

Pressefreiheit: Tägliche Gängeleien

Noch mehr *Main-Post* in Franken

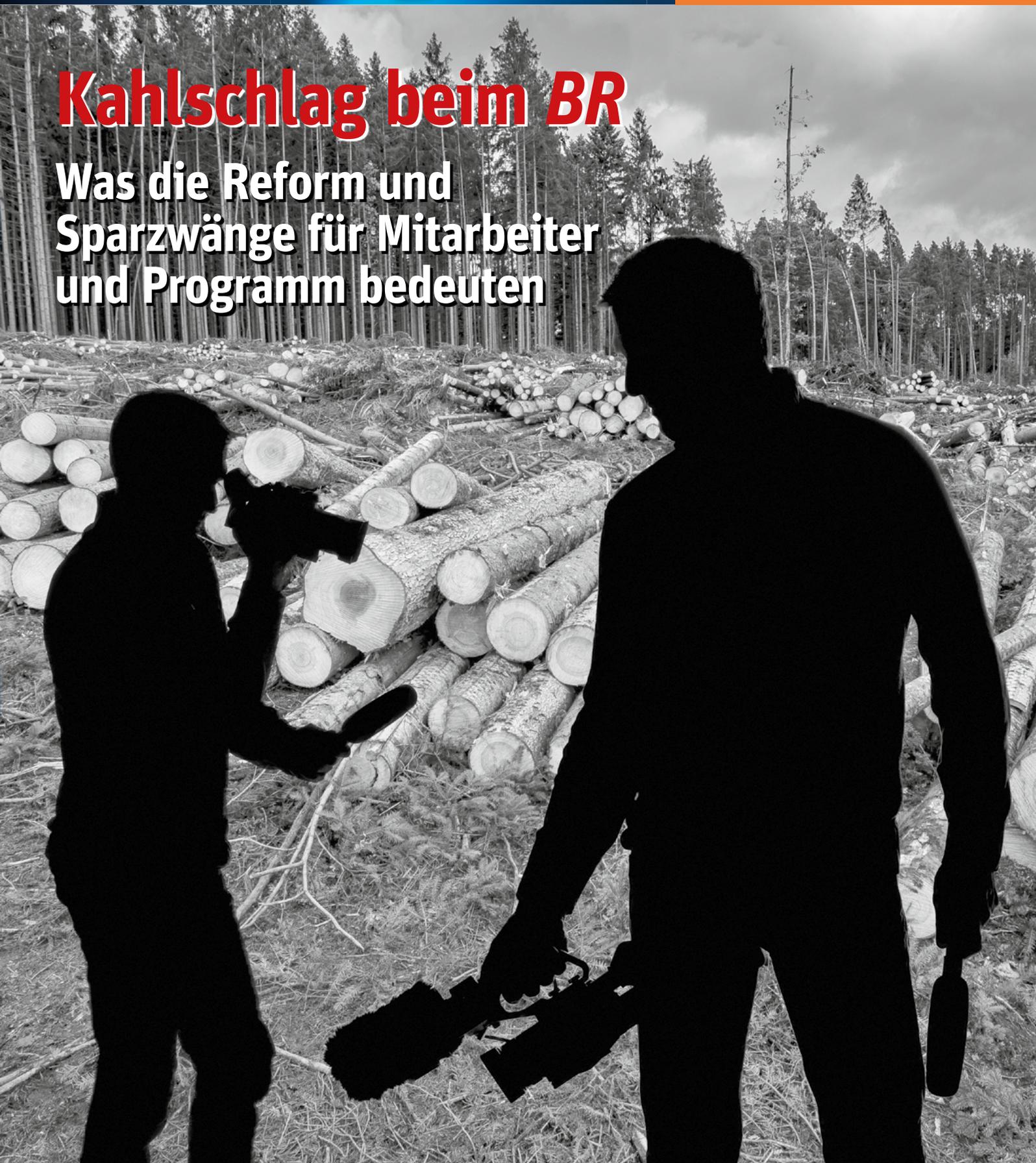
Stipendiat war schon Chefredakteur

BJV hat eine Behindertenbeauftragte

www.bjv.de / www.djv.de

Kahlschlag beim BR

Was die Reform und Sparzwänge für Mitarbeiter und Programm bedeuten



Pressestellen A bis Z im BJVreport

Ab Seite 18 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)

G/H

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

I/J/K

Interhyp Gruppe (F)

L/M

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)
Preh (U)

S

Sparkassenverband Bayern (F)
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
- bpb Bundeszentrale für politische Bildung
- 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 1350,- EUR 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

Sparzwänge und Reform

Geld sparen, ohne dass es wehtut: Gäbe es dafür ein Rezept, wäre man in der Führungsetage des *Bayerischen Rundfunks* sicherlich dankbar. Denn einerseits versucht man sich dort mit der Reform „BR hoch drei“ für die Zukunft zu rüsten, andererseits steht die Rundfunkanstalt unter massivem Spardruck. Das spüren die Mitarbeiter und das wirkt sich aufs Programm aus. In unserer Titelstrecke wollen wir wissen, welche Sorgen die Mitarbeiter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks plagen (ab Seite 8) – und fragen im Interview Verwaltungsdirektor Albrecht Frenzel, Informationsdirektor Thomas Hinrichs sowie Strategieleiter Roland Scheble nach den Hintergründen der Reform (ab Seite 12). Ein Reporter erzählt, was es bedeutet, trimedial zu arbeiten (Seite 11). Es geht um die große Rundfunk-Strukturdebatte (ab Seite 14) und wir schauen auf das junge Programm des *Bayerischen Rundfunks*. Für Aufsehen hatte hier gesorgt, dass der *BR* überraschend vom Umstieg von *PULS* auf die UKW-Frequenz von *BR Klassik* abgesehen hatte (ab Seite 16). **Ab Seite 8**

Alles rosig in Sachen Pressefreiheit in Deutschland? Nein! Redaktionen und freie Mitarbeiter erleben täglich, wie Politiker, Pressestellen von Unternehmen oder (vermeintliche) VIPs versuchen, auf Texte und Fotos Einfluss zu nehmen. **Seite 6**

Die Podcast-Welle schwappt immer stärker nach Deutschland über. Diesem Trend spürt Thomas Mrazek in seiner Rubrik „Netz-Szene“ nach – und Senta Krasser blickt auf die Podcast-Aktivitäten der klassischen Verlagshäuser. **Seite 5 und 26/27**

Auch beim BJV gibt es Neuigkeiten zu berichten, zum Beispiel will sich Daniela Albrecht künftig als Behindertenbeauftragte dafür einsetzen, dass Medienhäuser nicht nur über Inklusion und Diversität sprechen, sondern selbst Taten folgen lassen. **Seite 42**

Unser Titelbild

Er hat sich bei den Mitarbeitern des *Bayerischen Rundfunks* zum geflügelten Wort entwickelt: der Kahlschlag. 371 Bäume müssen weichen für das künftige Hauptquartier des *BR*. Die wüste Waldlandschaft des Covers wie auch das Motiv auf Seite 8 als Auftakt zu unserer Titelstrecke hat Fotograf **Armin Weigel** allerdings nicht in Freimann aufgenommen, sondern nahe Passau, kurz nachdem Sturmtief „Burglinda“ über Bayern gefegt war. Auch dieses Bild passt, fanden wir, denn stürmische Zeiten erleben die *BR*-Mitarbeiter derzeit allemal. Der freie Fotograf Armin Weigel ist in Ostbayern unter anderem für die Deutsche Presse-Agentur tätig. Er bilde das ganze Leben ab – vom Fußballspiel über den Politiker bis hin zur Landschaft, erzählt er. Mit seinem Foto vom Hochwasser nahe Deggendorf gewann er 2013 den Wettbewerb Pressefoto Bayern. www.armin-weigel.net



Armin Weigel
Foto: Andrea Weigel

Kaleidoskop

- 4 Medienköpfe
- 5 Social Media auf Papier

Verband

- 6 **Herr Mey möchte keine Fotografen vor Ort haben**
Die Pressefreiheit wird auch bei uns ständig eingeschränkt

Titel

- 8 **„Engere Daumenschrauben“**
Der BR reformiert sich und muss gleichzeitig sparen
- 11 **„Töne voller Atmo taugen nur mit Bildern“**
Wie trimediales Arbeiten in der Praxis aussehen kann
- 12 **„Neue trimediale Aufstellung ist kein Sparmodell“**
Ein Gespräch mit der Führungsetage des BR
- 14 **Umstrittene Reviere**
Hintergründe zur Rundfunk-Strukturdebatte
- 16 **Veränderte Rahmenbedingungen**
Wie es mit dem Jugendlradio PULS weitergeht
- 18 **Pressestellen**

Medienszene

- 24 **BSW-Seminare 2018**
- 26 **Ohrensaugen**
Podcasts erleben in Deutschland ihren zweiten Frühling
- 28 **Noch mehr Main-Post in Franken**
Mediengruppe pachtet unter anderem die Rhön Medien GmbH
- 30 **Künstliche Intelligenz kann Menschen nicht ersetzen**
Ein Gespräch mit dem Physiker Sharad Ghandi

Verband

- 31 **BäBerwässer**
Auf ein Wort mit Michael Busch
- 32 **Aus dem Verbandsleben**
- 34 **„Gehört wird man als Gruppe“**
DJS-Schüler Tarek Barkouni erhält Stipendium des BJV
- 35 **In Würzburg bricht die Zeit der Reformen an**
Vorschau auf den Bayerischen Journalistentag 2018
- 36 **Täglicher Hürdenlauf**
Mit Daniela Albrecht hat der BJV jetzt eine Behindertenbeauftragte

Service

- 37 **Recht**
Ein Blick auf den Status der festen Freien beim BR
- 38 **Rezensionen**
- 39 **Termine**
- 40 **Technik**
Wie kleine Dienste den Berufsalltag deutlich erleichtern können

Zur Person

- 42 **Jubilare**
- 44 **Nachrufe, Impressum**

Sagen Sie mal ...

- 45 **„Jesus würde uns den Vogel zeigen“**
Journalist und Theologe Jonas Bedford-Strohm will den BR mit Sprachassistentin Alexa in die neue Audiowelt führen



Gregor Peter Schmitz (@GP-Schmitz) hat bei der *Augsburger Allgemeinen* die Nachfolge von Chefredakteur Walter Roller angetreten. Der promovierte Jurist und Politikwissenschaftler, Jahrgang 1975, leitete zuvor das Hauptstadtbüro der *Wirtschaftswoche*. Für *Spiegel* und *Spiegel Online* arbeitete er unter anderem als Korrespondent in Washington und Brüssel. Schmitz ist Arthur-F.-Burns- und Henri-Nannen-Preisträger.

Alina Fichter (@fichtalina) ist nach einer Stippvisite in der Fernsehdirektion des *Bayerischen Rundfunks* zurück in Hamburg. Mit **Sebastian Horn** (@herrhorn) rückt die frühere *Zeit*-Medienredakteurin und DJ- Absolventin neu in das Leitungsteam von *Zeit Online*. Die 36-Jährige ist dort für Audio- und Videoformate zuständig; Horn, 33, verantwortet die gesamte journalistische Produktentwicklung.

Iris Mayer (@imayer) verstärkt bei *SZ.de* seit Januar das Führungsteam um Chefredakteurin **Julia Bönisch** (@juliaboenisch) und Stellvertreter **Peter Lindner** (@PeLindner). Die 42-Jährige arbeitete zuletzt als Chefredakteurin bei der *Blick*-Gruppe in der Schweiz. Bis 2010 war sie Vize-Chefin von *Focus Online*.



Julia Bauer, bislang Head of Content bei *Bunte.de*, wurde nur fünf Jahre nach ihrem Volontariat bei Burdas People-Portal zur Chefredakteurin berufen. Die Rolle der stellvertretenden Chefredakteurin übernimmt **Charlot**



Nitschke als „kultivierte Löwin“ kennt man sie, unerschrocken und mutig, intelligent und wach: Nun hat die Kulmbacher Akademie für Neue Medien **Frauke Ancker** mit dem Johann-Georg-August-Wirth-Medienpreis für ihre Verdienste um die Medienlandschaft in Oberfranken ausgezeichnet. Die Juristin, die aus Oberbayern stammt, prägte nicht nur über Jahrzehnte den Bayerischen Journalisten-Verband als Geschäftsführerin. Generationen von Volontären und Redakteuren lernen in Kulmbach von ihr, was Presserecht und Medien-Ethik bedeuten.

Foto: Maria Goblirsch

Nitschke (@CharlotNitschke). **Lisa Nordholt** ist Chefin vom Dienst.

Lutz Knappmann (@LKnappmann) hat die *Süddeutsche Zeitung* verlassen, um bei der *WirtschaftsWoche* in Düsseldorf Online-Chef und Mitglied der Chefredaktion zu werden. Der 40-jährige Wirtschaftsjournalist folgt auf **Silke Fredrich**. In München war er als Leiter Editorial Innovation für digitale Innovationsprojekte zuständig.

ProSiebenSat.1 und **Merline Koenig** (@merlin_ul), erst seit Oktober Sprecher des Konzerns, gehen schon wieder getrennte Wege – laut Sender auf Koenigs Wunsch. Seine Aufgaben übernimmt Vize-Sprecherin **Stefanie Rupp-Menedetter** (@SRuppMenedetter). Koenigs Vorgänger **Julian Geist** (@JulianGeist) wird ab März Partner der PR-Beratung CNC, für die auch *BR*-Veteran **Sigmund Gottlieb** arbeitet.

Torsten Geiling (@Torsten Geiling), derzeit noch Vize-Chefredakteur beim Konstanzer *Südkurier*, übernimmt zum 1. März die Leitung des *Nordbayerischen Kuriers* in Bayreuth. Der 42-jährige Familienvater stammt aus Bamberg und war lange in leitender Funktion beim *Fränkischen Tag*.



Ralph FÜRther (@RalphFuerther) spricht seit Dezember für das TV-Unternehmen *Sky*. Der ausgebildete Verlagskaufmann und Werbebetriebswirt, 53, war vor seinem Einstieg bei *Sky* im Jahr 1999 (früher *Premiere*) unter anderem als Redakteur und Kommentator für *Eurosport* und *Sat.1* tätig.

Lara Fritzsche (@larafritzsche), seit 2014 Reporterin beim *SZ*

Magazin, ist zur Stellvertreterin von Timm Klotzek (@TimmKlotzek) und Michael Ebert (@MichaelEbert) in die Chefredaktion aufgerückt. Die vielfach ausgezeichnete Journalistin, Jahrgang 1984, volontierte 2003 beim *Kölner Stadt-Anzeiger* und war danach Redakteurin bei *Neon* und *Zeit Magazin*.

Klaus Meier, Journalistik-Professor an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt, hat den mit 50.000 Euro dotierten Ars-legendi-Preis in der Kategorie Wissenschaft erhalten. Der Stifterverband und die Hochschulrektorenkonferenz würdigen Meiers exzellente Hochschullehre. Er sei Motor bei der Verzahnung von kommunikationswissenschaftlicher Theorie und Forschung mit praktischer Ausbildung.



Karin Schrader und **Kristina Freymuth** sind



von *NBC Universal* (13th Street) zu Vize-Präsidentinnen ihrer Bereiche ernannt worden: Schrader ist für Programm-Einkauf und -Planung zuständig, die Juristin Freymuth für alle rechtlichen Angelegenheiten der Senderfamilie im deutschsprachigen Raum.

Wolfram Weimer, Verleger und Publizist, ist Preisträger des „Deutsche Mittelstand Media Awards 2017“. Der Bundesverband mittelständische Wirtschaft hebt mit dieser Auszeichnung Weimers Erfolge als Unternehmer heraus. Zur Weimer Media Group mit Hauptsitz in München gehört unter anderem das Debattenmagazin *The European*.

Senta Krasser

Fotos: Dennis Dremmer, Lisa Hantke, Gert Krautbauer, Fabian Helmich

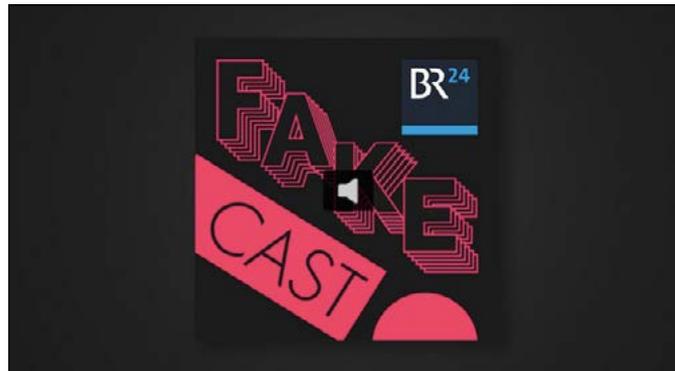
Wir hören uns

„The Next Big Thing“ ist längst am Laufen, wenn Sie dieses Heft lesen. Bedienen Sie also besser gleich eines der einschlägigen „Devices“ (wer noch Geräte sagt, ist irgendwie auf dem Holzweg), um über die neuesten Trends ausgiebig informiert zu werden. Was ich nach 25 Jahren als Netznutzer immer noch und zunehmend vermisse, sind Kontinuität und Nachhaltigkeit (leider ist der Begriff mittlerweile zu einer Marketingphrase verkommen, jedes neue (Medien-)Produkt wirbt natürlich damit, *nachhaltig* zu sein).

Das Hohelied verstummte

Ein Beispiel für dieses markt-schreierische Getue: „Podcasting: Die Wiedergeburt des Radios“, verkündete da im Oktober 2005 einer. Ausgerechnet mit dem „Ende der Welt“ fing beim *Bayerischen Rundfunk* im Sommer 2005 die Zukunft an. Die werktägliche Glosse von *Bayern2* war der erste Podcast auf der Website des Senders. Das Hohelied auf den Podcast verstummte indes nahezu in den Folgejahren. Und das Radio blieb, was es immer war. Der Verkünder der Wiedergeburt des Hörfunks war übrigens der Autor dieser Zeilen, seinen Artikel aus dem *BJVreport* finden Sie bei *Onlinejournalismus.de* (@ojour_de): bjvlink.de/wiedergeburt.

Zurück in die Zukunft – oder zumindest in die Jetztzeit. „Vom Trend zum Must-Have: Ob Business-Kasper oder Hobbyfunker, die Podcast-Welle schwappt nach Deutschland“, meldet da etwa im Januar Lisa Geiger (@lisaggr) im Magazin *LEAD digital* (@LEAD_digital). Sie resümiert: „Podcasts gehören längst fest zum digitalafinen Lifestyle der jungen Generation. Weil es ihnen gelingt, die Lücke zwischen Text und Video



Im *BR-Fakecast* hinterfragen die Autoren Ralf Bücheler und Lea Hampel unter anderem, wie Falschmeldungen entstehen. Grafik: Jonathan Offel

mit unanstrengendem Informationskonsum zu füllen.“ Ihren Artikel „Hört, hört!“ finden Sie unter bjvlink.de/hoert.

Die Signale gehört haben auch einige Verlage: Im November startete die *Süddeutsche Zeitung* mit „Das Thema“ einen wöchentlichen Podcast. In sechs, jeweils zirka 30 Minuten langen Folgen beschäftigte sich die Redaktion zunächst mit den „Paradise Papers“, jetzt folgten auch Themen wie „Der NSU-Prozess – eine Bilanz“ mit Gerichtsreporterin Annette Ramelsberger (@aramelsberger). Das ist durchaus hörensenswert, mehr unter: sz.de/podcast. „Können Zeitungen Podcast?“, fragte im *BR-Medienmagazin* Thomas Becht. In seinem knapp sechsminütigen Beitrag resümiert er wohlwollend: „Klingt irgendwie wie Radio – und von uns Radiomachern ist das ja ein Lob.“ Mehr dazu unter bjvlink.de/podcast-check und in diesem *BJVreport* ab Seite 26.

Frühzeitig erkannt hat bekanntlich der *Bayerische Rundfunk* das Potenzial von Podcasts. 2016 veranstaltete der Sender mit „Call for Podcast“ einen „Wettbewerb für gute Geschichten“. Aus 601 eingegangenen Konzepten wählte die Jury insgesamt drei Formate aus, die ausgezeichnet und schließlich produziert wurden. Diese und weitere ausgewählte Angebote sind zu finden unter

callforpodcast.de. Einer der Gewinner ist das „Fakecast. Nichts als die Wahrheit?“. Die Autoren Ralf Bücheler (@andromeda_lodge) und Lea Hampel (@leahampel) forschen in sechs Folgen nach: „Gerüchte, Fake News, alternative Fakten: Woher kommen Falschmeldungen? Welche Rolle spielt Technik? Was können wir tun?“ Ausgestrahlt wird dieser Podcast auch im *BR-Medienmagazin*, mehr dazu unter bjvlink.de/fakecast. Das Podcast-Angebot des Senders hat inzwischen einen beachtlichen Umfang (siehe br.de/podcast). Darunter finden sich neben Unterhaltungs- und Nutzwertformaten auch journalistische Perlen wie „Aufgedeckt – der investigative Podcast“ (bjvlink.de/aufgedeckt).

Amazon spielt auch mit

Freilich ist auch die Konkurrenz im Netz aktiv: Die Amazon-Tochter *Audible* startete zusammen mit Medienmarken im November mit 22 wöchentlichen Podcasts, die nur von zahlenden *Audible*-Abonnenten gehört werden können: bjvlink.de/audible.



Der Autor

Thomas Mrazek (@tmrazek) arbeitet als freier Journalist und Dozent in München, er betreut die Netzaktivitäten des BJV; thomas-mrazek.de.

Foto: Günter Distler

Der Medienjournalist Daniel Bouhs (@daniel_bouhs) fragt in einem Beitrag für das *WDR5-Medienmagazin* nach, wie gefährlich *Audible* den etablierten Sendern werden kann und welche Strategie das Unternehmen verfolgt (Audio, zirka vier Minuten: bjvlink.de/wdr5). Hörenswert ist auch Bouhs' Interview mit dem *Audible*-Podcast-Chef Paul Huizing: bjvlink.de/huizing.

Alles schön zu hören, aber wo bleibt die Nachhaltigkeit? Vielleicht trägt ein Nachwuchskollege dazu bei. Sandro Schroeder (@SaSchroeder), seit 2017 Volontär beim *Deutschlandfunk*, bietet seit August einen Newsletter über Audio und Podcasts an, er schreibt: „Streaming-Dienste, Sprachassistenten, smarte Speaker drängen in den Alltag. Ob das Radio jetzt wirklich stirbt, Podcasts doch nur ein kurzlebiger Medien-Hype sind und ob DAS ‚Netflix für Audio‘ tatsächlich noch kommt? Keine Ahnung. Aber da entwickelt sich was. Und Neues zum Hören gibt's sowieso immer!“. bjvlink.de/podcast-newsletter. In diesem Sinne: Wir hören uns.

Gezwitschert

Die Klammern hinter einigen Namen sind die Twitter-Adressen der Kollegen beziehungsweise Medien. Bereits über 4750 Nutzer folgen übrigens dem BJV bei Twitter: @bjvde.

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

Herr Mey möchte keine Fotografen vor Ort haben

Nicht nur Konzertfotografen erleben, wie die Pressefreiheit täglich beschnitten wird

Von Maria Goblirsch

„Gerne hätten wir Ihnen an dieser Stelle ein Foto von Matthias Richling gezeigt. Ein Fotograf war auch vor Ort, musste aber unverrichteter Dinge wieder abziehen. Es herrschte Fotografierverbot. Was den so lustigen Herrn Richling dazu bewogen hat, ist unklar, wir fanden es aber nicht sehr witzig“, war am 15. Januar in den *Schongauer Nachrichten* neben einer Kritik zum Auftritt des Kabarettisten zu lesen. Wenn der das nächste Mal ins Schongauer Land komme, werde das Blatt „sicher nicht mehr über ihn berichten“, kommentierte Redaktionsleiter Boris Forstner. Chapeau, Kollege.

Gängeleien längst Alltag

Ist die Rede von Einschränkungen der Pressefreiheit, denkt man zuerst an Länder wie die Türkei, Nordkorea oder Eritrea. Doch auch hierzulande steht es nicht immer zum Besten. Redaktionen und freie Mitarbeiter erleben beinahe täglich, wie sie in ihrer Arbeit gegängelt werden und wie Politiker, Pressestellen von Unternehmen oder andere ver-

meintliche VIPs versuchen, auf Texte und Fotos Einfluss zu nehmen.

So hat auch die *Allgäuer Zeitung* die Faxen langsam dicke. Als der Sänger Reinhard Mey (75) nach drei Jahren wieder zu einem Auftritt nach Kempten kam, beantragte der Leiter der Bildredaktion, Ralf Lienert, bei dessen Agentur eine Akkreditierung. Die Antwort kam prompt: „Herr Mey möchte generell keine Fotografen vor Ort haben. Auch wenn es schwerfällt, bitte ich Sie, dies zu respektieren und zu verstehen.“ Im Anhang sandte die Agentin zwei PR-Fotos, die der Fotograf Jim Rakete für das Cover von Meys Album „Mr. Lee“ aufgenommen hatte. Verständnis zeigte die Redaktion keines und veröffentlichte neben dem Konzertbericht nur eine Umrisszeichnung.

Auch die *Passauer Neue Presse* wurde bei den Vorpremieren von Monika Grubers Auftritt in Deggendorf ausgesperrt, während Fans bereits Zutritt bekamen. Man möge sich doch gedulden. Wenn das Programm erst einmal eingespielt sei, dann seien Journalis-

ten natürlich immer willkommen, versicherte der Manager der Redaktion. Seit Jahren gibt es immer wieder Ärger um die Bedingungen für Fotografen bei Popkonzerten oder anderen Starauftritten. In der Regel müssen die Fotografen einen Vertrag mit dem Management der Künstler abschließen, der regelt, wie lange sie von wo aus wie fotografieren dürfen – und oft sogar auch, dass die Bilder in das Eigentum der Agentur übergehen. Das ist leider legal, hat aber mit Pressefreiheit nichts mehr gemein.

„Das möchten wir gegenseitig“

Wer heute ein Interview führt, hört meist den Satz: „Das möchten wir aber gegenseitig.“ Kommt dann das fertige Manuskript zurück, enthält es oft, fein säuberlich in Farbe und Markups gekennzeichnet, jede Menge Korrekturen und Ergänzungen, die das Gesagte entschärfen oder ganze Antworten wieder aus dem Interview tilgen. Die Würzburger Journalistin Pat Christ, die jüngst mit dem Friedenspreis der Stadt ausgezeichnet wurde, hat in den vergangenen Jahren „eine eklatante Erosion in Sachen Pressefreiheit“ festgestellt.

So vergehe keine Woche, in der sie nicht einer Interviewpartnerin erklären müsse, „dass sie meinen Text natürlich nicht vorab zur Durchsicht erhält“ – was nicht selten auf völliges Unverständnis stoße und mitunter auch zu massiven Konflikten führe. In ihrer persönlichen Hitliste stehen Ärzte auf Platz 1, wenn es darum geht, über eine spätere Autorisierung Einfluss auf den Inhalt zu nehmen – dicht gefolgt von den Universitäten. „Manchmal drängt sich mir der Eindruck auf, dass wir inzwischen als eine Art kostenlose PR-Agentinnen angesehen werden“, hatte die freie Journalistin in ihrer Rede bei der Preisverleihung betont.

Sie kritisiert, dass öffentliche Stellen und Einrichtungen ihr das Gespräch verweigern, wenn sie sich vorab nicht bereit erkläre, den Text zum Absegnen herauszugeben – was sie nicht tut. Eine Schule im Landkreis Main-Spessart verweigert ihr jeden Besuch als Journalistin mit dem Verweis darauf, dass dazu in



„Wir haben keine Geheimnisse“ vor dem Bürger, der aus Sicht der Mächtigen am besten nichts sieht, nichts hört und nichts sagt: Das ist die Botschaft der Großplakate, mit denen der BJV-Ortsverband Neumarkt/Oberpfalz für die Einführung der Informationsfreiheitsatzungen geworben hat.

Foto: Wolf-Dietrich Nahr

Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit

Der BJV schreibt 2018 zum vierten 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. Der Gewinner erhält ein Preisgeld von 1000 Euro, der zweite Preis ist mit 500 Euro, der dritte Preis mit 250 Euro dotiert. Einsendeschluss ist der 17. April 2018. Weitere Infos unter www.bjv.de/pressefreiheit2018.

Kürze eine Pressemitteilung herausgegeben werde. Oder der Heimleiter einer Pflegeeinrichtung verhindert, dass eine Bewohnerin über die Zustände im Haus berichtet.

Rathäuser verweigern Auskünfte

Warum fällt es so schwer, der Presse freien Zugang zu Informationen zu gewähren? Seit Jahren weigert sich die bayerische Staatsregierung, einem Informationsfreiheitsgesetz zuzustimmen. Während Journalisten fast in allen anderen Bundesländern über ein solches Gesetz Einsicht in behördliche Dokumente nehmen dürfen, ist das im Freistaat nicht drin. Rathäuser beschränken die Pressefreiheit, indem sie Auskünfte verweigern, zu denen sie eigentlich verpflichtet sind.

Doch es gibt einen Ausweg: Bayerische Kommunen können sich Satzungen zur Informationsfreiheit geben, das haben inzwischen 80 Gemeinden getan. Auf Initiative des BJV-Ortsverbandes Neumarkt/Oberpfalz gibt es solche Satzungen inzwischen in 13 Gemeinden des Landkreises. Die Initiatoren schließen sich damit den Aktivitäten des Bündnisses Informationsfreiheit für Bayern an, dem unter anderem auch der Bayerische Journalisten-Verband angehört (Infos unter www.informationsfreiheit.org).

Das Besondere daran: In vier der 13 Gemeinden im Landkreis Neumarkt haben auch auswärtige Journalisten, die nicht in der jeweiligen Kommune wohnen, ein ortsrechtlich geregeltes Auskunftsrecht, das sogar die Akteneinsicht umfasst – eine Variante der Informationsbeschaffung, die das herkömmliche Presserecht nicht vorsieht.

Wächterfunktion gerade im Lokalen

Dabei haben Journalisten gerade im Lokalen eine Wächterfunktion, wenn es etwa um Baugenehmigungen, die Verteilung von Posten oder die Finanzierung umstrittener Projekte geht. Doch da werden heiße Themen in den nicht öffentlichen Teil der Sitzung geschoben, was so nicht zulässig ist. Der Bundesgerichtshof hat bereits im April 2015 entschieden, dass ein Verstoß gegen das Gebot der Öffentlichkeit der Gemeinderatssitzung zur Rechtswidrigkeit des Beschlusses führt. Das gilt auch, wenn der Beschluss zwar in öffentlicher Sitzung gefasst wurde, die Sachdiskussion aber in einer nicht öffentlichen, vorangegangenen Sitzung durchgeführt wurde.

Zum Internationalen Tag der Pressefreiheit (3. Mai 2018) werden Reporter ohne Grenzen wieder ihre Rangliste herausgeben. Deutschland steht im aktuellen Ranking auf Platz 16, hinter Nationen wie Costa Rica, Estland und Jamaika. Da ist viel Luft nach oben.



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

Aktuelle Seminare

- **Der Anwenderbericht (05.–06.03., für Fachmedien)**
- **Der Duden als Freund: Rechtschreibung reloaded (26.–27.03.)**
- **Videos für mobile Endgeräte (04.–06.04.)**
- **Change Management in Redaktionen (05.–06.04.)**
- **Social Media in Breaking-News-Situationen (05.–06.04.)**

Das Akademie-Programm 2018 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)

„Engere Daumenschrauben“

Der *Bayerische Rundfunk* rüstet sich mit der trimedialen Reform für die Zukunft und steht gleichzeitig unter massivem Spardruck. Das spüren die Mitarbeiter. Und das macht sich im Programm bemerkbar.

Von *Michaela Schneider*



Nicht die echte Baustelle in Freimann: Aber das Bild, aufgenommen nach einem Sturm nahe Passau, soll symbolisch für den „Kahlschlag“ stehen.

Foto: Armin Weigel

371 Bäume im Naturschutzgebiet müssen weichen, um Platz zu schaffen für das künftige Hauptquartier des *Bayerischen Rundfunks* im Münchner Stadtteil Freimann. Bis 2022 werden die Arbeiten auf dem 20 Hektar großen Gelände wohl dauern. Auf dem „Mediencampus“ sollen dann im Zuge der Strukturreform der öffentlich-rechtlichen Sender die Abteilungen für Fernsehen, Hörfunk und Online eine gemeinsame Heimat finden. Die Reformansätze an sich werden vom Gros der Mitarbeiter durchaus begrüßt – aus vielen kleinen Redaktionen und Sendungen bildet man Themenressorts, gearbeitet wird künftig trimedial. „Eigentlich war niemand dagegen – bis die Umsetzung kam“, erzählt eine *BR*-Mitarbeiterin. Denn inzwischen machen sich einige „Nebenwirkungen“ bemerkbar.

Und so redet manch einer längst nicht mehr nur mit Blick auf die gefällten Bäume und den Neubau vom „Kahlschlag“. Kaum ein Tag vergeht, an dem nicht mit Galgenhumor ein weiterer abgeholzter Baum oder abgerissenes Haus in die interne Facebook-Gruppe der *BR*ler gepostet wird. Die Furcht vor Personalabbau, Honorarkürzungen und der Einstellung einzelner Sendungen ist allgegenwärtig. Und letztlich treibt vom 12aler bis zur Geschäftsführung fast jeden auch die große Sorge um, wie es generell um die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks steht (*mehr zur Strukturdebatte ab Seite 14*).

Sparrunde von zehn Millionen Euro

Weitgehend umstrukturiert ist beim *BR* inzwischen die Informationsdirektion, als Nächstes geht es in der Fernsehdirektion ans Eingemachte. Mit den Reformen gehen gleichzeitig massive Sparzwänge einher. Schon 2014, 2016 und 2017 wurde der Jahresetat jeweils um zweistellige Millionenbeträge gesenkt. Als am 8. Dezember der Rundfunkrat den Wirtschaftsplan 2018 genehmigte, begründete dessen Vorsitzender Lorenz Wolf die neuerliche Sparrunde mit Einsparungen in Höhe von rund zehn Millionen Euro als Reaktion „auf die weiterhin gedeckelte Einnahmesituation bei steigenden Kosten“.

Und keine Frage: Die Bayern setzen lediglich um, was auf Bundesebene vorgegeben wird. Hintergrund: Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten, kurz KEF, gibt einen Finanzrahmen vor. Reicht dieser faktisch nicht aus, müssen die Rundfunkanstalten eben an anderen Stellen sparen. Auch fordert die KEF selbst einen Stellenabbau – und zwar zwischen 2017 und 2020 von mindestens 98 Planstellen. Seit 2015 ist die Zahl der Festangestellten beim *BR* um mehr als 250 Mitarbeiter auf 3123 gesunken. 2018 ist der Abbau von 20 weiteren Stellen geplant. *BJV*-Justiziarin Inga Hobrecker, vom *BJV* in den Rundfunkrat entsandt, erlebt dort eine resignierte Stimmung. „Die Daumenschrauben werden immer enger und man fragt sich: Wie soll noch mehr gespart werden?“, sagt sie. Auswirkungen zeige der Spardruck auf Mitarbeiter wie Programm.

Auch Wolfgang Stöckel, Mitglied des *BR*-Verwaltungsrates (und von 1993 bis 2013 Vorsitzender des *BJV*), kritisiert das KEF-Verfahren, das ein langfristiges Wirtschaften und Planen in den Rundfunkanstalten schwierig macht. „In seiner jetzigen Form ist es überholt und müsste reformiert werden, um ein Denken in längeren Zeiträumen zu ermöglichen“, sagt Stöckel. Als Beispiel nennt er den Umbau in Freimann. Bei dem mehrjährigen Projekt kann der *BR* nicht mit Rücklagen arbeiten, da größere Bauprojekte in die Gesamtplanung der KEF einfließen – und dann von Haushalt zu Haushalt geschaut werden muss, wie viel Geld zur Verfügung steht.

Frust auf allen Seiten

Blick in die Redaktionen: Mit der Umstrukturierung der Informationsdirektion und der Fernsehdirektion in den vergangenen zwei Jahren ging einher, dass einstige Redaktionsleiter inzwischen als Redakteure arbeiten, aber weiter ihr früheres Gehalt beziehen. Zu Frust führt dies auf allen Seiten, beobachten Mitarbeiter. Einstige Redaktionsleiter sind unzufrieden, weil sie weniger Verantwortung tragen und häufig erst neue Aufgaben für sie gefunden werden müssen. Gleichzeitig werden fast keine neuen Redakteursstellen ausgeschrieben und feste Freie wie Redakteure eingesetzt. Wohl vor allem, weil sie billiger seien und man sie nach Belieben einsetzen oder von einer Aufgabe wieder abziehen könne, wird Kritik laut. Jedoch erledigen sie vergleichbare Aufgaben wie die Redakteure und die zu Redakteuren degradierten Ex-Redaktionsleiter. So wird nach dreierlei Maßstab bezahlt – an der Spitze der einstige Redaktionsleiter, darunter der angestellte Redakteur und schließlich der sogenannte 12aler (fester freier Mitarbeiter). Am Monatsende kann das heißen: Der feste Freie verdient für vergleichbare Arbeit bis zu 60 Prozent weniger als der ehemalige Redaktionsleiter.

Der *BR* schreibe faktisch so gut wie keine Redakteursstelle mehr aus. Für junge Kollegen eröffneten sich so nach dem Volontariat kaum Aufstiegschancen, wird weiter intern Kritik laut. Denn statt Redakteure anzustellen, werden immer mehr redakteursähnliche Konstrukte geschaffen, Stichwort 12a-Status. „Die Leute stehen auf Dienstplänen, nehmen Sendungen ab, sind bei Redaktionskonferenzen dabei, tragen sich in Urlaubspläne ein und übernehmen Verantwortung für Mitarbeiter“, listet Justiziarin und stellvertretende *BJV*-Geschäftsführerin Bettina Kühnast. Aber sie erhielten weniger Honorar als angestellte Kollegen, könnten von heute auf morgen völlig anderen Tätigkeiten zugewiesen werden, es fehle an Perspektiven. Derzeit entsteht bei manchem der Mitarbeiter auch der Eindruck, dass feste Freie aus Sparzwängen heraus weniger Aufträge als früher erhalten und langsam „ausgehungert“ werden – und dass dies zum Teil wohl gerade auch jene treffe, die noch ausreichend verdienen und keinen Anspruch auf Ausgleichszahlungen geltend machen könnten (*siehe auch Infokasten*).

Zudem belastet manchen festen Freien die Angst vor einer Teilbeendigungs- oder Beendigungsmitteilung. Für Aufsehen sorgte hier der Fall dreier junger Mütter. Gearbeitet hatten die Journalistinnen als 12aler für die Informationsdirektion der Rundfunkanstalt. Im Zuge der Umstrukturierung erhielten – neben weiteren Kollegen – zwei von ihnen eine Beendigungs- und die dritte eine Teilbeendigungsmitteilung. Bei einer Veranstaltung der Gewerkschaften unter dem Motto „Qualität auf der Kippe? Feste Freie und der Umbau des BR“ im März 2017 schilderten die Frauen Mitgliedern des Rundfunkrats ihren Fall. Die Journalistinnen verklagten den BR, eine der Frauen verlor vor Gericht, die anderen beiden zogen ihre Klagen wieder zurück.

Keine einseitige Änderung des Tarifvertrags

Auch der BJV streitet sich mit dem *Bayerischen Rundfunk*, und zwar mit Blick auf die Honorierung der 12aler. Die rechtliche Grundlage bildet hier der 12a-Tarifvertrag von 1992. Der Honorarraumen wurde noch früher vereinbart und in Zeiten verfasst, als „ein Spardruck, wie wir ihn heute erleben, nicht vorstellbar war“, sagt BJV-Justiziarin Inga Hobrecker. Und vor allem seien viele Tätigkeiten, die heute Arbeitsalltag für 12aler sind, darin nicht vorgesehen. Dabei geht es nicht allein um technische Neuerungen, sondern schlicht auch um Arbeiten, die früher von Festangestellten, heute aber eben (auch) von festen Freien ausgeübt werden bis hin zu CvD-Diensten. Zusammengefasst werden die Arbeiten allesamt unter dem Punkt „Redaktionelle Mitarbeit“. Dafür hat der BR entsprechende neue Kennziffern in den Honorarraumen aufgenommen. Aber: „Neue Kennziffern im Honorarraumen kommen aus unserer Sicht einer Änderung des Ta-

rifvertrags gleich. Das aber darf nicht einseitig geschehen“, sagt Hobrecker. „Wir wollen mit dem Verfahren vor allem zeigen, dass sich der *Bayerische Rundfunk* nicht einseitig über tarifliche Regelungen hinwegsetzen darf, sondern Neuregelungen gemeinsam mit den Gewerkschaften als Tarifpartner verhandeln muss.“ Der BJV will dies gerichtlich klären.

Stellt sich schließlich die Frage: Bleibt bei den zahlreichen Einsparmaßnahmen am Ende nicht vor allem auch die Qualität auf der Strecke? „Im Rundfunkrat sehen wir dies sehr kritisch“, sagt Inga Hobrecker. Natürlich werde darauf geschaut, dass das Programm wie die Mitarbeiter möglichst wenig leiden müssten. „Trotzdem laufen natürlich immer mehr Wiederholungen, es werden verstärkt Sendungen von der ARD übernommen, es wird zugekauft und es wird weniger selbst produziert. Und das geschieht häufig auf Kosten der 12aler“, beobachtet die Rundfunkrätin. Aber: Keiner mache das gern.

Fakt ist zum Beispiel, dass mit Jahresbeginn die Sendereihen Alpha-Forum, alpha-Lógos und Denkzeit eingestellt wurden. Immerhin: Die betroffenen Kollegen konnten wohl alle in neuen oder anderen Formaten weiterbeschäftigt werden. Auch beim Radioprogramm wird gespart, wie es sich Ende 2017 ankündigte – unter anderem durch eine Stunde weniger Moderation bei „Bayern 1“ pro Tag zwischen 23 und 24 Uhr. „Irgendwann ist eine Schmerzgrenze erreicht, das ist jetzt eigentlich der Fall“, sagt BR-Verwaltungsratsmitglied Wolfgang Stöckel. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat den verfassungsrechtlich vorgegebenen Auftrag, einen Beitrag zur individuellen und öffentlichen Meinungsbildung zu leisten. „Jetzt ist der Zeitpunkt, an dem die Verantwortlichen in der Politik Flagge zeigen müssen“, fordert Stöckel.

Ausgleichszahlungen für feste Freie beim BR

Bleibt ein 12aler – zum Beispiel im Zuge von Umstrukturierungen – mit seinem in einem Kalenderjahr vom BR bezogenen Entgelt gegenüber dem Durchschnittsentgelt der letzten fünf Jahre vor Geltendmachung des Anspruchs zurück, kann er eine Ausgleichszahlung fordern. Bei Berechnung des Durchschnittseinkommens bleiben das stärkste wie schwächste Jahr innerhalb dieses Fünf-Jahres-Zeitraums unberücksichtigt. Von dem so ermittelten Durchschnittseinkommen kann dann in einem Zeitraum von acht Jahren zweimal noch ein Abschlag zwischen 2,5 und zehn Prozent (abhängig von der Höhe des bezogenen Entgelts) vorgenommen werden. Ferner ist Voraussetzung für den Ausgleichsanspruch, dass es zu dem in einem Jahr weniger bezogenen Entgelt ohne eigenes Verschulden kam und der Anspruch bis zum 31. März des Folgejahres schriftlich gegenüber der Hauptabteilung Personal Honorare und Lizenzen geltend gemacht wird.

Ob insgesamt mehr BR-Kollegen Ausgleichszahlungen beantragen, ist beim BJV nicht bekannt. Justiziarin Bettina Kühnast beobachtet aber, dass hier die Zahl entsprechender Beratungsgespräche gestiegen ist. „Ich empfehle immer: Macht die Ausgleichszahlungen geltend, das macht einen Teil Eures Status als 12aler aus“, sagt sie. Ihr Eindruck: Früher verzichtete mancher Mitarbeiter darauf lieber aus Furcht, auf die Beantragung der Ausgleichszahlung könne im schlimmsten Fall eine Teilbeendigungsmitteilung folgen. Inzwischen überwiege indes wohl einerseits die Unzufriedenheit, andererseits gehe es nicht selten schlicht um Existenzen.

In der Geschäftsstelle des BJV ist übrigens aus den letzten Jahren kein einziger Fall einer Teilbeendigungs- oder Beendigungsmitteilung beim BR infolge einer Ausgleichszahlung bekannt. Zur Erklärung: Anders als ein „echter“ Freier, genießt der feste Freie einen gewissen Beschäftigungsschutz. Will sich der BR von einem 12aler trennen, ist dies nicht von heute auf morgen, sondern nur per Frist möglich, die sich an der Zeit der Betriebszugehörigkeit orientiert und bis zu 15 Monate umfassen kann. Ab 20 Jahren oder dem 55. Lebensjahr und zehn Jahren regelmäßiger Tätigkeit als fester Freier für den BR muss ein wichtiger Grund vorliegen. Mehr zum 12a-Status auf Seite 37.

„Töne voller Atmo taugen nur mit Bildern“

Ein *BR*-Mitarbeiter erzählt vom Reiz und den Herausforderungen des trimedialen Arbeitens

Von *Michaela Schneider*

„**M**an kann zu dritt drei Zimmer an einem Tag streichen oder allein an drei Tagen“, sagt Sascha Hack. Der feste Freie *BR*-Reporter aus Würzburg blickt doch recht gelassen auf das große Projekt „*BR* hoch drei“. Unter dem Begriff hatte der Sender vor einigen Jahren begonnen, Hörfunk, Fernsehen und Online zusammenzulegen. Die Gelassenheit des 48-Jährigen rührt wohl auch daher, dass er schon seit Jahren drei Gewerke bedient. Damals war beim *Bayerischen Rundfunk* noch nicht die Rede von Trimedialität.

Für Hack bringt das trimediale Arbeiten Vorteile, zum Beispiel, dass er dem *BR* ein viel breiteres Portfolio anbieten kann. Gleichzeitig verschweigt der 48-Jährige aber nicht die Herausforderungen. Etwa, dass es schwieriger wird, Alleinstellungsmerkmale zu entwickeln. „Alle, die neu auf den Markt kommen – Uniabsolventen, Volontäre & Co – sind heute trimedial aufgestellt.“

Mit Kamera, Mikrofon und Foto

Geht Hack auf Termin wie heute zu den Basketballern von s.Oliver in Würzburg, hat er Kamera, Mikrofon und Fotoapparat dabei. „Move it“ heißt das Projekt, 14 Laufteams werden im März in einer Schritt-Challenge gegen die Sportler antreten. Noch am Abend des Drehtags soll ein Fernsehbeitrag gesendet werden, Hack steht darin selbst vor der Kamera und ist mit Kameramann ausgerückt. An anderen Tagen filmt er selbst. Mit dem Mikrofon führt er ein eigenes Interview für den Radiobeitrag des folgenden Tages, denn „Töne voller Atmo“ wie bei den Filmaufnahmen taugten nur zusammen mit Bildern. Und auch Fotos schießt Hack für einen Onlineartikel.



Erst steht Sascha Hack selbst vor der Kamera. Dann wird er die Protagonistin seines Beitrags, Annett Heusinger, noch interviewen fürs Radio sowie Fotos vom Lauftraining für einen Internetbeitrag machen.

Foto: Michaela Schneider

Wie der aussehen wird, wisse er noch nicht, vielleicht eine Protagonistengeschichte.

Der gebürtige Frankfurter hatte in Würzburg Jura studiert und arbeitete zunächst neun Jahre im Funkhaus Würzburg, Dach der privaten Sender *Radio Charivari* und *Radio Gong*. 2008 bewarb sich Hack bei „Bayern 3“ in München – und zeitgleich im *BR Studio Mainfranken*. Beide Redaktionen signalisierten Interesse, die Würzburger boten ihm zudem Fernschulungen bei der ARD. ZDF medienakademie in Hannover an. Und so pendelte der Journalist zunächst zwischen Würzburg und München hin und her – und arbeitete für Radio, Fernsehen und bald auch für Online. Als es an die trimediale Reform ging, war in Würzburg außer ihm nur ein weiterer Kollege multimedial tätig. Heute sind es 15.

Kritik an Kollegen, die sich in neue Gewerke einarbeiten, hält der feste Freie für unangebracht: „Sie alle sind erfahrene Journalisten und müssen eben nur erst lernen, wie man im anderen Medium Geschichten erzählt“, sagt der Reporter. Vielleicht brauche die Reform hier einfach Geduld.

„Ich kann die Zukunft nicht filmen“

Auch seine eigene multimediale Anfangszeit beschreibt er als Lernprozess. Aufträge erhielt der Reporter unabhängig für Radio und Fernsehen, doch zeigten sich bald Synergieeffekte. „Die Vorbereitungszeit bleibt ähnlich, ob ich nun für ein Gewerk oder drei berichte“, sagt Hack. Vor Ort dauere die Arbeit allerdings oft länger, weil es aufs Medium abgestimmte Herangehensweisen ans Thema braucht: „Im Onlinetext kann ich die Zukunft, zum Beispiel ein Bauprojekt, sehr anschaulich beschreiben. Ich kann die Zukunft aber nicht filmen.“ Häufiger arbeite er in Fernsehbeiträgen heute mit abstrakten Bildern.

Auch Radiobeiträge ging Hack mit der Fernseherfahrung teils anders an: „Im Fernsehen gibt es immer schon Protagonistengeschichten. Im Hörfunk war die emotionale Schiene früher selten.“ Deutliche Grenzen des trimedialen Arbeitens tun sich für den 48-Jährigen bei sehr stressigen, tagesaktuellen Terminen auf. Da habe es sich bewährt, im Team zu arbeiten.

Hack schätzt die Abwechslung des trimedialen Arbeitens: Online begeistert ihn, sich viel tiefer in Themen einzuarbeiten. Podcasts machten es möglich, auch einmal ein Acht-Minuten-Gespräch zu veröffentlichen. Beim Fernsehen muss man zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein. Beim Radio sieht Hack den Reiz in der Aktualität.

„Neue trimediale Aufstellung ist kein Sparmodell“

Ein Gespräch mit Verwaltungsdirektor Albrecht Frenzel, Informationsdirektor Thomas Hinrichs und Roland Scheble, Leiter Strategie und Innovationsmanagement

Von Maria Goblirsch

Der Bayerische Rundfunk hat 2012 seine trimediale Reform gestartet. Sie ist auf zehn Jahre angelegt. Das Ziel ist die Zusammenführung der Redaktionen aus Hörfunk, Fernsehen und Online sowie eine enge journalistische Vernetzung der Mitarbeiter. Wo steht der Sender zur Halbzeit? Welche Rolle spielt das Spardiktat der KEF?

Der BR hat 2012 seine Reform „BR hoch drei“ gestartet. Damals hat Intendant Wilhelm das Ziel ausgegeben, die Menschen in Bayern auf allen Ausspielwegen zu erreichen. Wenn Sie eine Zwischenbilanz ziehen, ist das Konzept aufgegangen?

Thomas Hinrichs: Wenn ich das in einem Bild beschreiben soll, dann ist das Neuland erkundet und vermessen, die Schienen sind gelegt. Wir haben Energie – wenn auch immer nur für einen kurzen Zeitraum, was mit dem Rundfunkbeitrag zusammenhängt – und die Züge rollen. Jetzt hängen wir während der laufenden Fahrt Waggons an, das ruckelt auch manchmal, was normal bei einem so komplexen Prozess ist. Das Ziel haben wir noch nicht erreicht, aber wir sind auf einem guten Weg.

„BR hoch drei“ ist die trimediale Reform des Bayerischen Rundfunks betitelt. Doch hoch hinaus ist schwierig, wenn gleichzeitig gespart werden muss.

Foto: Jim Albricht

Um in diesem Bild zu bleiben, sind die Mitarbeiter auch auf den Zug aufgesprungen?

Roland Scheble: Ich kenne keine andere Reform dieser Größenordnung, bei der die Mitarbeiter auf unterschiedlichen Hierarchiestufen so viele Vorschläge mit der Geschäftsleitung letztlich auch umsetzen konnten. Zahlreiche Projekte wie die Standortempfehlungen, Ressortzuschnitte, die Bilddatenbank oder die medienübergreifende Technik wurden von Mitarbeitern in mühevoller Kleinarbeit entwickelt. Der „BR hoch drei“-Prozess ist mit extrem hoher Beteiligung entstanden, allein in den ersten beiden Phasen waren es 20 Projektgruppen mit 250 Mitarbeitenden, die wiederum in 90 Workshops 1000 Kollegen beteiligt haben. Dazu kommen

noch 400 Einzelbefragungen und Onlinebefragungen mit 4000 Beteiligten. Es war uns sehr wichtig, die Kollegen von Anfang an mitzunehmen.

Die KEF fordert Einsparungen bei den Ausgaben, auch beim Personal. Ist die neue trimediale Aufstellung also auch ein Sparmodell?

Albrecht Frenzel: Nein. Die trimediale Reform beantwortet eine zentrale Zukunftsfrage des öffentlich-rechtlichen Rundfunks: Wie erfüllen wir unseren Programmauftrag; wie kriegen wir unsere Inhalte angesichts veränderter Nutzungsgewohnheiten an die Frau oder an den Mann? Diese „digitale Herausforderung“ müssen wir natürlich in den uns vorgegebenen finanziellen Rahmenbedingungen mit immer knapper werdenden Mitteln meistern. Aber knappe Mittel ändern nichts am Auftrag oder an den Erwartungen des Publikums. Die Ziele von „BR hoch drei“ wären deshalb bei einer auskömmlich bis üppigen Finanzausstattung identisch. Allerdings wäre ihre Umsetzung leichter und damit schneller möglich.

Welche Summen müssen wo eingespart werden, wo setzen Sie den Sparstift an?

Frenzel: Der Wirtschaftsplan 2018 sieht neuerliche Einsparungen in Höhe von 9,7 Millionen Euro vor. Das ist nur ein weiterer Schritt nach den Sparhaushalten 2014, 2016 und 2017 mit einer Größenordnung von jährlich 20 bis 30 Millionen Euro. Bis jetzt konnten wir uns bei unseren Einsparungen noch überproportional auf Produktion und Verwaltung beschränken. Aber da kommen wir allmählich an unsere Grenzen. Wir haben den Personalabbau in der Fernsehproduktion, den müssen wir zu einem Drittel intern wieder auffangen. Das heißt konkret, ich brauche Stellen in der Verwaltung, die ich für die Festangestellten der Fernsehproduktion freihalten muss, die noch einige Zeit im BR vor sich haben. Denn wir wollen diesen Prozess ja sozialverträglich und ohne betriebsbedingte Entlassungen gestalten. Also mussten wir jetzt auch ans Programm gehen und so schmerzhaft Entscheidungen wie die Abgabe des „ARD-Mittagsmagazins“ an den RBB treffen.

Wie setzen Sie den von der KEF geforderten Personalabbau konkret um?

Frenzel: Der BR hat derzeit 3525 Festangestellte, darunter 290 Gagisten. Wir haben bereits einen Abbaupfad





Thomas Hinrichs studierte Geschichte und begann seine Arbeit beim *BR* 1995 als freier Mitarbeiter, war dann als Redakteur beim *ARD*-Magazin „Report aus München“ und als Korrespondent in Bonn, später in Berlin im *ARD*-Hauptstadtstudio tätig, ehe er 2004 die Leitung der *BR*-Redaktion „ARD-Mittagsmagazin“ übernahm. Seit November 2006 ist Hinrichs zweiter Chefredakteur bei „ARD aktuell“. Im Mai 2014 wurde er zum *BR*-Informationsdirektor berufen und ist seither für die Programmbereiche „B5 aktuell – Politik und Wirtschaft“, „Politik“, „Sport und Freizeit“ und die Redaktion „Telemidien“ verantwortlich.



Albert Frenzel volontierte bei der *Schwäbischen Zeitung* und arbeitete dort bis 1990 als Redakteur. Nach Studium und Promotion in den Verwaltungswissenschaften kam Frenzel zum *SDR* und arbeitete danach als Referent des *SWR*-Verwaltungsdirektors, 1999 wechselte er für drei Jahre zu *ARTE* und war dort als Referent für Unternehmensplanung und als Leiter der Multimedia-Redaktion tätig. Von 2002 bis 2006 leitete er die Hauptabteilung Intendanz beim *NDR*, wurde dann zum Verwaltungsdirektor ernannt. Seit Januar 2015 hat Frenzel diese Position beim *BR* inne.



Roland Scheble arbeitete während seines Jurastudiums als freier Mitarbeiter für den *BR*. Nach Referendarszeit und Promotion folgte die Festanstellung bei „Bayern 1“. Er gestaltete dort die Programmreform mit und wurde 2006 Leiter der Zentralredaktion „Bayern 2“. Seit 1999 ist Scheble in verschiedene Strategieprozesse involviert und steuert als Gesamtprojektleiter den Prozess „*BR* hoch drei“.

Fotos: Markus Konvalin und Phillip Kimmelzwinger/*BR*

hinter uns, aber auch noch vor uns. Der Entwurf des aktuellen KEF-Berichts geht davon aus, dass wir in diesem Jahr 17 bis 20 Stellen netto abbauen müssen. Wenn wir zusätzliche strategisch wichtige Aufgaben in Angriff nehmen, dann geschieht das immer unter der Prämisse einer Austauschentwicklung. Das bedeutet, wir können dafür keine zusätzlichen Stellen einplanen, sondern müssen 2018 für neue Aufgaben 13 solcher Stellen „umbauen“, also neuen Aufgabenbereichen zuordnen.

Im Zuge der Strukturreform werden Redaktionsleiter wieder zu normalen Programmredakteuren, behalten aber ihre Eingruppierung in die Besoldungsgruppen 16 oder 18. Gleichzeitig nehmen immer mehr feste Freie redaktionsähnliche Aufgaben war. Es führt zu Frust, wenn unterschiedlich bezahlte Mitarbeiter die gleichen Aufgaben erledigen. Wie wollen Sie dieses Dilemma lösen?

Frenzel: Wir haben gewachsene Strukturen, die wir aus den genannten Gründen umbauen müssen. Gleichzeitig sind wir ein fairer Arbeitgeber, der niemanden heruntergruppiert, weil er oder sie nach langjähriger erfolgreicher Tätigkeit eine neue Aufgabe mit einer anderen Richtposition übernimmt. Deshalb gilt hier Besitzstandswahrung. Wir können aber beim besten Willen nicht auch noch für diese Übergangsphase schematisch nach dem Grundsatz der Gleichbehandlung alle nach oben nivellieren. Dafür fehlen uns schlicht die Mittel.

Auch bei den festen Freien gibt es ungleiche Honorare ...

Hinrichs: Natürlich gilt bei uns auch für die festen Freien der Grundsatz: Gleicher Lohn für gleiche Arbeit. Das kann konkret bedeuten, dass der eine oder andere profitiert. Es gibt aber auch Fälle, wo weniger verdient wird als vorher. Individuell mag man das als ungerecht empfinden. Aber wir haben eben nicht mehr die Mittel, um zu sagen: Wir nehmen die oberste Honorarstufe und passen daran.

Wird der BR auch die Zahl der festen freien Mitarbeiter reduzieren?

Frenzel: Wir beschäftigen derzeit aktuell 1707 feste Freie und beabsichtigen im Rahmen des Wirtschaftsplans 2018 keinen Abbau.

Mit weniger Geld und weniger Personal ein gleich gutes oder sogar ein besseres Programm machen – wie soll das funktionieren?

Hinrichs: Wir haben mehr Programmangebote geschaffen. Das kostet in der Regel auch mehr Geld und mehr Personal. Das haben wir nicht bekommen. Vor dem Hintergrund des digitalen Wandels besteht aber beim Beitragszahler das berechtigte Bedürfnis, unsere Inhalte auch digital und mobil nutzen zu können. Dem kommen wir mit unserer trimedialen Reform nach. Deshalb haben wir an den Stellen, wo es möglich war, Luft aus dem Organigramm genommen und Synergien genutzt. Aber wir wollten auch in die Region investieren. Das ging nicht mehr allein über Synergien. Deshalb haben wir Sendungen verkürzt und das „ARD-Mittagsmagazin“ abgegeben. Natürlich tut mir das weh, ich war ja schließlich einmal Leiter dieser Sendung, es ist aber ohne Alternative, weil wir künftig Schwerpunkte setzen müssen: Für den *BR* bedeutet das vor allem, die Berichterstattung aus und für Bayern zu stärken. Wenn man klug und synergetisch zusammenarbeitet, dann wird aus eins plus eins auch manchmal drei. Aber irgendwann ist der Drops dann gelutscht. Und an diesem Punkt sind wir jetzt. Wenn es nichts oben drauf gibt, dann wird es extrem schwierig, die Vielfalt der Angebote zu halten und gleichzeitig die Qualität noch zu steigern.

Wo sehen Sie den Sender in der Zukunft, wenn sich die Reformen abbilden?

Hinrichs: Wir arbeiten nicht mehr in Silos, sondern ausschließlich danach, was der Beitragszahler will. Wenn das Publikum bei *Facebook* ist, dann stellt sich für mich nicht die Frage, ob ich *Facebook* mag. Sondern dass wir mit unseren Inhalten auch dort präsent sein müssen. Und wenn politische Parteien den Diskurs in die sozialen Netzwerke verlagern, dann können wir nicht außen vor bleiben und riskieren, dass wir mit unserem Programm nur noch Teilgruppen erreichen, während Hasardeure im Netz Fake News verbreiten.

Umstrittene Reviere

Hinter der Rundfunk-Strukturdebatte steht wesentlich die Krise der privaten Presse

Von Alois Knoller

Die Wellen schlugen hoch, als Mathias Döpfner auf einem Kongress der deutschen Zeitungsverleger erstmals den öffentlich-rechtlichen Rundfunk als „Staatsfunk“ schmähte. Hinterher hieß es, der Axel-Springer-Vorstand und Verbandspräsident habe bloß einen kritischen Denkanstoß geben wollen, um den Beitragshunger der Rundfunkanstalten zu zügeln. Blöderweise ist das auch die Wortwahl der Pegida- und AfD-Propagandisten, die mächtig Stimmung gegen ARD und ZDF machen. Sie könnten kräftig Aufwind bekommen, falls die Volksabstimmung in der Schweiz am 4. März gegen die dortigen Rundfunkgebühren ausfällt. Harald Stocker, dem Vorsitzenden der BJV-Fachgruppe Rundfunk, schwant Übles.

„Acht Milliarden Euro würden niemals aus Werbung und sonstigen Einnahmen nachfließen“, warnt Stocker. Der Ausfall des Rundfunkbeitrags hätte, so prognostiziert der auf Wissenschaftsberichte spezialisierte Kollege, Auswirkungen auf die gesamte Publizistik in Deutschland. Alle Bereiche, Funk ebenso wie Print, gerieten massiv unter Druck, ein Verdrängungswettbewerb ohnegleichen wäre absehbar. Denn die Rundfunkanstalten müssten massenhaft Beschäftigte entlassen, die wiederum als Freiberufler ihr Glück auf dem Markt suchten. „Die Umsätze der freien Kollegen gingen zurück und die Honorare würden noch mehr gedrückt“, sagt Stocker voraus. Denn auf dem Werbemarkt tobe schon heute ein enormer Preiskampf: Rabatte bis zu 80 Prozent werden erzwungen. Andererseits: Für den Verbraucher würde Fernsehen kaum billiger, denn auch Netflix, Spotify, Amazon und andere Streamingdienste haben ihren Preis. „Für die 17,50 Euro, die die Leute jetzt Rundfunkbeitrag im Monat zahlen, würden sie weit weniger Content bekommen.“

Ministerpräsidenten wollen Rundfunkbeitrag weiter deckeln

Die Ministerpräsidenten stellen zwar das öffentlich-rechtliche System noch nicht infrage, wollen aber den Rundfunkbeitrag über 2021 hinaus deckeln. Trotz der klaren Ansage des bayerischen ARD-Vorsitzenden Ulrich Wilhelm, für die nächste Beitragsperiode werde ein Teuerungsausgleich von etwa drei Milliarden Euro nötig sein. Die Bayerische Staatskanzlei gießt kein Öl ins Feuer, hält aber in der Antwort auf die BJV-Anfrage alles im Vagen: „Wir brauchen einen starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk als Garant für Regionalität und Qualität genauso wie wir starke private Anbieter als weitere Säule

der bewährten dualen Rundfunkordnung benötigen“, formuliert eine Sprecherin. Allen am Reformprozess der Öffentlich-Rechtlichen Beteiligten sei „klar, dass es noch großer Anstrengungen bedarf, die absehbare Lücke bei der Finanzierung ab der Beitragsperiode 2021 bis 2024 zu schließen, ohne die Erfüllung des verfassungsrechtlichen Grundversorgungsauftrags zu gefährden“.

BR-Intendant Wilhelm bemüht um Friedensschluss mit Zeitungsverlegern

Auffallend bemüht sich Intendant Wilhelm derzeit um einen Friedensschluss mit den Zeitungsverlegern. Den privaten Rundfunkanbietern hat er nicht nur die gefürchtete Konkurrenz des Jugendsenders PULS auf einer UKW-Frequenz vom Hals gehalten, sondern auch im Streit um die Online-Inhalte des BR klein beigegeben. Und jüngst regte er „eine Plattform für alle Qualitätsanbieter“ im digitalen Sektor an. So könnten beide der Vampir-Konkurrenz von Google und Co. für ihre wertvollen Inhalte einen stärkeren Wall entgegensetzen.

Aufseiten des Verbands Bayerischer Zeitungs-Verleger (VBZV) nimmt man die gute Absicht zur Kenntnis. Es bleiben aber noch Wünsche offen, gerade wie beim kleinen Finger, den man reicht: Vom BR wie von der Staatsregierung fordert man umgehend eine Begrenzung der Werbezeiten. „Bei NDR und WDR wird diese bereits umgesetzt“, betont Karlheinz Hörhammer, der Geschäftsführer von Antenne Bayern und Wortführer Hörfunk in der Vereinigung Bayerischer Rundfunk-Anbieter (VBRA). Die herangezogene Unternehmensberatung Schickler erwartet von einer Regulierung „sehr positive Auswirkungen im bayerischen Hörfunkmarkt“. Auch das Sponsoring zum Beispiel bei Gewinnspielen möge aus dem öffentlich-rechtlichen Hörfunk verschwinden. Hörhammer: „Ich denke, dass dies ein Feld ist, das man den Privaten überlassen sollte, und nichts mit dem Grundversorgungsauftrag zu tun hat.“

Wohl aber mit den Mediadaten. Blanke Eifersucht spricht aus der jüngsten VBRA-Ansage. Mit dem einseitigen Wettbewerbsvorteil eines gebührenfinanzierten Programms im Rücken sei es „kein Wunder, wenn richtig große Geldsummen und Traumreisen dafür eingesetzt werden, damit ‚Bayern 1‘ und ‚Bayern 3‘ möglichst viele Hörer in der Umfragezeit an sich ziehen können“, giftet Philipp von Martius, Geschäftsführer von Studio Gong. „Seit Jahren sehen wir, dass sich ‚Bayern 1‘ und ‚Bayern 3‘ den privaten Angeboten im Freistaat inhaltlich immer weiter annähern, sodass kaum mehr Unterschiede zwi-

schen den Programmen der Privaten und den Popwellen des BR feststellbar sind.“

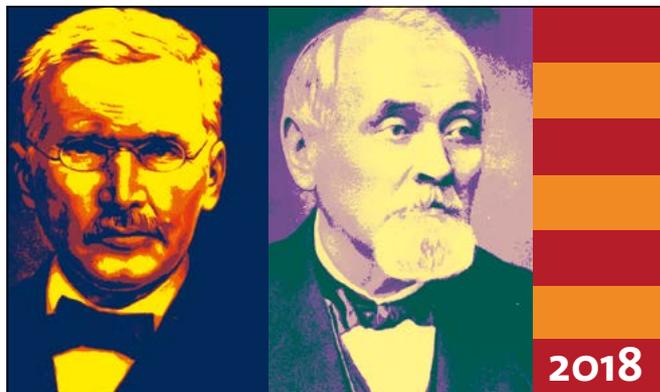
Die Zeitungsverleger hadern am meisten mit der Presseähnlichkeit des Online-Angebots der öffentlich-rechtlichen Anstalten. Gegen die „Tagesschau“-App haben sie kürzlich ein Urteil erfochten und auch gegen BR24 richtete sich der Bannstrahl. „Wohl um einer Verurteilung zu entgehen, hat der BR aber dann in der mündlichen Verhandlung eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abgegeben“, stellt VBZV-Geschäftsführer Markus Rick befriedigt fest. „Die Rundfunkanstalten müssen endlich respektieren, dass lange Texte und stehende Bilder das Metier der Verlage sind. Eine gebührenfinanzierte Internet-Zeitung können wir daher nicht akzeptieren.“ Das gelte auch für die anstehende Neudefinition des Telemedienauftrags der Rundfunkanstalten. „Auch hier muss das Verbot der presseähnlichen Berichterstattung klar und umfassend geregelt werden. Nur dann kann ein privat finanzierter, unabhängiger Journalismus auch in der digitalen Welt als erfolgreiches Geschäftsmodell etabliert werden.“

Wie sollten die Zeitungen Paid Content als Standard für ihre Produkte durchsetzen, wenn die ARD mit textlastigen Gratis-Angeboten den Markt besetzt? Und bitte schön, auch nicht zu lokal. Im Rundfunkstaatsvertrag sei eine flächendeckende Lokalberichterstattung nämlich nicht erlaubt, erklärt der VBZV-Justiziar. „Die Rundfunkanstalten sollten also aus der Region Relevantes für ganz Bayern berichten, die Zeitungen für die Menschen in der Region und vor Ort.“

Und wenn schon im Zeitalter der digitalen Medienkonvergenz Überschneidungen unausweichlich seien, hält es Rick für „umso wichtiger, die Grenzen sauber zu ziehen, innerhalb derer sich die verschiedenen Akteure bewegen dürfen“. Die privat finanzierte Presse und die öffentlich finanzierte Rundfunkanstalt trennt in der Sicht der Zeitungsverleger, dass letztere mit Beihilfen für einen klar begrenzten Auftrag alimentiert werden, während der Presse eine generelle Ermächtigung zukomme. „Presseähnliche Textangebote der Rundfunkanstalten werden also nicht dadurch legal, dass Zeitungen auch Audio- und Videoinhalte in ihre Produkte integrieren“, erklärt Rick.

„Acht Milliarden Euro würden niemals aus Werbung und sonstigen Einnahmen nachfließen.“

Harald Stocker, Vorsitzender der Fachgruppe Rundfunk im BJV



Journalistenpreise der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken

Wofür werden Preise vergeben?

Die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken vergeben im Jahr 2018 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 2017 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.
Ursula Weiß
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 **5. Oktober 2018** im Literaturhaus in München ausgezeichnet.

Preisgelder
insgesamt
20.000 Euro!



Bewerben
bis 30. April 2018

Veränderte Rahmenbedingungen

Nach dem Verzicht auf UKW ist die Enttäuschung in der *PULS*-Redaktion groß. Wie geht es mit dem Jugendradio des *Bayerischen Rundfunks* weiter?

Von Senta Krasser

Die Entscheidung von ganz oben im *Bayerischen Rundfunk* kam kurz vor Weihnachten und hat nicht nur die Sendermitarbeiter selbst, sondern auch die Hörfunkwelt überrumpelt: *PULS*, das jüngste und ausschließlich digital verbreitete öffentlich-rechtliche Radio in Bayern, wird auch in Zukunft kein Ultrakurzwellensender sein. Der vor vier Jahren angekündigte Tausch mit *BR-Klassik*, das in der Folge seine UKW-Frequenz an *PULS* hätte abgeben und ins Digitale wechseln müssen, ist abgesagt. Klassik-Fans triumphieren. Bei *PULS* sitzt der Frust dagegen tief.

Seit *BR*-Intendant Ulrich Wilhelm 2014 den Plan zum Wellentausch publik machte und gegen juristische wie Social-Media-Stürme schließlich auch in seinem Rundfunkrat durchboxte, hat man bei *PULS* auf den Tag X hingearbeitet, an dem man mit den anderen populären *ARD*-Jugendwellen, mit *N-Joy* (*NDR*) oder *1Live* (*WDR*), hätte gleichziehen können, zumindest verbreitungstechnisch. Dass Wilhelm damals argumentierte, man müsse unbedingt den „drohenden Generationenabriss verhindern“, dass er sogar so weit ging, von einer „Existenzfrage“ für den gesamten Sender zu sprechen, gab dem jungen Team Auftrieb.



Walter Schmich

Foto: Markus Konvalin

Horcht man nach Wilhelms plötzlicher Kehrtwende in die *PULS*-Redaktion hinein, hört man Enttäuschung. Das Team sah in UKW eine große Chance und hoffte auf den Durchbruch im Radiomarkt. Nicht ohne Grund geisterte schon zu *on3*-Zeiten (siehe Infokasten) der Begriff „Radiosimulator“ als Synonym für das Sendestudio durch die Redaktion, die mit dem Wissen sendete, dass man über Web und DAB+ nicht die Masse erreicht. Insbesondere diejenigen Mitarbeiter, die sich beim trimedialen *PULS*-Angebot auf Radio konzentrieren, fühlen sich nun ihrer Perspektiven beraubt. Man warte jetzt ab, was folgt, sagt ein Teammitglied.

„Man sollte das Heil von *PULS* nicht von UKW abhängig machen.“

Walter Schmich, Vize-Hörfunkdirektor beim *BR*

Wir brauchen UKW jetzt oder gar nicht – das waren vor vier Jahren die Worte von Walter Schmich, der beim *BR* als Programmbereichsleiter für die beiden massenattraktiven Programme *Bayern 1* und *Bayern 3* sowie für *PULS* verantwortlich ist. Der anvisierte Termin für den Wellentausch erst im Jahr 2018 dauerte auch ihm viel zu lang. Wer weiß, was bis dahin passiert?

Und es ist einiges passiert. So gab es eine Popularklage und eine Wettbewerbsklage der Privatradios, die fürchten, durch *PULS* auf UKW Reichweite und damit Werbeeinnahmen einzubüßen. In beiden Fällen gaben die Gerichte dem beklagten *BR* im Juli 2017 zwar Recht. Doch die rund 40 klagenden Privatradios erwirkten eine Revision zum Bundesgerichtshof. Beim *BR* hat man sich derweil darauf eingestellt, dass die Gegenseite weiter auf einer höchstrichterlichen Klärung besteht. Ob die Kläger die Streitsache tatsächlich bis zum BGH durchziehen, konnte ihr Anwalt Axel von Walter bis Redaktionsschluss des *BJVreport* allerdings nicht bestätigen.

Eine Niederlage am BGH wäre eine Riesenblamage – für den *BR* und insbesondere für seinen Intendanten, der zu Jahresbeginn turnusgemäß den Vorsitz in der *ARD* übernommen hat. Dass Wilhelms *PULS*-Rückzieher im Kontext seiner neuen exponierten *ARD*-Rolle gefallen ist, verneint sein Vize-Hörfunkdirektor: „Das hat nichts damit zu tun“, sagt Schmich. „Entscheidend war, dass unser Hauptargument – der Generationenabriss – nicht mehr ins Gewicht fällt, seit wir *Bayern 3* erfolgreich verjüngt haben und *PULS* eine starke junge Marke im Netz geworden ist.“

Die Rahmenbedingungen hätten sich im Vergleich zu 2014 „erheblich verändert“, fährt Schmich im Gespräch mit dem *BJVreport* fort. *Bayern 3* sei heute Marktführer bei den 20- bis 29-Jährigen.

Auch *Funk*, das neue Online-Angebot von *ARD* und *ZDF* für Jugendliche und junge Erwachsene, und die inzwischen flächendeckende Versorgung mit DAB+ in Bayern hätten „zu einer Neubewertung der Lage“ geführt. Wie sein Intendant will Schmich die *PULS*-Entscheidung auch als politisches Signal verstanden wissen, „als Signal der Kooperation für den Standort Bayern und auch darüber hinaus“. Bei der Vereinigung Bayerischer Rundfunkanbieter ist das auch so angekommen: Wilhelm habe „eine kluge Entscheidung im Sinne der dualen Rundfunkordnung“



„Innovations-Lab und Talentschmiede“: Im sogenannten Hotroom von *PULS* ist etwas durcheinandergekommen, seit beschlossen ist, dass der *BR* seinen digitalen Jugendsender nicht auf UKW schieben wird. Über DAB+ soll *Puls Radio* zwar „definitiv“ weitersenden, aber nicht wie bisher. Veränderungen stehen an.

Foto: Julia Müller

getroffen, lässt der VBRA mitteilen (siehe auch Seite 14f.).

Im *ARD*-Kosmos ist und bleibt der *BR* also das einzige Radio, das kein Angebot an die unter Dreißigjährigen auf UKW hat. Ein Makel. Oder etwa nicht? „Da schlagen zwei Herzen in meiner Brust“, antwortet Schmich, der Hörfunk-Aficionado mit *BR*-Karriere seit 1990. Als Programmmanager habe er sich immer schon eine dritte Musik-Welle gewünscht. „Je mehr Programme ich habe, umso genauer kann ich sie aussteuern. Mit *PULS* auf UKW könnte ich ein ganz junges Segment bedienen.“ Als Programmmanager ist Schmich allerdings mit seinem Intendanten zu der Einsicht gelangt, dass es *PULS* auf UKW nicht braucht. „Wir sind mit *Bayern 1* und *Bayern 3* inzwischen so erfolgreich geworden, dass wir mit zwei Wellen eine Reichweite erzielen, wie sie die anderen Landesrundfunkanstalten in der *ARD* oft nicht mal mit

drei Wellen schaffen.“ Laut MA 2017/II haben *Bayern 1* und *3* eine Reichweite von 48 Prozent.

Wie sich *PULS* künftig in die Flottenstrategie des *BR* einfügen wird? Darüber machen sie sich beim Sender noch Gedanken. „Wir sehen *PULS* nach wie vor als Einfallstor zum Bayerischen Rundfunk, und zwar in alle Richtungen“, sagt Schmich. Sprich: als eine Art Innovations-Lab, in dem viele neue Ideen entstehen, und als Talentschmiede. „Das soll auch definitiv so bleiben.“ Da *PULS* im Netz extreme Zuwächse verzeichnen, werde man das Angebot als Netzmarke „weiter forcieren“, sagt Schmich. Nur im linearen Hörfunkbereich bleibe man mit *PULS* hinter den Erwartungen zurück. „Da ist noch Luft drin.“ Auf jeden Fall werde es „definitiv weiter ein DAB+-Radioangebot von *PULS* geben“, versichert Schmich.

In den *PULS*-Leitungsrunden wird gerade diskutiert, ob Schwerpunkte anders gesetzt oder die Musik neu ausgerichtet werden sollen. Schmich ist bei allem Verständnis für die Enttäuschung in der Redaktion wichtig, den Kollegen deutlich zu machen, dass sie immer noch in einem Bereich arbeiteten, „in dem extrem viel machbar und möglich ist“. Man solle das Heil von *PULS* daher nicht von UKW abhängig machen. „Unsere Aufgabe wird jetzt sein, dass wir die Kollegen weiter im Boot behalten und die Stärken von *PULS* ausbauen.“

Unklar ist, ob alle rund 100 *PULS*-Mitarbeiter überhaupt „weiter im Boot“ bleiben dürfen. „Ich habe noch nie eine Bestandsgarantie für Mitarbeiter ausgesprochen, weil ich nie weiß, was kommt“, sagt *BR*-Manager Schmich. Der Verzicht auf UKW sei ohnehin noch zu frisch, als dass er sich zum jetzigen Zeitpunkt dazu äußern könnte.

Die neue Ausgangslage hat unterdessen ganz klar Auswirkungen auf das Honorargefüge in der *PULS*-Redaktion. Die ursprünglich befristete Sondervereinbarung für die *PULS*-Moderatorinnen und -Moderatoren, die der *BR* verlängern wollte, liegt aktuell auf Eis. Hierzu wird es im Februar mit *BJV* und *Verdi* Gespräche geben.

PULS hoch zwei

PULS ist das junge, rein digitale Programm des *Bayerischen Rundfunks*. Schon der Vorgänger *on3-radio* (bis 2013) war auf junge Hörer ausgerichtet und spielte Musik jenseits des Mainstreams mit multimedialem Zusatzangebot wie Podcasts. *PULS* gibt es als Radio (über DAB+, Internet-Livestream, App) und per Bewegtbild unter anderem auf *YouTube* mit diversen spezialisierten Kanälen für Musik, Challenges, Actionsport und Reportagen. Der erfolgreichste Kanal mit mehr als 190.000 Abonnenten ist „*PULS* Reportage“.

Knapp 70 Prozent der *PULS*-User sind zwischen 18 und 34 Jahren alt. Der Erfolg im Netz veranlasste den *BR*, die Verbreitung von *PULS TV* im linearen Fernsehen Ende 2017 einzustellen und sich komplett auf soziale Netzwerke sowie die öffentlich-rechtliche Content-Plattform *Funk* zu konzentrieren. Vier Formate liefert *PULS* aktuell *Funk* zu, darunter die Presenter-Reportage „Die Frage“ mit Michael Bartlewski, die sich im März Hoffnungen auf einen Grimme-Preis in der Kategorie Kinder und Jugend machen kann.

Rund 100 Mitarbeiter zählt *PULS*. Davon sind drei Assistenzen und neun Redakteure fest angestellt. Redaktionsleiter ist Thomas Müller. Reine Radioleute (inklusive Sounddesign, PGS und Station Voice) sind mit wenigen Ausnahmen nur die Moderatoren und derzeit 16 Kollegen. Die meisten Mitarbeiter arbeiten multimedial für Radio und Online oder TV.

BILDUNG/WISSENSCHAFT

Partner für eine starke Zukunft



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

Unternehmenskommunikation

Telefon: 089 44108-219
E-Mail: info@bbw.de

Dorothee Meiser
Telefon: 089 44108-218
E-Mail: dorothee.meiser@bbw.de

www.bbw.de



Technische Universität München

Dr.
Ulrich Marsch

Arcisstraße 21
80333 München

Pressesprecher des Präsidenten
Leiter Corporate Communications
Center

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

MESSEN/AUSSTELLUNGEN



**Hanns
Seidel
Stiftung**



Hanns-Seidel-Stiftung e.V.

Lazarettstraße 33 | 80636 München
Tel. (089) 12 58-473 | E-Mail: presse@hss.de

Thomas Reiner
Leiter Kommunikation

Hubertus Klingsbögl
Pressesprecher

www.facebook.com/HannsSeidelStiftung

www.twitter.com/HSSde

www.youtube.com/HannsSeidelStiftung

www.hss.de

Im Dienst von Demokratie, Frieden und Entwicklung



WIR MACHEN MESSEN

Paul Schneeberger
Leiter Unternehmens-
Kommunikation

Kathrin Winkler
Pressereferentin

Juliane Heißen
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



LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN

Luise Dirscherl
Kommunikation und Presse
Leitung

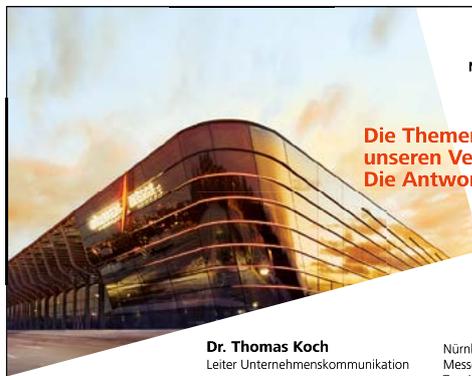
Leopoldstr. 3
80802 München

www.lmu.de

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

E-Mail: dirscherl@lmu.de

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

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

**PUNKT-
LANDUNG**

Zeigen auch Sie Flagge im Medienmagazin *BJVreport*:
1/8 Seite (86 x 60 mm) in allen sechs Ausgaben pro Jahr
= 1.350,- EUR.

**Der nächste *BJVreport* (alle zwei Monate) erscheint
am 11.4.2018, Anzeigenschluss ist am 11.3.2018.**

Anzeigenmarketing:

Mediasüd, Robert Macher, Telefon 091 81 / 29 99-477,
Fax 091 81 / 29 99-479, robert.macher@mediasued.de

FINANZEN



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



NÜRNBERGER
VERSICHERUNG

Ulrich Zeidner
Unternehmenskommunikation

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

IHR ANSPRECHPARTNER

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

Interhyp AG
Domagkstraße 34
80807 München
www.interhyp-gruppe.de



Claudia Scheerer
Pressesprecherin
Tel. 089 2160 3050
Fax 089 2160 3009
claudia.scheerer@vkb.de

Ein Stück Sicherheit.

Stefan Liebl
Stellvertr. Pressesprecher
Tel. 089 2160 1775
Fax 089 2160 3009
stefan.liebl@vkb.de

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de



Sparkassenverband
Bayern

Eva Mang
Pressesprecherin
Vorstandsstab
Karolinenplatz 5, 80333 München
Telefon +49 89 2173-2009
Mobil +49 170 2208491
E-Mail eva.mang@svb-muc.de

ENERGIE

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

VERSICHERUNGEN

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



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 79-1 38 98 27
maximilian.zaengl@bayernwerk.de
www.bayernwerk.de

ENERGIE



Dipl.-Journ.
Cornelia 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

Dr. Detlef Hug

Leiter Öffentlichkeitsarbeit

Thüga Aktiengesellschaft
Nymphenburger Straße 39 | 80335 München
Tel.: +49 89 38197 1222
Fax.: +49 89 38197 77 1222
detlef.hug@thuega.de
www.thuega.de



VERKEHR

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

Bayernhafen GmbH & Co. KG

Linzer Straße 6 · 93055 Regensburg

Karin Moro
Unternehmenskommunikation
Tel. 0941 79504-10
k.moro@bayernhafen.de

www.bayernhafen.de

bayernhafen
Gruppe

Aschaffenburg – Bamberg – Nürnberg – Roth – Regensburg – Passau



Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

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

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



Stadtwerke Augsburg Holding GmbH

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

Von hier. Für uns.



Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

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

VERKEHR



**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

**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

UNTERNEHMEN



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-mediacenter.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

DIEHL

Verw.-Betriebswirt (VWA)

Michael Prymelski
Leiter Zentrale Öffentlichkeitsarbeit

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

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



Dr. Tobias Nickel
Leitung Marketing und
Unternehmenskommunikation

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



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

BayWa AG
PR/Corporate Communications/
Public Affairs
Arabellastr. 4
81925 München
Telefon +49 89 9222-3680
Telefax +49 89 9212-3680
marion.danneboom@baywa.de
www.baywa.com

**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



Thomas Weimann
Leiter Unternehmenskommunikation

E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH
Industriestraße 2-8, D-90518 ALTDORF
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

UNTERNEHMEN

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



TÜVRheinland[®]
Genau. Richtig.

Rainer Weiskirchen
Pressesprecher

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



Nürnberg
Immobilien

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

Dieter Barth
Leiter Unternehmenskommunikation,
Pressesprecher

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



Wir gestalten Lebensräume.

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



KAMMERN



Ronald Schaare
Head of Corporate Marketing
& Communications +49 (0) 97 71 92 - 43 28
ronald.schaare@preh.de

Stefan Weigl
Communications
Officer +49 (0) 97 71 92 - 54 22
stefan.weigl@preh.de

Preh GmbH, Schweinfurter Straße 5 - 9,
D-97616 Bad Neustadt a. d. Saale, +49 (0) 97 71 92 - 0
automotive@preh.de, www.preh.com



**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



Städtische Werke Nürnberg GmbH

Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

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



**Bayerische
LandesZahnärzte
Kammer**

Isolde M. Th. Kohl

Leiterin Geschäftsbereich Kommunikation
Telefon 089 230211-130
Telefax 089 230211-108
E-Mail ikohl@blzk.de

Bayerische Landes Zahnärztekammer
Körperschaft des öffentlichen Rechts
Flößergasse 1, 81369 München
Internet: www.blzk.de, www.zahn.de

VERBÄNDE



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

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



SOZIALES / KIRCHE



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



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



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



O-Ton Lateinamerika

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



Kontaktbörse „Pressestellen“

Die Rubrik „Pressestellen“ im BJVreport ist ein gern genutzter „Treffpunkt“ für Kammern, Verbände, Organisationen, Dienstleister und Unternehmen aus vielen Bereichen, die regelmäßige und fundierte Pressearbeit betreiben. Nutzen Sie diese Kontaktbörse, alle zwei Monate, ein ganzes Jahr lang für nur 1350,- EUR 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

Hier finden Sie alle für 2018 geplanten Seminare des Bildungs- und Sozialwerkes des BJV (BSW).

Informationen zu den Seminarinhalten und eine PDF-Broschüre mit allen Angeboten finden Sie unter: bjv.de/seminare.

Im Laufe des Jahres werden sicherlich noch weitere Seminare hinzukommen. Wir informieren darüber in unseren Mails an Mitglieder, in unserem Newsletter (bjv.de/newsletter) und auf unseren Angeboten in den sozialen Netzwerken Facebook (facebook.com/bjvde) und Twitter (twitter.com/bjvde).

Falls Sie Fragen, Wünsche haben, können Sie sich jederzeit an uns wenden: Monika Schulz in der BJV-Geschäftsstelle: schulz@bjv.de und Thomas Mrazek, ehrenamtlicher Bildungsbeauftragter im BJV: kontakt@thomas-mrazek.de.

Die Angebote sind nach Datum aufsteigend aufgelistet.

Snapchat verstehen und richtig nutzen – Einführung und Strategien

ReferentIn: Bente Matthes, Online-Journalistin, www.missmatthes.com

Datum: Montag, 19. Februar 2018, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Zwölf

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

Facebook verstehen und richtig nutzen – Einführung und Strategien

ReferentIn: Bente Matthes, Online-Journalistin, www.missmatthes.com

Datum: Mittwoch, 21. Februar 2018, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Zwölf

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

Steuer-Know-how leicht gemacht – Buchhaltung im Griff – für Freiberufler

ReferentIn: Constanze Elter, Journalistin, Dozentin und Moderatorin, Steuern – leicht gemacht! www.constanze-elter.de

Datum: Montag, 26. Februar 2018, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Zwölf

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Reden kann doch jeder – nur: auf einmal ist da ein Mikrofon und eine Kamera

Referenten: Klaus Reindl, langjähriger Sprecher ADAC, PR-Berater und Markus Valley (Kamera), Video-Journalist, Medienpädagoge; Autor von „Das VideoTrainingsBuch“, vj-coach.de

Datum: Donnerstag, 1. März 2018, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Zwölf

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Keine Angst vor Fake News: So überprüfen Sie Online-Inhalte auf ihre Echtheit

ReferentIn: Johanna Wild, Online-Journalistin und Gründerin der digitalen Fact-Checking-Agentur wafana, www.wafana.de

Datum: Dienstag, 6. März 2018, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

Teilnehmerzahl: Zehn

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

Twitter verstehen und richtig nutzen – Einführung und Strategien

ReferentIn: Bente Matthes, Online-Journalistin, www.missmatthes.com

Datum: Donnerstag, 8. März 2018, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Zwölf

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

Instagram verstehen und richtig nutzen – Einführung und Strategien

ReferentIn: Bente Matthes, Online-Journalistin, www.missmatthes.com

Datum: Montag, 12. März 2018, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Zwölf

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

Informantenschutz: Wie man als Journalist Daten vor Zugriff schützt

Referent: Dr. Matthias Eberl, freier Journalist, Medientrainer, www.rufposten.de

Datum: Mittwoch, 14. März 2018, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Zehn

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

LinkedIn verstehen und richtig nutzen – Einführung und Strategien

ReferentIn: Bente Matthes, Online-Journalistin, www.missmatthes.com

Datum: Dienstag, 10. April 2018, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Zwölf

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

Einmal recherchieren, x-mal veröffentlichen: Akquise, Mehrfachverwertung und Exposé

Referenten: Marion Trutter, Journalistin und Coach, www.marion-trutter.de und Dennis Amour, Geschäftsführer des BJV

Datum: Dienstag, 17. April 2018, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Zehn

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Steuer-Know-how leicht gemacht – Buchhaltung im Griff – für Freiberufler

ReferentIn: Constanze Elter, Journalistin, Dozentin und Moderatorin, Steuern – leicht gemacht! www.constanze-elter.de

Datum: Montag, 7. Mai 2018, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Zwölf

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Pinterest verstehen und richtig nutzen – Einführung und Strategien

ReferentIn: Bente Matthes, Online-Journalistin, www.missmatthes.com

Datum: Dienstag, 15. Mai 2018, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Zwölf

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

Mehr Wissen für Journalisten

Länger, lockerer, leistungsfähiger: Wie kann ich mit Stress im Job umgehen?

Referent: Christian Thiele, systemischer Coach und Trainer, Journalist, www.christian-thiele.com

Datum: Freitag, 8. Juni 2018, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Zehn

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Das Ich als Marke – mit Storytelling zu mehr Erfolg

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

Datum: Montag, 18. Juni 2018, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Acht

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Praxisseminar Urheberrecht

Referent: Dennis Amour, BJV-Geschäftsführer

Datum: Dienstag, 26. Juni 2018, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: 20

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

Geschichten in 280 Zeichen – Storytelling für Social Media

Referentin: Anja Gild, Onlinejournalistin, about.me/anjagild

Datum: Mittwoch, 4. Juli 2018, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Zwölf

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Mobile Reporting: Das Smartphone als Reporter-Tool

Referentin: Barbara Weidmann-Lainer, Crossmedia-Trainerin, www.fit-for-crossmedia.de

Datum: Donnerstag, 13. September 2018, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Zehn

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Webinar: Tipps, Tricks und Tools für Datenjournalismus-Einsteiger

Referenten: Bernd Oswald, freier Online-Journalist, Medientrainer, www.journalisten-training.de und Katharina Brunner, Datenjournalistin, sueddeutsche.de, www.katharinabrunner.de

Datum: Beginn am Montag, 1. Oktober 2018, jeweils montags von 19.00 Uhr bis 20.15 Uhr, weitere Termine: 8.10., 15.10. und 22.10.

Veranstaltungsort: Online, Webinar

Teilnehmerzahl: Unbegrenzt

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Praxisseminar Presserecht

Referent: Dennis Amour, BJV-Geschäftsführer

Datum: Dienstag, 9. Oktober 2018, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

Veranstaltungsort: Presseclub Nürnberg

Teilnehmerzahl: 20

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

Online-Journalismus für Öffentlichkeitsarbeit und Mitarbeiterkommunikation

Referentin: Simone Kirsch, Communication Managerin Online and Social Media, Siemens AG, München

Datum: Freitag, 12. Oktober 2018, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Zwölf

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

Crashkurs Videoproduktion

Referent: Markus Valley, Video-Journalist, Medienpädagoge; Autor von „Das VideoTrainingsBuch“, vj-coach.de

Datum: Mittwoch, 24. Oktober 2018, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: Zehn

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Praxisseminar Presserecht

Referent: Dennis Amour, BJV-Geschäftsführer

Datum: Mittwoch, 7. November 2018, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: 20

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

Praxisseminar Urheberrecht

Referent: Dennis Amour, BJV-Geschäftsführer

Datum: Dienstag, 13. November 2018, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

Veranstaltungsort: Presseclub Nürnberg

Teilnehmerzahl: 20

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

Wirtschafts- und Finanzjournalismus: Mit der Leserperspektive punkten

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

Datum: Donnerstag, 15. November 2018, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

Teilnehmerzahl: 15

Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

Aktualisierungen und weitere Informationen bjv.de/seminare

München

BJV-Geschäftsstelle
St.-Martin-Straße 64, 81541 München
Telefon 089 5450418-0
www.bjv.de



Öffentliche Verkehrsanbindung: S-Bahn Linien 3 und 7 bis Haltestelle St.-Martin-Straße, von dort zwei Minuten Fußweg, Fahrplanauskunft unter www.mvv-muenchen.de

PKW: Öffentliche Parkplätze in der Nähe und rund um den Ostfriedhof

Nürnberg

Presseclub Nürnberg
Gewerbemuseumsplatz 2, 90403 Nürnberg
Telefon 0911 214550
www.presseclub-nuernberg.de



Zu Fuß: Vom Nürnberger Hauptbahnhof und vom Hauptmarkt brauchen Sie fünf Minuten.
Öffentliche Verkehrsmittel: Straßenbahnlinie 8 bis Haltestelle Marientor und / oder U-Bahn Linien 2, 3 und 21 bis Haltestelle Wöhrder Wiese. Fahrplanauskunft unter www.vgn.de
PKW: Karstadt-Parkhaus (Vordere Insel Schütt), Parkhaus Katharinenhof (Katharinengasse 14) und Parkhaus Nürnberger Akademie (Rosa-Luxemburg-Platz)

Ohrensausen

Podcasts erleben in Deutschland ihren zweiten Frühling. Warum drängen jetzt auch immer mehr Print- und Online-Redaktionen auf den Markt?

Von Senta Krasser

Laura Terberl hat bei der *Süddeutschen Zeitung* ein zweites Büro. Es liegt etwas abgetrennt im fünften Stock, hat kein Fenster und ist deshalb ziemlich dunkel. Und die Wände sind mit schwarzem Schaumstoff beklebt, weshalb es dort sehr ruhig ist. Hier, in diesem schallisolierten Audiostudio der SZ, nimmt Terberl, 28, seit November jede Woche eine neue halbstündige Folge von „Das Thema“ auf. Der Podcast gewährt Einblick, wie die Geschichten im Blatt entstehen. Und er liegt voll im Trend.

Was schon 2014 in den USA erstaunliche Blüten trieb mit der Krimi-Reportagereihe „Serial“ der Journalistin Sarah Koenig, erlebt nun auch hierzulande seinen zweiten Frühling: der Podcast. Er ist zum Kaffee im Pappbecher quasi der Content to Go, sofort verfügbar, meist kostenlos, überall hin mitzunehmen. Insbesondere Berufspendler ziehen die mal mehr oder weniger editierte und qualifizierte Laberei der zeitraubenden Lektüre



Laura Terberl
Foto: Daniel Hofer

von Achtsamkeits-Wälzern und News-Seiten vor. „Audio ist der Text der mobilen Generation“, hat das mal ein Chefredakteur formuliert. Und die Zahlen sprechen dafür: 36 Prozent der Podcast-Hörer haben 2017 gemäß Goldmedia ihren Konsum gegenüber dem Vorjahr gesteigert.

„Neue und unerhörte Ideen“

Das Sausen im Ohr nimmt zu, das Format kommt aus der Nische. Und in diese Nische drängen auffällig viele Journalisten – vielleicht weil Journalisten gerne reden? Während öffentlich-rechtliche Journalisten zum „Hören auf Abruf“-Boom schon länger Audio-Hits beitragen (zum Beispiel „Hintergrund“ von *Deutschlandfunk* seit 2013) und

das Podcasten auch proaktiv fördern wie der BR mit „Call for Podcast“, einem Wettbewerb „für neue und unerhörte Ideen“, suchen jetzt auch zunehmend Print- und Online-Redaktionen den Anschluss. So startete als eine der ersten Zeitungen überhaupt die *Rheinische Post* im Oktober 2016 den akustischen Nachrichtenüberblick „Aufwacher“. *Zeit Online* fragt seit September direkt aus dem Newsroom: „Was jetzt?“ *Spiegel Online* hat sich mit „Stimmenfang“ und Sascha Lobos „Debatten-Podcast“ so fest etabliert in den Download-Charts, dass man dort schon davon träumt, eine „Audio-Marke“ zu werden. Und was die Großen überregional können, versuchen auch die Kleinen im Hyperlokalen: Stefan Aigners Online-Zeitung *Regensburg digital* ist seit Juni mit „Der Feinsender“ auf Sendung.

Die *Süddeutsche* in der Bayern-Metropole München ist mit Verzögerung auf den Podcast-Zug aufgesprungen. Anfang November, zeitgleich zur Veröffentlichung der „Paradise Papers“, ging „Das Thema“ los. Die ersten sechs Folgen waren ausschließlich dem eigenen Recherche-Coups gewidmet: ausführliche Gespräche mit den Rechercheuren, die perfekt in die PR-Strategie der SZ-Papers eingebunden waren. Die Möglichkeit, „Leser-Blatt-Bindung aufzubauen“ und „im besten Fall auch Hörer zu erreichen, die noch kein SZ-Abo haben“, gibt „Thema“-Moderatorin Terberl als Hauptmotivation für den Podcast an. Andererseits könne man die Stärken der Zeitung „noch besser herausstellen“. Tag für Tag würden „so viele tolle Geschichten“ veröffentlicht. „Mit dem Podcast erzählen wir nun diese Geschichten neu und zeigen, welche Arbeit dahintersteckt.“

Die Arbeit am Podcast selbst ist, technisch betrachtet, überschaubar. Es braucht grundsätzlich nur Mikrofon und Schnittsoftware; Handys tun es im Notfall auch. „Das Thema“ ist denn auch mehr oder weniger eine One-

Woman-Show. Terberl, die als Videoredakteurin in der Entwicklungsredaktion angestellt ist, wurde Podcast-Moderatorin, weil sie als Co-Autorin der „Paradise Papers“ im Thema war und weil sie auf eine Moderatorenausbildung verweisen kann. Die Jungredakteurin bestimmt auch redaktionell den Podcast-Inhalt. Nach Lektüre der eigenen Zeitung

„Der Podcast soll nicht zu sehr Nabelschau sein, sondern in erster Linie unsere Arbeit transparent machen.“

Laura Terberl, *Süddeutsche Zeitung*

wählt sie „Das Thema“ aus und sucht sich in den Kollegenreihen den passenden Gesprächspartner aus. Wer nicht ins Studio an die Hultschiner Straße kommen kann, wird, wie etwa der Korrespondent in Washington, via Skype und Handy-Recorder zugeschaltet.

Regie und Produktion macht die Münchner Agentur ikone media, die auch den BR zu ihren Kunden zählt. Gemeinsam tüfteln sie aus, ob es mehr eingespielte O-Töne als „ear catcher“ braucht oder eine zweite Sprecherstimme. „Langfristig wollen wir die meiste Arbeit am Podcast selbst erledigen können und bemühen uns deshalb, Strukturen im Haus zu etablieren“, sagt Terberl. Auch lote man noch inhaltlich aus, wie viel die Leute wirklich wissen wollen über die Arbeit von Journalisten. „Der Podcast soll nicht zu sehr Nabelschau sein, sondern in erster Linie unsere Arbeit transparent machen.“

Emotionen und Bilder im Kopf

Der Aufbau von Podcast-Strukturen hat beim Zeitschriften-Multi Hubert Burda Media über die verlagseigene Journalistenschule begonnen. Dort lässt man die Schüler seit zwei Jahrgängen gezielt los auf die Entwicklung neuer digitaler Produkte, die zu den Burda-Marken passen. Podcasts, findet Schulleiter Nikolaus von der Decken, „sind gerade für junge Journalisten eine tolle Möglichkeit, Dinge wirklich in der Tiefe zu betrachten. Was man in einer halben Stunde erzählen und was man an Emotionen und Bildern im Kopf entstehen lassen kann – das ist einfach großartig.“



Der Podcast „Das Thema“ gewährt Einblick, wie die Geschichten in der *Süddeutschen Zeitung* entstehen.
Illustration: Dirk Schmidt

Eine Handvoll Online-Agenturen hat sich auf die Vermarktung von Podcasts spezialisiert, Thomas Ottersbach von Podvertise24 sagt auf Nachfrage: „Wer mit seinem Podcast eine Reichweite von mindestens fünf- bis zehntausend Downloads pro Folge aufgebaut hat, kann mittlerweile ganz gut Geld damit verdienen.“ Dabei gelte: Je spitzer und hochwertiger die Zielgruppe (also jung, urban, akademisch), desto höhere Werbepreise. Pro 1000 Abrufe seien bei Podcasts mit mehreren Zehntausend Downloads bis zu 180 Euro durchaus drin.

Wie Werbung ankommt

Podcast-Werbung gilt als besonders authentisch und glaubwürdig. Doch wie die Werbung beim Hörer ankommt, hänge stark vom Medium ab, sagt Ottersbach. Als die *Süddeutsche Zeitung* in ihren ersten „Das Thema“-Folgen die Moderatorin Reklame für eine Software-Firma sprechen ließ, kritisierten das einige Hörer als „journalistisch schwierig“.

Sandra Dittrich, die bei der Digitaltochter der SZ die Objektleitung Podcasts hat, sieht in dieser Art der Einbindung eines Werbepartners dagegen keine Probleme: „Wir halten unsere Hörerinnen und Hörer für so medienkompetent, dass ihnen klar ist, dass das keine Botschaften von uns sind, sondern von unseren Kunden.“ Da sich kostenlose Podcasts derzeit nur über eine entsprechende Werbervermarktung finanzieren ließen, wolle man weiterhin unterschiedliche Werbeformate austesten.

Werbefrei, aber nicht kostenlos sind jene Podcasts, die Audible im Abo für 9,95 Euro im Monat anbietet. Im digitalen Hörbuchregal der Amazon-Tochter finden sich journalistische Marken wie Heribert Prantl (SZ) und Bettina Rust (*Radioeins*). Bereits seit November rollt die frühere ZDF-Marke Nina Ruge im „*Bunte*-Gespräch“ den Roten Teppich für Promis aus. Ihre einstündigen Talks finden Niederschlag auch im gedruckten Heft. Es handle sich um einen Testlauf bis einschließlich April, der „neue Erkenntnisse im Zusammenhang mit dieser spannenden und zukunftssträchtigen Form des Storytellings ermöglicht“, lässt Burda mitteilen. Danach werde entschieden, über welche Kanäle *Bunte* künftig hörbar sein kann.

Die Podcast-Story hat also noch kein Ende. Ohrensauen inklusive.

Podcast-Expertise holte sich Burda aus den USA: Der Jeff-Jarvis-Jünger Felix Zeltner, ein deutscher Journalist mit Wohnort New York, unterrichtet regelmäßig in Offenburg. Außerdem beschäftigt die Journalistenschule einen professionellen Audio- und Videocutter. „Der Schnitt ist das A und O“, sagt von der Decken, „erst über den Schnitt entstehen journalistisch gute Audiobeiträge“. Als Daumenregel gebe man den Schülern mit: Denkt an den Weg, den jemand von zu Hause zur Arbeit braucht. Sprich: Fasst euch kurz, eine halbe Stunde reicht.

Das erfolgreichste Podcast-Projekt aus der Burda-Schule, „Oh, Baby!“, schaffte es im Mai 2017 in den iTunes-Podcast-Charts direkt auf Platz 1 und hält sich seither stabil in den Top 50 – was sicher in erster Linie dem Thema ge-

„Es muss eine Schnittstelle geben, mit der sich eine digitale Marke monetarisieren lässt.“

Nikolaus von der Decken, Burda

schuldet ist: Zwei junge Frauen reden über Sex. Die Idee dazu ist zwar nicht originell, schließlich verrenken sich die Model-Bloggerinnen Ines Anioli und Leila Lowfire bereits seit Juni 2016 im Podcast „Sexvergnügen“ so ungeniert verbal, dass sich mancher Kritiker am liebsten den Mund mit Domestos ausspülen würde. Burda hat indes nach dem eigenen Ersten Mal, nun ja, Blut geleckt.

Was interessiert unsere Zielgruppen? Wonach suchen sie im Netz? Was passt zu unse-

ren Marken? „Wir sind bei Burda dabei, genau das herauszufinden, und wollen das Thema Podcast entsprechend weiter ausbauen“, sagt von der Decken. Wichtig sei: „Es muss eine Schnittstelle geben, mit der sich eine digitale Marke monetarisieren lässt.“ Übersetzt: Ein Podcast muss auch Werbekunden anmachen. Bei „Oh, Baby!“ mit seinen inzwischen 60.000 Hörern pro Folge sei das gelungen, sagt der Schulleiter, „obwohl es immer hieß, das Thema Sex sei nicht vermarktbare, weil Werbekunden zurückzucken“.

Zu den „Oh, Baby!“-Werbekunden zählt Casper-Matratzen. Das Start-up aus den USA ist mit Podcast-Werbung großgeworden und

pflastert inzwischen gefühlt jeden dritten deutschen Podcast zu. Die Zugriffszahlen haben eben auch hier eine Größenordnung erreicht (mehrere Hunderttausend beim Podcast-Primus „Fest und Flauschig“!), die die Werbe-Industrie hellhörig macht. Und seit Apple – der Konzern bietet mit iTunes die größte Verteil-Plattform für Podcasts – jüngst offiziell bestätigt hat, was alle vermuteten, nämlich dass Podcast-Hörer zu 90 Prozent eine Episode bis zum Schluss durchhören und nur wenige die Werbung überspringen, spätestens seither ist klar: Podcasts sind ein ernst zu nehmendes Geschäftsmodell.

Noch mehr *Main-Post* in Franken

Die Mediengruppe kauft das *Haßfurter Tagblatt* und pachtet die Rhön Medien GmbH

Von Michaela Schneider

Und wieder nimmt die Zeitungskonzentration in Frankens Medienlandschaft zu: Zum 1. Januar hat die Mediengruppe Main-Post 100 Prozent der Anteile an der Haßfurter Tagblatt Verlag GmbH gekauft. Kooperiert hatten die Verlage schon lange: Seit 20 Jahren hatte die *Main-Post* den Mantel für das *Haßfurter Tagblatt* geliefert, außerdem wurde die Zeitung schon vor der Übernahme in Würzburg gedruckt. *Tagblatt*-Verleger Christoph Partsch hatte den Verkauf mit „zunehmend schwierigen Marktbedingungen“ begründet. Kartellrechtlich war der Kauf wohl genehmigt worden, weil mit dem *Fränkischen Tag* im Landkreis Haßberge noch eine weitere Zeitung erscheint.

Immerhin wurden sämtliche Mitarbeiter übernommen. Die würden sogar dringend benötigt, sagt David Brandstätter, Geschäftsführer der Mediengruppe Main-Post auf Nachfrage, weil Letztere bislang keinen einzigen Mitarbeiter in Haßfurt vor Ort hatte. Für die dortigen Leser werde das redaktionelle

Angebot deutlich umfangreicher, weil die Mantellieferung bislang nur Teile des überregionalen Angebots der *Main-Post* umfasst hatte.

Doch das ist nicht die einzige Veränderung in der unterfränkischen Zeitungswirtschaft. Auch die *Rhön- und Saalepost* in Bad Neustadt und der *Rhön- und Streubote* in Mellrichstadt sind noch enger an die *Main-Post* herangerückt. Schon seit einigen Jahren liefert diese den Mantel für die beiden Zeitungen. Die Redaktionen arbeiten allesamt mit dem gleichen Redaktionssystem. Auch gedruckt wird in Würzburg.

Im Herbst 2017 hatte nun zunächst die Rhön- und Saale-Post GmbH in Bad Neustadt die Rhön- und Streuboten GmbH in Mellrichstadt gekauft. Über den beiden Zeitungen steht seitdem als Verlagsdach die

Rhön Medien GmbH. Redaktionell hat man sich mit der Fusion neu aufgestellt. Zwar gibt es weiterhin zwei Redaktionen, aber künftig mit gemeinsamer Redaktionsleitung. Diese sitzt in Bad Neustadt, die Kollegen in Mellrichstadt sind ihr unterstellt.

Das aber war wohl nur ein vorbereitender Schritt, denn seit Jahresbeginn tritt die Mediengruppe Main-Post als Pächter der Rhön Medien GmbH auf. Ein Kauf der Rhön Medien GmbH durch die Medien-

„Die Rhön-Medien sind und bleiben auch weiterhin autonom in ihren Entscheidungen.“

David Brandstätter, Geschäftsführer der Mediengruppe Main-Post

gruppe Main-Post sei nach derzeit geltendem Kartellrecht nicht möglich, so Brandstätter. Aber: Dass gerade kleine und mittlere Tageszeitungsverlage von gravierenden Veränderungen in den Medienmärkten betroffen seien, habe den Gesetzgeber zu einer Liberalisierung des Pressekartellrechts veranlasst. Und die sieht vor: Zum Erhalt der Selbstständigkeit von Titeln und Redaktionen dürfen Verlage auf verlagswirtschaftlicher Ebene umfassend kooperieren.

Arbeitgeber der Redakteure bleibt Rhön-Medien GmbH

Dies sieht nun in der Rhön folgendermaßen aus: Die Mediengruppe Main-Post übernimmt den gesamten verlagswirtschaftlichen Geschäftsbereich, wie er bisher von der Rhön Medien GmbH selbst geführt wurde. Das Personal der Anzeigenabteilung, der Kundenberatung und der Vorstufe wurde von der *Main-Post* übernommen. Für Mitarbeiter der Vorstufe war das Übernahmeangebot allerdings damit verbunden, künftig nach Würzburg pendeln zu müssen. Fahrstrecke einfach 85 Kilometer.

Arbeitgeber der Redakteure bleibt dagegen die Rhön-Medien GmbH. „Die Herausgeberschaft für die Titel der Rhön Medien GmbH wie auch der Bestand der Redaktionen sowie die Verantwortung für die redaktionellen Inhalte der Titel wird von der



Die Mediengruppe Main-Post wird noch ein Stück größer.

Foto: Michaela Schneider

Kooperation in keiner Weise berührt. Die Rhön-Medien sind und bleiben insoweit auch weiterhin autonom in ihren Entscheidungen“, sagt Brandstätter.

Ob sich die Fusion tatsächlich auch mittelfristig nicht auf Zeitungsinhalte auswirkt, bleibt abzuwarten. Bestehende redaktionelle Verflechtungen der Häuser auf lokaler Ebene sind kein Geheimnis. So produziert die *Rhön- und Saalepost* im Landkreis Rhön-Grabfeld längst den Lokalsport für die *Main-Post*. Und: Schon vor einigen Jahren ist die Lokalredaktion der *Main-Post* in Bad Neustadt ins Gebäude der *Rhön- und Saalepost* gezogen. Die Kollegen arbeiten Tür an Tür.

„Als Gewerkschaft bezweifeln wir, dass diese Liberalisierung am Markt für die mediale Entwicklung positiv ist. Wir beobachten sehr genau, ob Pressevielfalt zum einen erhalten bleibt, zum anderen ob diese Liberalisierung nicht zu einer Dezimierung bei den Arbeitsplätzen führt“, sagt Michael Busch,

Vorsitzender des Bayerischen Journalisten-Verbandes.

Weitere Investition ins Würzburger Druckzentrum

Ausreichend Geld scheint bei der Mediengruppe Main-Post übrigens vorhanden für noch weitere Investitionen: Für eine Summe von rund 5,5 Millionen hatte das Medienhaus beim Würzburger Druckmaschinenhersteller Koenig & Bauer zwei neue Drucktürme fürs Druckzentrum auf dem Würzburger Heuchelhof bestellt. Brandstätter nannte die Investition im *Main-Post*-Artikel „ein klares Bekenntnis zur gedruckten Zeitung“. Geht es um Kooperationen und Besitzverhältnisse, darf man übrigens ein Weiteres nicht vergessen: Die Mediengruppe Main-Post GmbH befindet sich wiederum zu 100 Prozent im Besitz der Presse Druck- und Verlags GmbH Augsburg. Mehr zur Konzentration im bayerischen Zeitungsmarkt auch im *BJVreport 04/2017*.

Liberalisierung des Pressekartellrechts

Der Bundesrat hat die Änderung des Wettbewerbsrechts Ende März 2017 abgesegnet, was vor allem der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger begrüßte. VDZ-Präsident Stephan Holthoff-Pförtner stellte gegenüber der Deutschen Presse-Agentur heraus, dass die größten Kosten dann nicht mehr im nicht-journalistischen Bereich ausgegeben werden müssten. Das garantiere eine große Vielfalt von Zeitungen und Zeitschriften. Die Sorge der Gewerkschaften, dass die Liberalisierung des Kartellrechts zu einem Personalabbau führen könnte, dürfte allerdings nicht unbegründet sein. Und ob Verlage, die sich unter anderem noch stärker gemeinsam vermarkten, tatsächlich nicht auch auf journalistischer Ebene näher zusammenrücken, muss wohl die Praxis zeigen.

WEITERBILDUNG VON JOURNALISTEN FÜR JOURNALISTEN



Ausgewählte Veranstaltungen des bpb-Lokaljournalistenprogramms 2018

- ▶ **Modellseminar:** „Rock das Rathaus – So beherrschen Lokaljournalisten den heißen Tanz mit Populisten, Politikern und Publikum“ vom 16. bis 20. April 2018 in Augsburg
- ▶ **24. Forum Lokaljournalismus:** „Weil es um alles geht. Lokaljournalismus ist Zukunft.“ – Themen, Köpfe, Ideen – vom 20. bis 22. Juni 2018 in Nürnberg
- ▶ **Redaktionskonferenz:** „Von Mossul nach Bad Mergentheim – Wie Flüchtlinge im Lokalteil ankommen“ vom 02. bis 04. Mai 2018 in Tutzing
- ▶ **Redaktionskonferenz:** „Lokalsport neu erfinden“ vom 17. bis 19. September 2018 in Mainz

Zu allen Veranstaltungen gibt es Live-Berichte unter www.drehscheibe.org/blog

Alle Veranstaltungen, Publikationen und Angebote unter: www.bpb.de/gesellschaft/medien/lokaljournalistenprogramm und www.drehscheibe.org



Künstliche Intelligenz kann den Menschen nicht ersetzen

Ein Gespräch mit dem Technologie-Philosophen Sharad Gandhi

Von Maria Goblirsch

Werden wir eines Tages zu Sklaven der künstlichen Intelligenz und schaffen wir uns selbst ab? Oder könnte deren Einsatz den journalistischen Beruf zwar verändern, aber auch attraktiver gestalten? Darüber gehen die Meinungen weit auseinander. Einer, der sich intensiv mit dem Thema beschäftigt, ist der Physiker Sharad Gandhi. Der Bezirksverband München – Oberbayern des BJV hatte im Rahmen seines Neujahresempfangs zu einer Diskussionsrunde in den Münchner Presseclub eingeladen und gefragt: „Künstliche Intelligenz – eine Chance für den Journalismus?“

Sharad, wir sitzen uns heute Face to Face gegenüber. Können Sie sich vorstellen, in einigen Jahren von einem Roboter-Journalisten interviewt zu werden?

Sharad Gandhi: Warum nicht? Dazu braucht man keinen Roboter, sondern nur künstliche Intelligenz. Bei ersten Experimenten führten zwei Psychologen, ein künstlicher und einer aus Fleisch und Blut, ein Gespräch mit einem Patienten. Der konnte am Ende nicht feststellen, wer der echte war. Heute ist es möglich, dass künstliche Intelligenz vernünftige Fragen stellt und, basierend auf den Antworten, ein Interview wie ein Journalist führt. Aber es ist viel schöner, von Menschen interviewt zu werden, weil man Feedback bekommt und ein Gefühl hat, wie eine Antwort ankommt, ob noch etwas unklar ist.

Zur Person

Sharad Gandhi wurde in Mumbai/Indien geboren. Er studierte Physik und Electronic Engineering und arbeitete als Ingenieur in Indien, in den USA und in Europa sowie im Marketing bei internationalen Unternehmen wie Siemens, Intel und Tata. Er versteht sich als Elektronik-Philosoph. Gandhi ist Mitautor des 2017 erschienenen Buches „AI & U: Translating Artificial Intelligence into Business“.

Eine Maschine ist also wirklich intelligent?

Ja, absolut. Es ist aber auch wichtig zu verstehen, was wir mit dem Wort Intelligenz meinen. Der erste Schritt zur Intelligenz ist Lernfähigkeit. Ohne Lernen gibt es keine Intelligenz. Es ist heute möglich, einem System beizubringen, gewisse Muster und Charakteristika in Daten zu erkennen und selbstständig festzustellen, welche Beispiele welches Ergebnis liefern. Diese Mustererkennung ist die Grundfähigkeit jeder Form von künstlicher Intelligenz.

Wie funktioniert dieses Lernen?

Die Maschine wird dazu mit Millionen von validierten Beispielen gefüttert. Sie kann dann von alleine lernen, was die Merkmale dafür sind, dass beispielsweise eine Nachricht eine Fake News ist oder nicht. Denn eine Fake News hat bestimmte Muster. In welchen Medien erscheint sie? Von wem kommt sie? Wie häufig wird sie weiterverbreitet? Und so weiter. Dazu braucht es eine sehr hohe Rechnerleistung, die heute verfügbar geworden ist.

Medien nutzen die neuen Tools zur automatischen Textgenerierung ...

Das klappt schon gut bei allen Arten von Kurznachrichten, bei Blogs und in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter. Ein Journalist formuliert am Anfang die ursprünglichen Informationsmodule und gibt sie ins System ein. Die künstliche Intelligenz sucht sich die Module aus, die gerade notwendig sind in der konkreten Situation, bringt sie zusammen und bastelt daraus eine kurze Nachricht. Bei Live-Events, wo sich Ergebnisse ständig ändern, wie bei Wahlen oder Sportveranstaltungen ist das ein großer Vorteil. Bestimmte Informationen sind vom Menschen vorgegeben. Das System erkennt beispielsweise den Spielernamen, ein neues Tor und verknüpft beides. Das geschieht automatisch und sehr schnell. Der Knackpunkt dabei ist nicht, die Maschine mit möglichst

vielen Informationen zu füttern, sondern diese richtig zu verknüpfen.

Wie profitieren die Redaktionen davon?

Wenn ich gewisse Dinge automatisieren kann, erreiche ich höhere Stückzahlen, verbessere Produkte oder kann eine Zielgruppe genauer ansprechen. Das ist in den Medien nicht anders. Der *Washington Post* etwa gelang es durch den Einsatz von Systemen der künstlichen Intelligenz, dem Tool „Heliograf“, Leserzahlen deutlich zu steigern. Sie programmierten mehrere „Heliografen“ auf unterschiedliche lokale Wahlaktionen und konnten viel detailliertere Inhalte erstellen.

Künstliche Intelligenz kann missbraucht werden ...

Nachrichten verbreiten, um Meinungen zu manipulieren und Macht auszuüben, kann auch der Mensch. Neu ist, dass das mit den neuen Tools jetzt sehr viel einfacher geworden ist. Künstliche Intelligenz formuliert nicht nur blitzschnell aktualisierte Nachrichten, sondern übernimmt auch die Entscheidung, in welchen Medien diese am besten eingesetzt und welche Zielgruppe angesprochen werden soll.

Ersetzt uns der Roboterjournalist in Kürze?

Das glaube ich nicht. Ein guter Journalist wird durch künstliche Intelligenz keine Probleme, sondern neue Chancen haben. Er ist kreativ, hat Humor, verwendet Analogien, Analysen und Interviews. Er kann Bilder und Modelle entwerfen, nach dem „Warum“ von Ereignissen fragen. Das alles kann künstliche Intelligenz heute noch nicht. Nachteile mag die künstliche Intelligenz für Menschen bringen, die nur schablonenhaft denken und arbeiten. Routinemäßiges Arbeiten kann jetzt besser und billiger von Maschinen erledigt werden.

Artikel zum Neujahresempfang und der Diskussionsrunde unter bjvlink.de/ki.



Sharad Gandhi
Foto: Maria Goblirsch

Bäßerwisser gesucht!

Gehören Sie auch zu denjenigen, die innerlich aufgeregt feststellen, dass der BJV-Chef offensichtlich des Deutschen nicht mächtig ist? Nicht schlimm – ist ja irgendwie eine Berufskrankheit. Die ist per se auch nicht schlecht, arbeiten wir doch tagtäglich mit dem vermeintlich geschliffenen Wort.

Etwas aber finde ich in diesem Zusammenhang schon bedenklich. Innermedial gibt es eine wachsende Gruppe der Wort- und Satzverbesserer. Es vergeht kein Tag, an dem in den sozialen Kanälen in den Unweiten des digitalen Netzes Kolleginnen und Kollegen nicht verbessert werden. Es geht nicht um das Veröffentlichen von Stilblüten. Die gab es schon immer und wird es auch immer geben. „Sie standen an den Hängen und Pisten“ ist mehr als einen Lacher wert und offeriert einen herrlich menschlichen Journalismus. Es geht um das Vorführen bei Fehlern, das ich bedenklich finde.

Mich hat die Reaktion der Zunft auf eine Kollegin erschüttert, die in einem Kommentar zu einem Hardware-Virus unglücklicherweise über das Design eines Prozessors fabulierte, statt den Kern der Sache zu treffen. Kommentare, die unter der Gürtellinie waren, füllten die Kommentatorenleisten bei Facebook und Twitter. „Mädchen, bleib bei Deinen Leisten“ und „Hast Du den richtigen Beruf?“ waren die noch harmloseren Äußerungen. Unter jenen Menschen, die sich da despektierlich äußerten, waren Dutzende von Kollegen dabei. Fehlerlose Kollegen. Muss man meinen.

Mit dem inhaltlichen und ursprünglichen Problem, nämlich der Gefahr durch diesen neuartigen Virus, beschäftigte sich allerdings fast niemand. Wäre vermutlich auch zu kompliziert gewesen. Die Fachjournalisten, die sich dem Chip widmeten, ignorierten wiederum den Fehler der Kollegin. Das war ihnen nicht mal eine Meldung wert.

Ich frage mich, welche Freude man dabei empfinden kann, wenn man als journalisti-

scher Oberlehrer Kollegen vor Kollegen und dem Rest der Welt vorführt.

Gleiches sehe ich übrigens bei der Sammlung „Floskelwolke“. Diese wird anscheinend erst spannend, wenn sie möglichst breitgestreute Schadenfreude erzeugt. Die selbsternannten Sprachpolizisten erklären, was der Einzelne an Worten nutzen darf. „Das Wort ist frei“, hieß es mal. Das hat so nicht mehr Bestand. Nicht die

Leser und Zuschauer bewerten die Sprache, die Kollegen sind die echten Aufpasser.

Ja, es gibt Floskeln, die wehtun. Dann wäre es aber sinnvoller, wenn diejenigen, die selbige sammeln und veröffentlichen, gut beraten die Verlage und Rundfunkanstalten angingen. „Eine Investition in Wissen bringt immer noch die besten Zinsen“, könnten sie den Verantwortlichen zurufen. Das ist zu sehr Floskel? Gut, dann geht das nicht.

Mal Hand aufs Herz (stimmt denn dieses Bild jetzt?): Wäre nicht der menschlichere und kollegialere Weg, den Kollegen mal auf die Seite zu nehmen und ihm mitzuteilen, dass Sprache mehr als eine Plattitüde ist, dass Floskeln nicht immer angebracht sind, dass Fehler im Schriftbild kein Beinbruch sind, aber eine geknickte Visitenkarte des Journalisten?

„Besserwisser kann keiner leiden“, sagt der Volksmund. Bäßerwisser auch nicht.



Michael Busch
ist Vorsitzender des Bayerischen Journalisten-Verbands

Foto: Günter Distler

Spitzen gegen Brüssel

FG Chancengleichheit nimmt Serviceabkommen TiSA unter die Lupe

Wenn der Papa endlich mal wieder den Tiefkühlschrank abtaut, kommen am nächsten Tag plötzlich Speisen auf den Tisch, auf die niemand in der Familie scharf ist – aufgewärmte Zeugnisse seiner gescheiterten Ambitionen am Herd. Auch viele Polit-Köche werfen ungern den Brei weg, der ihnen viel Arbeit gemacht und dann keinem geschmeckt hat. So liegt der Entwurf für das Dienstleistungsabkommen TiSA (Trade in Services Agreement) seit der Wahl Donald Trumps auf Eis.

Vertragspaket zum Abnicken?

Voriges Jahr gab es zwar noch eine Ministerkonferenz auf Ebene der Welthandelsorganisation WTO. „Man hat sich darauf geeinigt, dass man sich nicht einig ist“, sagt der CSU-Europa-Abgeordnete Markus Ferber. Er sieht die Sache gelassen. Seine Kolleginnen Maria

Noichl von der Bayern-SPD und Monika Vana von den österreichischen Grünen fürchten allerdings, dass sie das für sie ungenießbare Vertragspaket doch noch zum Abnicken vorgesetzt bekommen. Sie sorgen sich insbesondere um die Folgen für Frauen, da diese in den Dienstleistungsberufen dominieren.

Deshalb lud die BJV-Fachgruppe Chancengleichheit die drei Mitglieder des Europäischen Parlaments zum Streitgespräch in den Münchener Presseclub ein. Mit auf dem Podium: Alexander Hagelüken, leitender Wirtschaftsredakteur und früherer Brüssel-Korrespondent der *Süddeutschen Zeitung*, und Ulrich Mössner, Attac-Aktivist und Autor des Buchs „Das Ende der Gier“.

Kritik an Geheimniskrämerei

„Fühlen Sie sich gut informiert?“, fragte Moderatorin Sabine Neumann. „Wir haben keinen einzigen Text offiziell bekommen“, schimpfte Vana, „nicht die Texte der anderen Länder, keine Verhandlungsergebnisse.“ Auch Noichl und Mössner wetterten über die von ACTA, CETA und TTIP bekannte Geheimniskrämerei der Europäischen Kommission. Ferber macht sich in Berlin schlau: „Das Bundeswirtschaftsministerium informiert gut, wenn man fragt.“

Vom Transparenzdefizit kam die Runde nicht mehr los. Hagelüken dachte den Gedanken weiter: Es gab Leaks, aber wer liest das alles? „Als die EU-Positionen ins Netz gestellt wurden“, so der SZ-Kollege, „sind die Server nicht zusammengebrochen.“

Ulf J. Froitzheim



Debatte über Geheimniskrämerei: MdEP Ferber, Noichl und Vana (3. v. r.), Moderatorin Neumann (3. v. l.), Autoren Hagelüken und Mössner, Hanna Henigin (BJV). Foto: Ulf J. Froitzheim

Felsen in der BJV-Brandung

Mitarbeiterinnen geehrt

Der BJV hat seit 1. Februar eine Hochschulbeauftragte. **Anette Kolb**, feste freie Mitarbeiterin beim BR-Fernsehen, pflegt den Kontakt zu den Ausbildungseinrichtungen und wirbt bei Studenten und Absolventen um Interesse für den BJV. Im intensiven Gespräch mit jungen Kollegen stand sie bereits im Oktober bei den Münchner Medientagen und im November bei den Jugendmedientagen. Wir stellen Anette Kolb in der nächsten Ausgabe des *BJVreport* ausführlich vor.



Anette Kolb
Foto: Maria Goblirsch



Waltraud Paul
Foto: Maria Goblirsch

Mit Blumen und Prosecco wurden in der Münchner BJV-Geschäftsstelle Anfang des Jahres zwei verdiente Mitarbeiterinnen gefeiert. **Waltraud Paul** und ihr warmes Bayerisch kennt jeder, der sich für eine Aufnahme in den Verband oder den Presseausweis interessiert. Seit 25 Jahren bearbeitet sie die Mitgliederkartei – und hat sich dabei einige Stressresistenz erworben.

Viel länger, nämlich schon 43 Jahre, steht **Monika Schulz** im Dienst des BJV. Sie ist der Fels in der Brandung, der ruhende Pol und die Diskretion in Person. Zusammen mit Frauke Ancker trat die Buchhalterin 1975 in der Geschäftsstelle an, sah viele Kolleginnen kommen und gehen – und hat sie alle eingearbeitet. Dafür sagte Vorsitzender Michael Busch ein herzliches Dankeschön. (ak)



Monika Schulz
Foto: Maria Goblirsch

Ortsverband Regensburg geht in die Pause

Zweimal wurde zur Neuwahl geladen. Doch bei beiden Terminen fanden sich zu wenige BJV-Mitglieder ein, die den Ortsverband Regensburg aktiv voranbringen wollen. Deshalb wurde er nun ruhend gestellt.

Michael Busch

Der Vorstand unterwegs

Fließend war der Übergang von 2017 auf 2018. Lediglich die Woche „zwischen den Jahren“ war für den Vorstand mal „BJV-frei“. Davor und danach fuhren Mitglieder des Vorstandes zum Beispiel zur Jahresversammlung des Bezirkes Niederbayern – Oberpfalz und zur Ortsverbandssitzung in Regensburg. Dort wurde der Verband in einen „Dornröschenschlaf“ versetzt, da zu wenig Interessierte den dortigen Ortsverband weiterleiten wollten.

Auf DJV-Ebene wurde in einer Sondersitzung bereits Anfang Januar über Planungen über tiefgehende Veränderungen im Verband gesprochen. Die Ausstellung Pressefoto Bayern wurde im Ansbacher Brücken-Center eröffnet, es gab diverse Arbeitsgruppensitzungen, unter anderen zu den Themen Satzungsänderung und Medienkompetenz. Also: Alles in allem ein ruhiger Start in ein spannendes 2018.



Das neue Vorstandsquintett in Augsburg – Schwaben (von links): Alois Knoller, Ulf Vogler, Miriam Leunissen, Stefan Puchner und Sepp Steinbrenner.

Foto: Annette Zoepf

Neues Vorstandsquintett

Miriam Leunissen leitet Ortsverband Augsburg – Schwaben

Bei ihrer Jahresversammlung wählten die Mitglieder des Bezirksverbands Augsburg – Schwaben einen neuen Vorstand. Der bisherige, kommissarisch berufene Vorstand Sepp Steinbrenner leitete die Versammlung im Augsburger Presseclub. Bei der Wahl zum Vorsitz des Bezirksverbandes stimmten die Mitglieder mit fünf zu vier Stimmen für die freie Text- und PR-Journalistin Miriam Leunissen. Ihren Gegenkandidaten, den *dpa*-Korrespondenten Ulf Vogler, und den freien Fotografen Stefan Puchner bestimmten die

Teilnehmer der Mitgliederversammlung als Stellvertreter der neuen Vorsitzenden. Alois Knoller, Redakteur bei der *Augsburger Allgemeinen*, und der freie Journalist Sepp Steinbrenner fungieren als Beisitzer im neuen Vorstand.

Die Neugewählten wollen den schwäbischen Mitgliedern in Zukunft unter anderem Besuche bei Einrichtungen und Betrieben im Bezirk anbieten. Mehr zur Mitgliederversammlung unter bjvlink.de/augsburg2018.

Annette Zoepf

DJV will 4,5 Prozent für Redakteure

Start der Tarifverhandlungen

Die erste Runde der Tarifverhandlungen für rund 13.000 Journalisten an Tageszeitungen endete am 30. Januar ohne ein Angebot der Zeitungserleger. Der DJV war mit der Forderung nach einer Einkommenssteigerung von 4,5 Prozent für Redakteure und feste Freie in die Gespräche mit dem Bundesverband Deutscher Zeitungserleger (BDZV) gegangen. Außerdem fordert der DJV 200 Euro mehr für Volontäre und Jungredakteure.

Als Mitglied der Tarifkommission kämpft Wolfgang Grebenhof, Vorsitzender der Fachgruppe Print im BJV und stellvertretender DJV-Bundesvorsitzender, in den Verhandlungen für mehr Wertschätzung, was sich auch in Euro und Cent ausdrücken soll. „Spannend, abwechslungsreich, fordernd ist das Journalistenhandwerk nach wie vor. Lukrativ ist es nicht mehr. Ein Traumberuf ist von Verlegern konsequent kaputtgespart worden“, kritisiert er. Auf der einen Seite sei der Druck in den Redaktionen stetig gewachsen. Personalabbau und zusätzliche Digital-Aufgaben verträgen sich nun mal nicht gut. Auf der anderen Seite seien die tariflichen Rahmenbedingungen Zug um Zug schlechter geworden. Die nächste Verhandlungsrunde ist für den 20. Februar geplant. (mgo)

„Lichtbildner des Zeitgeschehens“

70 der besten bayerischen Pressefotos des Jahres 2017 waren jetzt im Brücken-Center Ansbach zu sehen. Geschäftsführer Andreas Schmid zeigte sich erfreut, dass Ansbach nach dem Bayerischen Landtag die erste Station der Wanderausstellung „Pressefoto Bayern“ im Jahr 2018 sei. „Es sind keine Studioaufnahmen, keine gestellten Bilder, die das gute Pressefoto ausmachen“, sagte der BJV-Vorsitzende Michael Busch bei der Eröffnung.

Es seien vielmehr ein geschultes Auge, die perfekte Beherrschung der Technik und das Wissen um einen guten Journalismus, die den Unterschied zum Laien ausmachten. „Als Lichtbildner des Zeitgeschehens tragen Pressefotografen aber auch eine große Verantwort-



Zu sehen im Ansbacher Brückencenter: die besten Pressefotos des Jahres 2017. Foto: Maria Goblirsch

ung, weil sie damit Wahrheiten in die Öffentlichkeit tragen“, sagte Busch. Nach Ansbach macht die Ausstellung am Flughafen

München Station vom 1. März bis 26. April. Mehr zu Ansbach unter bjvlink.de/pressefoto-ansbach. (mgo)

„Gehört wird man als Gruppe“

DJS-Schüler Tarek Barkouni erhält Stipendium des BJV

Von *Michaela Schneider*

Er ließ sich schon während des Studiums zwei Semester beurlauben, um als Chefredakteur einer Studentenzeitschrift zu arbeiten. Und er will mit seiner journalistischen Arbeit auch in Zukunft Diskussionen anstoßen und zur Meinungsbildung beitragen. Das Sozialwerk des Bayerischen Journalistenverbandes wird den DJS-Schüler Tarek Barkouni nun für ein Jahr mit einem Stipendium unterstützen. Der 29-jährige Wuppertaler hat in Jena Soziologie und Politikwissenschaft studiert, auf den Bachelorabschluss folgte der Masterstudiengang „Öffentliche Kommunikation“. Seit Oktober 2017 ist Barkouni Schüler an der Deutschen Journalistenschule in München.

Wann ging's bei Ihnen los mit dem Journalismus?

Tarek Barkouni: Ich habe schon im Oktober 2010 angefangen, bei der Unizeitung „Akrützel“ der Universität Jena mitzuarbeiten. Sie hat eine Auflage von 4500, erscheint alle zwei Wochen mit einem Umfang von 20 Seiten und ist eine der größten und ältesten Universitätszeitungen im deutschsprachigen Raum. Ich erinnere mich noch an meinen

ersten Artikel, das war eine kurze Meldung über die Spaltung einer Fachschaft. Der Artikel ist relativ breit zitiert und verwendet worden, um den Schritt zu begründen. Fasziniert hat mich damals, dass man als Journalist sofort sehr ernst genommen wird und dass die Arbeit durchaus Veränderungen mit sich bringen kann. Mir war dadurch schnell bewusst, wie wichtig die journalistische Arbeit für die Diskussion in der Gesamtgesellschaft oder auch in Teilöffentlichkeiten ist.

2015 sind Sie zum Chefredakteur von Akrützel aufgestiegen. Wie bringt man so eine Aufgabe mit dem Studium unter einen Hut?

In Deutschland ist das, soweit ich weiß, einmalig: Der Chefredakteur von *Akrützel* beurlaubt sich für zwei Semester und bekommt in dieser Zeit ein Gehalt, das in etwa dem BAföG angeglichen ist. Man ist nicht nur Chefredakteur, sondern auch Textchef, Chef vom Dienst – man macht ganz einfach alles in einer Person.

Eine tolle praktische Schule fürs spätere Berufsleben!

Auf jeden Fall, dadurch lernt man alle Kernstrukturen einer Redaktion sehr gut kennen und trainiert gleichzeitig, mit Menschen zu arbeiten. Die Schwierigkeit ist, dass eben nur der Chefredakteur bezahlt wird, alles andere geschieht auf ehrenamtlicher Ebene. Das macht gelegentlich mehr Motivation nötig und hat die Arbeit zum Teil erschwert, weil Sanktionsmöglichkeiten gefehlt haben. Mitgenommen habe ich für mich das Selbstbewusstsein, dass das, was ich mache, gut ist, und dass ich mich selber so organisieren kann, dass meine Arbeit meinen Ansprüchen genügt.

Da haben Sie doch eigentlich schon ganz schön viel Berufserfahrung inzwischen ... Warum wollen Sie trotzdem weiterlernen an der Deutschen Journalistenschule in München?

Die DJS ist für mich die Königsschule. Bei *Akrützel* habe ich mir viel Wissen selbst an-

geeignet. Ich habe Bücher gelesen, ich habe im Internet recherchiert, ich habe InDesign gelernt. Das alles kann ich an der DJS noch mal durch Lehrer mit viel größerem Wissen und ganz anderen Erfahrungen vertiefen und mich unter Anleitung verbessern. Bisher bin ich ja eher Printjournalist und freue mich tierisch darauf, dass ich Reportagen unter Anleitung schreiben lerne, die ja gerne als die Königsklasse des Journalismus beschrieben werden. Aber ich bin sehr gespannt, auch mal Radio und Fernsehen zu machen. Ich freue mich darauf, mit netten Menschen zusammenzuarbeiten, die mindestens genauso motiviert sind wie ich. Außerdem glaube ich, dass die Kontakte, die man über die DJS knüpft, später weiterhelfen.

Sie sagen, München gefällt Ihnen, aber einigermaßen verzweifelt waren Sie über die hiesigen Wohnungspreise. Da kam vermutlich das Stipendium des BJV gelegen ...

Das Stipendium hat mich ein Stück weit gerettet und gibt mir auch Motivation, weil ich nicht mehr dauernd an die Miete denken muss und mich auf meine journalistische Arbeit konzentrieren kann. Aber es hat mich vor allem auch gefreut, dass ich den Ansprüchen des Journalistenverbandes genüge.

Schon als Student waren Sie Mitglied im DJV Thüringen. Warum ist Ihnen die Verbandsarbeit wichtig?

Ich habe mich mit vielen Journalisten immer wieder über das Thema Bezahlung unterhalten. Es geht darum, ein Gegengewicht zu den Verlagen zu bilden. Dass Verlage Ausgaben gering halten wollen auf Kosten der Qualität kann man als Einzelner kritisieren. Aber gehört wird man als Gruppe.

Und wo soll es beruflich hingehen bei Ihnen?

Als Jugendlicher habe ich davon geträumt, als Auslandsreporter in Krisengebieten zu arbeiten. Heute, mit etwas Abstand betrachtet, sehe ich mich in der Politikberichterstattung.



Erhält ein Stipendium des BJV: DJS-Schüler Tarek Barkouni.

Foto: David Pierce-Brill



Im Congress Centrum Würzburg werden am 24. März Bayerns Journalisten tagen.

Foto: Stefan Gregor

In Würzburg bricht die Zeit der Reformen an

Der Bayerische Journalistentag 2018 hält einige Neuerungen parat

Von Alois Knoller

Der Journalismus verändert sich tiefgreifend, die Medienbranche baut sich gewaltig um und auch im Bayerischen Journalisten-Verband bricht die Zeit der Reformen an. Darüber wird die Mitgliederversammlung am Samstag, 24. März, ab 10.30 Uhr in Würzburg ausgiebig debattieren. Ein paar Neuerungen schlagen sich schon im Ablauf des Journalistentags im Congress Centrum nieder. Die lichtdurchfluteten Räume liegen direkt am Main mit Blick auf die Altstadt.

Was einige Landesverbände bereits vorgebracht haben, probiert der BJV jetzt auch aus. Der Bunte Abend wird vorverlegt und findet als fränkische Weinprobe bei Käse, Wurst und Brot als Auftakt am 23. März bei der Hofkellerei Würzburg im Gewölbekeller der Residenz statt. Der BJV-Vorsitzende Michael Busch setzt hoffnungsvoll darauf, dass es sich nach solch einem zwanglosen Austausch gut tagen lässt. Schon weil sich der Journalistentag nicht dem zeitlichen Korsett unterwerfen muss, zu einer bestimmten Stunde fertig zu sein.

Statt Kleinstaaterei Kooperation der Landesverbände

Luft zu einer ausgiebigen Beratung der eigenen Angelegenheiten schafft zusätzlich der Beginn ohne ein klassisches Impulsreferat. Kühn klingen die Vorstellungen für eine Strukturreform des gesamten Deutschen Journalisten-Verbands schon, die Michael Busch auf der Mitgliederversammlung vortragen wird. An die Stelle ausgeprägter Klein-

staaterei soll zukünftig die Kooperation der einzelnen Landesverbände miteinander treten. Natürlich vor dem Hintergrund, dass der DJV Kosten einsparen muss. Aber auch die Überlegung, dass in bestimmten Landesverbänden schon jetzt gewisse Aufgaben intensiv bearbeitet werden, spielte eine Rolle. So hat der BJV hervorragende internationale Kontakte vorzuweisen und leistet ein sehr reges Europa-Engagement, das auch die komplizierten Rechtsfragen des Mediensektors und Urheberrechts auf EU-Ebene einschließt.

Für Bayern würde es zum Beispiel um eine engere Zusammenarbeit mit Baden-Württemberg gehen. „Die beiden Geschäftsstellen mit ihrem vor allem juristischen Service werden mit Sicherheit erhalten bleiben, doch auf Gremiensitzungen würde eventuell nur noch ein Vertreter fahren“, erläutert Michael Busch die Vorstellungen des Bundes. Möglich wäre aber auch, dass jeder der neuen Verbände einen DJV-Referenten stellt, der möglichst in deren Stärkenprofil passt. Bildungsveranstaltungen werden künftig vom Landesverband organisiert.

Parallel dazu wird sich der Bayerische Journalistentag 2018 mit notwendigen Satzungsänderungen beschäftigen. In weiten Teilen sei die BJV-Satzung sehr in die Jahre gekommen, moderne Entwicklungen und Kommunikationswege sind kaum berücksichtigt. So spart jede Aussendung der Geschäftsstelle per Mail 5000 bis 7000 Euro an Porto. Die Anpassung soll in zwei Schritten

erfolgen: 2018 geht es vor allem um die Wahl des Vorstands und um die Gremien und 2019 soll der Rest folgen.

So soll es künftig bei den Wahlen des geschäftsführenden Vorstandes nicht mehr möglich sein, in einem zweiten Wahlgang mit weniger als 25 Prozent der abgegebenen Stimmen ein Amt zu erhalten. „Ein wenig Rückhalt sollten die Verantwortlichen schon haben, bisher hätte zur Wahl im zweiten Gang die eigene Stimme gereicht, um dieses zu besetzen – eigentlich absurd“, so Busch. Ein Teil der Führungsverantwortung soll künftig nach unten verlagert werden.

Die Details der Satzungsreform hat eine Kommission mit Michael Busch, Daniela Albrecht, Dennis Amour, Maria Goblirsch, Ulf J. Froitzheim, Klaus Reindl, Jürgen Dennerlohr und Michael Helmerich vorberaten. Ein Vereinsrechtler wird sie noch begutachten, ehe sie zur Abstimmung gelangen. Die Teile, die zur Verabschiedung auf der Würzburger Mitgliederversammlung vorgesehen sind, stehen zur Einsicht auf der BJV-Homepage.

Auf ein Partnerprogramm wird, wie schon in den Vorjahren, verzichtet. Die Stadt Würzburg bietet zahlreiche touristische Ziele zur individuellen Erkundung an. Ein Zimmerkontingent wird reserviert. Die Straßenbahn verkehrt vom Hauptbahnhof direkt bis zum Congress Centrum.

Details zum Programm, der Haushalt 2018 und zu verabschiedende Anträge stehen auf der BJV-Website unter bjv.de/bjv18.

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.

Täglicher Hürdenlauf

Mit Daniela Albrecht hat der BJV seit Jahresbeginn eine Behindertenbeauftragte

Von *Michaela Schneider*

Als Behinderte sei sie im Journalismus leider immer noch ein Exot, sagt Daniela Albrecht. Im Herbst 2014 war bei der stellvertretenden BJV-Vorsitzenden eine schwere Augenkrankheit diagnostiziert worden, die ihr ohnehin schlechtes Sehvermögen weiter stark verminderte. Zwei Operationen folgten. Seit Februar 2016 ist die mittlerweile 41-Jährige offiziell schwerbehindert. Im Interview erzählt sie über ihren eigenen Arbeitsalltag und spricht über ihre Motivation, künftig als Behindertenbeauftragte des BJV die Interessen von Kollegen zu vertreten.

Was bedeutet eine Sehbehinderung für Dich als Lokaljournalistin beim Viechtacher Bayerwald-Boten?

Daniela Albrecht: Ich darf wegen der Sehbehinderung nicht mehr Auto fahren. Das ist als Lokaljournalistin auf dem Land eine brutale Einschränkung und bedeutet viel Organisation. Auch brauche ich Hilfsmittel, um meine Arbeit so ausführen zu können, dass mein Arbeitgeber und ich zufrieden sind. Ich habe zum Beispiel den größten Monitor im Team, weil ich sonst nichts lesen könnte. Es sind täglich viele Hürden zu übersteigen, will man seinen Traumjob weiter ausüben. Als Behinderter bist Du im Journalismus leider ein Exot. Ich weiß, dass sich viele Verlage und Sender lieber freikaufen, als Mitarbeiter mit Behinderung einzustellen.

Wie habt Ihr Euch intern organisiert?

Ich arbeite in einer kleinen Redaktion mit drei Lokalredakteuren, einem Volontär und einer Redaktionsassistentin. Wir haben uns so organisiert, dass meine Sehbehinderung nach außen kein Problem darstellt. Ich bin vor allem in der Kernstadt Viechtach aktiv und übernehme Termine, die ich zu Fuß oder mit dem Radl erreichen kann. Bei Unfällen oder Bränden rücken die Kollegen aus.

Warum sagt der Vorstand des BJV: Der Verband braucht eine Behindertenbeauftragte?

Ich merkte: Zu den täglichen Hürden kommt viel Unwissenheit hinzu – bei einem



Die Behindertenbeauftragte des BJV Daniela Albrecht.

Foto: Günter Distler

selber wie bei Kollegen in der Redaktion. Ich bin überzeugt: Vielen anderen geht es ähnlich. Vernetzt man sich, kommt man gemeinsam vielleicht schneller voran. Ich will versuchen, ein Team zu akquirieren mit Leuten, denen es ähnlich geht wie mir.

Wie viele Menschen mit Behinderung arbeiten denn im Journalismus? Gibt es Zahlen?

Leider nicht. Ich habe versucht, mich umzuhören. Aber schon in meinem eigenen Konzern ist die Recherche schwierig. Du musst Dich ja – Gott sei Dank! – nicht outen im Betrieb. Wärest Du gemarkert als „der oder die mit Behinderung“, wäre der Arbeitsalltag vielleicht noch schwieriger. Gleichzeitig ist es dadurch kompliziert, Zugang zu Kollegen zu finden. Meine Hoffnung ist, dass sich möglichst viele Kollegen an mich wenden, am besten per E-Mail unter albrecht@bjv.de, sodass ich ein Netzwerk aufbauen kann. Außerdem will ich an die Arbeitgeber herantreten und darum bitten, dass sie meinen Posten im Unternehmen bekannt machen. Schließlich ist nicht jeder Journalist Mitglied im BJV.

Vernetzung ist also Dein erstes Ziel. Wie soll es dann weitergehen?

Das klingt vielleicht nach einer Plattitüde, aber mein Traumziel wäre, dass Journalisten mit und ohne Behinderung ganz selbstverständlich in einem Team arbeiten und ich überflüssig werde. Ich befürchte aber, das wird nicht passieren. Die Realität sieht so aus:

Es ist ein Kampf, in einem Team bleiben zu können, wenn Du vorher nicht behindert warst. Und es ist ein noch größerer Kampf, als Behinderter überhaupt im Journalismus Fuß zu fassen. Wir müssen darauf hinarbeiten, dass Kollegen eine Chance bekommen, auch wenn sie nicht hundertprozentig einsetzbar sind. Wir reden ständig von Diversität, aber es geht ums Tun. Unser Beruf braucht Menschen verschiedenster Qualifikationen und Herkunft.

Du kritisierst: Wie Journalisten über Menschen mit Behinderung schreiben, lässt oft zu wünschen übrig. Kannst Du Beispiele nennen?

Mir kommt der Brechreiz – und da nehme ich keine Zeitung aus –, wenn wieder die Rede davon ist, dass jemand an den Rollstuhl gefesselt sei. Auch hat ein Mensch zwar eine Behinderung – aber ob er darunter leidet, kommt auf die Umstände an. Trotzdem wird ständig von „unter einer Behinderung leiden“ geschrieben. Und noch ein Beispiel: Ich muss nicht immer von oben runter auf einen Rollstuhl fotografieren. Viel interessanter ist es, die Perspektive des Rollstuhlfahrers einzunehmen. Wir müssen wegkommen von der Mitleidsberichterstattung. Spannender ist es doch zu zeigen, was Menschen mit Behinderung alles können. Ich selbst will schließlich auch kein Mitleid. Ich will für voll genommen werden. Vorstellen kann ich mir, dass wir als BJV in Seminaren sensibilisieren.

Du sagst: Im übertragenen Sinn hat Dir die Sehbehinderung bei Recherchen ein Stück weit die Augen geöffnet. Wie meinst Du das?

Ich gehe heute ganz anders an bestimmte Geschichten heran. Sozialthemen waren früher absolut nicht mein Ding. Erst durch meine eigene Vita habe ich mich mehr damit beschäftigt und gemerkt, dass es auf der einen Seite ein riesiges Potenzial an Geschichten gibt. Und auf der anderen Seite steht da ein mindestens genauso großes Potenzial an Menschen, die man als Redaktion gewinnen kann, für die aber bislang viel zu wenig Interessantes in der Zeitung steht.

Darf sich der BR von festen Freien grundlos trennen?

Wichtige Fragen und Antworten zum 12a-Status beim *Bayerischen Rundfunk*

von Maria Goblirsch

Die trimediale Reform beim BR schneidet auch ins Programm ein. Einzelne Formate wurden gekürzt, Sendereihen wie „Alpha-Forum“ oder „Denkzeit“ ganz eingestellt. Wie Verwaltungsdirektor Alfred Frenzel im Interview mit dem *BJVreport* (siehe Seite 12/13) betonte, will der *Bayerische Rundfunk* die Zahl der rund 1700 Mitarbeiter mit 12a-Status zwar nicht reduzieren. Für so manchen bringt die Umstrukturierung aber weniger Aufträge oder es steht der Wechsel in eine andere Redaktion an.

Welche Rechte haben die festen Freien beim BR? Ihr Status ist im Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Personen beschrieben, den der BJV und andere Gewerkschaften 1992 mit dem Sender geschlossen haben. Sie stehen, bildlich gesprochen, zwischen den Festangestellten und den „echten“ Freien. Anders als diese genießen sie eine soziale Absicherung.

Wann kann ich als fester Freier arbeiten?

Feste Freie sind wirtschaftlich von ihrem öffentlich-rechtlichen Sender abhängig und sozial schutzbedürftig, sagt der Tarifvertrag. Für diesen „12a-Status“ müssen Journalisten durch den BR (oder auch eine andere ARD-Anstalt) mindestens ein Drittel ihrer gesamten Einkünfte aus Erwerbstätigkeit (brutto) erzielt haben. Maßgeblich sind die letzten sechs Monate vor Geltendmachung eines Anspruchs aus dem 12a-Tarifvertrag oder seinen Durchführungs-Tarifverträgen. Eine zeitlich nur geringfügige Mitarbeit reicht nicht, es muss sich vielmehr um eine wiederkehrende Tätigkeit für den Sender handeln. Schließlich müssen die Honorareinkünfte durch Aufträge des BR in den maßgeblichen sechs Monaten mindestens 4400 Euro (Tarifstand 2016) ausmachen.

Muss ich den 12a-Status beim BR eigens beantragen?

Der BR verlangt, dass dieser Status beantragt wird – auch wenn der Tarifvertrag nach Ansicht der BJV-Justiziere keinen solchen Antrag für den Erhalt des 12a-Status vorschreibt.

Haben 12aler Anspruch auf Beschäftigung durch den BR?

Nein, einen Anspruch, von seiner Stammredaktion Aufträge zu bekommen, sichert der 12a-Status nicht. Er federt den festen freien Mitarbeiter nur sozial ab, etwa durch Zuschüsse zur Kranken- und Rentenversicherung oder der Presseversorgung, Fortzahlung des Honorars bei Krankheit oder bezahlten Urlaub (26 Tage/Jahr, ab dem vollendeten 30. Lebensjahr 31 Tage).

Was tun, wenn ich weniger Aufträge bekomme?

Die Redaktion kann entscheiden, einen festen Freien weniger zu beauftragen. Aber: Wer ohne eigenes Verschulden weniger als im Durchschnitt der letzten fünf Jahre verdient, hat Anspruch auf eine Ausgleichszahlung (siehe Seite 10). Die muss die Stammredaktion aus ihrem Redaktionstopf zahlen – gedeckelt durch das höchste Tarifgehalt.

Was besagt eine Teilbeendigungs-Mitteilung?

Will der Sender, dass der feste Freie seine Tätigkeit für eine bestimmte Redaktion beendet, stellt er für diesen Teil eine Teilbeendigungs-Mitteilung aus. Damit bleibt der 12a-Status beim BR erhalten, aber die Arbeit für die bestimmte Stammredaktion entfällt, die Honorareinkünfte sinken entsprechend. Sind das in einem oder zwei Jahren weniger Aufträge als in den Jahren zuvor, hat er Anspruch auf eine Ausgleichszahlung (*Einzelheiten dazu auf Seite 10*).

Darf ich als fester Freier Aufträge ablehnen?

Selbstverständlich. Man sollte das aber nicht zu oft tun. Der BR könnte einen Antrag auf Ausgleichszahlung mit der Begründung ablehnen, dass der 12aler den Auftragsschwund durch seine Absagen selbst verursacht habe.

Kann der BR sich von festen Freien grundlos trennen?

Ja, der Sender kann die Zusammenarbeit mit einem 12aler beenden, es braucht dafür keinen Grund. Aber es gibt nach dem Tarifvertrag eine Ausnahme: Wer 20 Jahre lang für den BR regelmäßig tätig war oder das 55. Lebensjahr vollendet hat und mindestens zehn Jahre für den Sender tätig war, darf nur aus einem wichtigen Grund gekündigt werden. Deshalb haben viele 12aler Sorge, die kurz vor dieser Grenze stehen, dass ihr Status noch „rechtzeitig“ beendet werden könnte.

Kann ich von meiner Seite jederzeit aufhören?

Freie Mitarbeiter, auch unkündbare, können ihre Tätigkeit beim BR ohne Einhaltung einer Frist beenden. Damit verlören sie aber den Anspruch auf eine Ausgleichszahlung.

Was kann ich bei einer Beendigung verlangen?

Je nach Betriebszugehörigkeit muss der BR, ähnlich wie beim Festangestellten, bei der Trennung von einem festen Freien eine Frist einhalten, in der dieser noch die Fortzahlung seines Honorars verlangen kann – auch wenn der BR ihm keine Aufträge mehr gibt. Maßgeblich ist das Honorar, das im Durchschnitt der sechs Monaten vor Zugang der Mitteilung erzielt wurde. Falls es für den Mitarbeiter günstiger ist, berechnet sich diese Fortzahlung wie eine Ausgleichszahlung.

Feste freie Mitarbeiter des BR, die Mitglied im BJV sind, können sich gebührenfrei von den Justiziaren des Verbandes beraten lassen. Terminvereinbarung über die BJV-Geschäftsstelle unter Telefon 089 54504180.



Die Autorin

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

Foto: Thomas Geiger



Auskunftsrecht: Nicht nur für Journalisten

„Die Presse hat gegenüber Behörden ein Recht auf Auskunft.“ So steht es in Paragraph 4 des Bayerischen Pressegesetzes. Das umfasst zum Beispiel auch Fragen zur Einstellung von Personal und den daraus folgenden Kosten, wie ein Urteil des Bayerischen Verwaltungsgerichtshofes in München aus dem Jahr 2004 bestätigt. Danach darf eine Auskunft nur verweigert werden, soweit aufgrund beamtenrechtlicher oder sonstiger gesetzlicher Vorschriften eine Verschwiegenheitspflicht besteht. Darüber hinaus ist ein Auskunftsverweigerungsrecht im Pressegesetz nicht vorgesehen. Nicht nur Journalisten profitieren allerdings vom Auskunftsrecht. Mit einer Änderung des Bayerischen Datenschutzgesetzes von 2015 besteht auch ein allgemeines Recht: „Jeder hat das Recht auf Auskunft über den Inhalt von Dateien und Akten öffentlicher Stellen, soweit ein berechtigtes, nicht auf eine entgeltliche Weiterverwendung gerichtetes Interesse glaubhaft dargelegt wird.“ Wie das funktioniert, welche Voraussetzungen zu erfüllen sind und was davon ausgenommen ist – darüber schreibt Kai Engelbrecht im E-Book „Das allgemeine Recht auf Auskunft im Bayerischen Datenschutzgesetz – Erläuterungen und Materialien“. Es kann kostenfrei unter www.datenschutz-bayern.de/3/auskunftsrecht.pdf heruntergeladen werden. Interessant ist insbesondere der Teil „Fragen und Antworten“, in dem kurz und bündig die wichtigsten Informationen zusammengefasst sind.

Johannes Michel

Kai Engelbrecht: Das allgemeine Recht auf Auskunft im Bayerischen Datenschutzgesetz – Erläuterungen und Materialien. Herausgegeben vom Bayerischen Landesbeauftragten für den Datenschutz, 150 Seiten, kostenlos



Der rechte Durchblick

Die Fachjournalistin Andrea Röpke recherchiert seit Jahrzehnten akribisch und mutig zum Thema Rechtsextremismus. Sie wurde für diese – mitunter sehr unerquickliche – Arbeit schon vielfach ausgezeichnet. Im vorliegenden Werk dokumentiert sie alle rechtsextremistisch bedingten oder rassistisch motivierten Vorfälle von Oktober 2016 bis einschließlich September 2017, die ihr und ihren Kollegen bekannt sind. Zwischen den monatlichen Chroniken bieten einordnende Artikel Basiswissen und Analysen: So werden etwa die Querverbindungen zwischen „Neuer Rechte“ und „Identitärer Bewegung“, zwischen „Reichsbürgern“ und rechtsextremer Szene sachkundig sowie gut verständlich dargestellt. Gewürdigt wird die Arbeit ehrenamtlicher Helfer beim Protokollieren des NSU-Prozesses und der einschlägigen Untersuchungsausschüsse. Auf 15 Seiten wird unter dem Titel „Feindbild Presse – Enthemmte Jagd auf Journalisten“ auf die Berichterstattung über Rechte eingegangen; die Übergriffe betreffen inzwischen „auch Medienvertreter, die bislang nicht im Visier der Rechten standen“, zitiert Co-Autor Sebastian Heidelberger einen Experten. Auch ein im *BJVreport* 3/2017 erschienener Bericht über die Langzeitdokumentation rechter Aktivitäten in Bayern und die dabei für die Journalisten entstehenden Probleme wird erwähnt. Dieses Fachbuch bietet einen fundierten Überblick zu demokratiefeindlichem rechtem Handeln.

Thomas Mrazek

Andrea Röpke: 2018 Jahrbuch rechte Gewalt. Hintergründe, Analysen und die Ereignisse 2017. Chronik des Hasses, Knauer Taschenbuch 2018, 382 Seiten, 12,99 Euro (E-Book 10,99 Euro) ISBN 978-3-426-78913-1. Weitere Informationen: bjvlink.de/jahrbuch2018



Der Skandal im Wald-Chi-Quadrat

Und wieder ein Beitrag aus der Skandalforschungsabteilung am Institut für Sportpublizistik der Deutschen Sporthochschule Köln: Mit diesem Buch schließt Doktorandin Inga Oelrichs ihre mehr als vier Jahre dauernden Studien ab. Statt sich wie ihre Kollegen Mark Ludwig & Co. auf einzelne Skandalfälle zu stürzen (vgl. *Mediated Scandals* in *BJVreport* 3/2016), versucht sie, ein wiederkehrendes Muster in der medialen Skandalisierung herauszuarbeiten. Dafür hat sie ein Jahr lang die Seiten von *Süddeutscher Zeitung* (überregional), *Bild Köln* (Boulevard) und *Kölner Stadt-Anzeiger* (regional) durchforstet. 3328 Artikel in 139 potenziellen Skandalfällen um Normüberschreiter wie Peer Steinbrück (Redehonorare) oder Lance Armstrong (Dopingvorwürfe) machte sie ausfindig und klopfte diese auf skandalspezifische Nachrichtenfaktoren (Prominenz, Relevanz, gesellschaftliche Dimension etc.) ab. Außerdem diskutierte sie im Rahmen eines Workshops mit sechs „Skandal-Experten“ (darunter der damalige NRW-Korrespondent der SZ, Bernd Dörries), wann eine Normüberschreitung sich zum Skandal auswächst. Was lange währte, wurde schließlich diese Dissertation, deren Tabellen und Fachvokabular („Gamma-Log-Regression“, „Wald-Chi-Quadrat“) für Kommunikationswissenschaftler wohl keine Lesehürde darstellen dürften. Laien halten sich nach der doch recht anstrengenden Lektüre an der simplen Erkenntnis fest: Nicht nur in Boulevardmedien, auch in Qualitätszeitungen wird intensiv skandalisiert, nur anders.

Senta Krasser

Inga Oelrichs: Skandalfaktoren. Analysen zu Darstellung und Strukturen medialer Skandalisierung auf Basis der Nachrichtenwertforschung. Halem Verlag 2017, 316 Seiten, 29 Euro, ISBN 978-3-86962-292-7. bjvlink.de/skandal

Termine



Pressefoto Bayern 2017

Es ist schon Tradition, dass die Ausstellung „Pressefoto Bayern“ am Flughafen München (Terminal 2, südlich vom Check-in-Bereich) Station macht. Die aktuelle Ausstellung ist dort vom 1. März bis 26. April zu besichtigen. Das Motto lautet „Ereignisse brauchen Bilder“. Die Vernissage beginnt am 1. März um 18.30 Uhr. Wer kommen möchte, kann sich anmelden unter presse@bjv.de. In welchen weiteren Städten „Pressefoto Bayern 2017“ zu sehen ist, ist nachzulesen unter bjv.de/pressefoto. Zudem ist hier eine digitale Version des Ausstellungskatalogs veröffentlicht.

Collage: Kerstin Bornschein. Fotos: Peter Schatz, Sebastian Beck

BJV-/DJV-Termine

Donnerstag, 15. März, 19 Uhr, München
 Fachgruppe Online: Roboterjournalismus mit dem Münchner Start-up ReportExpress, Präsentation und Diskussion in der BJV-Geschäftsstelle

Samstag, 24. März, 10.30 bis 18 Uhr, Würzburg
 BJV-Mitgliederversammlung – Bayerischer Journalistentag #BJV18 im Congress Centrum Würzburg bjv.de/bjv18

Donnerstag, 3. Mai, 19 Uhr, München
 Tag der Pressefreiheit: Verleihung des BJV-Pressefreiheitspreises und Podiumsdiskussion im PresseClub München

Dienstag, 8. Mai, bis Sonntag, 3. Juni
 Museum Industriekultur Nürnberg
 Pressefoto Bayern 2017

Sonntag, 4. November, und Montag, 5. November, Dresden
 DJV-Verbandstag 2018, #DJV18

Weitere Termine – unter anderem auch zu Pressefoto Bayern 2017 – auf der BJV-Website: bjv.de/termine und jeden Freitag im BJV-Newsletter: bjv.de/newsletter

FRAU MACHT MEDIEN erstmals in München

Der BJV ist am 14. und 15. April Mitgastgeber der DJV-Tagung FRAU MACHT MEDIEN. Sie steht unter dem Motto „Rasender Stillstand –

Feminismus zwischen Hype und Stagnation“. Journalistinnen werden in den Räumen des Süddeutschen Verlags in München folgende Fragen diskutieren: Wofür steht der Feminismus im Jahr 2018 und warum ist er für alle (Geschlechter) wichtig? Nutzt der aktuelle Hype dem Kampf für eine gleichberechtigte Gesellschaft wirklich? Welchen Einfluss hat der Journalismus heute auf Rollenbilder? Und wie können Journalistinnen das Engagement in eigener Sache für (finanzielle) Geschlechtergerechtigkeit und mehr Vielfalt in den Medien vorantreiben und Kräfte bündeln? Kooperationspartner sind unter anderen: „media woman connect“, die DJS, die Bayerische Landesmedienanstalt und die Friedrich-Ebert-Stiftung. Als Referentinnen unter anderem dabei: Teresa Buecker (Chefredakteurin *EDITION F*), Silke Burmester (freie Medienjournalistin, Redaktionsleitung *Die Dame*), Bascha Mika (Chefredakteurin *Frankfurter Rundschau*), Henrike von Platen (Gründerin des Fair Pay Innovation Lab), Maren Weber (Vorsitzende von ProQuote), Rebecca Beerheide (Vorsitzende des Journalistinnenbunds), Minou Amir-Sehhi (Vorsitzende der DJV-Kommission Chancengleichheit und Diversity).

Interessante Tagungen 2018

Samstag, 17. Februar, und Sonntag, 18. Februar, München
 Digital Media Camp des Media Lab Bayern
 Zwei Tage geht's diesmal in den Räumen der *Süddeutschen Zeitung* rund um aktuelle Trends

im Journalismus „mit Expertise von Euch und für Euch“.
medialab-bayern.de/digital-media-camp #DMC-MUC

Mittwoch, 2. Mai, bis Freitag, 4. Mai, Berlin
 re:publica 2018
 Die größte Konferenz zu den Themen Digitalisierung und Gesellschaft in Europa lohnt auch für Journalisten.
re-publica.com #rp18

Freitag, 29. Juni, und Samstag, 30. Juni, Hamburg
 netzwerk recherche-Jahreskonferenz 2018
 Sie gilt als die vielseitigste Journalistentagung Deutschlands und findet jährlich beim NDR in Hamburg statt.
nrch.de/nr18tickets #nr18

Dienstag, 3. Juli, und Mittwoch, 4. Juli, Nürnberg
 Lokalrundfunktage
 Deutschlandweit der größte Branchentreff für den lokalen und regionalen Rundfunk.
lokalrundfunktage.de #lrft18

Mittwoch, 24. Oktober bis Freitag, 26. Oktober, München
 Medientage München 2018
 Europas größter Medienkongress im Conference Centre Nord, Messe München, ist ein wichtiger Treffpunkt für Journalisten. Auch der BJV ist dort mit einem Stand vertreten.
medientage.de #mtm18

Journalistenpreise

Deutscher Sozialpreis – Medienpreis der Freien Wohlfahrtspflege
 Für diesen Preis werden herausragende journalistische Arbeiten zu sozialen Themen gesucht, die 2017 erstmals veröffentlicht wurden. Der Preis ist mit insgesamt 20.000 Euro dotiert und soll die Berichterstattung sozialer Themen fördern. Bewerbungsschluss ist der 1. März 2018. Informationen unter: bjvlink.de/sozialpreis.

Journalistenpreise der bayerischen Volks- und Raiffeisenbanken
 Die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken loben auch 2018 wieder drei Preise für herausragende publizistische Arbeiten aus. Journalisten können sich bis zum 30. April 2018 mit Beiträgen bewerben, die 2017 in Print- und Online-Medien erschienen sind oder im Fernsehen und Rundfunk liefen. Vergeben werden die drei folgenden Auszeichnungen:

- Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Preis zum Thema wirtschaftliche Bildung (8000 Euro)
- Hermann-Schulze-Delitzsch-Preis zum Thema Verbraucherschutz (8000 Euro)
- Förderpreis für junge Journalisten zum Thema Digitalisierung (4000 Euro).

Weitere Informationen unter gv-bayern.de/journalistenpreise.

RSS, Leseliste und Webarchiv

Wie kleine Dienste den Berufsalltag deutlich erleichtern

Von Johannes Michel

Als Technikjournalist findet der Hauptteil meiner Recherche am Computer statt. Wenn ich auf der Suche nach neuen Themen für Artikel bin, wälze ich zahllose Internetseiten, lese Beiträge und Tests anderer Journalisten und Blogger und informiere mich bei den Herstellern von Produkten. An sich wäre es dazu nötig, täglich hunderte Webseiten aufzurufen und nach möglichen Entwicklungen zu stöbern.

Mehr Ordnung reinbringen ins Artikelarchiv

Und: Sind interessante Themen gefunden, fällt mit der Zeit ein riesiges Artikelarchiv an. Möglichkeiten, neue Artikel zu finden oder Links für später zu speichern, gibt es viele. Beim Abspeichern fällt einem sicher zuerst das klassische Lesezeichen im Browser ein. Nur: Übersichtlich ist das nicht. Zum Glück gibt es Dienste, die hier ansetzen.

Eine Internetseite, die ich am Computer immer geöffnet habe und schon seit einigen Jahren sehr aktiv nutze, heißt feedly.com. Hinter Feedly verbirgt sich ein sogenannter Feedreader – also ein Programm, das Nachrichten aus den unterschiedlichsten Quellen zusammentragen kann. Es funktioniert sowohl am PC als auch am Smartphone. Dazu ist es zunächst nötig, bei Feedly ein Nutzerkonto anzulegen. Danach können RSS-Feeds von beliebigen Internetseiten abonniert werden. Solche Feeds bieten viele Seiten an, die sich mit Nachrichten aller Art beschäftigen. Der Zugang dazu, ein Link, der meistens „RSS“ oder „Feed“ beinhaltet, findet sich bei Internetseiten, die diesen Service ermöglichen, oft in der Kopf- oder Fußzeile. Diese URL muss dann bei Feedly eingefügt werden. Oder, viel einfacher: Für moderne Browser wie Firefox oder Chrome gibt es Erweiterungen beziehungsweise Add-Ons, die durch ein

Symbol signalisieren, ob eine Internetseite einen Feed anbietet. Durch Draufklicken kann dieser direkt abonniert werden.

Der große Vorteil: Wurde ein Feed einmal abonniert, ist es zunächst gar nicht mehr notwendig, die betreffende Internetseite zu besuchen. Denn wird dort ein neuer Artikel veröffentlicht, taucht der im Feedreader, in meinem Fall bei Feedly, auf. Wer stets aktuell sein möchte, kann sich auch über neue Beiträge benachrichtigen lassen. Sollen viele Informationsquellen täglich oder mehrmals wöchentlich überprüft werden, sinkt der Aufwand mit einem Feedreader enorm – die einzelne Internetseite muss erst aufgerufen werden, wenn der Artikel auch gelesen wird. Feedly erlaubt es, 100 verschiedene Feeds zu abonnieren. Für fünf Euro monatlich fällt diese Beschränkung weg.

Wer einen Feedreader nur am PC und nicht am Smartphone benötigt, kann auch auf eine stationäre Software setzen, etwa von Feedreader.com. Dieser Dienst ist zudem ebenfalls in einer Webversion verfügbar. Beschränkungen zur Menge der abonnierten Feeds gibt es hier nicht. Dafür bietet Feedreader.com etwas weniger Verwaltungsfunktionen – und es gibt keine App, die Feeds auch mit dem Smartphone abgleichen kann.

Artikel fürs Späterlesen abspeichern

Zwar können in einem Feedreader auch Beiträge, die besonders gut gefallen oder noch gebraucht werden, für später gespeichert werden. Bei mir allerdings fallen massenweise solcher Texte an. Somit verwende ich zum Speichern einen anderen Dienst, sein Name: Instapaper. Er ist kostenlos und funktioniert an PC und Smartphone gleichermaßen. Auch Instapaper benötigt ein Nutzerkonto. Nach der Einrichtung können Beiträge manuell eingetragen werden, Instapaper unterstützt aber auch ein direktes Abspeichern – am Smartphone mit einer App (im App- beziehungsweise Play-Store kostenlos zu haben) über die Teilen-Funktion, mit den Browsern



Wie sah die Website des BJV im Jahr 2000 aus? Das „Internet Archive“ vergisst nichts.

Screenshot: Johannes Michel

Kurz und bündig

www.feedly.com und www.feedreader.com: RSS-Dienste zum Abonnieren von Webseiten. Jeder neue Beitrag wird dann kompakt angezeigt, ein Besuch einzelner Webseiten entfällt.

www.instapaper.com und www.getpocket.com: Leselisten beziehungsweise Speicherdienste, die Texte zum Späterlesen abspeichern. Eine einfache Lösung für geringe Ansprüche bietet www.emailthis.me.

www.web.archive.org: Internetarchiv, das Millionen von Internetseiten mehrfach pro Monat speichert. Der Zugang ist vollständig kostenfrei.

Firefox und Chrome über eine Erweiterung (es erscheint dann ein kleines Speichern-Symbol im oberen Bereich) oder auch per E-Mail: Jeder Instapaper-Nutzer bekommt eine eigene E-Mailadresse, an die er sich selbst Artikel schicken kann. Diese stehen dann unter www.instapaper.com zum Lesen bereit. Am einfachsten ist es, diese Mailadresse in die Kontakte am Smartphone einzuspeichern, wenn die App nicht genutzt werden soll oder vom eigenen Smartphone nicht unterstützt wird. So wandern Beiträge in Sekundenschnelle in die Leseliste.

Wer noch mehr Übersicht möchte, kann bei Instapaper die Texte in Ordnern sortieren, sie löschen und auch per E-Mail an andere Personen weiterleiten. Für eine bessere Übersicht wird jeder gespeicherte Beitrag mit einem Vorschaubild kenntlich gemacht. Sämtliche Artikel stehen jederzeit nach dem Login im Browser zur Verfügung, am PC wird kein Programm installiert. Die Smartphone-Apps dagegen können sowohl neue Beiträge speichern (wie die Erweiterungen für Firefox und Chrome) als auch anzeigen. Somit muss fürs Lesen unterwegs nicht der Smartphone-Browser genutzt werden.

Bei den Funktionen ist Instapaper aufs Wesentliche beschränkt. Wer mehr will, sollte sich den Konkurrenten „Pocket“ (www.getpocket.com) anschauen. In der Basisversion kann Pocket nicht mehr als Instapaper, für 4,50 Euro pro Monat oder 40 Euro pro Jahr ist aber ein Premiumzugang möglich. Der fügt beispielsweise eine Verschlagwortung hinzu: Jeder gespeicherte Text kann mit Schlagworten (Tags) markiert werden, das erleichtert später das Wiederfinden der passenden Artikel zum gewünschten Thema. Und: Schon in der kostenfreien Version ist Pocket komplett auf Deutsch verfügbar, Instapaper (und übrigens auch Feedly und

Feedreader.com) bieten keine deutsche Sprachversion.

Wer für sich entscheidet, dass ein Dienst wie Instapaper oder Pocket für den eigenen Bedarf überdimensioniert ist, kann mit emailthis.me (www.emailthis.me) einen Treffer landen: Mit dem kostenfreien Angebot können mit einem Klick Artikel einfach per E-Mail versendet werden, zum Beispiel an die eigene Mailadresse. Enthalten ist dann nicht nur ein Link zum Artikel, sondern der komplette Text mit Bildern. Die Mails sollten selbstverständlich in einem eigenen Ordner im Mailprogramm abgelegt werden, um sie später gut wiederzufinden. Kleiner Tipp: Da der Absendername der Mails immer gleich ist, kann in Mailprogrammen wie Outlook ein Filter dafür sorgen, dass die Mails automatisch kategorisiert werden.

310 Milliarden Seiten: Das Internet vergisst nichts

Häufig stoße ich bei meinen Recherchen auf Links, die „tot“ sind und somit nicht mehr aufgerufen werden können. Manchmal ist es dank eines interessanten Projekts aber dennoch möglich, an die betreffenden Informationen zu gelangen. Das „Internet Archive“, dessen Webseite sich unter www.web.archive.org findet, archiviert digitale Inhalte und macht sie frei zugänglich. Neben Textsammlungen, Audiodateien, Videos und Bildern gehören dazu auch Internetseiten. Mehrmals pro Jahr speichert das Archiv Ko-

pien aller Webseiten, die einmal eingetragen wurden. Diesen Ersteintrag kann jeder Nutzer vornehmen – laut eigenen Angaben hat das Archiv über 310 Milliarden Internetseiten abgespeichert.

Im Suchfeld der Webseite des Archives kann einfach die URL der zu besuchenden Internetseite eingegeben werden. Nach einiger Zeit erscheint das Ergebnis mit einer Zeitleiste: Die informiert darüber, wann und wie oft die Webseite im jeweiligen Zeitraum archiviert wurde. Von der Internetseite des Bayerischen Journalistenverbandes, www.bjv.de, finden sich beispielsweise im Schnitt zwei Kopien pro Monat, zurückgehend bis ins Jahr 1999. Großer Vorteil: Nicht nur die Startseite der jeweiligen Internetseite, sondern oftmals der gesamte Inhalt zum ausgewählten Zeitpunkt wird angezeigt. Lediglich so manches Foto fehlt – und auch einige Links, etwa zu anderen Webseiten, funktionieren nicht mehr. Nicht nur für die Recherche kann das Webarchiv interessant sein, sondern auch für einen Blick zurück: Wie sahen Internetseiten vor zehn oder 15 Jahren aus? Was waren die Themen, die am Beispiel „BJV“ damals den Verband bewegten?

Die vorgestellten Dienste erleichtern allgemein die tägliche Arbeit am Computer. Wichtig zu wissen ist aber: Sie verfügen über keine stationäre Speicherung, das heißt sämtliche Daten liegen auf Servern im Internet. Zur Verwendung ist daher eine permanente Internetverbindung nötig – und eben auch ein Nutzerkonto. Pocket und Feedly bieten an, kein eigenes erstellen zu müssen, sondern ein schon vorhandenes (zum Beispiel bei *Google* oder *Facebook*) zu nutzen. Das mag komfortabel sein, ermöglicht dem Unternehmen, bei dem das Konto besteht, aber auch den Zugriff – beispielsweise könnte *Google* die Liste der gespeicherten Beiträge erhalten und hätte somit Informationen, womit Sie sich täglich beschäftigen. Wer also Wert auf Datenschutz legt und etwa *Google* auch nicht als Suchmaschine benutzt, sollte daher auf jeden Fall ein separates Nutzerkonto anlegen.



Der Autor

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

Foto: Günter Distler

Straßenkämpfer und Staatsmann

Zum 50. Geburtstag von Wolfgang Grebenhof



Fotos: Michaela Schneider

Wollte man ihm bescheinigen, er habe an Statur zugelegt, könnte das Kompliment für **Wolfgang Grebenhof** mit seiner stattlichen Figur durchaus missverständlich klingen. Doch

tatsächlich hatte seine Rede etwas Staatsmännisches, mit der er sich beim Verbandstag in Würzburg im November 2017 um seine Wiederwahl als stellvertretender DJV-Bundesvorsitzender bewarb. Klug analysierte er die deutsche Medienlandschaft, rief den Verlegern ins Gewissen und bekannte sich leidenschaftlich zum Journalismus – dem schönsten Beruf, den er sich vorstellen kann. „Darum lohnt es sich, für ihn zu kämpfen“, sagte Grebenhof. Freilich mit neuen Strategien: witzig, frech, unkonventionell und bunt. Eine Charmeoffensive für mehr Wertschätzung eben.

Wer Wolfgang Grebenhof als Redner auf großen Streikkundengebungen kennengelernt hat, hört hier ganz neue Töne. Er, der leidenschaftliche Betriebsrat, kann beides: die Ärmel hochkrepeln und kämpferisch die Arbeitgeber ins Gebet nehmen sowie nachdenklich über die Zukunft des Berufs diskutieren. Sechs Jahre vertritt er die Bayern inzwischen im Bundesvorstand. Die Kollegen kennen ihn auch als treibende Kraft der Kainsbacher Betriebsräte-Runde und der Fachgruppe Tageszeitungen. Wir im BJV schätzen uns glücklich, den bekennenden (Mittel-)Franken, der sich in seiner Freizeit als passionierter Autoschrauber erholt, in unserer Mitte zu haben und wünschen alles Gute zum 50. Geburtstag am 8. März.

Die Innere Mission in München hat eine Stimme und ein Gesicht: **Klaus Honigschnabel** verantwortet seit über einem Jahrzehnt die Kommunikation des evangelischen Wohlfahrtsverbands. Mancher Kollege kennt

ihn auch noch als Seminarleiter bei der Akademie der Bayerischen Presse. Am 21. April wird er 60, wir gratulieren.

Bei den DJV-Verbandstagen gehört **Martin Prem** zur Grundausrüstung der BJV-Delegierten. Als profiliertes Wirtschaftsredakteur arbeitet er seit langem beim Münchner Zeitungsverlag. Am 30. April wird er 60 und feiert wohl zu Hause in Schondorf am Ammersee.

Wolfgang Bauer war Jahrzehnte der rasende Reporter mit dem Roller, als er noch als Lokalchef des *Vilshofener Anzeigers* von Termin zu Termin eilte. Auf seinen Rat konnten der Ortsverband Passau und der Bezirksverband Niederbayern-Oberpfalz jahrzehntelang vertrauen. Im BJV ist Bauer, der am 21. April 70 wird, einfach verlässlich da, wo er gebraucht wird – in der Heimat, auf Verbandstagen wie auch im Vorstand des Sozialwerks.

Seine Wiege stand in San Angelo in Texas, aber mit 20 trat er in die Army ein – und kam als amerikanischer Heeresjournalist nach Fürth. Franken sollte **James Edward Albright** nicht mehr loslassen, eine Zeitlang noch fotografierte er für US-Publikationen, dann für die *Nürnberger Nachrichten* und schließlich für die *Fränkische Landeszeitung* in Ansbach. Und zwar so ausgezeichnet, dass er schon mehrmals Preisträger beim Pressefoto-Bayern-Wettbewerb war. Am 9. April wird er 60, wir gratulieren.



Er ist schon ein besonderes Stehaufmännchen, der **Waldemar Hartmann**. Als Sportmoderator hatte er sich eigentlich zum 65. Geburtstag vom Fernsehpublikum verabschiedet. Aber man soll ja nie nie sagen. „Seit ich im November 2015 nach Berlin gezogen bin, hat mein eher als ruhigeres Rentnerleben geplantes Dasein in der Hauptstadt

plötzlich richtig Fahrt aufgenommen. Alte Kontakte wurden neu belebt, zahlreiche andere erst neu geknüpft“, schreibt der hemdsärmelige Weißbier-Freund auf seiner Homepage. Immer noch ist er Stammgast in Talkshows und bringt zuweilen Fußballclubs gegen sich auf. Wir gratulieren zum 70. Geburtstag am 10. März!

Alois Knoller



4,0 %
in 2018

***Wieder vorne in
der Verzinsung!***

Mehr Rente mit der Presse-Perspektive
www.presse-versorgung.de/pp



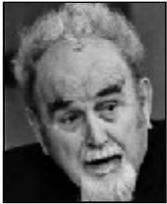
Presse-Versorgung

Beratung: 0711 2056 244
info@presse-versorgung.de

Der gute Patriarch

Für die *Nürnberger Nachrichten* war Bruno Schnell ein großzügiger Verleger

Foto: André De Geare/
Nürnberger Nachrichten



Er war der letzte Patriarch in der bayerischen Zeitungslandschaft und stand 70 Jahre kontinuierlich in Verantwortung für die *Nürnberger Nachrichten*. Bruno Schnell, ihr Herausgeber und Verleger, der am 27. Januar im Alter von 88 Jahren starb, war eine herausragende Persönlichkeit. Als geradliniger und unbeugsamer Verfechter der demokratischen Gesellschaft und außerordentlich sozial denkender und handelnder Unternehmer wird er in Erinnerung bleiben.

„So einen Verleger wie Bruno Schnell gibt es kein zweites Mal. Seine *Nürnberger Nachrichten* waren so etwas wie seine zweite große Familie“, schrieb Chefredakteur Alexander Jungkunz in seinem Nachruf. „Ein „Glücksfall von einem Chef“ sei er für seine Beschäftigten gewesen, der sie forderte und förderte. Als vorbildlich gilt die Volontärausbildung der *NN*. Legendär wurde sein „Maigeld“ für die Belegschaft für eine zünftige Feier des Tags der Arbeit. Und ebenso legendär sein Leitartikel zum Redakteurstreik, worin er seine eigene Branche wegen ihres massiven Sparkurses zu Lasten der Redaktion scharf zurechtwies anstatt vermeintlich überzogene Forderungen der Gewerkschaften zurückzuweisen. Oberbürgermeister Ulrich Maly, der ihm 2014 die Ehrenbürgerwürde verlieh, sagte, Schnell habe „Maßstäbe im Qualitätsjournalismus gesetzt“. Im Nürnberger Pressehaus lebte er vor, was für ihn echte Sozialpartnerschaft hieß: keine betriebsbedingten Kündigungen trotz wachsenden wirtschaftlichen Drucks auf die Verlage. Unmittelbar nach dem Abitur, mit 18 Jahren, wurde er Ende 1947 Assistent der Geschäftsleitung im Verlag Nürnberger Pres-

se, den Lizenzträger Joseph E. Drexel 1945 gegründet hatte. Zwei Jahre später erhielt Bruno Schnell bereits Prokura. In den 60er Jahren wurde er alleinvertretungsberechtigter Geschäftsführer, nach dem Tod der Altverleger alleiniger Herausgeber und Verleger. Schnell schuf die Grundlage für das Modell einer partnerschaftlichen Kooperation mit den Heimatverlegern: Die *NN* lieferten den Mantel, sie die Lokalteile. Später kamen die *Nürnberger Zeitung* und der *kicker* zur Unternehmensgruppe. Und das Fachmagazin *Alpin*, worin sich Bruno Schnells Leidenschaft für die Berge niederschlug.

Seinen Redakteuren gab er stets Freiraum, denn er wusste, dass starke, unabhängige Medien für eine starke, freie Demokratie unverzichtbar sind. Sein Büro in der Marienstraße, in dem einst Nürnbergs berühmter Gauleiter Julius Streicher das NSDAP-Hetzblatt *Der Stürmer* herausgab, gemahnte ihn täglich zu einer aufrechten Haltung. Mit Gründungsverleger Drexel, einem Widerstandskämpfer im Dritten Reich, wusste er sich darin einig, jeder Form von Totalitarismus und Rassismus entschieden entgegenzutreten. Eine bleibende Spur hinterlässt Schnell, weil seine großzügige Spende zum Aufbau des Dokumentationszentrums Reichsparteitagsgelände maßgeblich beitrug.

Auch als Kunstmäzen bleibt Bruno Schnell in Erinnerung. Er hat nicht nur den *NN*-Kunstpreis gestiftet, in den bislang insgesamt rund 800.000 Euro geflossen sind. Ebenso hat er die Kunstvilla als einen neuen Präsentationsort des regionalen Kunstschaffens ermöglicht, indem er 2006 ein ehemaliges, neobarockes Wohnhaus der Stadt für einen Euro überließ. Schnell war selbst ein passionierter Maler.

Alois Knoller

Johanna Kerschner, Chefredakteurin des *Münchner Kunstjournals*, starb am 9. Januar in München im Alter von 84 Jahren. In ihrem Leben bildet sich die Tragik des 20. Jahrhunderts ab. 1933 in Kronstadt in Siebenbürgen geboren, wuchs sie zweisprachig deutsch-rumänisch auf. Mit dem Vater floh sie 1946 nach Wien, die Mutter aber durfte aus politischen Gründen nicht ausreisen. 1953 kam sie nach München und arbeitete unter anderem beim *Bayerischen Rundfunk* und im Oldenbourg-Verlag. Als Übersetzerin und Schauspielerin ging sie wieder nach Wien, kam zurück nach München. 1976 fand sie eine Heimat in der Redaktion der *Abendzeitung*, wo sie am Feldversuch Btx (Bildschirmtext) mitwirkte. 1983 gründete sie das *Münchner Kunstjournal*. Im BJV seit Oktober 1984.

Ulla Netzsck-Karsten, Reise-Journalistin in München, starb am 22. November mit 76 Jahren. 1964 stieg die gebürtige Nürnbergerin bei der Münchner *Abendzeitung* ein und wechselte 1969 zu den Zeitschriften. Seit 1987 war sie freiberuflich tätig und berichtete aus den Fachgebieten Mode, Reise, Ernährung und Medizin. Im BJV seit Juli 1995.

Klaus Schlösser, Erfinder des „Allgäu-Diploms“, starb, wie erst jetzt bekannt wurde, am 5. August in Kempten mit 65 Jahren. Sein journalistischer Werdegang begann 1972 als Volontär bei der *Allgäuer Zeitung*, der er mit halbjährlicher Unterbrechung in Teneriffa, als Redakteur, Reporter und Ressortleiter treu blieb, bis er sich selbstständig machte. Neben Korrespondentenberichten widmete er sich seiner Allgäuer Wahlheimat, schrieb Sachbücher über Berghütten und erfand als Vorstand des Heimatbunds Allgäu 2013 das „Allgäu-Diplom“, um altes Wissen über die Region auch in der jungen Generation zu sichern. Im BJV seit Juli 1993. (ak)

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), Armin Weigel (F), Andrea Weigel (F), Günter Schneider (F), Michaela Schneider (T, F), Senta Krasser (T), Oliver Hofmann (F), Dennis Drenner (F), Lisa Hantke (F), Gert Krautbauer (F), Fabian Helmich (F), Thomas Mrazek (T, F), Maria Goblirsch (T, F), Wolf-Dietrich Nahr (F), Jim Albright (F), Markus Konvalin (F), Phillip Kimmelzwinger (F), Alois Knoller (T), Julia Müller (F), Günter Distler (F), Ulf J. Frotzheim (T, F), Annette Zoepf (T, F), David-Pierce Brill (F), Stefan Gregor (F), Thomas Geiger (F), Johannes Michel (T, F), Fabian Stoffers (F), Enric Manen (F), Daniel Hofer (F), Kerstin Bornschein (F), Peter Schatz (F), Sebastian Beck (F), Dirk Schmidt (F), Jonathan Offel (F), André De Geare (F)

Gestaltung: Kessler Druck + Medien GmbH & Co. KG
Titelbild: Armin Weigel

Verantwortlich für Anzeigen:

Mediasüd
Robert Macher, Tel. 09181 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 (Anschrift siehe unten)

Auflage: 8300 Exemplare
Erscheinungsweise: zweimonatlich

Redaktions- und Anzeigenschluss für Ausgabe 2/2018: 11. März 2018
Erscheinungstermin: 11. April 2018

ISSN: 0947-8337

Copyright 2017 by BJV & Autoren

Druckerei:

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

„Jesus würde uns den Vogel zeigen“

Der Journalist und Theologe Jonas Bedford-Strohm hat eine Mission: Er will den *Bayerischen Rundfunk* mit der Sprachassistentin Alexa in die neue Audiowelt führen.

Von Senta Krasser

Kaum ein Podium, auf dem das Fachpersonal nicht mit missionarischem Eifer die Vorzüge von Alexa fürs Radio preist. Auch BR-Projektleiter Jonas Bedford-Strohm, 26, glaubt, dass Smart Speaker die Mensch-Maschine-Interaktion nachhaltig auf eine neue Stufe heben können.

Sagen Sie mal, Herr Bedford-Strohm, ist Alexa ein Segen für die Radiobranche?

Bedford-Strohm: Ein theologisches Wort wie Segen würde ich für Alexa nicht in den Mund nehmen, das nüchterne Wort „Chance“ allerdings schon. Die ersten Studien zeigen, dass Smart-Home-Geräte vor allem die Audionutzung stärken und auch teilweise schon den Fernseher etwas zurückdrängen. Das sind Verschiebungen, die Radiosender konstruktiv nutzen können, um neue Angebote für ihre Hörerinnen und Hörer zu entwickeln.

Sie sind zuständig dafür, dass der BR in dieser neuen Audiowelt zu hören ist. Muss das sein?

Der BR ist nicht durch Profit, sondern von den Menschen gemeinschaftlich finanziert. Insofern sehen wir es als Aufgabe, unseren demokratisch mandatierten Auftrag dort zu erfüllen, wo die Menschen sind.

Sie meinen vor allem: die jungen Menschen?

Aus einer durchaus angebrachten Sorge um den Datenschutz haben sich manche öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bei den Angeboten für Social Media zunächst sehr zurückgehalten. Das führte nicht dazu, dass zum Beispiel Facebook weniger benutzt wurde, sondern dass wegen der veränderten Mediennutzung gerade junge Menschen immer weniger von ihren Landesrundfunkanstalten zu hören und zu sehen bekamen. Das ist auf Dauer nicht durchzuhalten, ohne dabei die für uns wichtige Legitimität in der Bevölkerung zu verlieren. Daraus haben wir gelernt und machen uns jetzt eben auch im Audio-Bereich Gedanken, wie der Medienkonsum der Zukunft aussieht.

Seit er Alexa nutzt, höre er wieder viel mehr Radio, sagt Jonas Bedford-Strohm. Dass er sich mit dem Gerät womöglich auch einen Spion ins Wohnzimmer geholt hat, glaubt er nicht, sieht aber Unternehmen wie Amazon in der Pflicht, die Nutzerdaten gegen Hacker zu verteidigen.

Fotos: Fabian Stoffers

Ihre Chefs träumen davon, dass Alexa auf das Kommando „Mach das Radio an“ voreingestellt Bayern 3 oder Bayern 1 abspielt.

Als breitenwirksame Plattform funktioniert Alexa langfristig nur, wenn nicht einzelne Partner übervorteilt werden. Daher ist es natürlich in Amazons Interesse, möglichst neutral mit allen Partnern zusammenzuarbeiten. Voreinstellungen sind deshalb zurzeit nicht möglich.

Was ist schon möglich?

In unserem *Bayern 3*-Skill kann man zum Beispiel während der Streams fragen: „Alexa, was läuft auf *Bayern 3*?“ Dann bekommt man die Auskunft, welcher Titel gerade läuft.

Alexa spricht und versteht aber oft lustig schlecht.

Stimmt, aber Spracherkennung und Sprachenvielfalt werden ja schon stetig besser. Wenn in der Datenbank für die Titelabfrage zum Beispiel ein englischer Band-Name steht, sollte der auf Englisch und nicht mit unverständlich heftigem deutschem Akzent von Alexa ausgesprochen werden. Die Teufel stecken hier im Detail, weswegen wir im Einzelfall an jeder Nutzer-Rückmeldung arbeiten und das Problem dahinter zu lösen versuchen.

Ist Alexa nur eine weitere Abspielstation für bereits bekannten BR-Content oder planen Sie auch genuine Alexa-Formate?

Unsere Nachrichten-Angebote auf Alexa sind On-Demand-Adaptionen unserer existierenden Hörfunk-Nachrichten, die aber in dieser On-Demand-Form sonst nirgends ausgespielt werden. Mit *BR24 Sport* bekommt man direkt die Sportnachrichten und muss nicht wie im linearen Angebot warten, bis das Sportsegment im Sendeschema läuft. Dasselbe gilt für allgemeine Nachrichten, Bayern- und Börsen-Nachrichten. In Zukunft wird sicher auch die Verknüpfung mit Video-Inhalten in Amazons Echo Show und Echo Spot interessant.



Warum überhaupt Amazon? Antenne Bayern experimentiert mit Google Home.

Natürlich behalten wir auch im Blick, welche Produkte andere Tech-Unternehmen entwickeln. Da wir aber mit dem Rundfunkbeitrag gut haushalten müssen, ist es wichtig, sich zunächst auf die Plattform zu konzentrieren, die am längsten auf dem Markt ist und von den meisten Menschen benutzt wird. Da hat Amazons Alexa mit großem Abstand die Nase vorn.

Amazon wie Google – beides gigantische Gatekeeper, die die Spielregeln im Netz bestimmen. Welche Mitsprachemöglichkeiten bleiben da dem BR als öffentlich-rechtlichem Audio-Anbieter?

Natürlich hat Amazon, ähnlich wie Google, eine starke Kapitalbasis, um in neue Technologien zu investieren. Aber auch solche erfolgreiche Unternehmen kommen an ihre Grenzen. Wenn es um die Inhaltevielfalt auf ihren Plattformen geht, können sie nachhaltig Attraktives schwer liefern. Für Streamingdienste brauchen sie zum Beispiel Musiklabels, für die Hörfunknutzung Radiosender. Das macht alle Medienanbieter zu attraktiven Partnern, mit denen auf Augenhöhe zusammengearbeitet wird. Die einzig echte Limitierung liegt derzeit im Arbeitsmarkt.

Inwiefern?

Google, Amazon und Co. haben den Markt an Computerlinguisten und Programmierern schon stark abgegrast, daher sind einfach nicht alle Vorhaben sofort umzusetzen. Hier braucht es zum Teil Geduld in der Zusammenarbeit.

Auch Journalisten sind übergelaufen, um Alexa aufzubauen. Warum sind Sie noch beim Bayerischen Rundfunk?

Auch auf die Gefahr hin, pathetisch zu klingen: Weil ich den öffentlich-rechtlichen Rundfunk liebe. Diese Liebe reicht in meine frühe Kindheit zurück. Wenn ich als kleiner Junge abends im Bett lag und nicht einschlafen konnte, habe ich stundenlang Reportagen und Berichte auf *B5 aktuell* gehört. Vermutlich war ich damals der einzige Stammhörer von *B5 aktuell* in meinem Alter, aber mich hat das tief geprägt.

Sie sind auch Medienethiker, und als solchem müsste Ihnen missfallen, dass man sich mit



Jonas Bedford-Strohm, 1992 in Heidelberg geboren, arbeitet seit 2016 als Projektmanager im Referat Digitale Entwicklungen und Social Media beim *Bayerischen Rundfunk*. Mit 19 begann er, als freier Journalist zu arbeiten, verfasste später Debattenbeiträge unter anderem für *Huffington Post* und *Zeit Online*. Parallel studierte er Theologie, Politik und Philosophie in seiner Geburtsstadt, in Stellenbosch (Südafrika) und Yale (USA). Mit seinem Vater Heinrich verfasste er das Buch „Wer’s glaubt, wird selig“ (2013). Seit 2017 ist Bedford-Strohm zudem wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl Medienethik der Hochschule für Philosophie in München.

Alexa nicht nur einen Assistenten ins Haus holt, der den Alltag erleichtert, sondern auch einen ständigen Spion.

Das Wort Spion impliziert, dass die aufgezeichneten Informationen für feindliche Zwecke gebraucht werden. Das, denke ich, ist bei Sprachassistenten nicht gegeben. Zum Spion wird das Gerät erst, wenn es für andere Zwecke als die versprochene Dienstleistung gebraucht wird. Deswegen fordere ich als Medienethiker von den Unternehmen größtmögliche Vorsicht im Umgang mit den Nutzungsdaten sowie machtvolle Sicherheitssysteme, die die Nutzerdaten auf dem neuesten Stand der Technik gegen Hacker verteidigen. Gesellschaftlich stellt sich die Frage, wie Geheimdienste Produkte infiltrieren. Das ist aber eine von Smartphones bekannte Regulierungsaufgabe.

Wie nah lassen Sie Alexa privat ran? Fliegt sie mit, damit Sie Ihren Sender auch im Urlaub nicht verpassen?

Den BR kann ich via App auf meinem Smartphone sowieso immer und überall hin mitnehmen. Und tatsächlich habe ich besonders im Ausland, etwa wenn ich bei der Familie meiner Frau in Kansas bin, das Bedürfnis nach Heimatkontakt und nutze die App besonders intensiv. Aber ansonsten steht mein Alexa-Gerät im Wohnzimmer und dient mir vor allem morgens als Nachrichten-Briefing und abends als Musikradio-Gerät. Was die Studien zeigen, gilt also auch für mich: Seitdem ich Alexa nutze, höre ich wieder viel mehr Radio.

Versteht Ihr Vater Heinrich, der evangelische Landesbischof in Bayern, was Sie genau arbeiten?

Natürlich tauschen wir uns auch über die Alexa-Projekte aus. Aber neben meinen Aufgaben im Feld der Sprachassistenten arbeite ich auch an Digitalprojekten mit der Informationsdirektion und im Bereich Social Media. Dort sind die größten Überschneidungen mit seiner Medien-Erfahrungswelt. Das sind vor allem Nachrichten und soziale Netzwerke, und über die Entwicklungen und Herausforderungen in diesen Feldern diskutieren wir intensiv und kontrovers.

Sie predigen regelmäßig in der Münchner Philippuskirche. Wäre Alexa ein Segen für die Kirche – oder eher Teufelszeug?

Ein Segen für die Kirche ist vor allem Jesus Christus – ohne den ginge ja mal gar nichts! Aber natürlich sind auch für die Kirche digitale Wege zu den Menschen interessant. Denn dieser Jesus sagt im Markus-Evangelium ja klar und deutlich: „Gehet hin in alle Welt und prediget das Evangelium aller Kreatur.“ Wenn die Kirche jetzt sagen würde: „Ja, okay, wir gehen hin und predigen, aber bitte nicht in aller Welt und bloß nicht in diesen digitalen Medien, weil das böse und teuflisch ist und etwas mit Daten zu tun hat, deswegen können wir den 1,7 Milliarden Kreaturen auf Facebook jetzt nicht das Evangelium predigen – diese Sendung muss leider ausfallen.“ Da würde Jesus uns doch den Vogel zeigen!



Die Autorin

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

@sentakrasser, senta@krasserjournalismus.de

Foto: Enric Mannen

Journalisten brauchen Freiheit

BJV-Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit 2018

1750 Euro
Preisgeld



Einsendeschluss: 17. April 2018

Eine demokratische Gesellschaft funktioniert nur mit einer freien Presse. Deshalb vergibt der **Bayerische Journalisten-Verband (BJV)** einen Preis zum **Tag der Pressefreiheit am 3. Mai 2018**. Ausgezeichnet wird ein journalistisches Werk (Karikatur, Foto, Videoclip oder Text), das sich herausragend mit dem Wert der Pressefreiheit auseinandersetzt. Nähere Informationen erfahren Sie unter bjv.de/pressefreiheit2018

BJV Bayerischer
Journalisten-Verband
e.V.

www.bjv.de



facebook.com/bjvde



twitter.com/bjv.de

**Die Stimme der Journalisten
in Bayern**

AFAG-Termine 2018

Mitglied der Gesellschaft zur freiwilligen
Kontrolle von Messe- und Ausstellungsstellen



Mitglied im Fachverband
Messen und Ausstellungen



Änderungen vorbehalten! Stand: 19.12.2018



AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Messezentrum 1 · 90471 Nürnberg
☎ (0911) 98833-7000 · ☎ (0911) 98833-500
Haus- und Lieferanschrift:
Johann-Höllfritsch-Str. 20/22
90530 Wendelstein

AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Am Messezentrum 5 · 86159 Augsburg
☎ (0821) 58982-0 · ☎ (0821) 58982-300
www.afag.de · info@afag.de

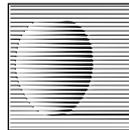
Fachmessen



14. - 17. März 2018
GrindTec Augsburg
Internationale Fachmesse für
Schleiftechnik
www.grindtec.de



14. - 16. Oktober 2018
GastroTage West Essen
Neuheiten, Trends &
Food-Spezialitäten à la Carte
www.gastrotage-west.de



1. - 4. November 2018
iENA Nürnberg
Internationale Fachmesse
„Ideen - Erfindungen - Neuheiten“
www.iena.de



3. + 4. November 2018
START Messe Nürnberg
Messe für Unternehmens-Gründung,
-Finanzierung, -Nachfolge und Franchising
www.start-messe.de

Publikumsessen



28. Februar - 4. März 2018
Freizeit, Touristik und Garten Nürnberg
Caravanning, Sport, Outdoor, Mein Haus
www.freizeitmesse.de



28. Februar + 1. März 2018
inviva Nürnberg
Angebote, Infos und Tipps für Gesundheit,
Freizeit und Selbstbestimmung
www.inviva.de

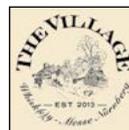


7. - 15. April 2018
Augsburger Frühjahrs-Ausstellung
Publikumsmesse für Lifestyle
mit Bauen & Wohnen
www.afa-messe.de



27. Oktober - 4. November 2018
Consumenta Nürnberg
Publikumsmesse für Lifestyle
mit Bauen & Wohnen
www.consumenta.de

Special Interest Messen



3. + 4. März 2018
6. Whisk(e)y Messe Nürnberg
The Village - Treffpunkt für
Whisk(e)y-Kenner und Freunde
www.whiskey-messe.de



27. + 28. Oktober 2018
GIN+Tonic Messe Nürnberg
GINmarket-Treffpunkt für
GIN und Tonic Freunde
www.gin-tonic-messe.de



30. Oktober - 4. November 2018
Faszination Pferd Nürnberg
Messe, Sport+Show
www.faszination-pferd.de



2. - 4. November 2018
HausFreunde - Heintier Messe Nürnberg
Angebote, Informationen und Show
www.heintier-messe.de