor. Manchmal wird ja kritisiert, dass dem Sportredakteur Distanz fehlt, weil er seine Begeisterung eher ausleben kann. Das schließt sich beides aber nicht aus.

Welche Herausforderungen sehen Sie für angehende Sportjournalisten?

Die Verantwortung, wie man Informationen transportiert. Es gibt eine Flut an Infos, aber es muss jemanden geben, der professionell damit umgeht und ein anderes Niveau liefern kann. Die Tendenzen sind da, dass es immer schwieriger wird. Ich setze darauf, dass das beibehalten werden kann.

Würden Sie etwas an der heutigen Sport-Berichterstattung verändern?

Schwer. Ich habe die Sorge, dass Oberflächlichkeit durch Schnelligkeit steigt. Trotzdem setze ich darauf, dass man sich bei jedem Satz bewusst ist, was man auslöst. Zumindest den Gedanken an Ethik im Hinterkopf zu behalten, ist wichtig – natürlich auch über den Sport hinaus.

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.bbw.de

 **Fraunhofer**
IIS

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

 **Hanns Seidel Stiftung**



 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**

Werden Sie Unterstützer

Unterstützen auch Sie die Arbeit des Bayerischen Journalisten-Verband e. V. mit Ihrer Anzeige im Pressestellen-Verzeichnis und bieten Sie damit Journalisten den Service, Sie schnell zu finden! Angebote und Mediadaten erhalten Sie bei **Mediasüd, Robert Macher, Tel. 091 81 / 29 99-477**

 **LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN**

Luise Dirscherl
Kommunikation und Presse
Leitung

Leopoldstr. 3
80802 München
www.lmu.de

Tel: 089 / 2180 - 2706
Fax: 089 / 33 82 97
E-Mail: dirscherl@lmu.de

 **Technische Universität München**

Dr. **Ulrich Marsch**

Arcisstraße 21
80333 München
Tel + 49.89.289.22778
Fax + 49.89.289.23388
marsch@zv.tum.de
www.tum.de

Pressesprecher des Präsidenten
Leiter Corporate Communications
Center



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 1300,- EUR inkl. Gestaltung und zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6 x jährlich**, jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter www.bjv.de • **Planung/Abwicklung:** Mediasüd, Robert Macher, Telefon 091 81 / 29 99-477, Fax 091 81 / 29 99-479, robert.macher@mediasued.de

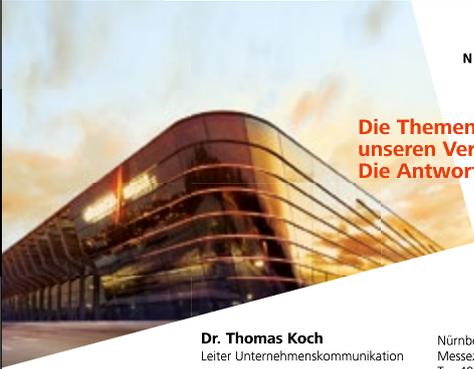


Paul Schneeberger
Leiter Unternehmens-
Kommunikation

Kathrin Winkler
Pressereferentin

Juliane Heißer
Pressereferentin

**AFAG Messen und
Ausstellungen GmbH**
Messezentrum 1
90471 Nürnberg
☎ (0911) 9 88 33-555
☎ (0911) 9 88 33-245
presse@afag.de
www.afag.de



NÜRNBERG MESSE

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

Dr. Thomas Koch
Leiter Unternehmenskommunikation

Maximilian Hensel
Pressereferent
Unternehmenskommunikation

NürnbergMesse GmbH
Messezentrum · 90471 Nürnberg
T +49 9 11 86 06-83 53
F +49 9 11 86 06-12 83 53
presse@nuernbergmesse.de
www.nuernbergmesse.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

Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe <i>BJVreport</i>	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
3/2017	14. Mai	2. Juni	13. Juni
4/2017	23. Juli	9. August	22. August
5/2017	24. September	11. Oktober	23. Oktober

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing *BJVreport*:
Mediasüd, Robert Macher, Telefon 091 81 / 2999-477,
091 81 / 2999-479, robert.macher@mediasued.de



**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

IHRE ANSPRECHPARTNER

Christian Kraus
Leiter Unternehmenskommunikation
Telefon: 089 20307 1301
Telefax: 089 203075 1301
christian.kraus@interhyp.de

Heidi Müller
Pressesprecherin
Telefon: 089 20307 1305
Telefax: 089 203075 1305
heidi.mueller@interhyp.de

Interhyp AG
Marcel-Breuer-Str.18
80807 München
www.interhyp.de



Das Zuhause der Baufinanzierung

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
= 1300,- EUR, auf Wunsch auch inklusive Gestaltung.

**Der nächste *BJVreport* (alle zwei Monate) erscheint
am 13.6.2017, Anzeigenschluss ist am 14.5.2017.**
Anzeigenmarketing:
Mediasüd, Robert Macher, Telefon 091 81 / 2999-477,
Fax 091 81 / 2999-479, robert.macher@mediasued.de

Einfach nah. Meine AOK.

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



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:
Mediasüd, Robert Macher, Tel. 091 81 / 2999-477,
091 81 / 2999-479, robert.macher@mediasued.de



NÜRNBERGER VERSICHERUNG

Ulrich Zeidner
Unternehmenskommunikation

Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg
Telefon 0911 531-6221
Ulrich.Zeidner@nuernberger.de
www.nuernberger.de

VER | SICHER | UNGS |
KAMMER
BAYERN

Ein Stück Sicherheit.

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de

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

bayerngas

Dirk Barz

Leiter Kommunikation & Marketing

+49 (0)89 7200-339
+49 (0)89 7200-260
www.bayerngas.de
dirk.barz@bayerngas.de

Bayerngas GmbH
Poccistraße 9
80336 München

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 +49 821 328-1862
E thomas.renz@lew.de

Ingo Butters
Pressesprecher

T +49 821 328-1673
E ingo.butters@lew.de

Lechwerke AG ■ Schaezlerstraße 3 ■ 86150 Augsburg ■ www.lew.de
F +49 821 328-1660



Dr. Heidi Willer

Pressesprecherin

Telefon 0911 802-58063, Telefax 0911 802-58053

E-Mail: heidi.willer@n-ergie.de

Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg, www.n-ergie.de

Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe <i>BJVreport</i>	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
3/2017	14. Mai	2. Juni	13. Juni
4/2017	23. Juli	9. August	22. August
5/2017	24. September	11. Oktober	23. Oktober

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing *BJVreport*:

Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09181/2999-477,
09181/2999-479, robert.macher@mediasued.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.

Christoph Kahlen

Leiter Öffentlichkeitsarbeit

Thüga Aktiengesellschaft
Nymphenburger Straße 39 | 80335 München
Tel.: 089 38197 1215
Fax.: 089 38197 1535
christoph.kahlen@thuega.de
www.thuega.de



Menschen wie du und ich



Auch Redakteure, Journalisten und Medienmitarbeiter haben ihre Hobbys, 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 Journalisten-Verband.

BJV-Anzeigenkontakt: Mediasüd, Robert Macher,
Telefon 09181 / 29 99-477, Fax 29 99-479, robert.macher@mediasued.de

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

Hans-Joachim Bues
Leiter Unternehmenskommunikation
Ingo Anspach
Leiter Presse



Postfach 23 17 55
85326 München
Telefon [089] 975-4 10 00/-4 11 00
Telefax [089] 975-4 10 06
achim.bues@munich-airport.de
ingo.anspach@munich-airport.de
www.munich-airport.de



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



AUDI AG
Kommunikation
85045 Ingolstadt

Telefon: +49 841 89-0
Telefax: +49 841 89-91059
E-Mail: audi-kommunikation-
unternehmen@audi.de
Internet: www.audi-mediacycenter.com

Toni Melfi
Leiter Kommunikation

Telefon: +49 841 89-92033
E-Mail: toni.melfi@audi.de

Jürgen De Graeve
Unternehmen

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

Peter Oberndorfer
Produkt und Technologie

Telefon: +49 841 89-43355
E-Mail: peter.oberndorfer@audi.de

Werden Sie Unterstützer

Unterstützen auch Sie die Arbeit des Bayerischen Journalisten-Verband e. V. mit Ihrer Anzeige im Pressestellen-Verzeichnis und bieten Sie damit Journalisten den Service, Sie schnell zu finden! Angebote und Mediadaten erhalten Sie bei **Mediasüd, Robert Macher, Tel. 091 81 / 29 99-477**

BayWa

Marion Danneboom M.A.
Leiterin PR/Corporate
Communications/Public Affairs

BayWa AG
PR/Corporate Communications/
Public Affairs
St.-Martin-Str.76
81541 München
Telefon +49 89 9222-3680
Telefax +49 89 9222-3698
marion.danneboom@baywa.de
www.baywa.de

BMW GROUP



Maximilian Schöberl
Konzernkommunikation und Politik
Telefon: +49(0)89-382-37446
E-Mail: Maximilian.Schoeberl@bmw.de

Postanschrift
BMW AG
D-80788 München

Bill McAndrews
Konzernkommunikationsstrategie,
Unternehmens- und Marktkommunikation
Telefon: +49(0)89-382-22332
E-Mail: Bill.McAndrews@bmw.de

Hausanschrift
BMW Haus
Petuelring 130
80788 München

Alexander Bilgeri
Produkt-, Technologie-, Sportkommunikation,
Dienstleistungen
Telefon: +49(0)89-382-19175
E-Mail: Alexander.Bilgeri@bmw.de

Telefon: +49(0)89-382-0
Fax: +49(0)89-382-25858
E-Mail: presse@bmw.de
Internet: www.press.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.



DRÄXLMAIER

Dr. Tobias Nickel
 Leitung Marketing und Unternehmenskommunikation

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

www.draexlmaier.com



WE CREATE CHARACTER



Thomas Weimann
 Leiter Unternehmenskommunikation

E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH
 Industriestraße 2-8, D-90518 ALTENDORF
 Telefon 09187 10-0
 Telefax 09187 10-397
 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
 Pressesprecher
 Telefon 0911-2023-467
 E-Mail sven.schmidt@leoni.com

LEONI AG
 Marienstraße 7 · 90402 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



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

Mommensstraße 24
 90491 Nürnberg
 www.theresien-krankenhaus.de

StWN

Städtische Werke Nürnberg GmbH

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

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.

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:
Mediasüd, Robert Macher, Tel. 091 81 / 2999-477,
091 81 / 2999-479, robert.macher@mediasued.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



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



Wilfried Schober
Pressesprecher

Bayerischer Gemeindetag
Dreschstraße 8
80805 München

wilfried.schober@bay-gemeindetag.de
www.bay-gemeindetag.de

Tel. 089 / 36 00 09-30
Fax 089 / 36 56 03



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 1300,- EUR inkl. Gestaltung und zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6 x jährlich**, jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter www.bjv.de • **Planung/Abwicklung:** Mediasüd, Robert Macher, Telefon 091 81 / 2999-477, Fax 091 81 / 2999-479, robert.macher@mediasued.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

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

Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe <i>BJVreport</i>	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
3/2017	14. Mai	2. Juni	13. Juni
4/2017	23. Juli	9. August	22. August
5/2017	24. September	11. Oktober	23. Oktober

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing *BJVreport*:
Mediasüd, Robert Macher, Telefon 091 81 / 2999-477,
091 81 / 2999-479, robert.macher@mediasued.de

Nürnberger Volksfest

Bayerns zweitgrößtes Volksfest
Frankens Erlebnisvolksfest



Süddeutscher Verband reisender
Schausteller und Handelsleute e.V.
– Sitz Nürnberg
Peter Budig
Pressesprecher

Bayernstraße 100
90471 Nürnberg
T Büro: 0049.911.21 08 66 45
T Mobil: 0049.179.597 50 45
F 0049.911.46 57 67
info@sueddeutscher-schaustellerverband.de
www.volksfest-nuernberg.de
www.sueddeutscher-schaustellerverband.de



unabhängig. solidarisch. stark.

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



**PUNKT-
LANDUNG**

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.

Zeigen auch Sie Flagge im Medienmagazin *BJVreport*:
1/8 Seite (86 x 60 mm) in allen sechs Ausgaben pro Jahr
= 1300,- EUR, auf Wunsch auch inklusive Gestaltung.

**Der nächste *BJVreport* (alle zwei Monate) erscheint
am 13.6.2017, Anzeigenschluss ist am 14.5.2017.**

Anzeigenmarketing:
Mediasüd, Robert Macher, Telefon 091 81 / 2999-477,
Fax 091 81 / 2999-479, robert.macher@mediasued.de

Gemeinsame Vergütungsregeln gelten trotz Kündigung weiter

Welche Auswirkungen hat der Ausstieg des BDZV auf die Freien-Honorare?

Von Maria Goblirsch

Wenn freie Journalisten gegen zu niedrige Honorare kämpfen, stehen sie oft auf verlorenem Posten. Wer gar gegen seinen Verlag vor Gericht zog, konnte sicher sein, keine Aufträge mehr zu bekommen. Mit dem seit 1. März 2017 geltenden Verbandsklagerecht hat der DJV jetzt die Möglichkeit, Unterlassungsansprüche geltend zu machen, ohne auf einzelne freie Mitarbeiter als Kläger angewiesen zu sein. Eine gute Sache.

Das sieht der Bundesverband

Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) ganz anders. Er kündigte zwei Tage vor Einführung der Verbandsklage im Urheberrecht die 2010 und 2012 mit DJV und dju in Verdi aufgestellten Gemeinsamen Vergütungsregeln (GVR) für freie hauptberufliche Journalisten an Tageszeitungen. Betroffen sind der Text- und der Fotobereich.

Den Grund erfuhren die Gewerkschaften erst aus einer BDZV-Pressemitteilung: Das neue Verbandsklagerecht ersetze die GVR als Maßstab für die Ermittlung angemessener Honorare und werde künftig „Grundlage eines zwingenden und unflexiblen Vertragsregimes, unter dem die Mitgliedsunternehmen ihre Vereinbarungen mit freien hauptberuflichen Journalisten schließen müssten“. Die Basis für den Abschluss der Gemeinsamen Vergütungsregeln sei somit weggefallen, betonte Georg Wallraf, Vorsitzender des Sozialpolitischen Ausschusses des BDZV in der Erklärung vom 27. Februar.

DJV hat Kündigung durch den BDZV widersprochen

„Eine interessante Sichtweise“ nennt das BJV-Geschäftsführerin Jutta Müller. Denn diese Begründung lege nahe, dass der BDZV die Vereinbarungen nur abgeschlossen habe, weil er davon ausgegangen sei, diese ließen

sich ohnehin nicht gegen die Verlage durchsetzen. Das spreche für sich.

Der DJV hält die Kündigung der Vergütungsregeln, die er als „Affront gegen die Freien“ interpretiert, für unwirksam und hat ihr widersprochen. Ein Kündigungsrecht sei in diesen gemeinsam aufgestellten Regeln nicht vorgesehen. Auch sei äußerst zweifelhaft, ob

die allgemeinen Vorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB) zur Kündigung hier anwendbar seien.

„Die Gemeinsamen Vergütungsregeln sind eine Art gesetzlicher Mindest-Honoraranspruch. Das heißt, sie sind Maßstab für das Gericht, das entscheiden muss, was ein angemessenes Honorar ist. Und sie sind nach wie vor anzuwenden, da darf das Gericht nicht abweichen“, sagt Rechtsanwältin Jutta Müller.

Der BDZV hat den Gewerkschaften angeboten, in neue Verhandlungen darüber einzutreten, wie künftig Gemeinsame Vergütungen aussehen könnten – freilich nur „unter Berücksichtigung der neuen Gesetzssystematik“, also des Verbandsklagerechts.

Nachdem die Verleger eine Kündigung ausgesprochen haben, ist kaum anzunehmen, dass sie über höhere Honorarsätze als bisher sprechen möchten. Warum also sollte der DJV verhandeln, wenn sich der BDZV ohnehin nur von den meisten Regeln verabschieden oder noch mehr Zugeständnisse bei den Nutzungsrechten erreichen will?

Schließlich dauerte es über zehn Jahre, bis die derzeitigen Vergütungsregeln ausgehandelt waren. Die ersten Jahre verbrachten die beiden Seiten allein mit der Diskussion, wer welche Inhalte für wen verhandeln dürfe und wie die gesetzlichen Regeln auszulegen seien. Erst dann ging es um die eigentliche Frage, welche Höhe der Honorare angemessen sei.

„Die Gespräche werden sich schwierig ge-

stalten. Denn unsere Forderung ist es im Gegenzug, die Honorare zu erhöhen und Auskunftsansprüche zu erhalten, die bisher nur in geringem Umfang bestehen“, betont Jutta Müller. Die Aussicht, in absehbarer Zeit zu einer neuen Einigung zu kommen, sei sehr gering.

Dennoch steht der DJV neuen Gesprächen offen gegenüber. Bis Ende 2015 hatten beide Seiten über einen aus der jeweiligen Sicht bestehenden Anpassungsbedarf verhandelt. In diese Verhandlungen soll nun wieder eingetreten werden.

Das darf die Urheber nicht davon abhalten, gegen das Verhalten der Verlage massiv zu protestieren und in der Öffentlichkeit deutlich zu machen, dass viele der Verlage nur Honorare weit unter den Mindestsätzen der Vergütungsregeln zahlen. Sie haben diese Vereinbarung also zwar abgeschlossen, aber nie wirklich angewendet.

Welches Honorar für Text oder Bild?

Die Gemeinsamen Vergütungsregeln legen für hauptberufliche freie Journalisten an Tageszeitungen fest, welches Honorar für Texte und Fotos jeweils angemessen ist. Sie sind keine vertragliche Vereinbarung oder ein Tarifvertrag, der von jeder Seite nach einer bestimmten Frist beendet werden kann. Da der Gesetzgeber keine fixen Sätze ins Urheberrecht schreiben wollte, sollten diese Mindesthonorare von den Verwerter- und Urheberverbänden ausgehandelt werden.

Deshalb stellten Urheber- und Verwerterverbände gemeinsam Regeln auf, um die Angemessenheit der Vergütungen zu bestimmen (§ 36 UrhG). Diese Vergütungsregeln sollen nach dem Gesetz die Umstände des jeweiligen Regelungsbereichs berücksichtigen, vor allem die Struktur und Größe der Verwerter. In Tarifverträgen enthaltene Regelungen gehen vor.

Kündigungen bei *Bunte* und *InStyle*

Modernisierung der Redaktionsstrukturen kostet 17 Arbeitsplätze

Gerüchte hatte es bereits im Vorfeld gegeben, am 7. März informierten dann die Chefredakteure Robert Pölzer von der *Bunten* und Kerstin Weng von *InStyle* die Belegschaft darüber, dass die Redaktionen „den sich wandelnden Erfordernissen künftiger Marktrealitäten“ angepasst würden.

Eine elegante Umschreibung der Tatsache, dass 17 Mitarbeiter im Zuge der Modernisierung ihren Arbeitsplatz verlieren sollen. Die Hälfte der Stellenstreichungen betreffen Journalisten. In einer ersten Welle gingen bereits Kündigungsschreiben an sieben Redakteure, einen Layouter und zwei Sekretärinnen.

Einzelne Arbeitsplätze fallen im Zuge der Modernisierung ganz weg und werden nicht neu besetzt. In einer Mitteilung der Hubert Burda Media heißt es dazu: Die im vergange-

nen Jahr angetretenen Chefredakteure Robert Pölzer und Kerstin Weng modernisierten die Arbeitsprozesse in den Redaktionen. Nun werde ein „pragmatischer Einsatz redaktioneller Ressourcen“ in Angriff genommen. Das heißt, Synergieeffekte sollen genutzt, Personal dadurch eingespart werden.

Aus dem Kreis der Mitarbeiter ist zu hören, dass sich *InStyle*-Chefredakteurin Kerstin Weng peu à peu von allen Mitarbeitern trennen wolle, die noch zum Kreis ihrer Vorgängerin Annette Weber zählten. Geplant sei letztlich ein kompletter Wechsel des Teams.

Betriebsrat kämpft für soziale Lösungen

Der BJV ist im Gespräch mit dem Betriebsrat, der gerade intensiv darüber verhandelt,

soziale Härten für die Mitarbeiter abzufedern und individuelle Lösungen wie etwa Ersatzarbeitsplätze im Unternehmen zu suchen. So befindet sich eine Journalistin, der die Kündigung droht, noch in Mutterschutz. Ein anderer Kollege ist gerade erst Vater geworden. Sie trafe eine Kündigung besonders hart.

Die Hubert Burda Media Holding, die die *Bunte* und *InStyle* herausgibt, ist im Münchner Arabellapark zu Hause. Die *Bunte* beschäftigt derzeit 105 Mitarbeiter, bei *InStyle* sind es 55.

Mit Redaktionsschluss wurde zudem bekannt, dass Burda das *Focus*-„Rest-Büro“ am Stamm-Standort München wie auch das Büro in Düsseldorf dicht macht. Von mindestens neun drohenden Kündigungen ist die Rede, Burda ließ vermelden, dass mögliche Weiterbeschäftigungen im Unternehmen geprüft werden. Das Nachrichtenmagazin soll ab Mai komplett in Berlin produziert werden.

Betroffene BJV-Mitglieder können sich kostenlos beraten lassen, Tel.: 089/54504180.

(mgo)

Sportfotograf gewinnt Prozess gegen Imago

Bildagentur musste 30.000 Euro Schadensersatz zahlen

Der BJV hat den Münchner Sportfotografen Lorenz Baader in einem 14-monatigen Rechtsstreit unterstützt und nach einem Vergleich 30.000 Euro als Schadensersatz erstritten. Ausgangspunkt der Schadensersatzklage war ein Baader-Foto aus dem Jahr 1987. Es zeigt den Fußballer Rabah Madjer vom FC Porto bei seinem Hackentrick-Tor im Europapokalfinale gegen den FC Bayern. Dieses Foto entdeckte der Fotograf im April 2015 in mehreren deutschen Tageszeitungen und auf Webseiten im In- und Ausland mit dem Copyright-Vermerk *imago/kicker*.

Da Lorenz Baader dieses Motiv einige Tage zuvor als Vorschaufoto selbst an Kunden verschickt hatte, dachte er zunächst an eine versehentlich falsche Nennung. Doch die Recherche ergab, dass sich über 500 weitere Fotos Baaders (und weitere Tausende Fotos anderer Fotografen) mit dem Bildvermerk *imago/kicker* im Bildarchiv der Fotoagentur befanden. Nach der Beanstandung durch Baader wurden sämtliche Aufnahmen mit diesem Copyright-Vermerk aus dem Bildarchiv entfernt, der *kicker*-Link verschwand aus der *imago*-Datenbank.

Es stellte sich heraus, dass der *kicker*, der im Olympia-Verlag erscheint, sein Archiv mit Papierfotos aufgelöst und den *imago*-Sportfotodienst mit der Digitalisierung und Archivierung der Aufnahmen beauftragt hatte. Außerdem hatte die Olympia Verlags GmbH *imago* das Recht eingeräumt, die gelieferten Bilder in ihre Datenbank aufzunehmen und zu verwerten. Was dabei übersehen worden war: Unter dem zu archivierenden Material hatten sich auch alte Schwarz-Weiß-Aufnahmen von Lorenz Baader befunden, für die aber die Olympia Verlags GmbH dem Fotodienst *imago* keine Nutzungsrechte einräumen durfte.

Schadensersatzsumme für den guten Zweck gespendet

Ende gut, alles gut: Die Parteien einigten sich in der Verhandlung im Januar auf einen Vergleich. Sportfotograf Baader verzichtete auf jegliche Zahlung an ihn. *imago* stiftete auf Weisung Baaders die Schadensersatzsumme in Höhe von 28.000 Euro an die Stiftung Ambulantes Kinderhospiz München sowie weitere 2000 Euro an den Wings of handicapped e.V. Ein Beispiel, das Nachahmer sucht. (mgo)

Adieu, Mona Lisa!

Nach 30 Jahren will das ZDF sein Gesellschaftsmagazin *ML Mona Lisa* einstellen und nach der Sommerpause durch eine neue Dokureihe in Kooperation mit *Arte* ersetzen. Dieses Format soll von freien Produktionsfirmen extern erstellt werden und sich mit aktuellen gesellschaftspolitischen Fragen in Europa befassen.

Mitarbeiter sollen nach Mainz wechseln

Die 18-köpfige *ML-Mona-Lisa*-Redaktion sitzt in München. 14 der 18 Redaktionsmitarbeiter, die ihren Vertrag beim ZDF in Mainz haben, aber für *ML Mona Lisa* zeitlich befristet nach München abgestellt wurden, sollen nun zum 1. Juli 2017 zurück nach Mainz wechseln müssen. Einige dieser Kollegen sind seit mehr als 20 Jahren in München tätig. Durch die Einstellung des Magazins *ML Mona Lisa* soll es zu keinen Kündigungen oder Beendigungen kommen.

Der BJV-Vorsitzende Michael Busch kritisiert, dass die kurzfristige Verlegung der Arbeitsplätze nach Mainz für viele Mitarbeiter eine übermäßige soziale Härte darstelle und diese vor große familiäre Probleme gestellt würden. (mgo)

Gemeinsam stark gegen Fake-News

Der BR und andere TV-Sender setzen auf medienübergreifende Kooperation zur Verifikation von Quellen

Von Senta Krasser

Was ist wahr, was falsch, was absichtlich gelogen? Diese Unterscheidung macht Journalisten zunehmend zu schaffen. Manipulierte Informationen, groteske Verzerrungen, bewusst gestreute Halbwahrheiten und Lügen fanden noch nie schneller und unkontrollierter ihre Adressaten als über die sozialen Medien. Redaktionen, wie die des *Bayerischen Rundfunks*, sehen es deshalb als ihre journalistische Aufgabe, im Blick zu haben, was im Netz kommuniziert wird – und gezielt zu reagieren, bevor eine Falschmeldung virale Aufmerksamkeit erhält. Dafür braucht es neue Kompetenzen.

Um sich auf diesem Feld fit zu machen, veranstaltete der BR im März unter dem Schlagwort „BR Verifikation“ eine Art ressortübergreifendes „Anti-Fake-News-Trainingslager“ für die Mitarbeiter. Externe Experten, zum Beispiel von der österreichischen Internetmissbrauchsiniziative Mimikama, wurden zu den Workshops hinzugeladen. Im Test waren verschiedene Online-Recherche-Methoden und Softwaretools, darunter der vom

BR selbst entwickelte Factfox, eine Browser-Erweiterung mit Datenbankbindung.

Trainingsleiter Stefan Primbs sieht seinen Sender nach diesem Testlauf gewappnet, um Fake-News frühestmöglich zu entdecken und als solche zu entlarven. Man könne jetzt nicht nur besser einschätzen, „wie wichtig und eilig eine öffentliche Korrektur ist“, sondern auch den Weg eines Gerüchts und seine Rezeption besser nachvollziehen: Wer hat es in die Welt gesetzt? Mit welcher Absicht? Welchen größeren Zusammenhang gibt es? „Ein Thema derart detailliert in einer Hintergrundgeschichte aufzudröseln, ist oft wirksamer, als eine reine Korrektur“, sagt Primbs. „Außerdem können wir so zugleich ein Stück Medienkompetenz vermitteln und hoffentlich die Sensibilität für Fake-News erhöhen.“

Innerhalb der ARD ist der BR in ein Verifikationsnetzwerk eingebunden, das zentral bei ARD-aktuell in Hamburg aufgebaut wird. Es soll verhindern, dass Falschmeldungen und Gerüchte in die Informationsumlaufbahn der ARD geraten. Die Bayern sollen in

diesem Konstrukt ihr Berichtsgebiet fokussieren, das auch Länder wie die Türkei, Israel und Italien umfasst, und sich eng mit Hamburg abstimmen, um Doppelstrukturen zu vermeiden. „Eine Story über eine Moschee in München würde sicher nicht in Hamburg, sondern durch uns überprüft werden“, erklärt BR-Mann Primbs.

ZDF will gerüstet sein

Frei erfundene Geschichten mit großer Wirkung, wie sie etwa im Trump-Wahlkampf vorkamen, sind den Bayern während ihres Intensivtrainings nicht untergekommen. Die heiße Phase des Bundestagswahlkampfes steht noch bevor. Da will auch das ZDF gerüstet sein. Im Mai startet, wie in Wahljahren zuvor, das Faktencheck-Format „#ZDFcheck 17“, das den Wahrheitsgehalt von viral gegangenen Meldungen und Politikeraussagen unter die Lupe nimmt. Außerdem ist das ZDF wie ARD und dpa der vom Google News Lab mitgegründeten Initiative „First Draft Coalition“ beigetreten, einem illustren Kreis internationaler Medienorganisationen, NGOs und Techkonzerne. Ihr Ziel: mit vereinter Recherche Informationen verifizieren und Fälschungen enttarnen.

Dass im Kampf gegen Fake-News der Trend zu medienübergreifenden Kooperationen geht, zeigt auch das Beispiel RTL 2. Beim Grünwalder Sender, der seine News in Berlin produziert, arbeitet man laut Nachrichtenchef Matthias Walter am Aufbau eines „größeren Rechercheverbunds“ im Bereich Textverifikation: „Wir sind derzeit in Gesprächen mit mehreren Medien und Organisationen.“ Die Authentizität von Bewegtbildern lässt RTL 2 von einem speziell geschulten Digital-Team der Senderschwester RTL/infoNetwork überprüfen, das seit dem Vorjahr aktiv ist.

Bei Lokalsendern wie München TV ist Vernetzung kein Thema. Sie recherchieren Geschichten von vorne bis hinten selbst. Dass da Fake-News entstehen, hält Chefredakteur Jörg van Hooven für „sehr unwahrscheinlich“.



In der Theorie haben Stefan Primbs (stehend), der Social-Media-Beauftragte des Bayerischen Rundfunks, und sein Team schon mal geklärt, wie man am besten gegen Fake-News vorgeht. Jetzt folgt die Umsetzung in einem größeren Netzwerk.

Foto: BR/Lisa Hinder

Nach der Wahl ist vor der Wahl

Ich danke für das Vertrauen, das Vertrauen, das Sie mir entgegengebracht haben. Zumindest diejenigen, die bei der Mitgliederversammlung des BJV im März in Bamberg mit dabei waren.

Ich empfinde die breite Zustimmung als eine Bestätigung der bisher geleisteten Arbeit, aber auch als Ansporn, in dieser Form, mit demselben Engagement (oder ein wenig mehr) weiterzumachen. Doch genau an dieser Stelle gilt es eines klarzustellen – und das unterstreicht die gesamte Arbeit im BJV: Auch wenn der Vorsitzende qua Amtes immer ein wenig anders im Fokus der Öffentlichkeit steht, ist dies nur möglich, weil wir alle ein Team sind. Zu diesem Team gehören: der geschäftsführende Vorstand (Daniela Albrecht, Markus Hack und Ralph Bauer sowie ab sofort die neu gewählte Andrea Roth), der Landesvorstand, die Geschäftsstelle inklusive Justizariat, Sekretariatspool und Buchhalterinnen, die Bezirks- und Ortsverbände, die Fachgruppen und alle Mitstreiter, die in keiner dieser Kategorien unterzubringen sind. Wir sind das Team, das gemeinsam für den BJV und die Interessen der Kollegen eintritt. Der Vorsitzende wäre ohne diese vielen Menschen nichts.

Hinzu kommen die Mitglieder als die Grundlage des BJV. Wir könnten nicht aktiv werden bei der *PNP*, dem *Nordbayerischen Kurier*, der *Mittelbayerischen Zeitung*, dem *Obermain-Tagblatt*, wenn nicht die dortigen Redakteure mit uns eng verzahnt wären. Der *Bayerische Rundfunk* und weitere private Sender wären Bücher mit sieben Siegeln, wenn nicht die Mitglieder, die dort arbeiten, uns die Entwicklungen in den Häusern mitteilten. Wir sind angewiesen auf die Freien, die uns erzählen, was bei ihrer Arbeit vor Ort passiert. Pressesprecher, die um die Nöte an diesen Stellen wissen, sind ebenso wichtig wie Fotografen, die wiederum ganz andere Probleme nicht nur bildlich schildern können.

Es wird eines immer schnell vergessen: Der BJV ist nicht nur ein gewerkschaftlicher oder verbandsüblicher Dienstleister. Wir sind mehr, weil wir alle den BJV gestalten. Ja, der eine oder andere möchte im BJV sein wegen der Rechtsberatung, wegen des Presseausweises, wegen des monatlichen Stammtisches. Das ist in Ordnung. Für andere sind wir aber ein Netzwerk, das lebt, weil jeder Einzelne sich einbringt. Es ist die gelebte Solidarität, die uns verbindet.

Ich kann Sie an dieser Stelle nur bitten, an Sie appellieren, sich ebenfalls in den Verband aktiv einzubringen. Sie müssen kein „Vollzeitfunktionär“ sein, auch auf Zeit ist eine Lösung. Wenn Sie eine Idee haben, sprechen Sie uns an! Entwickeln Sie doch zum Beispiel ein eigenes Projekt. Das kann ein Verlagsbesuch ebenso sein wie eine Aktion für eine bestimmte Berufsgruppe. Dann gestalten wir dies mit Ihnen zusammen. Und wenn Sie „Blut geleckert haben“ – jederzeit gerne weitermachen; wenn Sie sagen, „das war es erst einmal für mich“, wird eben wieder pausiert.

Wir vom BJV freuen uns auf Sie; ich persönlich, freue mich auf Sie. Leben Sie mit mir das Motto, das ich gerne immer wieder nach außen trage: Wir sind der BJV!



Michael Busch
ist Vorsitzender des Bayerischen Journalisten-Verbands

Foto: Günter Distler

Glaubwürdigkeit als Existenzsicherung

Der Leiter des *dpa*-Landesbüros Bayern stellt Agenturarbeit vor

Wie sieht der Redaktionsalltag der *Deutschen Presse-Agentur (dpa)* im Zeitalter von Bloggern, „Lügenpresse“, „fake news“ und „alternativen Fakten“ aus? Wie werden die hohen Anforderungen an Schnelligkeit, Verlässlichkeit und Multimedialität bei stetig wachsender Konkurrenz erfüllt? Einiges davon fragten BJV-Kollegen den Leiter des *dpa*-Landesbüros Bayern, Dr. Bernward Loheide, im PresseClub München.

Bei der – von Julika Sandt moderierten – Gesprächsrunde diskutierten 40 Journalisten aus dem Bezirksverband München–Oberbayern mit dem bayerischen *dpa*-Chef. „Die *dpa* ist Marktführer in Deutschland und viertgrößte von den rund 20 komplett unabhängigen Nachrichtenagenturen weltweit“, berichtete Loheide. 1300 Mitarbeiter in über 100 Ländern verfassen täglich tausende Nachrichten, die an Desks im Vier-Augen-Prinzip redigiert werden.

Sorgfalt vor Schnelligkeit

Der Wettbewerb ist schneller und vielfältiger geworden: „Die Rolle des ‚Erstüberbringers‘ einer Nachricht haben wir zu einem großen Teil an Blogger und Social Media verloren. Aber ist deren Output verifiziert und ausge-



Dr. Bernward Loheide, Leiter des *dpa*-Landesbüros Bayern
Foto: Franziska Horn

wogen? Wir kuratieren den Schwall aus dem Netz und überprüfen ihn per Faktencheck“, so Loheide. Die Glaubwürdigkeit sei die Existenzsicherung der Agentur. „Was die *dpa* sagt, muss stimmen“, erklärte Loheide.

Doch weil mit den Zeitungsauflagen auch die Einnahmen der *dpa* sinken – Loheide beziffert den jährlichen Auflagenverlust auf mehrere Hunderttausend Exemplare –, schlägt sich das in den Honoraren für Freie nieder: „Wir zahlen derzeit 50 Euro für ein Foto und für einen Bericht 70 Euro.“ Mehr unter bjvlink.de/dpa.
Franziska Horn

Journalisten setzen sich für Bürgerrechte ein

Auf Initiative des Bayerischen Journalisten-Verbandes hat jetzt die Gemeinde Berg im Landkreis Neumarkt/Oberpfalz eine kommunale Informationsfreiheitsatzung verabschiedet. Ab dem 1. Mai wird damit jede natürliche oder juristische Person in der Gemeinde Berg einen „Anspruch auf freien Zugang zu den bei der Gemeindeverwaltung vorhandenen amtlichen Informationen“ haben. Und es soll weitergehen: Die Medienschaffenden setzen sich in allen Gemeinden des Landkreises Neumarkt für das Bürgerrecht ein. Allen Rathauschefs ist kürzlich ein Offener Brief der BJV-Initiatoren mit dem Appell zugegangen, auch in ihren Gemeinden Informationsfreiheitsatzungen zu erlassen. Das Landratsamt Neumarkt hat den Kommunen Rechtsberatung bei der Formulierung ihrer Satzungen angeboten. Mehr unter www.informationsfreiheit-neumarkt.de.
Wolf-Dietrich Nahr

Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit

Deutschland hat sich in der Rangliste zur Pressefreiheit 2016 von Reporter ohne Grenzen um vier Plätze auf Rang 16 verschlechtert. Gewalt und Anfeindungen bis hin zu Todesdrohungen gegen Journalisten haben auch hierzulande massiv zugenommen. Insgesamt zählte Reporter ohne Grenzen in Deutschland mindestens 39 gewaltsame Übergriffe gegen Journalisten – insbesondere bei Demonstrationen der Pegida-Bewegung und ihrer regionalen Ableger, bei Kundgebungen rechtsradikaler Gruppen oder auf Gegendemonstrationen.

In diesem Jahr schreibt der Bayerische Journalisten-Verband zum dritten 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 am 21. April 2017. 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 um 19 Uhr im Münchner Presseclub verliehen. Anschließend: Podiumsdiskussion zum Thema „Fake-News“. bjvlink.de/pressefreiheit2017 (mgo)

Pressefotos am Flughafen



Rund 95 der besten Pressebilder des abgelaufenen Jahres sind bis zum 1. Mai auf der Ausstellungsfläche im Abflugbereich des Terminal 2 am Flughafen München zu sehen, dazu in einer Sonderedition die Fotos der Gesamtsieger der Jahre 2000 bis 2015. Flughafen-Sprecher Hans-Joachim Bues sagte bei der Eröffnung: „Wenn diese Ausstellung dazu beiträgt, den Blick auf den Wert von unabhängiger Berichterstattung und Qualitätsjournalismus in Demokratien zu richten, dann hat sie ihren Zweck erfüllt.“ Im Bild: die kleinen Ausstellungsbesucher Laurin und Fina Moritz. Mehr unter bjvlink.de/flughafen17.
Foto: Maria Goblirsch

Hackathon der Mittelbayerischen Zeitung

Bei der *Mittelbayerischen Zeitung (MZ)* haben die Verantwortlichen erkannt, dass ein Medienhaus nicht nur mit Bordmitteln an der digitalen Zukunft arbeiten kann. Man braucht Inspirationen von außen, von Start-up-Menschen, Programmierern und Designern sowie innovationsfreudigen Journalisten. Dass diese Leute zumeist noch ziemlich jung sind, schadet dem Verlag dabei nicht. Im März fand an drei Tagen der zweite Hackathon der MZ statt. Der Begriff Hackathon setzt sich aus „Hacken“ und „Marathon“ zusammen; wobei Hacken hier im weitesten Sinne basteln, experimentieren, mit Sachen herumspielen bedeutet. Thomas Mrazek berichtet, was dabei rausgekommen ist: bjvlink.de/hackathon.

Richard Mayr an Bezirksverbandsspitze

Der Bezirksverband Augsburg-Schwaben hat gewählt: Der bisherige kommissarische Vorsitzende Richard Mayr wird den Bezirksverband künftig als Vorsitzender leiten. Er arbeitet als Redakteur im Ressort Kultur-Journal bei der *Augsburger Allgemeinen*. Fridtjof Atterdal und Sepp Steinbrenner ernannte die Versammlung zu seinen Stellvertretern sowie Alois Knoller, Sylvia Schaab und Silvio Wyszengrad zu Beisitzern. Mehr unter bjvlink.de/augsburg.



Im Bild (von links nach rechts): Alois Knoller, Sepp Steinbrenner, Fridtjof Atterdal, Silvio Wyszengrad und Richard Mayr. Auf dem Bild fehlt Sylvia Schaab. Foto: Annette Zoepf



Beke Maisch (rechts) verabschiedet sich aus dem Amt, neu gewählt wurde Jennifer Hauser (links). Foto: Hans von Draminski

Jennifer Hauser leitet künftig Ortsverband

Der BJV-Ortsverband Metropolregion Nürnberg hat eine neue Vorsitzende: Jennifer Hauser wurde bei der Jahresversammlung im März von den Mitgliedern an die Ortsverbandsspitze gewählt als Nachfolgerin von Beke Maisch. Die 28-Jährige arbeitet als Redakteurin beim *Fränkischen Tag* in Forchheim. Gebürtig stammt sie aus Baden-Württemberg, lebt aber seit fast zehn Jahren in Franken und seit vier Jahren in Nürnberg. (mic)

Krapfenessen und Schafherde

Die Ausstellung „Pressefoto Bayern“ macht nach 2015 jetzt bereits zum zweiten Mal Station in Viechtach im niederbayerischen Landkreis Regen. Daniela Albrecht, stellvertretende BJV-Landesvorsitzende, bezeichnete die Ausstellung bei der Vernissage als eine „eindrucksvolle Dokumentation unseres Alltags“. Dabei würden nicht nur traurige Anlässe wie das Zugunglück von Bad Aibling oder der Amoklauf von München gezeigt, sondern etwa auch einmalige Schnapshots von einem Krapfenessen oder einer Schafherde im Verkehr. Zu sehen ist die Ausstellung im Alten Rathaus, Stadtplatz 1 in Viechtach, Montag bis Freitag zwischen 9 und 16 Uhr noch bis einschließlich Freitag, 5. Mai. Auf der BJV-Website berichtet Franz Hackl über die Ausstellungseröffnung unter bjvlink.de/viechtach17.



Daniela Albrecht mit dem Viechtacher Bürgermeister Franz Wittmann. Foto: Claudia Grimsman

Der Vorstand unterwegs

Von wegen „nur Mitgliederversammlung“! Der geschäftsführende Vorstand war rund um dieses Ereignis intensiv unterwegs. Die meiste Zeit stand nicht die Wahlvorbereitung im Mittelpunkt, sondern die alltägliche BJV-Arbeit. So wurde zum Beispiel in Bamberg in einer Diskussion mit den SPD-Bundestagsabgeordneten aus Bayern kräftig über die Rolle der Gewerkschaften und den Medienstandort Bayern diskutiert. In München traf der Vorstand sich mit Festen Freien des *Bayerischen Rundfunks*, um neue Taktiken im Tarifikampf zu erörtern und die Tarifkommission zu besetzen.

Zunächst am Flughafen München, in Folge in Viechtach wurde jeweils die Ausstellung „Pressefoto Bayern“ eröffnet, beide Male mit großem Erfolg und hoher Resonanz. Die Deutsche Journalistenschule hielt ihre Mitgliederversammlung ab, zum letzten Mal mit Schulleiter Jörg Sadrozinski. Und unsere eigene Mitgliederversammlung gab es dann auch noch in Bamberg, für den BJV-Vorstand übrigens leicht verlängert – eine geschäftsführende Sitzung war dem wichtigen Termin vorge-schaltet.

Michael Busch

„Streik tut weh, denn er nervt“

Ein Gespräch mit Wolfgang Grebenhof über die Arbeitskämpfe in Passau, Lichtenfels und Bayreuth

Von Michaela Schneider

Mitarbeiter der *Passauer Neuen Presse* fordern eine Rückkehr in den Flächentarif, während Verlegerin Simone Tucci-Diekmann beharrlich jede Verhandlung mit den Gewerkschaften verweigert. Zum zweiten Mal waren Ende Februar Kollegen der drei PNP-GmbHs Donau-Isar-Bayerwald-Presse GmbH, Donau-Wald-Presse GmbH und Passauer Neue Presse GmbH in den Streik getreten. Beim *Obermain-Tagblatt* in Lichtenfels brauchte es fünf Warnstreiks, ehe die Main Post GmbH im März Bereitschaft signalisierte, sich an den Verhandlungstisch zu setzen. Die Verlagsangestellten fordern einen Haustarif. Zum ersten befristeten Warnstreik riefen BJV und Verdi Ende Februar auch beim *Nordbayerischen Kurier* in Bayreuth auf, um Verhandlungen über einen Sozialtarifvertrag zu erzwingen. Ein Gespräch über Streiks in Zeiten, in denen etliche Verlage nicht mehr nach Tarif bezahlen, mit Wolfgang Grebenhof, stellvertretendem Vorsitzenden des DJV, Vorsitzendem der neuen BJV-Fachgruppe Print und Vize-Vorsitzendem der BJV-Fachgruppe Betriebsräte.

Die Mitarbeiter der Passauer Neuen Presse gehen wieder und wieder auf die Straße, demonstrieren und streiken, aber nichts tut sich auf Verlegerseite. Und die Zeitung scheint dicker als je zuvor ...

Wolfgang Grebenhof: Dass man einen ein- oder zweitägigen Warnstreik der Zeitung nicht anmerkt, ist eine Erfahrung, die wir in den letzten Jahren ständig machen. Wir können das Produkt nicht am Erscheinen hindern. Das ging vielleicht früher noch, aber aufgrund moderner Redaktionssysteme und des immer dichteren Netzes an Freien können heute wenige Köpfe über viele Tage eine Zeitung produzieren.

Was bringen dann die Warnstreiks?

Streiken tut weh, denn das nervt! Die Geschäftsleitungen spüren das, es kommt Unruhe ins Haus, der Streik wird von der Öffent-

„Eine Gewerkschaft kann einen Streik nicht frei Haus liefern, zunächst einmal sind die Kollegen vor Ort gefordert“, sagt Wolfgang Grebenhof.

Bild: Silvio Wyszengrad



lichkeit wahrgenommen. Und gerade das ärgert, denn nach wie vor sonnen sich Verleger gerne in der Rolle derer, die ein Stück Demokratie herstellen. Wenn an diesem Image gekratzt wird, zeigt das Wirkung. Das merkt man am Beispiel von PNP-Verlegerin Frau Tucci-Diekmann, die sehr sauer darauf reagiert hat, dass ich sie bei der Demonstration in Passau als Scroogi-Diekmann bezeichnet habe.

Und wie könnten nächste Schritte in Passau aussehen?

Man wird dort bald an einen Punkt kommen, an dem man sagt: Wenn wir die Verlegerseite mit kurzen Warnstreiks nicht an den Verhandlungstisch bringen, müssen wir diese ausweiten. Dass es Zähigkeit und Ausdauer braucht, hat man bei den Kollegen in Lichtenfels gesehen. Sie kämpfen dort fast schon ein halbes Jahr. Und jetzt, endlich, ist die Geschäftsleitung bereit, zu sagen: O.k., lasst uns wieder reden! Eine Gewerkschaft kann aber einen Streik nicht auf Bestellung frei Haus liefern, da sind die Kollegen vor Ort gefordert – und wir unterstützen sie dann, wo wir können.

Lichtenfels ist ein gutes Stichwort. Mit dem Wertschätzer-Projekt haben die Mitarbeiter des Obermain-Tagblatts einen sehr kreativen Weg gefunden, um nicht nur die Geschäftslei-

tung, sondern vor allem auch die Öffentlichkeit zu erreichen ...

Da kann man von den Lichtenfelsern viel lernen. Ich kann nur empfehlen: Bezieht die Öffentlichkeit ein! Sucht Verbündete! Macht aufmerksam auf die Situation im Verlag! Wir haben es da natürlich schwerer als die U-Bahnfahrer oder die Müllabfuhr, weil unsere Arbeitskampfmaßnahmen kaum wahrgenommen werden, wenn sie im eigenen Blatt gar nicht oder kaum thematisiert werden. Aber dann muss man sich eben andere Möglichkeiten suchen – etwa, indem man wie die Lichtenfelser als unbeugsame Gallier auf die Straße geht und über soziale Netzwerke kommuniziert. Wir sind Kommunikationsprofis, dieses Potenzial sollten wir nutzen!

Noch ein Blick auf den Nordbayerischen Kurier. Wie schätzen Sie die Situation dort ein?

Das ist eine etwas andere Baustelle als in Passau und Lichtenfels, denn es geht um die Themen Arbeitsplatzverlust und Sozialpläne, nicht um tarifliche Geschichten. Aber auch die Mitarbeiter dort kommunizieren kreativ und gehen auf der Straße ran ans Publikum, um zu zeigen: Schaut mal, was da hinter den Kulissen läuft! Dabei macht man immer wieder die Erfahrung, dass die Leute überrascht sind und sagen: Das hätten wir nie gedacht bei einem so alteingesessenen, seriösen Haus – gut, dass ihr uns informiert!

Hausverbot für den Betriebsrat

Dennoch erster Erfolg im Arbeitskampf in Bayreuth

Sie streikten, protestierten und sammelten Unterschriften: die Beschäftigten des *Nordbayerischen Kuriers*. Jetzt trägt der Einsatz erste Früchte, die Geschäftsführung der Nordbayerischer Kurier Zeitungsverlag GmbH signalisierte Ende März Gesprächsbereitschaft. Im Sommer 2016 war der Verlag mehrheitlich an die *Frankenpost* in Hof verkauft worden, die zur SWMH in Stuttgart gehört. Mehr als 50 der 225 Mitarbeiter sollen bis zum Sommer entlassen werden. Fakten geschaffen hat das Unternehmen bereits in Sachen Druckerei: Seit Mitte März wird der *Nordbayerische Kurier* bei der Mediengruppe Oberfranken GmbH & Co. KG in Bamberg gedruckt.

Zielsetzung des Arbeitskampfes der Bay-

reuther: ein angemessener Sozialtarifvertrag. Die Geschäftsleitung war bisher lediglich zu einem Sondierungsgespräch mit den Gewerkschaften Anfang Februar bereit und lehnte die Aufnahme von Sozialtarifverhandlungen ab. Besonderes Vorkommnis am Rande: Die Geschäftsführung verweigerte den Betriebsräten laut Betriebsratsvorsitzendem Gunter Becker während des Streiks den Zutritt zum Unternehmen. Stefan Marx, Justitiar beim BJV, spricht hier von einer Behinderung der Betriebsratsarbeit. Denn dem Betriebsrat könne es während des Streiks nicht verwehrt werden zu schauen, wie es der Belegschaft während des Streiks geht – etwa mit Blick auf die Einhaltung von Arbeitszeiten. (mic)



Mitarbeiter des *Nordbayerischen Kuriers* beim Bayerischen Journalistentag in Bamberg.

Foto: Günter Distler

„Politisches Schreibverbot“

Ein Blick hinter die Kulissen bei den „Wertschätzern“

Seit Monaten befindet sich die Belegschaft im fränkischen Lichtenfels nahezu geschlossen als „Wertschätzer“ im kreativen Arbeitskampf. Seit kurzem wird nun zwei Redakteuren des *Obermain-Tagblatts* untersagt, Außentermine mit Lokalpolitikern und Funktionsträgern für den Verlag wahrzunehmen und darüber zu berichten. Die Weisung soll von dem Mutterhaus, der Mediengruppe Main-Post GmbH ausgehen. Doch darf der Arbeitgeber in diesem Fall ein „politisches Schreibverbot“ verhängen, wie die Belegschaft die Maßnahme

selbst betitelt? BJV-Justitiar Stefan Marx meint: „Aus Verbandssicht handelt es sich hierbei um eine Maßregelung wegen des Streiks und um ein Mittel, um die Belegschaft einzuschüchtern. Eine objektive Berichterstattung durch die Arbeitnehmer sieht der Verband indes in keiner Weise gefährdet.“ Mit einer Unterschriftenliste bekundet die Belegschaft des *Obermain-Tagblatt* inzwischen ihre Solidarität und stellt klar: Die Mitarbeiter stehen geschlossen hinter der Aktion. Es gibt keine Anführer. (mic)

Perfide Klausel

Simone Tucci-Diekmann, Verlegerin der *Passauer Neuen Presse*, hat der Belegschaft Anfang März eine überarbeitete Version ihres Eckpunktepapiers vorgelegt. Seit Jahren verweigert sie Gespräche mit den Gewerkschaften und regelt im einseitigen Erlass die Beschäftigungsverhältnisse im Haus. Zwar beinhaltet das neue Papier einige Verbesserungen – so wurden die Urlaubstage von 26 auf 28 Tage erhöht, das Einstiegsgehalt ist leicht gestiegen und die Mitarbeiter rutschen etwas schneller als bisher in höhere Gehaltsstufen. Das Endgehalt ist indes gleich geblieben und liegt weiter unter Tarif – und zwar nach wie vor bei höherer Arbeitszeit, weniger Urlaubstagen und weniger Urlaubsgeld als in tarifreuen Häusern. Perfide: Die Geschäftsführung der *PNP* schließt bis 29. Februar 2020 betriebsbedingte Kündigungen aus. Allerdings gelte die Zusicherung für den Arbeitnehmer nur unter der Bedingung, „dass er/sie sich an keinem Streik beteiligt“, heißt es. (mic)

Freie im Zwiespalt

Mancher freie Journalist bekommt von der Zeitung in Streikzeiten ein wesentlich höheres Honorar für seine Artikel geboten, weiß Anne Webert, kommissarische Vorsitzende der Fachgruppe Freie Journalisten im BJV. Hier befindet er sich im Zwiespalt: Einerseits ließe sich ein Streik gut nutzen, um einige Euro mehr zu verdienen, andererseits wolle man streikenden Kollegen nicht in den Rücken fallen. „Freie Journalisten wollen Solidarität zeigen, sind aber auf jeden Euro angewiesen“, sagt Webert. Schwierig wird's bei längeren Streikzeiten, Webert spricht vom „Zwiespalt zwischen Solidarität und Überleben“.

Sie sieht hier jedoch eine Chance, den Zusammenhalt zwischen freien und festen Journalisten zu forcieren. „Erklären sich Freie im Streik solidarisch, kann man schauen, was Feste im Schulterchluss für sie tun können“, sagt sie. Gleichzeitig ist sie sich bewusst, dass es nicht leicht sei, freie Journalisten zu organisieren. Und wie steht es um die finanzielle Frage? BJV-Justitiar Stefan Marx sagt: Ruft die Gewerkschaft freie Journalisten zum solidarischen Streik mit auf, sind diese Gewerkschaftsmitglied, und beteiligen sie sich am Streik, haben sie Anspruch auf Streikgeld.

(mic)

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.

Kleinteilig, vielfältig – und unerforscht

Neue Fachgruppe Print im BJV braucht zunächst einmal gesunde Datengrundlage

Von *Michaela Schneider*

Die Glaubwürdigkeit der Printprodukte, eine ständige Arbeitsverdichtung in den Redaktionen, eine sehr inhomogene Zeitschriftenlandschaft: Das Aufgabenspektrum, mit dem sich der Vorstand der neu gegründeten Fachgruppe (FG) Print im BJV in den nächsten zwei Jahren beschäftigen will, ist groß. Beim Bayerischen Journalistentag in Regensburg 2016 hatte die Mitgliederversammlung beschlossen, die beiden Fachgruppen Tageszeitungen und Zeitschriften zur FG Print zu verschmelzen.

Grebenhof zum Vorsitzenden gewählt

Zum Vorsitzenden wählten deren Mitglieder nun im Februar Wolfgang Grebenhof, Redakteur und Betriebsratsvorsitzender bei der *Fränkischen Landeszeitung* in Ansbach. Zudem vertritt der 49-Jährige die Interessen von Journalisten auf Bundesebene als stellvertretender Vorsitzender des Deutschen Journalistenverbandes. Grebenhof unterstützen in der FG Print als gleichberechtigte Stellvertreter: die *Freisinger-Tagblatt*-Redakteurin Margit Conrad, Judith Stephan, Chefin vom Dienst beim Wochenmagazin *Werben und Verkaufen*, der freie Wissenschaftsjournalist Bernd Schöne sowie Gunter Becker,

Redakteur und Betriebsratsvorsitzender beim *Nordbayerischen Kurier* (Mehr zur Wahl in Ingolstadt unter bjvlink.de/jg-print).

Knapp 1700 Mitglieder geben die FG Print derzeit als Hauptfachgruppe im BJV an, fast 2200 als Nebenfachgruppe. Aktuell ist das frisch gewählte Vorstandsteam vor allem damit beschäftigt, eine gesunde Datengrundlage mit Blick auf die Zeitschriftenlandschaft zu schaffen. „Diese ist extrem vielfältig von Publikumszeitschriften bis hin zu Fachzeitschriften. Und sie ist kleinteilig, manche Redaktionen, auch ganze Verlage arbeiten mit nur wenigen Mitarbeitern“, sagt Grebenhof. Während der BJV bei den Tageszeitungen in fast allen Verlagen Ansprechpartner und gute Kontakte zum Betriebsrat habe, bestehe bei den Zeitschriften Nachholbedarf. „Hauptaufgabe des neuen Vorstandes wird es zunächst sein, diese Strukturen zu verbessern“, sagt der FG-Vorsitzende.

Beibehalten will der Fachgruppenvorstand die Herbst-Seminare der bisherigen FG Zeitungen in Kainsbach, an die sich am Folgetag traditionell ein Treffen für die Ansprechpartner in den Redaktionen anschließt. „Überlegen müssen wir, wie man das Seminar künftig noch attraktiver gestalten kann mit Rücksicht auf Zeitschriftenkollegen“, sagt

Grebenhof. Generell wolle die neue FG Print Mitglieder künftig verstärkt über interessante Veranstaltungen erreichen, etwa zu Themen wie investigativem Journalismus oder der Zukunft des Fachjournalismus.

Als „ganz großes Thema für die Fachgruppe“ betitelt Grebenhof die Frage nach der Glaubwürdigkeit. „Nach wie vor ist Print zum Glück beim Publikum mit dem Begriff Glaubwürdigkeit verbunden“, verweist er auf Umfragen. Das allerdings sei kein Sofa, auf dem man sich ausruhen dürfe. „Wir müssen an Strategien arbeiten, um die Qualität unserer Arbeit immer wieder unter Beweis zu stellen. Wir müssen dem Publikum den Unterschied zwischen seriösem Qualitätsjournalismus und fadenscheinigen Informationen erklären, die gerade gut ins Weltbild passen“, sagt er. Etwa durch transparentes Arbeiten oder Veranstaltungen mit Außenwirkung.

Baustelle Arbeitsverdichtung

Eine weitere Baustelle: die Arbeitsverdichtung in Redaktionen. „Wir haben gerade erlebt, Burda kürzt bei *Bunte* und *InStyle* Stellen, obwohl das Haus wirtschaftlich gut dasteht“, sagt Grebenhof. Resultat: Weniger Leute müssten die gleiche Arbeit erledigen. Hier sei es Aufgabe des Verbandes, den Verlegern immer wieder klarzumachen: Es sei ein Punkt erreicht, an dem man Mitarbeiter nicht noch mehr belasten könne. Für Abhilfe könne etwa eine Zeiterfassung in Redaktionen sorgen. „Wie’s hier bei Zeitschriften aussieht, müssen wir erst herausfinden. Bei den Tageszeitungen wurde in Sachen Arbeitszeiterfassung immerhin ein Prozess losgetreten, flächendeckend sind wir davon aber noch weit entfernt“, sagt der FG-Vorsitzende.

Weiter beschäftigen dürften die Fachgruppe auch die Entwicklungen bei Zeitungen wie der *Passauer Neuen Presse* und dem *Obermain-Tagblatt*, die um Tarif und Haustarif kämpfen, oder beim *Nordbayerischen Kurier*, der von drastischem Stellenabbau bedroht ist (mehr zum Arbeitskampf der drei Zeitungshäuser auf den Seiten 38 und 39).



Sie vertreten die Interessen der Kollegen der neuen FG Print (von links): Margit Conrad, Bernd Schöne, Judith Stephan und Wolfgang Grebenhof. Gunter Becker wurde in Ingolstadt in Abwesenheit gewählt und ist nicht auf dem Bild.

Foto: Michaela Schneider



Das Presse-Familienkonzept

Für Sie, Ihren Partner und Ihre Kinder!

Bei uns können Presse-Versicherte auch Ihre Ehe- oder Lebenspartner sowie Ihre Kinder (bis zum vollendeten 18. Lebensjahr) versichern. Für diese Versicherungen gelten selbstverständlich ebenfalls unsere günstigen Konditionen.

Vorsorge für Ihren Partner

Ihr Partner kann die vorteilhaften Tarife der Presse-Versorgung nutzen, um für sich eine eigene Versorgung aufzubauen. Der ausgeübte Beruf spielt dabei keine Rolle.

Vorsorgestrategien für Ihre Kinder

Schon mit geringen monatlichen Beiträgen (zum Beispiel aus dem Kindergeld) legen Sie den Grundstein für die Vorsorge Ihrer Kinder. Dieser kann von ihnen später übernommen und weitergeführt werden. Sie unterstützen Ihren Nachwuchs beim Aufbau eines in der heutigen Zeit immer wichtiger werdenden Altersvorsorgekapitals.

Individuelles Angebot: Einfach Coupon ausfüllen und per Post, Fax oder mail an:

Versorgungswerk der Presse GmbH
Wilhelmsplatz 8
70182 Stuttgart

Fax 0711 2056 145
info@presse-versorgung.de



Presse-Versorgung

Mehr Rente für die Medienbranche

www.presse-versorgung.de/familie
Telefon 0711 2056 244

Name: _____

Vorname: _____

Geburtsdatum: _____

E-Mail-Adresse (für ein Angebot per Mail): _____

Ich wünsche ein Angebot für

mich Monatsbeitrag: _____ Euro

meinen Ehegatten/Lebensgefährten

Name: _____ Geburtsdatum: _____

Monatsbeitrag: _____ Euro

mein(e) Kind(er) unter 18 Jahren

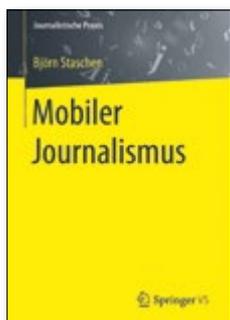
Name: _____ Geburtsdatum: _____

Name: _____ Geburtsdatum: _____

Monatsbeitrag: _____ Euro



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



Mobil berichten: Ausstattung und Grundlagen

Gerade von jungen Kollegen und Berufseinsteigern wird heute deutlich mehr erwartet als früher. Den reinen Text- oder Bildjournalisten gibt es zwar noch, gefragt sind aber insbesondere Allrounder. Und die (auch jene, die es werden oder einen Einblick in diese Arbeit erhalten wollen) bekommen mit dem Handbuch „Mobiler Journalismus“ vom Reporter und Chef vom Dienst der „Tagesschau“-Redaktion (NDR), Björn Staschen, viele Tipps an die Hand. Im Mittelpunkt steht dabei das Smartphone, das nicht nur für Fotografieren taugt, sondern auch das Erstellen aufwändiger Videos und Gesprächsmitschnitte erlaubt. Die Einsatzszenarien sind vielfältig, Staschen gliedert sein Buch daher in thematische Abschnitte, etwa „Hörfunk unterwegs“, „Fernsehen unterwegs“ oder „Digital Storytelling unterwegs“. Es geht ihm also nicht nur darum zu erklären, welches Handwerkszeug zum mobilen Arbeiten nötig ist. Er erläutert auch, worauf es bei der Produktion der Inhalte ankommt. Dennoch spielt die notwendige Technik eine tragende Rolle – und genau hier liegt das einzige Problem des Handbuchs: Schon im Frühjahr 2017 sind die genannten Smartphones nicht mehr die aktuellen Modelle, und auch bei den Audio- und Video-Apps tut sich ständig etwas. Vielleicht sollten Autor und Verlag hier eine jeweils aktualisierte Liste zum Download anbieten? Ansonsten ist „Mobiler Journalismus“ ein äußerst lesenswertes Werk, das sicher immer mal wieder den Weg vom Bücherregal in die Hände des mobil arbeitenden Journalisten finden wird. Auch nach dem ersten Lesen.

Johannes Michel

Björn Staschen: Mobiler Journalismus. Springer VS 2017, 268 Seiten, 34,99 Euro (auch als E-Book, 26,99 Euro) ISBN 978-3-658-11782-5 Mehr unter: bjvlink.de/mobil



Google, die neue Nummer eins

Seit 1995 erhebt der Journalist Lutz Hachmeister (mit zahlreich helfenden Autoren) ein Ranking der größten, sprich umsatzstärksten Medienkonzerne der Welt. Die inzwischen fünfte Erhebung (die vierte ist aus 2005) zeigt, wie massiv sich der Markt verändert. Das belegt allein die neue Nummer eins: Google, 1998 gegründet, hat sich nicht nur von einer Suchmaschine zum Medienkonzern gewandelt. 2016 löste die Mutter-Holding Alphabet mit 67,6 Milliarden Euro Umsatz den einstigen US-Kabelanbieter Comcast (NBC Universal) von der Spitzenposition ab. Oder: Neueinsteiger Netflix auf Rang 31 mit einem Umsatz, der doppelt so hoch ist wie der von Axel Springer und ProSiebenSat1 zusammen. Überhaupt, nach deutschen Medienunternehmen muss man mittlerweile suchen. Von acht deutschen Medienkonzernen sind nur noch zwei in den Top 50 übrig geblieben: Bertelsmann (11) und die ARD (29). Die deutsche Medienindustrie, so Hachmeisters deprimierende Analyse, löst sich auf. Ganz zu schweigen vom traditionellen Verlagswesen. Zeitungshäuser rutschen weiter ab. Sie gelten manchen schon als journalistische „failed states“. Wieder zeigt sich: An Hachmeisters Zahlen kommt man nicht vorbei, wenn man erlauben will, was man ohnehin schon ahnte, aber so komprimiert und mit Nachschlagewissen über Konzernlenker, Geschäftsstrategien und historische Grundlagen angereichert sonst nirgendwo zu lesen bekommt.

Senta Krasser

Lutz Hachmeister, Till Wäscher: Wer beherrscht die Medien? Die 50 größten Medien und Wissenskonzerne der Welt. Halem Verlag 2017, 559 Seiten, 23 Euro, ISBN 978-3-86962-234-7 Weitere Informationen: bjvlink.de/herrscher



Aufmerksamkeit wecken

Wie erreiche ich im Netz die Nutzer? Eine Frage, die mittlerweile ganze Industrien beschäftigt; ebenso gibt es viel Literatur und einige Seminarangebote zum Thema. Spielen wir einmal folgendes Ausgangsszenario durch: Inhalte, die Sie im Internet publizieren, liegen schon im Fokus Ihrer Zielgruppen. Entweder, weil diese – im besten Fall – bereits auf Ihrer Website unterwegs sind oder weil sie die Inhalte zumindest bei einer Suchmaschine oder in einem sozialen Netzwerk überfliegen. Jetzt haben wir die Nutzer also fast schon da, wo wir sie haben wollen – beim Artikel. Aber eben nur fast, denn noch wurden die Inhalte nicht konsumiert. Die Herausforderung: Onlinenutzer lesen sehr viel weniger aufmerksam und sind ungeduldiger als Printleser – und dies gilt noch verstärkt für mobile User. Nur mit „Headlines, die zünden“ und „Teaser[n] die zum Weiterlesen animieren“, bekommt man Leser deshalb mit größerer Wahrscheinlichkeit dazu, Texte auch tatsächlich zu rezipieren. Die Münchner Journalistin Claudia Frickel kennt sich in diesen Themen sowohl aus vielfältiger praktischer Erfahrung heraus als auch als Trainerin. In ihren beiden Werken gibt sie umfassend, didaktisch sehr gut strukturiert und unterhaltsam ihr Wissen weiter. Zu monieren ist nur, dass Twitter in beiden Werken nicht vorkommt.

Thomas Mrazek

Claudia Frickel: Online-Texte schreiben: Headlines, die zünden. Eigenverlag, E-Book 2017, 4,99 Euro und Teaser, die zum Weiterlesen animieren. Eigenverlag, E-Book 2017, 4,99 Euro. Weitere Informationen und Bestellmöglichkeit unter: claudiafrickel.de/ebooks

Watchblog *Störungsmelder* ist ein Organ der Presse

Bloggern von *Zeit online* stehen laut Gericht besondere Informationsrechte zu

Von Maria Goblirsch

Welche Straf- und Ermittlungsverfahren wegen rechtsextremistisch motivierter Taten sind noch anhängig? In welchen Fällen ist es bereits zu rechtskräftigen Verurteilungen gekommen? Darüber bat der Autor und freie Journalist Sebastian Lipp um Auskunft von der Staatsanwaltschaft Augsburg, um darüber im Watchblog *Störungsmelder* von *Zeit online* zu berichten.

In diesem Internetblog diskutieren Prominente, Fachleute und Schüler aus betroffenen Regionen über Rechtsextremismus. „Hier geht es um Neonazis. Wo sie auftreten, was sie dabei sagen und vor allem: Was man gegen sie unternehmen sollte“, heißt es dort (blog.zeit.de/stoerungsmelder).

Dazu reichte er eine Liste mit Taten aus dem Jahr 2014 ein, um zu erfahren, zu welchen Ergebnissen die jeweiligen Ermittlungen geführt hatten. Die Staatsanwaltschaft lehnte die Erteilung weiterer Auskünfte ab, nachdem sie zunächst erste Angaben gemacht hatte. Nun stellte der Journalist einen Antrag auf einstweilige Anordnung, den das Verwaltungsgericht Augsburg ablehnte.

Zur Begründung führte das Gericht aus, beim *Störungsmelder* handele es sich um ein öffentliches Diskussionsforum, in dem jedermann publizieren könne. Die Autoren seien jedoch keine Journalisten und damit nicht in besonderer Weise auskunftsberechtigt.

Die Sache ging daraufhin zum Bayerischen Verwaltungsgerichtshof, wo Lipp schließlich Recht bekam (Az.: 7 CE 16.1994). Die Richter entschieden, dass der Neonazi-Watchblog *Störungsmelder* ein Telemedium mit journalistisch redaktionell gestalteten Angeboten im Sinn des Rundfunk-Staatsvertrags (§55 Absatz 2 Satz 1) sei. Den Bloggern von *Zeit online* stehen damit besondere Informationsrechte zu.

Publizistische Zielsetzung der Beiträge im Blog

Ein Internetblog kann also, vereinfacht gesagt, ein journalistisches Produkt sein. Entscheidend dafür ist die publizistische Zielsetzung. Bei den Beiträgen, so der VGH, darf es sich nicht nur um bloße Meinungskundgebungen und Diskussionsbeiträge handeln. Sie müssten vielmehr „auf eine Teilhabe am Prozess der öffentlichen Meinungsbildung“ abzielen.

Das sei beim *Störungsmelder* gegeben. „Sie berichten über Vorkommnisse im Bereich des Rechtsextremismus und beruhen auf einem Mindestmaß an Recherchearbeit“, begründeten die Münchner Richter ihre Entscheidung. Die publizistische Zielsetzung werde nicht dadurch beeinträchtigt, dass die Möglichkeit für Leser bestehe, Kommentare einzustellen. „Die Kommentierungen, die jedermann offenstehen, unterscheiden sich deutlich von den Impulsartikeln.“

Dem Charakter eines journalistisch-redaktionell gestalteten Angebots widerspreche es auch nicht, wenn im Blog um weitere Autoren

geworben werde. Diese könnten nicht unmittelbar Beiträge einstellen, sondern müssten sich der Redaktion mit näheren Angaben (Wo lebst Du? Was verbindet Dich mit dem Thema? Worüber möchtest Du genau berichten?) vorstellen. Ein weiteres Indiz sei, dass die Autoren und ihre Beiträge durch ein Redaktionsmitglied betreut werden. Die Beiträge würden damit nicht beliebig und ungefiltert in das Angebot eingestellt.

Selbstbestimmungsrecht der Presse

Die journalistisch-redaktionelle Ausrichtung eines Blogs kann nach Auffassung des Gerichts allein schon durch seine Aufmachung erkennbar sein, etwa durch das Auftreten einer bundesweit bekannten Verlagsgruppe. An die journalistische Qualität des Angebots dürfe im Übrigen keine zu hohe Anforderung gestellt werden.

„Neben dem ‚Ob‘ ist auch das ‚Wie‘ der Berichterstattung Teil des Selbstbestimmungsrechts der Presse und der ihr verwandten neuen Medien“, zitiert der VGH eine Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts (Az.: 1 BvR23/24). In dem dort verhandelten Fall hatte der Redakteur einer Tageszeitung vom Bundesnachrichtendienst (BND) Auskunft über den Export sogenannter Dual-Use-Güter

verlangt, die zur Herstellung von Waffen geeignet sein könnten.

Als der BND die Auskunft verweigerte, beantragte der Journalist beim Bundesverwaltungsgericht den Erlass einer einstweiligen Anordnung. Das entschied gegen ihn, die Sache landete schließlich beim höchsten Verfassungsgericht.

„An die Gewährung von Eilrechtsschutz bei presserechtlichen Auseinandersetzungen dürfen keine überhöhten Anforderungen gestellt werden“, urteilten die Karlsruher Richter im Jahr 2014. Dafür genüge es, wenn ein gesteigertes öffentliches Interesse und ein starker Gegenwartsbezug der Berichterstattung vorlägen. Eine Beschränkung auf unaufschiebbare Fälle, etwa auf die Aufdeckung schwerer Rechtsbrüche staatlicher Stellen, greife in unverhältnismäßiger Weise in die Pressefreiheit ein.

Der Journalist kam mit seiner Verfassungsbeschwerde dennoch nicht durch, weil er die Eilbedürftigkeit seines Antrags vor den Verwaltungsgerichten nicht ausreichend begründet hatte.

„Beiträge müssen auf eine Teilhabe am Prozess der öffentlichen Meinungsbildung abzielen.“

Bayerischer Verwaltungsgerichtshof



Die Autorin

Maria Goblirsch ist Juristin und freie Journalistin mit Schwerpunkt Medienrecht und Medienpolitik.
@MariaGoblirsch; goblirsch@bjv.de

Foto: Thomas Geiger

Passwörter, PINs, Dokumentensafes

Warum gerade Journalisten sichere Passwörter verwenden und Datensicherungen wirklich sicher lagern sollten

Von Johannes Michel

Gerade Journalisten sollten mit gutem Beispiel vorangehen, wenn es um das Thema Datensicherheit geht. Schließlich haben sie oft mit sensiblen Informationen zu tun, sind mit Personen vernetzt, die nicht in der Öffentlichkeit stehen wollen, und speichern auf ihren Computern tausende Dokumente. Nicht nur Freiberufler, auch angestellte Journalisten haben sich persönliche Archive aufgebaut, die es zu schützen gilt. Dazu gibt es sowohl Software als auch mechanische Lösungen.

Für die meisten Journalisten ist das Telefon zwar nicht wegzudenken, ein Großteil der Kommunikation findet heute dennoch schriftlich statt, meist per E-Mail. Freiberufler sind hier für die Sicherheit ihrer Daten vollständig selbst verantwortlich – und das inkludiert nicht nur E-Mails, sondern etwa auch die Sammlung der Kontakte oder den Terminkalender, gespeichert beim Mailanbieter. Diese sensiblen Daten sind oft nur unzureichend geschützt.

Die Zwei-Faktor-Authentifizierung

Ein Beispiel: Jemand loggt sich von einem Computer irgendwo auf der Welt in ein E-Mail-Konto eines deutschen Nutzers ein. Normalerweise genügen hier Mailadresse und Passwort. Wer an diese Daten gelangt, hat vollen Zugriff, da der Zugang nur durch eine Ein-Faktor-Authentifizierung abgesichert ist. Hier setzt die Zwei-Faktor-Authentifizierung an: Stellt die Software im Hintergrund Unregelmäßigkeiten oder das Einloggen von einem bisher nicht bekannten Gerät fest, bittet sie den Nutzer, sich nicht nur durch Benutzernamen und Passwort, sondern durch eine weitere Kennung auszuweisen. Das kann zum Beispiel ein Code in einer SMS sein, die an die Handynummer des Nutzers geschickt wird. Somit ist das Einloggen erst möglich, wenn auch dieser Code eingegeben wird. Das erhöht die Sicherheit enorm, denn dass ein Angreifer sowohl Mailadresse und Passwort kennt als auch Zugriff auf das Mobiltelefon des Nutzers hat, ist eher unwahrscheinlich.



Eine große externe Festplatte zur Datensicherung sollte zu jeder Büroausstattung gehören.

Foto: Western Digital/Fotograf nicht bekannt

Die SMS ist dabei nur eine der Möglichkeiten für die Zwei-Faktor-Authentifizierung. Gerade im Kommen sind Authentifizierungs-Apps, etwa der „Microsoft Authenticator“ für Android-, iOS- und Windows-Smartphones. Solche Apps werden einmal in den Einstellungen des Kontos – ob E-Mail-Anbieter, Facebook oder andere – registriert. Dazu scannt der Nutzer mit der Kamera des Smartphones einen QR-Code, der auf dem PC-Bildschirm eingeblendet wird, und verbindet somit die Konten miteinander. Zum Einloggen wird dann, neben Nutzernamen und Passwort, ein Code benötigt, den die App generiert. Die Codes sind jeweils für 30 Sekunden gültig, wechseln also ständig. Dadurch wird es Angreifern deutlich erschwert, das Konto zu kapern. Bekannte Geräte können als Ausnahme definiert werden, damit nicht bei jedem Einloggen die Zwei-Faktor-Authentifizierung greift.

Unterstützt wird sie bereits von vielen Onlinediensten, mit dabei sind Google, Microsoft und Facebook, aber auch Speicherdienste wie Dropbox. Die Option lässt sich in den Einstellungen des jeweiligen Kontos, meist unter „Sicherheit“, aktivieren. Sie ist besonders für sensible Dienste wie E-Mail oder Cloudspeicher sehr zu empfehlen bei kleinem Einrichtungsaufwand.

Was trotz der Zwei-Faktor-Authentifizierung nicht fehlen darf, ist ein sicheres Passwort, und zwar für jeden Dienst ein anderes. In den vergangenen Jahren kam es häufig vor, dass einzelne Onlinedienste gehackt wurden – und wer bei so manchem Nutzer Mailadresse und Passwort erbeutet hatte, konnte sich damit auf einer Vielzahl anderer Internetseiten einloggen. Daher gilt: Sichere Passwörter sind Pflicht. Ein solches ist ein

möglichst langes Passwort, bestehend aus Groß- und Kleinbuchstaben, Ziffern und Sonderzeichen (Kommas, Schrägstrichen, Punkten etc.). Um sich das Passwort besser merken zu können, empfiehlt sich beispielsweise die Konstruktion eines Satzes, wobei die Anfangsbuchstaben als Passwort-Elemente dienen, etwa: „Meine Kinder Leonie und Max sind 1998 und 2002 geboren und ich liebe sie über alles!“ Das Passwort wäre dann: MKLuMs1u2guilsüa! Derartige Passwörter haben, im Gegensatz zu einem Passwort wie etwa „Leonie1998“ zwei große Vorteile: Sie lassen sich auch bei Kenntnissen über die Familiensituation nicht erraten und selbst von Hackern mit Hochleistungs-Computern nicht oder nur sehr schwer berechnen.

PIN statt Passwort

Viele unserer Daten liegen mittlerweile nicht mehr nur auf dem PC, sondern auf Smartphones. Gerade solche Geräte sollten

Wichtige Tipps in Sachen Sicherheit

PC und Smartphone:

- Passwort- oder PIN-Schutz zum Einloggen einrichten
- Regelmäßige Datensicherungen auf einer externen Festplatte oder im Cloudspeicher anlegen
- Datensicherungen auf Festplatte an einem sicheren Ort aufbewahren, getrennt vom Büro

Onlinedienste:

- Zwei-Faktor-Authentifizierung nutzen
- Sichere und unterschiedliche Passwörter verwenden
- Bei Cloudspeichern Anbieter mit Serverstandort Deutschland wählen

keinesfalls ohne Passwort zugänglich sein. Leider verzichten viele Anwender nach wie vor auf einen Schutz, da das ständige Eingeben eines (langen) Passworts, gerade bei einem Smartphone, auf Dauer nerven kann. Dabei gibt es eine viel einfachere (und ebenso sichere) Option: Die PIN. Bei Windows-10-PCs ist ein Passwort nach wie vor nötig, die PIN kann aber zusätzlich vergeben werden. Sicher ist diese Option deshalb, da die PIN nur für das jeweilige Gerät gilt. Auch bei Smartphones ist das so: Während die Passwörter für Google (Android-Smartphones) oder die Apple-ID (iPhones) geräteübergreifend verwendet werden können, ist die PIN nur jeweils einem Gerät zugeordnet. Wer mehrere Smartphones, Tablets oder PCs unter dem gleichen Konto betreibt, sollte dann aber unbedingt unterschiedliche PINs für die Geräte verwenden.

Noch recht neu sind Dienste wie „Windows Hello“. Eine der Optionen ist hier die Gesicht- oder Iriserkennung: Der Nutzer setzt sich einfach vor den Computer oder hält das Smartphone vor sein Gesicht, die Kamera identifiziert ihn als den rechtmäßigen Besitzer und gibt das Gerät frei. Ganz ausgereift ist die Technik noch nicht, gerade bei Brillenträgern kommt es oft zu Schwierigkeiten. Sicher ist aber heute schon: Hier liegt großes Potenzial, das Einloggen über solche Optionen wird sich in den kommenden Jahren schnell verbreiten. Wer seinen Computer nachrüsten möchte, kann sich kompatible Webcams kaufen, die kosten aber mindestens um die 200 Euro. Voraussetzung für „Windows Hello“ ist das Betriebssystem Windows 10.

Daten im Home-Office: Sicherung und Aufbewahrung

Fotos und Dokumente in die Cloud auszulagern, ist bei sensiblen Informationen noch immer eine Frage des richtigen Anbieters. Aufgrund der Geschäftsbedingungen kommen insbesondere Anbieter aus den Vereinigten Staaten eher weniger infrage. Clouds „Made in Germany“ gibt es auch, hier lagern die Daten auf Servern in Deutschland. Bei den Monatspreisen werden allerdings einige Euro mehr fällig als bei Dropbox & Co., das sollte es dem Nutzer aber wert sein.

Eine Alternative ist die Einrichtung einer eigenen Cloud oder das Speichern wichtiger Daten auf einer externen Festplatte oder einem Netzwerkspeicher (NAS). Hier gilt



In einem Tresor, am besten mit Feuer- und Einbruchschutz, lassen sich wichtige Dokumente sicher aufbewahren.

Foto: Burg Wächter/Fotograf nicht bekannt

aber: Regelmäßige Datensicherungen, mindestens monatlich, sind Pflicht. Denn einen Ausfall der Festplatte, Diebstahl, Feuer oder Wasserschaden kann niemand vorhersehen. Für diese Datensicherungen auf weiteren externen Medien ist dann ein Aufbewahrungsort, getrennt vom Büro, nötig. Das kann bei Verwandten oder Freunden sein, im Bankschließfach oder in einem Tresor. Letzterer ist besonders in Sachen Feuerschutz eine empfehlenswerte Angelegenheit.

Die Auswahl beginnt bei Brandschutzkassetten, kleinen Koffern, in die DIN-A4-Dokumente oder Festplatten passen. Preislich geht es bei um die 50 Euro los, mehr als einen Basisschutz gewähren diese Kassetten aber nicht. Besser sind Tresore, etwa aus dem Bereich der Dokumentensafes. Sie werden nach zwei Kriterien bewertet. Erstens: der Feuerschutz. Hier teilt sich die Zertifizierung in die Klassen „Papier“ und „Datenträger“ ein. Die Klasse S 60 P zum Beispiel bietet 60 Minuten Feuerschutz für Papier, die Klasse S 120 DIS einen Feuerschutz von 120 Minuten für Datenträger. Zweitens: der Einbruchschutz. Be-

achtet werden sollte hier die Europeanorm EN 1143-1, denn nur solche Tresore werden auch von Prüfern bewertet und von den Versicherungen anerkannt. Mit steigenden Schutzklassen geht der Preis in die Höhe. Abzuraten ist von Billigmodellen, die keine der oben genannten Anforderungen erfüllen und vom Kauf außerhalb des Fachhandels – Baumärkte verkaufen zwar immer wieder Tresore, allerdings eher „Einsteigermodelle“.

Fazit: Datenschutz, sowohl in Sachen Software als auch mechanisch, sollte jedem Journalisten, der Daten aufbewahren muss, wichtig sein. Insbesondere Freiberufler, die ihr gesamtes Foto- und Dokumentenarchiv im Home-Office lagern, müssen über Datensicherheit nachdenken. Und wer Internet, soziale Medien und E-Mails nutzt, kann schnell von Passwortdiebstahl oder Hackerangriffen betroffen sein. Regelmäßige Backups der Daten, das Ändern von Passwörtern oder das Einrichten einer Zwei-Faktor-Authentifizierung kostet Zeit, die ist aber sinnvoll investiert. Das weiß man spätestens dann, wenn es einen „erwischt“ hat.



Der Autor

Journalist und Technikexperte Johannes Michel betreibt mit *NachrichtenamOrt.de* eine lokale Onlinezeitung. @Vieraugen, jmichel@journalist-michel.de

Foto: Günter Distler

Termine

Bis Montag, 1. Mai

Flughafen München, Terminal 2, Ebene O4, südlicher Check-in-Bereich
Pressefoto Bayern 2016

Bis Sonntag, 7. Mai

Altes Rathaus in Viechtach,
Pressefoto Bayern 2016

Mittwoch, 3. Mai, 19 Uhr

Presseclub München, Diskussionsrunde von BJV und Presseclub München und Preisverleihung BJV-Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit 2017
bjvlink.de/pressefreiheit2017

Freitag, 5. Mai, bis Sonntag, 4. Juni

Museum Industriekultur Nürnberg,
Pressefoto Bayern 2016

Donnerstag, 18. Mai, und Freitag, 19. Mai

Fachgruppe Betriebs- und Personalräte:
Seminar Hilfestellung für die nächste Generation: Die Rolle des Betriebsrates bei der Ausbildung

Weitere Termine finden Sie auf der BJV-Homepage: bjv.de/termine und jeden Freitag im BJV-Newsletter: bjv.de/newsletter.

Seminare



Seminare des Bildungs- und Sozialwerks des BJV (BSW)

Mittwoch, 26. April, 18 bis 22 Uhr, München

Snapchat verstehen und richtig nutzen – Einführung und Strategien – mit Bente Matthes

Mittwoch, 3. Mai, 10 bis 18 Uhr, München

Einmal recherchieren, x-mal veröffentlichen: Akquise, Mehrfachverwertung und Exposé – mit Marion Trutter und Dennis Amour

Mittwoch, 10. Mai, 18 bis 22 Uhr, München

Facebook verstehen und richtig nutzen – Einführung und Strategien – mit Bente Matthes

Freitag, 19. Mai, 15 bis 19 Uhr, und Samstag, 20. Mai, 10 bis 18 Uhr, München

Projektmanagement für Online-Journalisten (eineinhalbtägig) – mit Doro Hartmann

Montag, 29. Mai, 18 bis 22 Uhr, München

Onlinejournalismus für Öffentlichkeitsarbeit und Mitarbeiterkommunikation – mit Simone Kirsch

Details zu den Seminaren und eine Übersicht weiterer Angebote unter bjv.de/seminare.



Otto-Brenner-Preis für kritischen Journalismus

Die Otto-Brenner-Stiftung (Wissenschaftsstiftung der IG Metall) vergibt in diesem Jahr zum 13. Mal den Otto-Brenner-Preis unter dem Titel „Kritischer Journalismus – Gründliche Recherche statt bestellter Wahrheiten“. Der Preis ist mit einem Preisgeld von insgesamt 47.000 Euro dotiert. 2016 gewannen die SZ-Journalisten Bastian Obermayer und Frederik Obermaier den ersten Preis für ihre Recherchen zu den Panama Papers. Der Bewerbungszeitraum für den Otto-Brenner-Preis 2017 beginnt am 1. April und endet am 30. Juni 2017. Es besteht keine Einschränkung in Bezug auf das Medium, Thema, Ressort oder Genre der Veröffentlichung. Alles Wissenswerte zum Preis unter www.otto-brenner-preis.de.

Foto: Marco Urban

DJV-Webinare

Die Webinare werden zum Teil als kostenloser DJV-Mitgliederservice oder zu vergünstigten Teilnahmegebühren für DJV-Mitglieder angeboten. Weitere Informationen unter: journalistenwebinar.de.

Mittwoch, 26. April, 11 bis 12.30 Uhr

Bücher/E-Books selbst produzieren mit vonjournalisten.de
Mit Michael Hirschler, DJV-Referent

Donnerstag, 4. Mai, 11 bis 13 Uhr

Existenzgründung als freie/-r Journalist/-in
Mit Michael Hirschler, DJV-Referent

Freitag, 5. Mai, 11 bis 13 Uhr

Existenzgründung als freie/-r Journalist/-in – Teil II
Mit Michael Hirschler, DJV-Referent

Journalistenpreise

Technik auf den „Punkt“ gebracht

Mit dem „Punkt“ zeichnet acatech – die in München ansässige Deutsche Akademie der Technikwissenschaften e. V. – seit 2005 herausragenden Technikjournalismus aus. 2017 schreibt die acatech ihren Preis in den Kategorien Multimedia und Foto aus.

Zusätzlich vergibt die Akademie ein Fotostipendium. Für den „Punkt 2017“ in der Kategorie Multimedia können sich Bewerber selbst mit einem eigenen journalistischen Format vorschlagen oder Dritte schlagen vor (Einsendeschluss 22. Mai 2017). In der Kategorie Foto können Einzelbilder und/oder eine Fotoserie eingereicht werden, für eine Bewerbung aufs Fotostipendium braucht es ein Exposé des geplanten Projekts, das mithilfe des Preisgeldes realisiert werden soll. Für beide Ausschreibungen zur Fotografie ist der Einsendeschluss am 24. Juli 2017. Alle Informationen unter www.journalistenpreis-punkt.de.

Journalistenpreis der Stiftung Datenschutz

Die Stiftung Datenschutz lobt in Kooperation mit der Deutschen Fachpresse diesen mit 5000 Euro dotierten Preis aus. Prämiert werden Beiträge mit ausgewogener Berichterstattung zum Datenschutz, die online oder offline, in Zeitungen, Zeitschriften oder auf anderen Kanälen erschienen sind. Bewerben können sich Journalisten aller Mediengattungen. Bewerbungen müssen bis 31. Mai 2017 erfolgen. Weitere Informationen unter bjvlink.de/datenschutz-preis.

Weitere Informationen zu Journalistenpreisen finden sich auf dem Portal JournalistenPreise.de.

IMPRESSUM
Herausgeber:

Michael Busch, 1. Vorsitzender
 Bayerischer Journalisten-Verband e.V.
 St.-Martin-Str. 64, 81541 München
 Tel. 089 5450 418-0, Fax -18
 info@bjv.de – www.bjv.de

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:

Michael Busch, 1. Vorsitzender,
 busch@bjv.de
 Tel. privat 09135 7279350
 Tel. Büro 09132 745-022
 Fax Büro 09132 745-29

Anschrift der Redaktion:

Michaela Schneider, Joseph-Seitz-Straße 37,
 97076 Würzburg
 Tel. 0931 45461280, mobil 0151 27088064
 ich-schreibe@t-online.de

Leitende Redakteurin:

Michaela Schneider, ich-schreibe@t-online.de

Stellvertreter:

Alois Knoller, alois.knoller@t-online.de
 Tel. 0821 777-2155, privat Tel. 0821 741000

Redaktionsmitglied:

Senta Krasser, senta@krasserjournalismus.de,
 Tel. 0174 1799682

Autoren dieser Ausgabe:

Michael Busch (T), Silvio Wyszengrad (F), Anne Wall (F), Günter Schneider (F), Michaela Schneider (T, F), Senta Krasser (T), Claus Schunk (F), Willi Weber (F), Ronald Rinklef (F), Laura Büchele (F), Nina Schellkopf (F), Xaver Lockau (F), Thomas Mrazek (T, F), Alois Knoller (T), Günter Distler (F), Thomas Geiger (F), Maria Goblirsch (T, F), Monika Schaffrath (F), Theresa Högner (F), Julia Müller (F), Robin Meier (T), Marina Juric (T), Niklas Baumgart (T), Nikolas Reichmann (T), Paul Späthling (F), Peter Schatz (F), Franziska Horn (T, F), Claudia Grimsman (F), Annette Zoepf (T, F), Hans von Draminski (F), Johannes Michel (T), Marco Urban (F), Enric Mannen (F), Lisa Hinder (F), Franz Hackl (T), Thomas Geiger (F)

Gestaltung: Kessler Druck + Medien GmbH & Co. KG
 Titelbild: Silvio Wyszengrad

Verantwortlich für Anzeigen:

Mediasüd
 Robert Macher
 Tel. 0 91 81 29 99-477, Fax -479
 robert.macher@mediasued.de

Anzeigenvorlagen (CMYK) per Mail

(PDF) an robert.macher@mediasued.de
 oder nach Absprache per Post mit dem Vermerk
 „BJVreport“ direkt an die Druckerei, Herr Deffner
 (Anschrift siehe unten)

Auflage: 8300 Exemplare

Erscheinungsweise: zweimonatlich

Redaktions- und Anzeigenschluss
 für Ausgabe 3/2017: 14. Mai 2017
 Erscheinungstermin: 13. Juni 2017

ISSN: 0947-8337

Copyright 2017 by BJV & Autoren

Druckerei:

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

Der strahlende Fotograf

Der BJV trauert um Alfred A. Haase

Foto: privat/Fotograf nicht bekannt



Wenn **Alfred A. Haase** in den Aufnahmeausschuss kam, schien die Sonne. Immer lag ein Strahlen auf seinem Gesicht, immer war er guter Laune. Kein

Zweifel, dieser Mann war glücklich mit sich und mit seinem Beruf. Als Bildreporter der *Abendzeitung* gehörte er zum Urgestein der Münchner Pressefotografen. Dreißig Jahre war er ein Fels in der Brandung des Redaktionsalltags gewesen. Die Textreporter, vor allem die jüngeren, konnten auf Terminen von seiner Ruhe und seiner Umsicht profitieren. Und die *Abendzeitung* von seiner hohen Professionalität. Als *AZ*-Herausgeber Werner Friedmann 1963 auf ihn aufmerksam wurde und ihn zunächst als freien Fotografen in seine Redaktion holte, hatte Haase schon einige Erfahrung vorzuweisen.

Geboren am 21. September 1929 in Trautenaun in Böhmen, schlug er sich nach dem Krieg als Heimatvertriebener durch. In Österreich konnte er nur bei den Amerikanern arbeiten und war von 1948 bis 1953 bei den Ordnance-Einheiten tätig, zuletzt trotz seines jungen Alters als Abteilungsleiter. Abends arbeitete er zusätzlich als Clubfotograf in amerikanischen Casinos – auch um sich das Geld für eine Ausbildung am Münchner Institut für Bildjournalismus zu verdienen. 1955 schloss er als Jahrgangsbester ab. Bei Keystone machte er erste Schritte als Profifotograf, weitere renommierte Agenturen folgten. Im BJV engagierte er sich mehr als zwei Jahrzehnte als stellvertretender Vorsitzender der Fachgruppe Bild. Fast automatisch ergab sich daraus die Mitarbeit im Aufnahmeausschuss, der auf sein sicheres Urteil bauen konnte. Am 11. Januar ist Alfred A. Haase in München im Alter von 87 Jahren gestorben.

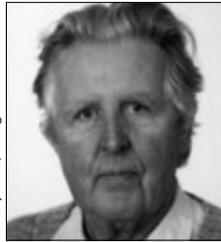
Alois Knoller

Thomas Kohl, freier Journalist, starb Anfang Februar überraschend im Alter von 54 Jahren in Rückersdorf. Als Lokalredakteur und stellvertretenden Redaktionsleiter der *Hersbrucker Zeitung* wurde er im Dezember 1988 in den BJV aufgenommen. 2006 stieg er auf die Freiberuflichkeit um. (ak)

Der Chronist Wertheims

Zum Tod von Guido Weber

Foto: privat/Fotograf nicht bekannt



Guido Weber, ehemaliger Redaktionsleiter der *Wertheimer Zeitung*, starb am 26. Februar im Alter von 93 Jahren. Am 28. Dezember 1923 in München geboren,

wuchs er im Bergischen Land auf. Nach dreijährigem Kriegsdienst in Russland und an der Westfront und ebenso langer französischer Kriegsgefangenschaft landete er 1948 mit seinen Eltern in Wertheim am Main – und als Quereinsteiger im Journalismus. 1949 stellte ihn das Aschaffener *Main-Echo* als Redakteur ein. Bis 1986 leitete er die Lokalredaktion in der nördlichsten Ecke Baden-Württembergs und blieb ihr im Ruhestand als freier Mitarbeiter bis 2016 verbunden. Der geschätzte zuverlässige Chronist der Stadt und des Umlandes unterstützte mit seinem Engagement nebenbei rund 20 Verbände und Organisationen, von Amnesty bis Umweltschutz und vor allem Turn- und Sportvereine. Auch trat er für die Völkerverständigung ein. Für seine Verdienste erhielt er die Ehrenmedaillen der Stadt Wertheim und ihrer französischen Partnerstadt Salon-de-Provence und hohe Auszeichnungen des Turnerbundes. Dem BJV gehörte er seit 1953 weit über 60 Jahre an.

Günter Weislogel

Pressechefin mit Temperament

Zum Tode von Margret Trapmann

Foto: privat/Fotograf nicht bekannt



Margret Trapmann, die langjährige *ARD*-Pressesprecherin, starb am 12. Dezember 2016 im Alter von 83 Jahren. Am 2. Februar 1933 in Essen geboren,

hatte sie neben ihrem Studium der Philosophie eine journalistische Ausbildung bei der Bonner *Rundschau* absolviert. 1963 begann sie bei der *Funkkorrespondenz*. 1970 holte sie der damalige *ARD*-Programmdirektor Lothar Hartmann nach München. 28 Jahre lang war sie die Pressechefin der *ARD*-Programm-

direktion fürs „Erste“. „Ihr Temperament sorgte dafür, dass nicht immer alles spannungsfrei verlief. Das traf manchmal ihre Vorgesetzten, aber auch ihre Mitarbeiter. Doch sie arbeitete stets in der festen Überzeugung, dass es der öffentlich-rechtliche Rundfunk wert war, verteidigt zu werden“, würdigte sie *SZ*-Redakteur Karl-Otto Saur. Zeitlebens war sie gerne auf Reisen. Im BJV seit August 1992. (ak)

Passauer Modernisierer

Ulrich Zimmermann mit 80 Jahren verstorben

Foto: privat/Fotograf nicht bekannt



Als er 1986 Chefredakteur der *Passauer Neuen Presse* wurde, brachte er frischen Wind und einen liberalen Geist ins Blatt. Mit **Ulrich Zimmermann** an der Spitze

schenkte das Blatt der schon berühmten Satirikerszene des Scharfrichterhauses mit Größen wie Sigi Zimmerschied und Bruno Jonas endlich Beachtung. „Mit großem persönlichen Engagement und Ideenreichtum verbreiterte er das nachrichtliche Gesamtspektrum der Zeitung“, würdigte ihn 1989 der damalige bayerische Innenminister Edmund Stoiber bei der Übergabe des Bundesverdienstkreuzes.

Zimmermann war ein überaus agiler Journalist. Am 27. Mai 1936 in Berlin geboren, war er zunächst ab 1958 bei der Münchner *Abendzeitung* und als Münchner Redaktionsleiter der *Bild-Zeitung* tätig, arbeitete danach in leitenden Positionen bei der *Welt* und der *Welt am Sonntag* sowie ab 1980 als stellvertretender Chefredakteur der *Bild am Sonntag*. Stoiber würdigte insbesondere seine „objektive und sachkundige Berichterstattung“. Er sagte damals: „Auf vielen gemeinsamen Reisen mit zahlreichen Zeitungsinterviews war er einer der engsten publizistischen Wegbegleiter von Ministerpräsident Franz-Josef Strauß, über dessen Wirken er auch zwei viel beachtete Bücher schrieb.“

Auch in seiner eigenen Presseagentur „Z Team“ mit Sitz in Magdeburg, später in Buckow, entfaltete Ulrich Zimmermann eine reiche publizistische Aktivität. Am 15. Januar ist er mit 80 Jahren in Buckow gestorben. (ak)

„Gute Moderatorinnen wachsen nicht auf Bäumen“

Marianne Kreuzer prägt den Sportjournalismus im *Bayerischen Fernsehen* vor wie hinter der Kamera. Das gelingt noch immer sehr wenigen Frauen.

Von Senta Krasser

Früher „Blickpunkt Sport“, jetzt „Einwurf“: Marianne Kreuzer moderiert am 24. April wieder den Stammtisch im *BR-Fernsehen*. Höchste Zeit, sich über schwule Fußballer, enge Familienbande und zu hohe Frauenstimmen zu unterhalten.

Sagen Sie mal, Frau Kreuzer, sind Sie der neue „Waldis“ im Sportfernsehen?

Marianne Kreuzer: Nein, wirklich nicht. „Waldis Club“ war zwar auch eine Stammtisch-Sendung. Aber die kam immer nur nach bedeutenden Fußballspielen. Waldemar Hartmann saß dann dort in einer Runde, die sich über das Spiel unterhielt. Unser „Einwurf“ kommt dagegen einmal im Monat. Bei uns geht es auch nicht nur um Fußball. Wir wollen die Vielfalt des Sports abdecken.

„Nicht nur Fußball“ – das ist also gemeint, wenn Ihr Sportchef Klaus Kastan sagt, „wir schlagen mit ‚Einwurf‘ ein neues Kapitel auf“?

Ich kenne keinen einzigen Stammtisch im Fernsehen, wo beispielsweise die Vergabe der Olympischen Spiele, die immer weniger Städte haben möchten, Thema ist, oder auch der Behindertensport. Zur Premiere von „Einwurf“ hatten wir die zwölffache Paralympics-Siegerin Verena Bentele zu Gast, eine total spannende Frau. Unser Ansatz ist es, weit über den Fußball hinaus kritisch und hintergründig zu diskutieren. Andererseits wollen wir die Zuschauer auch unterhalten.

Im „aktuellen Sportstudio“ des ZDF wird auf die Torwand geschossen. Bei „Einwurf“ gibt es Entertainment auf der Kegelbahn. Auch so ein „neues Kapitel“?

Das Wirtshaus, aus dem wir senden, hat die älteste private Kegelbahn Münchens mit Motorisierung, seit 1939! Da liegt es doch nahe, dass wir unsere prominenten Gäste während der Sendung kegeln lassen zur Auflockerung. Sind sie erfolgreich, gibt es eine Lokalrunde fürs Publikum.

Wie gut passt denn zur Mass ein Thema wie schwule Fußballer? Der klassische Stammtisch ist nicht bekannt dafür, dass differenziert argumentiert wird.

Bei einer Dreiviertelstunde Sendezeit, in der wir bis zu drei Themen behandeln, können wir freilich keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben. Trotzdem versuchen wir, in der Kürze der Zeit so differenziert wie möglich heranzugehen. Wenn die Zuschauer danach auf der Couch weiter diskutieren, haben wir unser Ziel erreicht. Thomas Hitzlsperger habe ich übrigens für eine der nächsten Sendungen angefragt. Da wird es dann darum gehen, wie sich die Lage in der Bundesliga seit seinem Outing verändert hat.

Wie es aussieht: gar nicht. Kein aktiver Profi hat sich seither geoutet. In der Fußballwelt tut sich immer noch schwer, wer nicht heterosexuell ist – oder kein Mann. Bis zum vorigen Sommer dachte man zum Beispiel, die männlichen Fans seien über den „Schalke 05“-Schock von Carmen Thomas hinweg. Dann kommentierte Claudia Neumann als erste Frau ein EM-Spiel . . .

Kompliment ans ZDF, dass es den Mut hatte, eine Frau ans Mikro zu setzen! Für Claudia Neumann tut es mir total leid, wie danach mit ihr in den sozialen Netzwerken umgesprungen wurde. Das hat sie nicht verdient. Sie stand unter Vollbeobachtung, dafür hat sie das wirklich gut gemacht.

Ist das ZDF fortschrittlicher als sein Publikum?

Das kann ich Ihnen nicht beantworten. Ich finde, dass es generell noch immer viel zu wenige Kommentatorinnen im Sportfernsehen gibt, und da nehme ich die ARD nicht aus. Gehen wir mal weg vom Fußball, das ist eine spezielle Welt. Aber es gibt ja noch Biathlon, Ski

Die Philosophie der Öffentlich-Rechtlichen hält Marianne Kreuzer nicht für die schlechteste, denn: „Ich bin keine 30 mehr, habe keine langen Beine und mache trotzdem eine neue Sendung.“

Fotos: Julia Müller/BR



alpin, Golf und vieles mehr. Und ich frage mich schon, warum hier nicht mehr Frauen im Off zu hören sind.

Haben Sie eine Antwort gefunden?

Es ist ein Unterschied, ob ich jemanden zehn Minuten vor der Kamera interviewe oder 90 Minuten lang ein Spiel live kommentiere. Bei spannenden Szenen geht eine Frauenstimme oft nach oben. Aus Untersuchungen wissen wir: Das hören die Leute nicht so gerne. Das spielt also sicherlich eine Rolle. Nur: Wenn man dem Publikum nicht die Gelegenheit gibt, sich an eine Frauenstimme zu gewöhnen, dann haben wir ein Problem.

Vor der Kamera ist die Sportszene schon deutlich weiblicher geworden, nicht wahr?

Als ich anfing, war ich neben Doris Papperitz, Gaby Papenburg und Ulrike von der Groeben eine der ersten wenigen weiblichen Moderatoren im Sport. Mittlerweile werden es in der Tat immer mehr, auch im Pay-TV.

Auf Sky sind die Damen auffallend gut ausgehend. Fördern lange Haare und Beine die Akzeptanz bei den männlichen Zuschauern?

Das ist eine Entscheidung von Sky, wen sie verpflichten. Im ZDF sehe ich eine Katrin Müller-Hohenstein, die ist über 50 und superakzeptiert. Ich bin auch keine 30 mehr, habe keine langen Beine und mache trotzdem eine neue Sendung. Ich denke, die Philosophie der Öffentlich-Rechtlichen ist nicht die schlechteste. Dass es aber sowohl bei uns als auch den anderen Sendern im Sport praktisch kaum Frauen in Führungspositionen gibt, kritisiere ich indes schon.

Nun waren Sie eine Ausnahme: die erste Frau, die der BR zur Redaktionsleiterin Sport machte. 16 Jahre hatten Sie in dieser Position den Schalthebel in der Hand, Frauen zu fördern. Wie gut ist Ihnen das aus Ihrer Sicht gelungen?

Ich sage immer: Eine Frau muss den Job genauso gut machen wie ein Mann. Es darf keine Frage des Geschlechts sein, wer Sendungen wie „Blickpunkt Sport“ moderiert. Natürlich habe ich versucht, Frauen zu fördern. Mit Simone Schmauser habe ich eine exzellente Redakteurin gefunden, die das neue Format „Einwurf“ betreut. Aber was Moderation und Live-Kommentar betrifft, ist es gar nicht so einfach, geeignete Frauen zu finden. Sie wachsen nicht auf den Bäumen.



Marianne Kreuzer

1962 in Kempten geboren, kam die studierte Sportlehrerin und Journalistin 1990 zum BR. Dort moderierte sie 13 Jahre lang „Blickpunkt Sport“. Als erste Anchor-Woman schickte die ARD sie 1998 zu den Olympischen Spielen in Nagano. Bis 2014 war sie beim BR Redaktionsleiterin Sport/Magazine. Neben dem Talk „Einwurf“ präsentiert die Allgäuerin noch den Sportblock im ARD-„Mittagsmagazin“ und der „Rundschau“ sowie demnächst das Format „Kreuzer trifft“. 2016 wurde sie mit dem Bayerischen Sportpreis in der Kategorie „Herausragende Präsentation in den Medien“ ausgezeichnet.

Sie selbst kamen ohne Casting ins Geschäft.

In den Neunzigern wurde nicht groß gecastet. Eberhard Stanjek (Leiter des Programmbereichs Sport, Anmerkung der Redaktion) sagte zu mir: Du bist seit zwei Jahren dabei, du hast die Beiträge gut gemacht, schaust ganz hübsch aus – jetzt wollen wir mal sehen, wie du dich vor der Kamera machst, und zwar gleich in einer Live-Sendung. Das wäre heute unvorstellbar!

Reichen Talent, Leistung, Casting-Glück oder braucht es Seilschaften?

Als ich Chefin war, war es mir nicht wichtig, wer wen kennt. Es zählte allein das Können. Ich selbst habe nie eine Seilschaft gebraucht. Ich komme aus einer Juristenfamilie. Ich kannte niemanden, als ich per Zufall zum BR kam.

Ihr Bruder, der CSU-Politiker Thomas Kreuzer, sitzt im Rundfunkrat des BR und berät qua Amt den Intendanten „bei der Programmgestaltung und anderen grundsätzlichen Fragen“. Stehen Sie da nicht automatisch unter Seilschaft-Verdacht?

Ich bin seit 1990 beim Bayerischen Fernsehen, moderiere seit 1993 und war von 1998 an Redaktionsleiterin. Und ich bin heilfroh, dass ich all das erreicht habe, lange bevor mein Bruder 2013 in diese Position gekommen ist. Es gibt deshalb keinen Anhaltspunkt, über so ein Getuschel überhaupt nachzudenken.

Wie eng sind Sie Geschwister miteinander?

Wir treffen uns oft zum Essen. Unsere Mutter, die bald 90 wird, ist dann auch dabei. Das ist immer ein witziger und informativer Austausch, weil sie geistig noch sehr fit ist. Die Aufstellung des FC Bayern hat sie genauso in petto wie die Aufstellung des bayerischen Kabinetts.

Und wie eng halten Sie es mit Ihren Gästen im TV? Der bereits erwähnte Waldemar Hartmann hat es als „Duz-Maschine“ zu etwas zweifelhaftem Ruhm gebracht.

Ich finde, das Du schließt eine kritische Berichterstattung nicht aus. Ich selbst bin nicht mit jedem, den ich duze, auch eng befreundet. Trotzdem habe ich bei „Blickpunkt Sport“ grundsätzlich alle Leute gesiezt. Außer meinen Großcousin Karl-Heinz Riedle. Unsere Großeltern sind Geschwister – da wäre das Sie ziemlich kurios gewesen.

Der WDR setzte vor Jahren das Positionspapier „Distanz in der Sportberichterstattung“ auf. Darin verbot er den Moderatoren das Duzen.

Solche Vorgaben gibt es beim BR nicht. In meiner neuen Sendung lässt sich das mit dem Du und Sie auch kaum trennen. Ich bin der Ansicht: Gerade an einem Stammtisch sollte man die Leute, mit denen man ohnehin per Du ist, auch duzen dürfen. Sonst wirkt es unglaubwürdig. Aber die Diskussion, ob Du oder Sie, wird es wahrscheinlich ewig geben im Sportjournalismus.



Die Autorin

Senta Krasser ist Redaktionsmitglied des BJVreport und arbeitet frei als Medienjournalistin.

@sentakrasser, senta@krasserjournalismus.de

Foto: Enric Mannen

Kontakt im Kleinformat



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. für sechs Ausgaben
- 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: Mediasüd, Robert Macher, Dr.-Eberle-Straße 2, 92318 Neumarkt, Telefon 091 81/2999-477, Fax 091 81/2999-479, robert.macher@mediasued.de



1. - 9. April 2017

Augsburger Frühjahrs-Ausstellung

Publikumsmesse für Lifestyle mit Bauen & Wohnen
www.afa-messe.de



25. - 27. April 2017

ReTEC Augsburg

Internationale Fachmesse für Gebraucht-Technik
www.retec.com



6. - 10. September 2017

Americana Augsburg

Internationale Messe für Reitsport und Westernkultur. 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



15. - 17. Oktober 2017

GastroTage West Essen

Neuheiten, Trends & Food-Spezialitäten à la Carte
www.gastrotage-west.de



17. - 20. Oktober 2017

interlift Augsburg

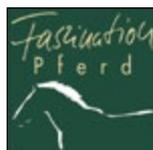
Internationale Fachmesse für Aufzüge, Komponenten und Zubehör
www.interlift.de



28. Oktober - 5. November 2017

Consumenta Nürnberg

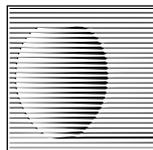
Publikumsmesse für Lifestyle mit Bauen & Wohnen
www.consumenta.de



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



Mitglied im Fachverband Messen und Ausstellungen



Mitglied der Gesellschaft zur freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen



AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Messezentrum 1 · 90471 Nürnberg
☎ (0911) 9 88 33 - 0 · ☎ (0911) 9 88 33 - 500
www.afag.de · info@afag.de

AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Am Messezentrum 5 · 86159 Augsburg
☎ (0821) 5 89 82 - 0 · ☎ (0821) 5 89 82 - 300
www.afag.de · info@afag.de

Hausanschrift und Projektleitung: Johann-Höllfritsch-Str. 20/22 · 90530 Wendelstein