

BJV-Aktion zum Tag der Pressefreiheit

Sieg für „Die Newsrooms der Politik“

Virtuell zu Besuch bei Henriette Löwisch

Wieder viele Fotografen ohne Namen

www.bjv.de / www.djv.de

Tanz auf dem Vulkan Journalismus in Zeiten der Pandemie



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)
AUDI (U)

B/C

Bauindustrie Bayern/
Bayerischer
Bauindustrieverband (VB)
Bayerische
Landesärztekammer (K)
Bayerische
Landeszahnärztekammer (K)
Bayerischer Jagdverband (VB)
Bayerngas (E)
Bayernhafen (VK)
Bayernwerk (E)
Bischöfliche Aktion Adveniat (SK)
BMW Group (U)

D

DIEHL Diehl Stiftung (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

LEW Lechwerke (E)
LMU Ludwig-Maximilians-
Universität München (BW)

N

N-ERGIE (E)
NÜRNBERGER
Versicherungsgruppe (V)

O/P/R

OMV Deutschland (U)

S

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

T/U

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:

- Akademie der Bayerischen
Presse
- Bundeszentrale für
politische Bildung
- 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

Kleine Lichter



Michaela Schneider
Leitende Redakteurin
Foto: Stefan Gregor

Corona hat auch das journalistische Arbeiten auf den Kopf gestellt. Kollegialer Austausch ist am Telefon ein anderer als einst in der Cafeteria. Interviews per Videocam haben ihren Charme, blickt man als Journalist*in ins fremde Wohnzimmer. Dennoch weckt die Bildschirmscheibe ein eigentümliches Gefühl von Distanz. Alles also anders? Nein, denn die Krise verlangt gleichzeitig eine Besinnung auf journalistische Kernkompetenzen – auf saubere Recherche, fundierte Hintergründe, auf Fragen um Haltung und Verantwortung. Und auch auf die Bedeutung eines konstruktiven Journalismus. Das Redaktionsteam des *BJVreport* will mit dieser Ausgabe vor allem zwei Dinge: die aktuelle Arbeitswirklichkeit abbilden; und die kleinen Lichter am Ende eines langen Tunnels aufspüren. Wir sprachen mit kreativen Kolleg*innen, die auch in der Krise Perspektiven für den Journalismus sehen, und mit Freien, die neue Arbeitsfelder für sich entdecken. Wir erfuhren, wie es in der Pressestelle der LMU-Kliniken in München zugeht, als sich plötzlich selbst die *New York Times* für die Arbeit dort interessierte. Wir hinterfragten, wie Verlage derzeit wirtschaftlich dastehen und was Kurzarbeit in der Praxis bedeutet. Wir redeten mit einer Expertin für Krisenjournalismus. Und – der Blick über die Grenze kann nicht schaden – wir schauten auf Hilfsprogramme in anderen europäischen Ländern. **Ab Seite 14**

Eine Preisverleihung in München gab es heuer nicht, doch die Sieger stehen fest. Den ersten Platz beim Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit belegt Christian Kretschmer mit seinem SWR-Feature „Die Newsrooms der Politik – Verlautbarung statt Journalismus“. **Ab Seite 8**

Auch die „Officestory“ lief anders ab als sonst: Senta Krasser hatte sich mit Henriette Löwisch zum Videogespräch verabredet, nur unser Fotograf besuchte die Leiterin der Deutschen Journalistenschule (DJS) daheim. **Ab Seite 36**

Unser Titelbild

Ein brodelnder Vulkan, unberechenbar in seinen Folgen; wabernder Nebel und ein düsterer Hintergrund; Chaos, durch das sich Journalisten arbeiten mussten, als von einem Tag auf den anderen die Welt eine andere zu sein schien. Diese Assoziationen gingen Dokumentar Fotograf **Jan A. Staiger** durch den Kopf, als das *BJVreport*-Team mit ihm über die Covergestaltung sprach. Doch gelang es vielen Redaktionen und Journalisten rasch, sich auf den neuen Arbeitsalltag einzustellen. Und so zieht der Nebel ab und das vulkanische Chaos des Covers verwandelt sich auf *Seite 14* in einen geordneten Hügel, eine Journalistin erledigt ruhig und seriös ihre Arbeit. Mit seinem Foto „Manfred Weber im Taschenformat“ gewann Jan A. Staiger im Dezember 2019 bei „Pressefoto Bayern“ – mit nur 24 Jahren als jüngster Gesamtsieger in der Geschichte des Wettbewerbs. Der gebürtige Nürnberger studiert Fotojournalismus an der Hochschule Hannover. Mehr unter: www.janstaiger.com



Jan A. Staiger
Foto: Jim Albright

Kaleidoskop

- 4 **Medienköpfe**
- 5 **Social Media auf Papier**

Verband

- 6 **„Wir lassen uns keinen Maulkorb verpassen“**
BJV-Videoaktion zum Tag der Pressefreiheit
- 8 **Aus den „Neuigkeiten-Zimmern“ der Politik**
*Im Gespräch mit den Wettbewerbsgewinner*innen*
- 12 **„Wir bestehen darauf, dass eine Kamera vor Ort ist“**
Corona hat auch mit Blick auf die Pressefreiheit einiges verändert

Titel

- 14 **Der Krise trotzen**
*Kolleg*innen zeigen, wie Journalismus überleben kann*
- 17 **„Die Pressearbeit explodierte“**
LMU-Kliniken: Sechsmal mehr Medienanfragen, gleiches Personal
- 18 **„Theoretisch ist alles möglich“**
Besonders deutlich hat die Coronakrise viele Freiberufler erwischt
- 20 **Ein beispielloser Absturz**
Anzeigenumsätze brachen von heute auf morgen massiv ein
- 21 **Journalistisch herausfordernd**
Wie Kurzarbeit und Homeoffice das redaktionelle Arbeiten umkremplein
- 22 **Emotion wiegt schwerer als Fakten**
Expertin Eva Werner analysiert, wie es zum Shitstorm gegen Adidas kam
- 23 **Wie es Europas Journalist*innen in der Coronakrise geht**
BJV-Fachgruppe hat Hilfen im Ausland recherchiert
- 24 **Pressestellen**

Medienszene

- 29 **Das braucht's im Homeoffice**
Techniktipps für die Arbeit daheim
- 30 **Die Liveschaltel aus dem heimischen Büro**
Webinare als neue Arbeitsperspektive
- 32 **Gedämpfte Freude**
Zum 100. Geburtstag erlebt der Kicker eine seiner größten Krisen

Verband

- 33 **Nach der Krise ist vor der Krise**
Auf ein Wort mit Michael Busch
- 34 **Aus dem Verbandsleben**
- 36 **Auf eine Zigarette mit Henriette**
Officestory: Ein Besuch bei DJS-Leiterin Henriette Löwisch
- 38 **Jeder zweite Bildvermerk ist falsch**
BJV-Aktion „Fotografen haben Namen“: Keine Besserung in Sicht
- 40 **Der Kampf um die Mediengewerkschaft**
BJV-Geschichte(n): Warum der BJV die föderale Struktur verteidigte

Service

- 41 **Recht-Spezial**
*Kurzarbeit: Was Journalist*innen jetzt wissen sollten*
- 42 **Unsere Tipps**
- 43 **Impressum**

Sagen Sie mal ...

- 45 **„Das ist kein Himmelfahrtskommando“**
Eine Pandemie kann Matthias Oden nicht nachhaltig schrecken. Planmäßig startete er das neue Wochenmagazin Meedia



Foto: Alexander Wohlrab

In **Daniel Lutz** (@danilutz) hat *Antenne Bayern* einen Nachfolger für die Ende 2019 ausgeschiedene Programm- direktorin Ina Tenz gefunden. Spätes- tens Anfang 2021 soll der 46-Jährige in München anfangen. In Augsburg beim *Hitradio RT1* (Mediengruppe Pressedruck) wirkt Lutz derzeit noch als Programmgeschäftsführer.

Andreas Franke, Lokalchef *Nürnber- ger Nachrichten* und *Nürnberger Stadt- anzeiger*, soll alsbald im Presse- und Informationsamt die Nachfolge von Siegfried Zelnhefer antreten. Nürn- bergs langjähriger Pressechef war zum 11. Mai aus dem aktiven Dienst ausge- schieden. Franke, 1962 in Osnabrück geboren, ist seit 1990 beim Verlag Nürnberger Presse beschäftigt.



Foto: Vivien Schrüfer

Andrea Rexer (@ andrearexer), bis 2019 Ressortche- fin beim *Handels- blatt*, leitet seit Mitte April die Kommunikation der Hypo Vereinsbank. Die 38-jährige Wirtschaftsjournalistin kehrt damit an die Isar zurück, wo sie vor ihrer Düsseldorf-Stippvisite sechs Jahre für die *Süddeutsche Zeitung* arbeitete.

Constanze von Hassel (@GZ_Aktu- ell) führt die *Bayerische Gemeindezeitung* jetzt als Chefredakteurin. Sie rückte in dem familiengeführten Un- ternehmen auf die Position ihrer Mutter, Anne-Marie von Hassel. Die GZ ist eine der größten kommunalen Fachzeitungen Bayerns und hat ihren Sitz in Geretsried.

Christian Garrels (@c_garrels), einst Kommunikator beim ADAC, hat nach nur wenigen Monaten seinen Posten in der Unternehmenskommuni- kation des Tabak-Konzerns Philipp Morris aufgegeben und sich mit xComms selbstständig gemacht. In



Foto: BR/Akin Baytöre

Neben dem Mikrophon wird **Katharina Willinger** (@K_Willinger) künftig auch ein Kopftuch als Arbeitsutensil brauchen. Denn die Schwein- furterin, Jahrgang 1986, hat im Mai die Leitung des ARD-Büros in Tehe- ran übernommen. Sie folgt auf Natalie Amiri, die im Gottesstaat mit dem Tode bedroht wurde und deshalb ihre Korrespondententätigkeit vor Ort aufgeben musste. Willinger absolvierte beim *BR* ein trimediales Volontariat. Im Anschluss berichtete sie frei für Hörfunk und Fernsehen aus der Türkei. Das *BR*-Team in Istanbul, von wo aus sie in den Iran pendelt, verstärkt sie seit 2017.

die eigene Marken- und Kommunika- tionsberatung will Garrels sein Knowhow vom Aufbau des multime- dialen Welt-Newsrooms einbringen.



Foto: Matthias Heinekamp / DuMont

Thomas Kem- merer (@thkem- merer), Digital- Chef von *Express* und *Kölner Stadt-Anzeiger*, wechselt im

Herbst von Köln nach München zu Ippen Digital (u.a. *merkur.de*) und verstärkt dort die Redaktionsleitung um Chefredakteur **Markus Knall**. DuMont strukturiert seine Zeitungen im Rheinland derzeit um; *Ex- press*-Chef **Constantin Blaß** hat das Unternehmen bereits verlassen.

Julian Geist, ehemals Konzernspre- cher von *ProSiebenSat.1*, wo er Mitte der 1990er als Volontär anfang, nimmt sich eine Auszeit. Er hat die internationale Kommunikationsbera- tung CNC verlassen, bei der er vor gut zwei Jahren eingestiegen war.

Larissa Launhardt (@La_Launhardt)

arbeitet jetzt für das Onlinemagazin *Sonntagsblatt.de*. Sie ist dort als Chefin vom Dienst für den Desk zuständig und unterstützt die Entwicklung neuer digitaler Produkte des Evangeli- schen Presseverbands für Bayern. Bis Februar arbeitete die Allgäuerin als Redakteurin für *Focus Online*, wo sie auch volantierte.



Foto: Ralf Bauer

Eva Spundfla- sche (@eva- spundflasche), 40, ist seit April für die inhaltliche Gesamtlei- tung von *Bunte.de* (BurdaStudios) verantwortlich. Vor dieser neu geschaffenen Position baute die Journalistin bei Ströer (*T-Online, Watson*) eine redaktionelle Vermarktungseinheit auf. Bis Ende 2017 war sie bei Gruner+Jahr Digi- tal-Chefin der *Brigitte*.

Janine Adelberg ist zum April in die Redaktionsspitze von *17:30 Sat.1 Bayern* aufgestiegen. Die nun stell- vertretende Chefredakteurin kennt das Regionalmagazin bestens. Nach

der Ausbildung an der Bayerischen Akademie für Fernsehen fing sie 2004 das Volontariat bei *17:30* an. Später wurde sie dort Redakteurin, danach CvD.



Foto: Stephanie Maria Bussen

Carsten Pfeffer- korn, 48, und die Funke Me- diengruppe ge- hen nach 17 ge- meinsamen Jahren endgültig

getrennte Wege. Der Ex-Gong-Chef verantwortete zuletzt in Ismaning Pro- grammies wie *nurTV* und *TVclever*. Seit 2019 lässt Funke alle diese Titel in Hamburg von einer Zentralredaktion produzieren, die allerdings nach jüngs- ten Plänen stark reduziert werden soll. Externe Dienstleister sollen ran; der Is- maninger Standort, der bislang The- men lieferte, ist von der jetzigen Sparrunde nicht betroffen. Pfefferkorn widmet sich jetzt dem Aufbau der Kosmetik-Holding Beauétal.

Antonella Mei-Pochler wurde als neues Mitglied in den Aufsichtsrat von *ProSiebenSat.1 Media* berufen. Die selbstständige Unternehmerin blickt auf eine 20-jährige Karriere bei Boston Consulting zurück und leitete bis heuer eine Stabsstelle im österrei- chischen Bundeskanzleramt. In Un- terföhrung folgt sie auf Angela Gif- ford.



Foto: Karim Stawski

Dominik Staws- ki (@DStawski), ehemals Eich- stätt-Student, SZ-Volontär und heute Auslands- chef des *Stern*,

hat für seine Reportage „Wenn das Herz versagt und es nur eine Rettung gibt“ den renommierten Egon Erwin Kisch-Preis bekommen. Unter den Siegern des Nannen Preises 2020 ist auch die „Ibiza Gate“-Crew der *Süd- deutschen Zeitung*: Leila Al-Serori, Oliver Das Gupta, Peter Münch, Fre- derik Obermaier und Bastian Ober- mayer. Senta Krasser

Von „Wie geht es uns?“ bis zum Ausnahmezustand

Wie Journalist*innen online mit der Pandemie umgehen

Von Thomas Mrazek

Wie wirkt sich Corona auf den Journalismus aus? Täglich sammle ich Links zu Artikeln, die dieser Frage nachgehen. Mit dem Sammeln habe ich Anfang März begonnen, inzwischen sind es rund 400 überwiegend deutschsprachige Artikel: bjvlink.de/coronalinks. Freilich ist mir bewusst, dass Viele das Wort Corona am liebsten nicht mehr lesen wollten. Aber wir müssen uns als Journalist*innen nolens volens täglich dem Thema stellen und dabei versuchen, es unserem Publikum so realistisch und umfangreich wie notwendig darzustellen und – wo möglich – Perspektiven für den Alltag aufzeigen. Einige Impressionen aus den letzten Monaten.

+++ Faktenchecks

„Die Ängste rund um Corona bilden einen idealen Nährboden für Desinformation. Seit Beginn der Krise sind die BR24-Faktenchecker im Dauereinsatz – unterstützt von den Fachredaktionen“, schreiben die Kolleg*innen des 2017 gestarteten Formats „Faktenfuchs“ des *Bayerischen Rundfunks*. Dieses Angebot hat sich vollauf bewährt: bjvlink.de/br-faktenfuchs

Bereits seit Januar beschäftigt sich der CORRECTIV-Faktencheck mit dem Coronavirus, das Informationsangebot des gemeinnützigen Recherchezentrums richtet sich auch an Journalist*innen: bjvlink.de/correctiv-fakten

Recherchetipps zu medizinischen Aspekten bietet das Projekt *Medien-Doktor.de*, etwa: „Wie man besser über diagnostische Tests berichtet“: bjvlink.de/medien-doktor

+++ Nutzerbeteiligung

Kurz nach Beginn der Ausgangsbeschränkungen hat die *Süddeutsche Zeitung* online ein kollektives Tagebuch unter dem Titel „Wie geht es uns?“ begonnen, das von Leser*innen mit Texten, Bildern und Videos gefüllt wird. Außerdem gibt es ein Stimmungsbarometer und nutzwertige redaktionelle Inhalte – das Ganze in angenehm buntem Layout: bjvlink.de/wiegehts

+++ Corona-Podcasts

Viele Menschen wollen mit sachlichen Informationen über das Virus informiert werden. Der „Corona-Podcast“ von *NDR Info* mit Professor

Christian Drosten, dem Leiter der Virologie an der Berliner Charité, gehört mittlerweile zum Medienalltag: bjvlink.de/corona-podcast

„Corona in Bayern“ heißt das tägliche Podcast-Angebot von *Bayern1* und *BR24*, Thorsten Otto und Gabi Fischer sprechen dort im wöchentlichen Wechsel mit *BR*-Wissenschaftsexpertin Jeanne Turczynski über die Herausforderungen der Krise. Hörer*innen können ihre Fragen einsenden: bjvlink.de/br-podcast

„Die Technik läuft, ebenso unsere Berichterstattung, und auch eine letzte professionelle Sorge hat sich bisher nicht bestätigt: Anspruchsvoller Journalismus braucht nicht zwingend einen physischen Ort, an dem er entstehen kann.“

Jochen Wegner, Chefredakteur *Zeit Online*

+++ Medieninnovation

„Krisen bergen immer auch Chancen für innovative Ideen und Menschen“, stand kürzlich im empfehlenswerten „Covid-19-Uhr-Newsletter“ der Schweizer Republik-Macher*innen (*republik.ch*). Das Media Lab Bayern rief Anfang April zu einer „Open Innovation Challenge“ auf. Gesucht waren IT-Lösungen und Ideen, mit denen man lokalen Medien in der Corona-Krise helfen kann. Aus rund 50 Einreichungen wurden mehr als 20 ausgewählt und mit einer Entwicklungspauschale unterstützt: „Die Ergebnisse stellen wir euch ab sofort hier gratis zu Verfügung: Fertige Tools und Formatideen, die ihr für euer Medienhaus nutzen könnt“. Die Mega-Formatidee oder die Super-Software waren in dieser Runde vielleicht noch nicht dabei, das hat auch niemand erwartet – aber es sind für alle Beteiligten neue Kontakte und Inspirationen für künftige Innovationen entstanden: bjvlink.de/mlb

+++ Praktische Tipps

„So sieht der optimale Corona-Ticker aus“, lautet der Titel eines *Kress Online*-Artikels von Christian Lindner, zumindest kann man den

Anreiztext online kostenlos lesen und dann entscheiden, ob man das Print-Heft kaufen möchte: bjvlink.de/ticker. Ich kann es empfehlen!

+++ Medienkritik

Im öffentlichen Diskurs wahrgenommen wird die Kritik der Medienforschung, hier ein kurzer Auszug aus dem vieldiskutierten *Media*-Artikel „Journalismus in der Krise: die fünf Defizite der Corona-Berichterstattung“ der Medienprofessoren Klaus Meier (Eichstätt) und Vinzenz Wyss (Zürich): „Transparenz ist zu einem zentralen Qualitätsfaktor der digitalen Medienwelt geworden, ist aber gerade jetzt unter die Räder der Routinen gekommen. Die Frage zum Beispiel, warum Redaktionen so berichten, wie sie berichten, und nicht anders, was sie warum unterlassen, erfährt das Publikum selten.“: bjvlink.de/defizite

+++ Apropos Transparenz

In den letzten Wochen konnten Mediennutzer*innen Einblicke in einige Medienhäuser gewinnen – so viel und mitunter so intensiv wie nie zuvor. Am interessantesten für uns Journalist*innen fand ich Jochen Wegners Text „Journalismus in Zeiten der Pandemie“. Darin beschreibt der Chefredakteur von *Zeit Online*, wie seine Redaktion „über Covid-19 berichtet. Und wie sich unsere Arbeit mit der Kontaktsperre verändert.“: bjvlink.de/pandemie

Der Leipziger Journalist Michael Kraske analysierte im *journalist* 5/2020 die Berichterstattung bis Mitte April: „Top-Themen verzweigen gerade“, lautet der Titel. Kraske resümiert: „Alles über Corona zu berichten, was wichtig ist. Aber über Themen, die nicht untergehen dürfen, eben auch. (...) Der journalistische Ausnahmezustand wird noch lange Normalität sein. Es hat gerade erst angefangen.“ bjvlink.de/kraske



Der Autor

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

Foto: Stefan Gregor



„Wir lassen uns niemals einen Maulkorb verpassen!“

BJV-Aktion: Diese Gedanken bewegten Menschen am Tag der Pressefreiheit

Von Maria Goblirsch

Statt einer öffentlichen Podiumsdiskussion hatte der BJV in diesem Jahr Journalist*innen, Politiker*innen und andere Persönlichkeiten gefragt, was ihnen Pressefreiheit in der aktuellen Situation bedeutet. Hier einige der Innen- und Außensichten in gekürzter Form.

» In manchen Ländern müssen Journalist*innen wegen einem Text langjährige Haftstrafen in Kauf nehmen, in andern Ländern wegen einer Recherche sogar ihr Leben riskieren. Auch in Deutschland sehen wir, dass die Kollegen nicht immer ungehindert arbeiten können. Daher wünsche ich für alle Medienschaffenden, dass sie frei und ungehindert ihre Arbeit fortsetzen können. Denn lasst uns nicht vergessen: Keine Gesellschaft ist frei, wenn ihre Presse nicht frei ist. «

Meşale Tolu, Journalistin und Übersetzerin

» Was Politik, Justiz, Polizei tun, darüber berichten wir, ordnen wir ein, das kritisieren wir auch. Das müssen unabhängige Journalist*innen tun – und dass nicht, wie in manchen Ländern der Welt, jetzt unter unglaublichem Druck. Da werden Kolleginnen und Kollegen willkürlich verfolgt, sogar in Gefängnisse gesteckt. Das darf nicht passieren. Deshalb brauchen wir auch bei den Vereinten Nationen endlich eine Beauftragte oder einen Beauftragten für Pressefreiheit. «

Frank Überall, DJV-Vorsitzender

» Mein Wunsch wäre, dass wir chinesische Kolleginnen und Kollegen an unserer Seite hätten bei dem Versuch, aufzuklären, was eigentlich geschehen ist, wo diese Krankheit herkommt und wieso es keine früheren Warnungen gab. Für die nächsten Tage der Pressefreiheit würde ich mir wünschen, dass wir sie auch an anderen Orten erleben, wo sie auf eine ganz andere Art und Weise bedroht ist als bei uns zuhause. «

Georg Mascolo, Leiter Rechercheverbund WDR, NDR, SZ

» My message today is going to top leaders: set the stage for real press freedom, set the highest standards, delete laws criminalizing journalists, release all journalists who are behind bars and tell your citizens how important it is for their country to have a free press. And they will fight for press freedom not only on May 3rd but everyday throughout the entire year. «

Mogens Blicher Bjerregård, Präsident der European Federation of Journalists (EFJ)

» Ich glaube nicht, dass die Pressefreiheit in Deutschland ernsthaft gefährdet ist. Als 91-jähriger Journalist erinnere ich mich, dass alle Versuche, dieses demokratische Grundrecht einzuschnüren (...) noch allemal an den Gerichten, einer aufgeklärten Zivilgesellschaft und vor allem am solidarischen Widerstand der Journalisten und Medienverantwortlichen gescheitert sind. Wir lassen uns zwar einen Mundschutz verpassen, aber niemals einen Maulkorb. «

Karl Stankiewicz, Journalist und Autor unter anderem der Münchner Abendzeitung

» Keine Freiheit ohne Pressefreiheit! Was mit Parolen wie „Lügenpresse“ oder Vorwürfen von „Fake News“ angefangen hat, endete allzu oft schon mit Beleidigungen und Bedrohungen, teilweise gar mit Gewalt. Heute ist der beste Zeitpunkt, um für die Pressefreiheit aufzustehen, um Journalismus zu verteidigen, für freie Meinungen. Heute müssen wir für Pressefreiheit einstehen – damit wir sie auch morgen noch genießen können. «

Charlotte Knobloch, Präsidentin der israelitischen Kultusgemeinde München und Oberbayern

» Die türkische Regierung hat wegen der Coronagefahr gerade die Entlassung von jedem dritten Häftling aus den überfüllten Gefängnissen beschlossen. Sie hat aber doch die genauso gefährdeten Journalisten und Schriftsteller davon ausgenommen. Warum? Aus Furcht vor der Macht des Wortes? Ahmet Altan hat einmal gesagt, die Zeiten ändern sich, sie ändern sich immer. Er hat dies als Hoffnung gemeint. Man kann es aber auch als sehr aktuelle Mahnung verstehen, wachsam zu sein – und zwar überall dort, wo die Pressefreiheit Verteidigung braucht. «

Christina Schlötzer, SZ-Korrespondentin Istanbul

» Eine Demokratie kann an Kontaktverboten und Ausgangssperren auch sterben, wenn diese auch kurzfristig geboten sein mögen. Aus Notmaßnahmen darf nicht maßlose Not werden. Es ist Aufgabe der Presse, unverhältnismäßige Grundrechtseingriffe anzuprangern und nicht als Beitrag zur Volksgesundheit schön zu reden. Die Presse soll nicht soziale Distanz herstellen, sie soll soziale Distanz abschaffen, sie überbrücken, sie überwinden. Presse ist nicht Lautsprecher der Virologie, sondern Sprecher der Demokratie. «

Heribert Prantl, Kolumnist Süddeutsche Zeitung

» Wer in Ungarn Abgeordnete auf den Gängen anspricht, wird mit einem Bann belegt, Interviewanfragen werden nicht beantwortet oder zu spät. Und wer besonders kritisch ist, wird öffentlich diffamiert als Soros-Agent oder Aktivist. Seit dem neuerlichen Machtantritt von Victor Orban vor zehn Jahren geht es in Ungarn in Sachen Pressefreiheit bergab, von Platz 23 auf Platz 89 im Ranking von Reporter ohne Grenzen. Deshalb: Rückgrat zeigen, mutig bleiben und vor allem: die kritischen Kolleginnen und Kollegen in Ungarn unterstützen.“

«
Stephan Ozsvath, Journalist und Südosteuropa-Reporter

» Wir müssen uns um die Finanzierung des Journalismus, vor allem in der regionalen und lokalen Öffentlichkeit, Sorgen machen. Es gibt viele Journalist*innen, die nicht angemessen verdienen. Und vielen Menschen ist noch nicht bewusst, dass guter Journalismus auch im Digitalen bezahlt werden muss. Ich hoffe sehr, dass dieses Bewusstsein jetzt im Informationshunger der Corona-Krise zunimmt, die Digital-Abos deutliche steigen und die Akzeptanz des Rundfunkbeitrags nochmal zulegt.“

«
Prof. Klaus Meier, Lehrstuhl für Journalistik, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Die Pressefreiheit ist kein Virus...



Diese Karikaturen reichte Kostas Kouforgiorgos als Statement ein.

» Schämen müssen sich die, die ihre Macht ausnutzen. Die, die uns Journalisten mundtot machen, indem sie uns wegsperren oder Schlimmeres. Denn oftmals kennen sie keine Scham. Das erlebe ich bei meiner Arbeit regelmäßig. Deswegen ist es wichtig, dass wir alle gemeinsam für die Pressefreiheit einstehen und unsere Stimme erheben, wenn sie eingeschränkt und mit Füßen getreten wird.

«
Katharina Willinger, ARD-Studio Istanbul

» Pressefreiheit ist in der Krise das offen gehaltene Fenster zur Welt. Wir können hinaus sehen, uns einen Überblick verschaffen, Informationen unabhängig von der Macht und ihren Manipulationen begreifen. Pressefreiheit ist aber auch wichtig, um Journalisten zu ermöglichen, gegen die populistischen Meinungen und Verschwörungstheorien und um gegen die rechte Beeinflussung von Menschen in den sozialen Medien aufzuklären.“

«
Arwed Vogel, Verband Deutscher Schriftstellerinnen und Schriftsteller

» Pressefreiheit ist für mich die Möglichkeit korrekt zu recherchieren, frei von Behinderungen und frei von Angst um die eigene Person oder um die von Informanten. Pressefreiheit bedeutet auch die Möglichkeit, die Ergebnisse solcher Recherchen zu veröffentlichen, frei von Einflussnahme aus wirtschaftlicher oder ideologischer Sicht (...) Doch die Pressefreiheit ist auch eine Verpflichtung für die Presse selbst. Sie muss mit dieser Freiheit verantwortungsvoll umgehen. Nur eine Presse, die ethische Grundsätze korrekt und jederzeit einhält, ist der Freiheit würdig, die die Gesellschaft ihr gewährt.“

«
Johannes Endres, designierter Sprecher Deutscher Presserat

» Die Menschen müssen sich auf die Freiheit der Presse mit unterschiedlichen Meinungen verlassen können. Gerade in dieser Zeit ist es fundamental wichtig, dass unser Staat die Pressefreiheit akzeptiert und gegen jegliche Angriffe verteidigt. Wir sehen in totalitären Regimen, was es bedeutet, wenn sich Menschen nicht wirklich frei informieren können. Wir stehen zur Pressefreiheit!

«
Joachim Herrmann, Bayerischer Innenminister

Mehr als 50 Statements zum Tag der Pressefreiheit unter bjvlink.de/videos

Aus den „Neuigkeiten-Zimmern“ der Politik

Die PR-Zentralen der Parteien rüsten auf, Journalist*innen verlieren ihre Gatekeeper-Funktion: Mit seinem SWR-Feature gewinnt Christian Kretschmer beim Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit

Von *Michaela Schneider*

Der politische Betrieb etabliert zunehmend seine eigenen PR-Schaltzentralen, spricht die Öffentlichkeit über „Pressesimulationen“ direkt an und umgeht die klassischen Medien: Für sein knapp halbstündiges SWR-Feature „Die Newsrooms der Politik – Verlautbarung statt Journalismus“ hat der BJV den Mainzer Autor Christian Kretschmer (29) mit dem ersten Preis beim bundesweit ausgeschriebenen Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit 2020 ausgezeichnet.

Herzlichen Glückwunsch, Herr Kretschmer! Was ging Ihnen durch den Kopf, als Sie erfahren haben, dass Sie den ersten Preis gewonnen haben?

Christian Kretschmer: Ich war bei der Arbeit und die nächste Stunde ziemlich euphorisiert (*lacht*). Es ist natürlich sehr, sehr schön zu hören, wie gut mein Stück ankam. Wie wichtig die Jury das Thema an sich einschätzt, ist eine tolle Bestätigung.

War Ihnen die Brisanz um die „Neuigkeiten-Zimmer“ der Politik vor Beginn der Recherche bewusst?

Schaut man bei YouTube oder Instagram, entdeckt man inzwischen extrem viel Material von Parteien. Liest man sich weiter ein und fragt nach, merkt man, wie verbreitet es in der Politik längst ist, dass Parteien, Fraktionen im Bundestag oder auch Regierungen auf Landesebene eigene Newsrooms einrichten. Die PR-Zentralen rüsten auf – das ist ein Trend, der sich abzeichnet und weiter geht. Mir war recht schnell bewusst, dass da etwas Spannendes

dahinter steht. Sagen muss man aber auch: Mit Corona bekommt das Thema „Newsrooms der Politik“ im Moment nochmal einen neuen Schub. Es mag ja durchaus gut gemeint sein, wenn online Materialien zur Verfügung gestellt werden, weil keine Pressekonferenzen stattfinden können. Aber als Journalist*in muss man genau hinschauen und nachhaken. Das darf sich nicht als Normalität einschleichen.

Das Urteil der Jury:

„Dieser Beitrag überzeugt und begeistert durch seine mutige investigative Recherche, handwerkliche Perfektion und seine Brisanz. Der Autor entlarvt eine akute Bedrohung der Pressefreiheit, die von demokratischen Parteien in Deutschland ausgeht, aber von der Öffentlichkeit kaum wahrgenommen wird. Eine grandiose Geschichte mit hohem Informationsgehalt – volle Punktzahl.“

Sie arbeiten mit vielen Protagonisten, die Recherche geht tief. Entstanden ist das Feature, als sie noch Volontär beim SWR waren. Was waren die größten Herausforderungen?

Ich war zu dem Zeitpunkt bei der „Recherche Unit“ des SWR und schlug das Thema selbst vor. Die Kolleg*innen fanden es gut und wir hatten die Idee ziemlich schnell an „SWR 2 Wissen“ verkauft. Ich fing an in die Tiefe zu recherchieren, nahm zu etlichen Stellen Kontakt auf und mir war schnell klar: Wenn man

über die Newsrooms der Parteien berichtet, muss man in einen rein. Der Weg dorthin war sehr aufwändig. Ich fragte bei zig Stellen, führte Gespräche und Telefoninterviews, einige versuchten die Relevanz des Themas runterzuspielen nach dem Motto, das sei doch gar nicht so interessant. Beim Verkehrsministerium in Berlin hieß es dann, dass ich vorbeikommen darf. Und nach mehreren Versuchen hat es, was mich sehr überrascht hat, auch im AfD-Newsroom im Bundestag geklappt.

Wenn Parteien Meldungen direkt veröffentlichen, fehlt der kritische journalistische Filter. Gleichzeitig entsteht aber der Eindruck, es handle sich um echten Journalismus. Und wir schauen, so mein Eindruck, recht hilflos zu. Hat der Journalismus der Politik-PR etwas entgegenzusetzen?

Ja mit Sicherheit, es wäre traurig, wenn es nicht so wäre. Klassische Medien genießen nach wie vor hohes Vertrauen in der Bevölkerung. Wir müssen die Entwicklung aber im Auge behalten. Und: Die Menschen brauchen noch mehr Medienkompetenz, so dass sie selbst unterscheiden können, was Journalismus und was PR ist. Das wird vor allem schwierig, wenn Beiträge dekontextualisiert in sozialen Medien auftauchen. Ich sehe die Schulen in der Pflicht, es sollte ein eigenes Fach Medienkunde geben. Wir Journalist*innen müssen uns damit abfinden, dass unsere Gatekeeper-Funktion nicht mehr da ist und die PR ungefiltert kommunizieren kann. Aber wir können zum Beispiel noch deutlicher offen legen, wie wir an Informationen gelangen.

Hat sich sich mit der Newsroom-Recherche Ihre eigene journalistische Arbeit verändert?

Ich hinterfrage seitdem noch stärker: Welches Interesse verfolgen Menschen, die sich bereit erklären, mir Informationen zu geben?



Hier geht es zum Feature, abrufbar auch als Podcast, „Die Newsrooms der Politik – Verlautbarung statt Journalismus“: bjvlink.de/newsroom

Zur Person



Selfie:
Christian Kretschmer

Christian Kretschmer hat in Mainz, Tübingen und Valencia Journalismus, Medienwissenschaft und Linguistik studiert. Neben dem Studium arbeitete er als Videojournalist für eine Lokalzeitung und schrieb später als freier Mitarbeiter für die *dpa*. „Besonders interessiere ich mich für digitale, soziale und kulturelle Themen. Am spannendsten wird es da, wo alles aufeinanderprallt: etwa bei der Diskussion um Filterblasen oder algorithmische Entscheidungen“, schreibt er auf seiner Website christiankretschmer.com. Im September 2019 schloss er sein Volontariat beim *Südwestrundfunk (SWR)* ab – der Siegerbeitrag entstand noch während des Volontariats. Inzwischen arbeitet Kretschmer als freier Mitarbeiter in der SWR-Redaktion „ARD aktuell“.

Dünne Scheibe zwischen Katastrophe und Paradies

Auszeichnung für Filmbeitrag „Syrien: Trügerische Ruhe durch Corona“ über Journalist*innen in Idlib. Caroline Schmidt war wichtig, Kolleg*innen nicht in noch größere Gefahr zu bringen

Von Michaela Schneider

Kriegsreporter Jameel und Radiomoderatorin Muna zittern um ihr Leben, während sie selbst in Hamburg in Sicherheit sei. Die Katastrophe und das Paradies trenne dabei nur eine kleine dünne Scheibe: Als Caroline Schmidt am Bildschirm Interviews führte für ihren Film „Syrien: Trügerische Ruhe durch Corona“, standen ihr mehrfach die Tränen in den Augen, gesteht sie. Die 44-Jährige wollte wissen, wie regimiekritische Journalist*innen in Idlib die Zeit der Corona-Pandemie als „Ruhe vor dem letzten Sturm“ erleben. Jetzt erhielt sie für das für den *Norddeutschen Rundfunk* und die Sendung „ZAPP“ produzierte und am 15. April gesendete Feature den dritten Platz beim BJV-Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit.

Und das ist nicht die erste Auszeichnung für die Hamburgerin: 2013 gewann sie für die *NDR-/Arte*-Produktion „Hitlers Menschenhändler. Juden als Austauschware“ mit den Autoren Stefan Aust und Thomas Ammann den Special Jury Remi Award beim Filmfestival WorldFest in Houston, Texas. Mit dem „ZAPP“-Film „BND-Spione im NWDR“ wurde sie 2018 für den Alternativen Medienpreis nominiert. Auf die Frage, ob man so etwas wie eine Preisträger-Routine gewinne, lacht sie, winkt ab: „Ich freue mich über die Auszeichnung sehr, weil sie dem Thema Bedeutung über den Moment hinaus gibt – über Klickzahlen und Aufrufe hinaus.“ Geehrt würden damit auch ihre Protagonisten Muna und Jameel. Ein-

gereicht hatte die 44-Jährige den Beitrag in der Hoffnung, mehr Zuschauer zu erreichen. Das Preisgeld will sie einer Organisation spenden, die sich um Reporter in Syrien kümmert.

Als zu Beginn der Coronapandemie in ersten Meldungen thematisiert wurde, dass die Pressefreiheit in Ländern wie China, aber auch Ungarn verstärkt in Gefahr gerate, begann Caroline Schmidt zu telefonieren. Mit „Reporter ohne Grenzen“ sprach sie über die Lage in Syrien. Sie fragte sich stets: Was bedeutet die aktuelle Situation für Kolleg*innen in Idlib als letzter Region, in der sich noch Assad-Kritiker aufhalten können? Was bedeutet sie für Journalist*innen, die – wie 1,5 Millionen Syrer – seit Jahren auf der Flucht sind?

Das Urteil der Jury:

„Ein berührender Film mit starken authentischen O-Tönen, der uns eindrucksvoll vor Augen führt, wie Kriegsreporter*innen und regimiekritische Journalist*innen in Krisengebieten auch in Zeiten von Corona unter Einsatz ihres Lebens berichten und die Pressefreiheit verteidigen.“

Denn der Waffenstillstand und die Ruhe durch Corona trügen: Sobald die Kriegsparteien das Virus im Griff haben, könnten Assads Truppen Idlib einnehmen, Kritikern droht dann die Verhaftung. Fliehen können Jameel und Muna wie die vielen anderen Menschen in der Rebellenhochburg nicht: Die Grenzen zur Türkei sind abgeriegelt, auf der anderen Seite stehen Assads Truppen. Caroline Schmidt spricht von einer „sehr, sehr brüchigen Situation“ in Syrien: „Eine politisch hochangespannte Situation – und menschlich sehr traurig.“

Ihre Interviews führte die Journalistin per Videochat. „Zwischen uns war nicht nur der Bildschirm, sondern auch noch die Sprache“, erzählt sie. Doch ging es für die Protagonisten um ein so existentielles Thema, dass dies am Ende keine Rolle spielte. „Die Interviews waren sehr bewegend. Wir waren alle ziemlich mitgenommen und traurig, auch die Kamerafrau und der Übersetzer“, sagt die 44-Jährige. „Was

Jameel und Muna erleben, ist traumatisch. Wir waren mit dabei in dieser Sphäre.“

Ein berührender Film mit starken authentischen O-Tönen, urteilte die Jury beim Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit. Muna's letzte Worte im Film unterstreichen dies überdeutlich. „Ich werde weiterschreiben und arbeiten, nichts kann mich daran hindern außer der Tod. Ich muss weiter über unser Leben berichten. Die Wahrheit und die Objektivität sind mir sehr wichtig. Diese Arbeit hat mich schon oft in Gefahr gebracht. Ich habe nicht vor, damit aufzuhören“, sagt die Radiojournalistin – 25 Jahre jung und von gläserner Zerbrechlichkeit.

Viel Zeit verwendete Schmidt darauf, die Kolleg*innen in Syrien nicht in noch größere Gefahr zu bringen, sprach mit „Reporter ohne Grenzen“ und band Organisationen vor Ort ein. „Ich selbst hätte nicht abschätzen können, welche Vorkehrungen es braucht“, sagt sie. Sie nannte im Film nur die Vornamen der Kolleg*innen, vermied Hinweise auf Aufenthaltsorte, Statements von lebensgefährlichem Ausmaß blieben unveröffentlicht. Über weitere Maßnahmen kann Schmidt gegenüber dem *BJVreport* zum Schutz der Kolleg*innen nicht sprechen.

Ein Projekt, das demütig machte

Filmsequenzen in Idlib drehten Muna und Jameel selbst, Schmidt erhielt Material des Internetsenders *Orient-News*, für den Jameel als Kriegsreporter arbeitet. Auch das Korrespondentennetz der *ARD* half aus. Gar nicht so lang, um die zwei Wochen, habe sie am Film gearbeitet, sagt Schmidt. Ein Projekt, das sie sehr demütig gemacht habe: „Sieht man, wie es Muna und Jameel in Idlib geht, relativiert sich sehr Vieles.“ Und neben der großen Dankbarkeit, selbst im Frieden Leben zu dürfen, steht für die 44-Jährige fest: „Wir müssen alles dafür tun, uns diese wunderschöne Welt hier, den Frieden und unsere Demokratie zu erhalten.“



Der Film „Syrien: Trügerische Ruhe durch Corona“ kann abgerufen werden unter bjvlink.de/idlib

Zur Person



Foto: Jan Riephoff

Caroline Schmidt studierte in Köln, Caen (Frankreich) und Melbourne (Australien) Philosophie, Germanistik sowie Politik. Danach arbeitete sie sieben Jahre lang als Korrespondentin im Berliner Büro des *Spiegel* und weitere vier Jahre für die TV-Produktionsfirma Agenda Media. Die Journalistin arbeitet heute vor allem für den *NDR* in Hamburg.

„Brisanz, die wir so nicht erwartet hatten“

Volontär*innen der SZ schaffen es mit Sonderbeilage auf zweiten Wettbewerbsplatz

Von Michaela Schneider

„Falls wir alle untergehen, gehe ich am liebsten mit Euch unter“: Als Sara Maria Behbehani dies zu ihren Volontärskolleg*innen sagte, war die Sorge der jungen Leute verständlich. Das Sonderprojekt ist zwar fixer Ausbildungsbestandteil der *Süddeutschen Zeitung*. Doch heuer kam den acht jungen Leuten Corona „dazwischen“: Nur ein einziges Interview konnte noch vor Ort geführt werden, alle übrigen Recherchen wie auch die Produktion der achtseitige Printbeilage zum Thema Pressefreiheit inklusive umfassendem Digital-Dossier musste plötzlich im April aus dem Homeoffice heraus geschehen. Nach einer COVID19-Infektion in Betriebsreihen Anfang April war das gesamte SZ-Team als Vorsichtsmaßnahme ins Homeoffice geschickt worden. Gespräche in der Redaktion, Cafeteria oder im Fahrstuhl? Nicht mehr möglich. Negativ ausgewirkt hat sich dies aufs Ergebnis aber mitnichten: Beim BJV-Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit wurde die Sonderbeilage der Nachwuchs-Journalist*innen, erschienen am 2./3. Mai, mit dem zweiten Platz ausgezeichnet.

Was sie dachte, als sie davon erfuhr? „Unfassbare Freude, wir hätten das nie erwartet. Auf einmal kommt ein Preis heraus bei meinem ersten großen Projekt als Volontärin bei der SZ“, sagt Sara Maria Behbehani – und spricht dabei auch stellvertretend für ihre Volo-Kolleg*innen Julia Bergmann, Anika Blatz, Carina Seeburg, Christoph Koopmann, Simon Groß, Francesca Polistina und Viktoria Spinrad. In Essays, Interviews und Texten gingen



Die Sonderausgabe der Volontärinnen und Volontäre der *Süddeutschen Zeitung* erschien am Wochenende des 2./3. Mai zum Internationalen Tag der Pressefreiheit. Unterstützt wurde das Team bei der Umsetzung von Grafikerin Sarah Unterhitzberger und Illustrator Sead Mujic.

die jungen Leute unter anderem der Frage nach, wie es sein könne, dass mit Armin-Paul Hampel ein ehemaliger ARD-Reporter heute für die AfD im Bundestag sitzt. Sie analysierten, ob die deutschen Medien in der Corona-Krise zu unkritisch berichten. Und sie beleuchteten, wie eine Ägypten-Korrespondentin ihren Rauswurf aus dem Land erlebt oder welcher Gefahr Journalist*innen täglich in Turkmenistan ausgesetzt sind – einem Land, das im Ranking der Pressefreiheit regelmäßig auf einem der letzten Plätze landet.

Dass die Sonderausgabe zum „Internationalen Tag der Pressefreiheit“ erscheinen werde

und auch das Thema selbst standen laut Behbehani schon im Dezember 2019 fest. „Wir konnten uns schnell dafür begeistern, es wird auch in Deutschland immer wichtiger“, sagt die 27-Jährige, die nach ihrem Studium (Germanistik, Theaterwissenschaft, Französisch) im vorigen August ihr SZ-Volontariat begonnen hatte. Schon bald hatten die acht Volontär*innen des Jahrgangs 2019 eine Ideenliste erarbeitet und schickten eine Auswahl von rund 20 Themen an die Ressortleiter „Gesellschaft“. Die Ausbildung über wechseln die jungen Leute bei der SZ sonst durch verschiedene Ressorts, voll aufs Sonderprojekt konzentrieren können sie sich einen Monat lang. Und dies sollte just ab Anfang April geschehen, als die SZ-Mitarbeiter*innen plötzlich ins Homeoffice mussten.

Nur Volontär Christoph Koopmann war für sein Porträt über AfD-Mann Armin-Paul Hampel schon zuvor nach Berlin gereist. Eine geplante Recherchereise nach Schweden indes platzte, Interviews mussten – noch dazu in einer Fremdsprache – nun als Videogespräche geschehen. Doch trotz der widrigen Umstände lief laut Behbehani die Projektumsetzung viel besser als erwartet. Täglich um 10.30 Uhr sei digital konferiert worden, Teams fanden sich in Chat-Gruppen zusammen, die 27-Jährige spricht von einer „durchwegs hilfsbereiten, kollegialen Stimmung“.

Unterstützt wurde das Team von Grafikerin Sarah Unterhitzberger und Illustrator Sead Mujic. Ikonen der Pressefreiheit aus aller Welt wollten die Volontär*innen abbilden mit aussagekräftigen Zitaten. Ikonen – und das ist das spannende – die man hierzulande nicht unbedingt kennt. Der italienische Antimafia-Journalist Roberto Saviano zum Beispiel oder die mexikanische Journalistin und Menschenrechtsaktivistin Lydia Cacho. Die nigerianische und zeitweise verhaftete Journalistin Chris Anyanwu

„Denn was wären wir ohne freie Presse? Dass wir diese Zeilen schreiben dürfen, ist keine Selbstverständlichkeit. Und dass Sie diese Zeilen lesen dürfen, ebenfalls nicht. Die Pressefreiheit im Grundgesetz ist erst einmal nur papierne Realität. Sie liefert nur das Fundament, bauen mussten die Generationen vor uns. An und umbauen müssen wir. Dafür reicht kein neuer Anstrich, so bunt er auch sein mag. Wir müssen die Wände verstärken, einen Schutzwall ziehen, alle gemeinsam. Und wir dürfen uns wehren, wenn jemand unser Haus abreißen will.“

Aus dem Essay „Licht gegen die neue Dunkelheit“ von Anika Blatz, Christoph Koopmann und Carina Seeburg

wird neben ihrem stilisierten Porträt aus einem 1995 im *Sunday Magazin* veröffentlichten Artikel zitiert: „Ist die Presse erst einmal dämonisiert, geschwächt und unglaubwürdig gemacht, gibt es weniger Stimmen, die sich gegen Unterdrückung erheben. Weniger kraftvoll wird das Handeln der Regierung infrage gestellt oder auf Transparenz beharrt, auf Gerechtigkeit.“

Was im Herbst 2019, als erste Ideen zur Sonderbeilage diskutiert wurden, niemand wissen konnte: Mit Pandemieausbruch bekam das Volontärsprojekt neues Gewicht: „Fragen um die Pressefreiheit waren plötzlich extrem aktuell. Wir waren jetzt in einer Brisanz und Aktualität drin, die wir so nicht erwartet hatten“, sagt Sara Maria Behbehani. Auch Fragen um die innere Pressefreiheit standen verstärkt im Raum. Gemeinsam mit Volontärskollegin Anika Blatz interviewte Behbehani die Journalistin Anja Reschke unter der Fragestellung, ob sich Medien in der Coronakrise zu konformistisch zeigten und welche Folgen das Virus sonst noch auf die Branche habe.

Das Urteil der Jury:

„Eine vielfältige, gut recherchierte und attraktiv aufgemachte Beilage von hoher journalistischer Qualität, die viele Facetten der bedrohten Pressefreiheit aufzeigt.“

Die Sorge ist bei Behbehani durchaus da, dass sich ihre Arbeit in Zukunft erschweren könnte. „Zumal mein Name ausländisch klingt“, sagt die junge Frau. Hasskommentare in sozialen Medien habe sie erlebt, schafft es aber wohl, sich mental zu distanzieren: „Ich versuche mich nicht auf dieses Niveau zu begeben und nehme es mittlerweile nicht mehr so ernst.“ Ein anderes schockiert die Journalistin mehr: Die Unterstellung einer nicht-unabhängigen Presse beobachte sie längst nicht nur in rechten Kreisen, sondern selbst im engsten Bekanntenkreis. Gegenhalten? Oft vergeblich, dann fielen Aussagen wie: Sie sei eben noch jung und idealistisch.

Die offensichtlichste Gefahr hierzulande seien Versuche von Populisten, die Presse zu dis-

kreditieren, schreiben auch Anika Blatz, Christoph Koopmann und Carina Seeburg im Feature „Licht ins Dunkel“ auf Seite eins der Sonderbeilage, das detailliert analysiert, wie Medien auch in Deutschland nicht erst seit Corona schwer unter Druck geraten.

Was da vor allem Hoffnung macht? Junge Journalist*innen zum Beispiel, die sich der Bedeutung von Pressefreiheit sehr bewusst sind. „Eine vielfältige, gut recherchierte und attraktiv aufgemachte Beilage von hoher journalistischer Qualität, die viele Facetten der bedrohten Pressefreiheit aufzeigt“, urteilten in der Wettbewerbsjury BJV-Vorsitzender Michael Busch, die stellvertretende BJV-Vorsitzende Andrea Roth, Schriftführerin Anne Webert und die Vorsitzenden der Fachgruppen Bild, Thomas Geiger, sowie Online, Thomas Mrazek, über die Sonderbeilage der SZ-Volontäre.



Hier geht es zum Digital-Dossier der jungen Journalist*innen: sz.de/pressefreiheit

Anzeige

« *Das Familienkonzept* »



Robert Kneschke-stock.adobe.com

**Für Sie, Ihren Partner
und Ihre minderjährigen
Kinder!**

Risiken absichern
Steuern sparen
Förderungen nutzen


Presse-Versorgung

0711 2056 244
info@presse-versorgung.de

Jetzt informieren
www.presse-versorgung.de/familie

„Wir bestehen darauf, dass eine Kamera vor Ort ist“

Corona hat die journalistische Arbeit verändert – auch mit Blick auf die Pressefreiheit

Von Michaela Schneider

Wiederholt wurden in jüngerer Zeit Journalist*innen und ihre Teams bei Demonstrationen von Gegnern der Coronamaßnahmen massiv attackiert. Trauriger, dramatischer Höhepunkt: Eine Gruppe verummter Personen soll am 1. Mai in Berlin zum Teil mit einer Metallstange auf ein Team der „heute-show“ eingepregelt haben. Er befürchte, äußerte „Reporter ohne Grenzen“-Geschäftsführer Christian Mihr, dass die jüngsten Angriffe Medienschaffende verunsichern und diese im Zweifel weniger von Kundgebungen berichten könnten.

Physische Angriffe auf das Grundrecht der Pressefreiheit blieben bei Bayerns Demonstrationen bislang aus. Doch die verbale Aggressivität scheint zuzunehmen, klickt man sich durch die Kommentarspalten sozialer Medien. Der BJV wandte sich an Bayerns Polizeipräsidenten mit der Bitte, die Einsatzleitungen vor Demonstrationen noch einmal besonders für den Schutz von Journalist*innen zu sensibilisieren. „Sollten unsere Einsatzkräfte bei entsprechenden demonstrativen Veranstaltungen einen entsprechenden Angriff wahrnehmen, können Sie von einer schnellen Intervention zum Schutz der angegriffenen Person und unserer konsequenten Verfolgung möglicher Straftaten insbesondere zum Nachteil von Medienvertretern ausgehen“, antwortete Marcus da Gloria Martins, Pressesprecher am Polizeipräsidium München prompt.

Wachsamkeit scheint angebracht

Auch stellt sich die Frage: Ist mit Ausgeh- und Kontaktbeschränkungen in Zeiten der Pandemie, einem verstärkten Trend zur digitalen Kommunikation und einer medieninternen Fokussierung auf bestimmte Themen die Pressefreiheit im Freistaat andernorts bedroht? Angebracht scheint erhöhte Wachsamkeit.

Die Rahmenbedingungen, unter denen Fernseherteams arbeiten, sind pandemiebedingt zwangsläufig erschwert. Beim *Bayerischen Rundfunk*



Als Bilderbotschaft schickte DJV-Kollege Karlheinz Stannies dem BJV in einer Videobotschaft zum Tag der Pressefreiheit gleich mehrere Karikaturen. So auch diese.

Karikatur: Karlheinz Stannies

mussten Reporter*innen auf die Schnelle mit Masken, langen Mikrogabeln und Mikroschutz ausgestattet werden. „Gleichzeitig wollten wir nicht den Mitarbeiter*innen des Gesundheits- und Pflegebereichs die nur begrenzt vorhandene Schutzausrüstung vom Markt nehmen. Dadurch mussten wir eine Zeit lang unter Einschränkungen arbeiten“, sagt Anja Miller, BR-Redaktionsleiterin „Rundschau und Landesberichte“.

Technische Hürden kommen dazu, weil mancher O-Ton per Skype eingeholt werden muss. Einige angefragte Protagonist*innen wollen aus Angst vor Ansteckung kein Kamerateam in die Nähe lassen, dadurch platzte die ein oder andere Geschichte. Und Antworten aus Pressestellen dauern teilweise länger als früher. „Das ist nachvollziehbar, sie sind sehr überlastet“, sagt Miller. Dies alles beeinflusst zwar die journalistische Arbeit, ist aber dem Rahmen geschuldet – und nicht aktiven Versuchen, die Pressefreiheit einzuschränken.

Eines sagt Redaktionsleiterin Anja Miller aber deutlich: „Wir akzeptieren es nicht, dass uns Parteien, Institutionen oder andere Veranstalter ausschließlich ihren Stream zur Verfügung stellen. Wir bestehen darauf, dass bei Pressekonferenzen

eine BR-Kamera vor Ort ist. Da müssen wir ganz genau darauf schauen.“ So habe die Münchner Polizei kürzlich einen selbst aufzeichneten Stream angeboten. Der BR hatte dessen Nutzung abgelehnt. „Es ist sehr bedauerlich, dass Einrichtungen überhaupt auf die Idee kommen, Journalist*innen fertige Streams zur Verfügung zu stellen, statt sie zur Pressekonferenz zu laden“, ergänzt Miller.

Für klaren Protest, nicht nur beim BR, sorgte überdies: Zu Pressekonferenzen der Staatskanzlei wurden nach Verhängung strenger Kontaktregeln über mehrere Wochen keine Journalist*innen mehr zugelassen. Verfolgen konnten sie die Auftritte der Regierungsvertreter*innen nur im Livestream. „Die

Staatskanzlei ist von sich aus auf uns zugekommen, um gemeinsam ein auch für Journalist*innen vertretbares Verfahren zu entwickeln“, erzählt BR-Redakteurin Eva Lell, die sich mit dpa-Kollege Christoph Trost den Vorsitz der „Landtagspresse“ teilt. Dabei handelt es sich um einen Verein mit Sitz in München, in dem im bayerischen Landtag ständig tätige Berufsjournalist*innen organisiert sind.

Landtagspresse konnte eingreifen

Man einigte sich auf folgendes Procedere: Journalist*innen reichten Fragen bei der Pressestelle der Staatskanzlei per E-Mail ein – und verschickten sie „in CC“ zudem an die zwei Landtagspressevorsitzenden. Der Regierungssprecher stellte die Fragen – und die Landtagspresse hätte eingreifen können, wären kritische Fragen nicht oder verändert gestellt worden. „Meistens hatten wir gar nichts zu beanstanden“, sagt Lell rückblickend. In Nuancen sei ab und zu eine Frage vielleicht entschärft oder nicht an den gestellt worden, an den sie gestellt werden sollte.

Ein zentrales Problem aber blieb: An Fragen wurde zum Teil vorbeigeantwortet. Man versuchte nachzubessern, indem Journalist*innen

im Folgenden jeweils eine Frage „hinterherschicken“ konnten. Zeitgleich verhandelte die Landtagspresse bereits mit der Staatskanzlei, wieder echte PKs zu ermöglichen. Ende April wurden sie ins Prinz-Carl-Palais verlegt mit Platz für nun rund 20 Journalist*innen.

Zur gleichen Zeit wandten sich die Bundespressekonferenz und die Landtagspressekonferenzen mit einem offenen Brief an Bundeskanzlerin, Ministerpräsident*innen, Minister*innen und Regierungssprecher*innen. „Mit Sorge nehmen wir wahr, dass es (...) immer wieder zum Negativen veränderte Bedingungen im Informationsfluss zu geben scheint: Pressekonferenzen ohne Journalist*innen, Fragen, die durch Regierungssprecher*innen geschönt getragen werden. Nachfragen, die gar nicht möglich sind“, heißt es darin. Auch die Tendenz, Pressekonferenzen ins Internet zu verlagern, kritisierten die Kolleg*innen. Der Brief schließt mit der Passage: „Die derzeitige Krise darf keine Ausrede sein, sich vor unangenehmen Fragen wegzuducken. Wir, die in der Bundespresse und den Landespressekonferenzen zusammengeschlossenen Journalistinnen und Journalisten, werden darauf achten.“

Achtsamkeit braucht es auch auf regionaler Ebene, das zeigte sich in Unterfranken, als ein Landratsamt nach dem Shutdown zwar weiter Pressemitteilungen verschickte, aber keine telefonisches Nachhaken mehr zulassen wollte. Nachfragen war nur noch per E-Mail möglich, Antworten ließen mehrere Tage auf sich warten. Das habe weniger mit Bösartigkeit zu tun gehabt, um Informationen vorzuenthalten, sondern war eher Überforderung, vermutet Michael Reinhard, Chefredakteur der *Main*

Post. Trotzdem reagierte die Redaktion prompt, indem sie den Lesern über den Vorfall berichtete. Die Behörde lenkte ein. „Für uns ist Transparenz ein Wert an und für sich“, betont Reinhard.

Und: Die *Main Post* gehe sehr konsequent gegen eine Verweigerung von Auskünften vor, auch vor Gericht. „Wir haben da inzwischen einen gewissen Ruf. Jeder weiß: Mit uns kann man's nicht machen“, so der Chefredakteur. Das begann im Jahr 2004 mit einem Rechtsstreit zwischen *Main Post* und einer Landkreisgemeinde.

„Die derzeitige Krise darf keine Ausrede sein, sich vor unangenehmen Fragen wegzuducken.“

Offener Brief der Bundespressekonferenz und der Landtagspressekonferenzen

Der Oberste Bayerische Verwaltungsgerichtshof urteilte damals, dass eine Auskunft nach Art. 4 Abs. 2 Part 2 BayPresseG nur verweigert werden könne, soweit aufgrund beamtenrechtlicher oder sonstiger gesetzlicher Vorschriften eine Verschwiegenheitspflicht bestehe. Das Urteil sorgte bundesweit für Schlagzeilen. Seither habe die *Main Post* in mindestens zehn Fällen bei Auskunftsverweigerung geklagt – und sämtliche Prozesse gewonnen. Reinhard betont: „Wir werden auch sehr genau darauf achten, dass sich ein neuer Habitus nicht mit und nach Corona einschleicht.“

Angriffe von außen sind allerdings immer nur die eine Seite. Markus Kaiser, Professor für

praktischen Journalismus an der Technischen Hochschule Nürnberg, erklärte im Videostatement für den BJV am Tag der Pressefreiheit: „Es muss also auch möglich sein, sich kritisch mit den Corona-Maßnahmen, mit Umweltschutz-Vorschriften und anderen Themen zu beschäftigen.“ Worauf er dabei hinaus will, erklärt er gegenüber dem *BJVreport* – und zieht den von Kommunikationswissenschaftlerin Elisabeth Noelle-Neumann eingeführten Begriff der „Schweigespurale“ heran: Mit einer Meinung, die nicht die Oberhand habe, gehe man eher ruhig und leise um.

Vor allem in der Anfangszeit von Corona hätten viele Kolleg*innen zu wenig Debatten geführt und sich teils selbst vereinnahmen lassen, um Politik und Ausgangsbeschränkungen zu unterstützen. Aber: Journalist*innen seien keine verlängerten Organe der Exekutive, extreme Eingriffe in die Bürgerrechte seien zu diskutieren. Kaiser appelliert, sich wieder stärker auf den journalistischen Leitsatz „Mache Dich mit keiner Sache gemein, auch nicht mit einer guten“ zu besinnen.

Marlis Prinzing, Professorin für Journalistik an der Hochschule Macromedia in Köln, spricht von „opportunen Zeugen“. „Zwar benenne ich im Bericht nicht direkt meine Position, frage aber nur die, die sagen, was ich für richtig finde“, erklärt sie den Mechanismus. Mit anderen Worten: Ausgewählt werden aus vielen Argumenten jene, deren Richtung der eigenen oder auch redaktionellen Linie entspricht. „Wünsche würde ich mir mehr Stimmen in Redaktionen, die in solchen Fällen sagen: Moment mal, unser Auftrag ist es über Vor- und Nachteile zu schreiben und mehrere Blickwinkel zu ermöglichen.“

Noch einen Appell richtet sie an Kolleg*innen, gerade jetzt, unter erschwerten Arbeitsbedingungen während der Pandemie: „Journalist*innen müssen transparent machen, unter welchen Bedingungen Geschichten entstehen.“ Hier beobachte sie immer noch eine gewisse Scheu, obwohl gerade darin eine weitere Stärke des Artikels liegen könne. „Sind, unter Coronabedingungen, Fragen bei einer Pressekonferenz nur per E-Mail möglich oder ist die Zahl der zugelassenen Journalist*innen beschränkt, dann muss man dies dem Publikum deutlich machen.“ Zugleich müsse man darauf pochen, dass die Ausnahmesituation nur solange, wie es unbedingt nötig sei, aufrechterhalten werde. Der Artikel gewinnt – und die Wichtigkeit presserfreiheitlichen Arbeitens wird hervorgehoben.

Zur Staatsrelevanz des Journalismus

Bei Katastrophenplänen sei die besondere Bedeutung des Journalismus für die Information und Aufklärung der Bevölkerung zu beachten: Auf die Forderung des Deutschen Journalisten-Verbandes reagierte Nordrhein-Westfalen im Zuge der Corona-Pandemie als erstes Bundesland, als es Journalist*innen als Personenkreis in einer kritischen Infrastruktur definierte. „In NRW klar geregelt... wie sieht es in Bayern aus? ... Der BJV wird nochmals genau nachfragen (...)\", postete BJV-Vorsitzender Michael Busch am 18. März auf Facebook. Das Nachhaken zeigte Erfolg – wenig später zählte auch Bayern Journalist*innen offiziell zu den systemrelevanten Berufsgruppen. Mit der Einstufung als Teil der „kritischen Infrastruktur“ ging nicht nur einher, dass sich Kolleg*innen trotz Ausgangsbeschränkungen während ihrer Arbeit frei bewegen konnten. Auch war sie wichtig mit Blick auf die nur für systemrelevante Berufe geltende Notbetreuung von Kindern.

„Reporter ohne Grenzen“ aktualisieren relevante Gesetze, Verordnungen und Verfügungen hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf die Pressefreiheit in einer frei abrufbaren Tabelle ständig – und hier präsentiert sich die Bundesrepublik immer noch als Flickenteppich. Die Systemrelevanz von Rundfunk und Presse klar definiert haben neben Bayern und NRW inzwischen Baden-Württemberg, Berlin, Brandenburg, Rheinland-Pfalz, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein und Thüringen.

Der Krise trotzen

***RUMS* startet mitten in der Krise, *Krautreporter* hat sich gegen alle Unkenrufe durchgesetzt. Und laut Autorin Alexandra Borchardt treibt die Krise Innovation weiter voran. Kolleg*innen zeigen, wie Journalismus in schwierigen Zeiten überleben kann**

Von Thomas Mrazek



Den Lokaljournalismus „neu denken“ wollten in der Vergangenheit schon viele Kolleg*innen. Oftmals scheiterten sie oder dümpeln vor sich hin. Der Münsteraner Ralf Heimann ist einer, der viel über die Defizite des hiesigen (Lokal-)Journalismus nachdenkt. Selbst arbeitete er einige Jahre für die *Münstersche Zeitung* als Redakteur im Lokalen. Täglicher Publikationszwang habe etwas von „Weißraumbefüllung“ gehabt, sagt er rückblickend. Jetzt agiert der 43-Jährige selbst als Redaktionschef. Zusammen mit Katrin Jäger, ehemalige stellvertretende Lokalchefin beim Springer-Blatt *B.Z.*, leitet er seit März die Redaktion von *RUMS*, das Kürzel steht für Rund um Münster (*rums.ms*). Ein mutiges Unterfangen, erst recht mitten in einer Krisenzeit.

20-köpfiges RUMS-Gründerteam

Nach der Lokalzeit hatte Heimann begonnen, sich kreativ mit seiner Arbeit auseinanderzusetzen – im Roman „Die tote Kuh kommt morgen rein“ (2013) und in den „Perlen des Lokaljournalismus“. Seit einigen Jahren arbeitet er zudem als Autor für die Medienschau *Das Altpapier* (*dasaltpapier.de*).

Die Idee fürs digitaljournalistische Projekt *Rums* hatten Christian Humborg, Finanzchef von Wikimedia, und Marc-Stefan Andres, früherer Autor bei *Brandeins* und *Süddeutscher Zeitung*, der Finanzfachmann Götz Grommek und der frühere *Spiegel*-Chefredakteur Klaus Brinkbäumer, wie Ulrike Simon in *Horizont* schreibt. Weitere in der Medienbranche bekannte Mitstreiter wie etwa der *Correctiv*-Gründer David Schraven oder der *Tagesspiegel*-Herausgeber Sebastian Turner kamen hinzu. Das Gründerteam zählt inzwischen 20 Köpfe.

Neben ihrer Sympathie für einen anderen Lokaljournalismus steuern sie auch Wissen und den finanziellen Grundstock für *RUMS* bei. Die Beteiligten sind sich einig, dass Münster journalistisch etwas fehle – neben den *Westfälischen Nachrichten* gibt es mit der *Münsterschen Zeitung* nur noch eine so genannte „Zombiezeitung“, wie Heimann berichtet. Viel zu sehen gibt es indes noch nicht. Neben einem bislang kostenlosen Newsletter, der dem erfolgreichen „Checkpoint“-Newsletter des *Berliner Tagesspiegels* (*checkpoint.tagesspiegel.de*) ähnelt, und der mehrmals in der Woche erscheint, gibt es die üblichen Auftritte in den sozialen Medien. Vorgeschnack machten immerhin Kolumnen, etwa von Klaus Brinkbäumer, aus seinem derzeitigen Wohnort New York.

Man sei Ende März ungeplant und „überstürzt“ mitten in der Krise gestartet, räumt Heimann ein. Der Informationsbedarf der Menschen in Münster sei einfach riesig gewesen. Eigentlich wollte *RUMS* mit einer kostenpflichtigen Version im April starten, doch das hätte man den Menschen, die zumeist zuhause saßen, nicht zumuten können, sagt Heimann, der selbst in Münster lebt. Im Sommer soll die Website starten, ab August sollen die Inhalte kostenpflichtig werden.

Heimann wirkt im Gespräch auf eine sympathische Weise aufgeregt: Klar wolle man vieles besser machen als die Platzhirsche in Münster, man wolle nur Dinge veröffentlichen, die tatsächlich relevant seien – dabei habe man schon gemerkt, dass dies gar nicht so einfach sei, lautet einer der Leitgedanken; was man im Lokalen besser nicht mache, habe er ja jahrelang selbst erlebt, Stichwort „Weißraumbefüllung“. Und ja, die Kolleg*innen vom eher konservativ ausgerichteten Mitbewerber *Westfälische Nachrichten* leisteten gute Arbeit. Von vielen Menschen kam aber die Rückmeldung, dass sie sich freuten, dass es nun eine weitere Stimme in der Stadt gebe. Das bestätige ihn darin, dass das neue Angebot auch in einer Wirtschaftskrise funktionieren könne, so der 43-Jährige. „Die Leser*innen sollen ein Bestandteil des Mediums selbst werden, wir möchten tatsächlich online mit den Menschen ins Gespräch kommen“, sagt der Redaktionsleiter, der gemeinsam mit seiner Kollegin mit einigen freien Journalist*innen zusammenarbeitet.

RUMS mag – von außen betrachtet – nicht die revolutionäre, technisch hochperfekte Idee sein. Doch die kreativen

Köpfe dahinter, die Lokaljournalismus besonders zu schätzen wissen, ihre Erfahrungen und ihr Engagement könnten dafür sorgen, dass das Projekt gelingt und eine neue Variante von Journalismus auch in einer Krisenzeit gedeihen lässt.

Längst in der Medienlandschaft angekommen ist das im Oktober 2014 gestartete Online-Magazin *Krautreporter*. Mit ungunstigen Prognosen war es einst gestartet: „Die sind schon gescheitert, bevor sie überhaupt angefangen haben“, habe ein Kritiker einst geunnt, berichtet *Krautreporter*-Herausgeber Alexander von Streit. Es laufe gut für das Projekt, sagt der in München lebende Herausgeber. Letztes Jahr habe man einen Grimme Online Award für Konzept und Umsetzung gewonnen, beim diesjährigen Nannen-Preis sei man in der Kategorie Reportage-Fotografie immerhin unter den drei Nominierten gewesen.

Artikel frei Haus nur in Ausnahmen

Dass das Magazin überhaupt existieren kann, verdankt es seinen derzeit 13.700 Abonnenten. Das Team umfasst rund 20 Personen, das Kernredaktionsteam habe acht Leute, die meisten seien inzwischen angestellt. Mit der Weitergabe von kostenlosen Artikeln sei man sparsam, erzählt von Streit. Zum Thema Corona habe man aber die grundlegenden Informationen aufgrund des großen Interesses frei weitergegeben. Einige Autoren geben Bezahlgeschichten auch in ihren persönlichen Communities kostenlos, so etwa Rico Grimm, der einen eigenen Newsletter herausgibt.

Wie hat die Corona-Krise die *Krautreporter* getroffen? Man habe frühzeitig die rund achtköpfige Redaktion in Berlin ins Homeoffice verlagert. „Für uns war das nicht so krass einschneidend, wir arbeiten seit Jahren bereits sehr agil unter anderem mit Zoom; aber natürlich beeinträchtigt das die Kreati-

„Wir sind Ende März ungeplant und überstürzt gestartet.“

Ralf Heimann, Redaktionsleiter des Onlinemagazins *RUMS*

vität und die Workflows.“ Wirtschaftlich haben die *Krautreporter* sogar profitiert: „Die Mitgliederzahlen sind im März mehr als sonst gewachsen, weil einfach eine wahnsinnige Nachfrage zu Informationen zum Thema Corona herrschte.“ Jetzt habe sich die Nachfrage wieder normalisiert, auch bei der Themensetzung habe man gemerkt, dass alles außer Corona weniger nachgefragt gewesen sei.

Es habe sich gezeigt, dass das mitgliederfinanzierte Modell sehr gut funktioniere. Die Trägergesellschaft der *Krautreporter* ist in einer Genossenschaft organisiert, in deren Aufsichtsrat von Streit sitzt. Dort habe man über verschiedene Szenarien diskutiert, falls die Mitgliederzahlen aufgrund einer Rezession sinken sollten. Dies sehe man aber jetzt noch nicht: „Die Leute vertrauen uns, unser Geschäftsmodell hat sich bestätigt.“

Gibt es ferner Pläne in der *Krautreporter*-Schublade, wie sich die journalistische Ausrichtung in einer Wirtschaftskrise noch mehr in Richtung Lösungsorientierung bewegen könnte? Von Streit sieht konstruktiven Journalismus sowieso als Kern des Projektes. „Aber wir haben keinen Masterplan für diese Situation. Unser Prinzip ist es, den Menschen die Zusammenhänge zu zeigen, und nicht der kurze Blick auf die Situation – der Lösungsgedanke ist da schon immer implementiert“, sagt er. Man begleite die Nutzer*innen durch die Krisensituation durch. „Das ist unsere Aufgabe“, betont der Herausgeber.

Der gelernte Journalist, der bei der *Frankfurter Rundschau* volontierte, engagiert sich außerdem bereits zum zweiten Mal ehrenamtlich im aktuellen Mentoring-Programm des BJV als Mentor. Wissenstransfer in Sachen Journalismus betreibt der 1970 geborene von Streit auch über den Think Tank VOCER (*vocer.org*). Dort fungiert er zudem als Herausgeber.

„VOCER beschäftigt sich mit der Transformation von Medien und Journalismus“: Was etwas abstrakt klingt, bietet durchaus Nutzwert für die Medienbranche: So werden über das ausschließlich über Stiftungsgelder und Spenden finanzierte Projekt unter anderem Stipendien an Nachwuchsjournalist*innen vergeben, gemeinsam mit dem Spiegel veranstaltet man seit 2014 einen Innovations-Tag und vergibt den so genannten Netzwerke-Award. Im „Millennial Lab“ möchten die Macher*innen zeigen, wie es Journalist*innen schaffen können, mit ihrer Arbeit gezielt ein jüngeres Publikum zu adressieren. „Welche Plattformen müssen Medien dafür bespielen, wie müssen sich ihre Inhalte ändern?“, laute dabei einer der Leitgedanken, erklärt von Streit. Er sehe diese Arbeit als „nachhaltiges Vermitteln von Innovationen“ an. Dass es für den Journalismus eines der existenziellen Zukunftsthemen ist, den Medienkonsum jüngerer Menschen zu begreifen, liegt auf der Hand.

Dass sich im Journalismus einiges ändern muss, ist auch eine der Kernaussagen im Mitte März erschienenen Werk „Mehr Wahrheit wagen. Warum die Demokratie einen starken Journalismus braucht“ der Autorin, Dozentin und Bera-

terin Alexandra Borchardt (*Besprechung auf Seite 42*). Die Kollegin war mehr als zwei Jahrzehnte im Journalismus tätig, zuletzt als Chefin vom Dienst bei der *Süddeutschen Zeitung*.

Was würde sie im Angesicht der jetzt ausgebrochenen Krise an ihrem vorgenannten Werk noch revidieren oder ergänzen? „Die Erkenntnisse daraus haben natürlich Bestand, nur es wird immer dringender auch zu handeln“, sagt Borchardt. Die Geschwindigkeit der Veränderung müsse sich durch die Krise noch mehr erhöhen, „schlechter Journalismus wird Schwierigkeiten haben zu überleben. Die Leute werden vorwiegend für die Angebote bezahlen, bei denen sie das Gefühl haben ‚Da habe ich einen Mehrwert‘, das hilft mir die richtigen Entscheidungen in meinem Leben zu treffen“.

Ob die großen „Medientanker“ beim Thema Veränderung mithalten können? Borchardt wählt deutliche Worte: „Die großen Medienhäuser waren lange Zeit zu selbstzufrieden und haben sich auf die Schultern geklopft: ‚Wir machen doch den tollen Journalismus. Und wenn jemand überlebt, dann werden wir das sein!‘ Das ist natürlich eine sehr pauschale Aussage, denn in jedem dieser

„Schlechter Journalismus wird Schwierigkeiten haben zu überleben.“

Alexandra Borchardt, Journalistin und Autorin

Häuser gibt es ungeheuer engagierte und agile Leute, die den Wandel begriffen haben und ihn vorantreiben wollen. Das sind allerdings nicht immer die einflussreichsten Leute.“ Die Journalistin arbeitet zurzeit an einem Forschungsprojekt der WANIFRA (dem weltweiten Dachverband nationaler Zeitungsverbände), dort habe sie Einblick in 14 große und kleine Redaktionen. Sie stellt fest, dass der Handlungsdruck in Sachen Innovation durch den Wegfall des Anzeigengeschäfts nun „massiv“ sei.

Wie sieht sie die Chancen eines konstruktiven Journalismus in der Krise? „Das Publikum mag Lösungen, mag Dinge sehen, die funktionieren. Die Forschung des Reuters Institute for the Study of Journalism hat gezeigt, dass ein Drittel der Menschen es vermeidet, mit Journalismus in Kontakt zu kommen, weil er für schlechte Laune Sorge“, sagt sie. Konstruktiver Journalismus könne Menschen zu eigenen Aktivitäten ermutigen. „Role Models, die etwas geschafft haben“, interessieren die Leserinnen viel mehr, erinnert sich Borchardt an ihre Erfahrungen als Mitgründerin von *Plan W – Das Frauenwirtschaftsmagazin der Süddeutschen Zeitung*.

Ausprobieren ist angesagt

Und wie schätzt sie das Potenzial kleinerer Medienangebote und Start-ups in dieser Zeit ein? „Je mehr Dinge, je mehr Geschäftsmodell ausprobiert werden, desto besser!“ In der Krise habe man gemerkt, dass auch sehr viel schlankere Organisationen etwas auf die Beine stellen könnten. „Es gibt in großen Häusern einige tolle Journalist*innen, die die Nase voll haben von diesen Strukturen und Machtkämpfen dort“, sagt Borchardt. Gutes Potenzial dürfte damit auch personell vorhanden sein. Zumindest wenn die Chance lockt, tatsächlich etwas vorantreiben und verändern zu können.

„Die Pressearbeit explodierte“

Plötzlich gingen bis zu sechs Mal mehr Medienanfragen am LMU-Klinikum in München ein, bei gleicher Personalstärke

Von Michaela Schneider

Von einem Tag auf den anderen waren mit der Coronapandemie die LMU-Kliniken in München einer der Hauptakteure einer gesundheitlich-gesellschaftlichen Krise. Innerhalb weniger Tage mussten sich die Häuser in ihrer kompletten Struktur wandeln, Stationen wurden umgewidmet, Personal umgeschichtet. Die Testung auf Infektionen startete. Erste Covid19-Patienten wurden eingeliefert. Quarantäne-Maßnahmen waren umzusetzen. Das Klinikum musste Todesfälle verzeichnen. Gleichzeitig liefen Forschungsprojekte an auf der Suche nach Therapien, Wirk- und Impfstoffen.

Unzählige Anfragen gingen in den vier heißesten Wochen ab Mitte März in der PR-Abteilung ein, selbst die *New York Times* interessierte sich plötzlich für die Arbeit an Münchens Universitätsklinikum. „Für uns in der Kommunikation veränderte sich die Situation dramatisch. Sowohl die interne Kommunikation als auch die Pressearbeit explodierten“, erzählt Philipp Kreßirer, Pressesprecher und Leiter der Stabsstelle Kommunikation und Medien. Der 54-Jährige spricht von einer bis zu sechsfachen Steigerung an Anfragen, nur zu Corona, bei gleicher Personenstärke.

Mehr als 10.000 Menschen arbeiten an den zwei Standorten Großhadern und Innenstadt, darunter rund 3000 Pflegekräfte und 1600 Ärzte. Das Team der Stabsstelle Kommunikation ist im Verhältnis recht überschaubar mit 16 Köpfen: Kommunikationsleute, Fotografen und Grafiker. Kreßirer selbst kümmert sich mit zwei weiteren Kolleg*innen, die sich eine Stelle teilen, um die externe Kommunikation, zwei Mitarbeiter*innen zeichnen für die interne Kommunikation verantwortlich. Dazu kommt ein Social-Media-Web-Redakteur. Zudem arbeitete Kreßirer in der Taskforce und im Krisenstab der Klinik mit.

Zwölf bis 14 Stunden dauerten seine Arbeitstage, erzählt der Pressesprecher. Viele Medienanfragen waren mit internen Recherchen verbunden bis hin zum detaillierten Befragungskatalog. Drehanfragen waren mit Blick auf Hygienefragen nicht so einfach wie sonst zu beantworten. Mancher Klinikbereich musste Tabuzone bleiben. Bevor Kamerateams mit der Arbeit beginnen konnten, mussten sie den Checkpoint passieren mit Temperaturmessung und Fragebogen. Die Pressestelle musste eine durchgehende Vorortbegleitung



Philipp Kreßirer, Leiter der Stabsstelle Kommunikation am LMU Klinikum in München.

Foto: LMU Klinikum / Steffen Hartmann

der Journalist*innen sicher stellen. Kurzum: Drehs bedeuteten für die Klinik einen viermal so hohen Zeitaufwand wie sonst.

In der Dienstvereinbarung des LMU-Klinikums ist – für normale Zeiten – geregelt, wie Pressearbeit abläuft. Demnach können sich Journalist*innen auch direkt mit Fachthemen an die zuständigen Expert*innen wenden. Nur allgemeine strukturelle Anfragen zum Haus müssen immer über die Pressestelle laufen. „Jetzt landete alles bei uns. Viele Redaktionen wussten auch nicht, wohin sie sich wenden sollen. Das erhöhte die Zahl und Intensität nochmal“, sagt der Pressesprecher.

Zwar habe seine Abteilung versucht alle Anfragen zu beantworten. „Manches war aus Kapazitätsgründen aber auch einfach nicht zu machen“, schränkt Kreßirer ein. War eine Anfrage schon mehrfach gestellt und andersorts beantwortet, musste unter Umständen abgelehnt werden. Dabei habe auch eine Rolle gespielt, „welches Medium mit welcher Reichweite“ anfragte. Trotzdem habe man versucht, auch die Verlage aus der Region individuell zu bedienen – *Abendzeitung*, *TZ*, *Merkur*, auch *Donaukurier* und *Straubinger Tagblatt* nennt Kreßirer exemplarisch. Bei einigen übergreifenden Themen, etwa der Testung oder dem Gesundheitsprozess der Patienten, nahm die LMU-Pressestelle aktiv Kontakt zur dpa als Multiplikator auf. Ähnelten sich Drehanfragen, bat man Sender unter Umständen um einen Materialaustausch, um Ärzte und Pflegekräfte auf den Stationen zu schützen und zu entlasten.

„Wenigstens Webrecherche“

Überrascht war Kreßirer zwar in vielen Fällen, wie gut und intensiv sich mancher Journalist, manche Journalistin selbst in Themen eingearbeitet hatte. Einigen anderen Kolleg*innen aber empfiehlt er, „wenigstens ein wenig Webrecherche“ vor dem Anruf. Wünschen würde er sich bei mancher Anfrage mehr Hintergrundinformation. „Wissen wir, welche Geschichte dahinter steht, können wir ganz anders antworten“, sagt er. Ohne das Wissen um den Kontext seien Aussagen oft schwierig. Und: Als realitätsfremd erlebte der 54-Jährige in einigen Fällen die Kurzfristigkeit der Terminsetzung, etwa wenn Anfragen ausführliche Statistikaufarbeit erforderten. „Auch wir waren in einer Ausnahmesituation“, sagt er.

„Theoretisch ist alles möglich“

Besonders deutlich hat die Coronakrise viele Freiberufler getroffen. Kreativität ist gefragt. Kollegen aus Bayern erzählen.

Von Johannes Michel

Jemanden zu finden, den die Corona-Krise nicht auf die ein oder andere Weise trifft, dürfte schwer sein. Mancher Festangestellte bezieht zwar weiter sein Gehalt, muss aber mit einer Reduzierung aufgrund von Kurzarbeit auskommen. Viele Freiberufler hat es noch deutlich härter erwischt. Einige versuchen die Krise durch alternative Projekte, Nebenjobs oder neue Ideen abzufedern.



Foto: Stefan Gregor

„Mitte März 2020. Bayerns Ministerpräsident Markus Söder verkündet Ausgangsbeschränkungen, Geschäfts- und Restaurantschließungen – und das vorläufige Aussetzen der Kinderbetreuung. Vor allem Letzteres stürzte viele Familien von heute auf morgen ins Chaos. Notbetreuungen wollte nicht jeder gleich in Anspruch nehmen, um die Familie vor einer Infektion zu schützen. Die wäre gerade für Selbstständige fatal, weil sie dann endgültig zum Pausieren gezwungen wären.“

Meine Frau und ich sind beide selbstständig, die kleine Tochter war bisher unter der Woche im Kindergarten – und nun dauerhaft zu Hause. Großeltern als Ersatz? Das sollte vermieden werden, hieß es – Risikogruppe. So entstand über Wochen ein Spagat zwischen Arbeit und Familienzeit. Meine erste Idee, endlich einmal das lange aufgeschobene Buchprojekt anzugehen, weil ansonsten viel Arbeit weggefallen war, verwarf

„Wir sind als fachjournalistische Fernsehproduktion im Bereich Factual Entertainment für private und öffentliche Fernsehsender tätig. Die Krise ist bei uns durch die Umstellung unserer Kunden und Redaktionen auf Homeoffice, sowie und durch die Einschränkung des öffentlichen Lebens – sprich Dreharbeiten – relativ schnell in der zweiten Märzhälfte angekommen. Bislang sind einige wenige Aufträge nur verschoben, nicht aber storniert worden. Im Gegenzug wurden wir mit der Produktion einiger Beiträge

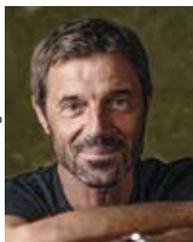


Foto: Dennis König

„Bei mir hat sich die Corona-Krise extrem ausgewirkt. Sofort wurden sämtliche Aufträge storniert, TV-Moderation stand erst ab Mitte Mai wieder auf dem Programm. Auch langfristig muss ich sagen,

ich schnell. Seit bald neun Jahren betreibe ich eine lokale Onlinewebsite, die in der Krise wichtig bleibt und vielleicht sogar noch ein wenig wichtiger geworden ist. Zudem standen noch die Kommunalwahlen an, die journalistisch begleitet werden wollten. Mit viel Einsatz und einigem Verzicht hat es irgendwie funktioniert. Es bleiben allerdings Fragen: Reduzieren sich die Anzeigenverkäufe für mein Projekt? Sind die Auftraggeber weiterhin an einer Zusammenarbeit interessiert, obwohl sie vielleicht sparen müssen?

Bisher ist die Arbeit nicht weniger geworden. Im Lokaljournalismus sind zwar die üblichen Termine weggefallen, große Festivitäten wurden auf das Jahr 2021 verschoben. Langsam kommen die Standardtermine aber zurück. Aber vielleicht ergibt sich ja im Corona-Jahr 2020 doch noch die Chance, bisher eher vernachlässigte Dinge anzugehen. Vorausgesetzt, die Kinderbetreuung funktioniert wieder dauerhaft.“

Johannes Michel, Mitglied der BJVreport-Redaktion, Bamberg

oder Sendungen mit Corona-Bezug beauftragt. Wenn der Lockdown nicht wieder verschärft wird, sehen wir im Augenblick keine weitreichende Verschlechterung unserer Auftragslage, es sei denn, dass es durch Einsparungen bei den Sendern zu Stornierungen kommt. Da viele unserer Mitarbeiter*innen Überstunden angehäuft haben, die abzubauen waren, mussten wir nur für drei Mitarbeiterinnen (von 14 Festangestellten) für April Kurzarbeit beantragen.“

Gerald Krakauer, DOCMA TV Produktion GmbH, Dießen

dass ich keine neuen Aufträge erwarte. Daher habe ich die Soforthilfe des Freistaats Bayern angenommen. Nun versuche ich, Coachingangebote als Webinare online anzubieten und eventuell kurze Videoclips zum Herunterladen zu erstellen.“

Jochen Sattler, TV-Moderator, München



Foto: Susanne Weigel

„Ich schreibe vor allem Reportagen, Porträts, Interviews und Sachtex te über Franken, Kultur, Literatur sowie Bildung, Beruf und Soziales. Mal schlage ich Themen vor, mal werde ich angefragt. Meine Auftraggeber*innen belie fere ich als so genannte feste Freie. Das ist ein sehr angenehmes Arbeiten. Ich liebe meinen Beruf sehr und lerne unglaublich viel dabei. Die Corona-Krise hat sich bis jetzt moderat bei mir ausgewirkt; bei einem Auftraggeber sieht die Anzeigenlage schwieriger aus als sonst schon. Ein anderer spart jetzt auch mehr an den Ausga-

ben. Da ich optimistisch und realistisch zugleich bin, gehe ich davon aus, dass ich mittelfristig noch die eine oder andere Folge spüren werde. Allerdings hoffe ich, dass es überschaubar bleibt.

Natürlich denke ich darüber nach, weitere oder andere Auf traggeber zu akquirieren oder mein Angebotsportfolio zu er weitern. Das ist aber ein laufender Prozess, der im Hintergrund auch sonst immer mitläuft. Allerdings übe ich eine weitere Tä tigkeit als zweites Standbein als Seniorenbetreuerin aus. Da durch komme ich weg vom Schreibtisch und lerne weitere Menschen kennen.“

Susanne Berg, freie Journalistin, Lauf bei Nürnberg

„Seit 1997 bin ich selbstständig mit einer Werbe- und PR-/Pres seagentur und als freie Redakteurin unter anderem für regiona le Tageszeitungen und Magazine in verschiedenen Themenbe reichen (Lifestyle, Tourismus, Wirtschaft, Kultur, Regionales), aber auch für die Pressearbeit in Unternehmen oder Organisati onen tätig. Einige Kunden haben ihre Aufträge sofort gestoppt,

andere haben sich produktions- oder vertriebstechnisch umge stellt und meine Unterstützung weiterhin benötigt. Wirtschaft lich geht es mir dank meiner beruflichen Vielseitigkeit und ei nes kleinen Rücklagenpolsters zunächst noch ganz gut. Aber die Auftragslage ist um mehr als 50 Prozent geschrumpft.“

Roswitha Prasser, freie Redakteurin, Grafenau



Foto: Karl-Josef Hildenbrand

„Seit 25 Jahren betreibe ich die Agentur MiS-Sportpressefoto, zusammen mit meiner Ehefrau Renate und einer freien Sportfotografin aus Hamburg. Vor dem Ausbruch der Corona-Krise absolvier ten wir wöchentlich zwischen fünf und zehn Fußballspiele. Mit dem letzten Fußballspiel in Stuttgart am 9. März war der Käse für unsere Agentur gegessen – die Zwangspause hat uns und alle Kollegen*innen komplett arbeitslos gemacht. Alle Flüge und Hotels, die bereits für Auswärtsspiele gebucht waren, mussten storniert werden. Fototermine, die fest eingeplant wa ren wie Portraits, Kommunion, Kalender-Shootings etc. fielen komplett weg. Und dennoch gibt es viel zu tun, weil ich nun ak tuelle Themen bildlich umsetze für eine Agentur. Zu sehen sind geschlossene Cafés, leere Spielplätze, Symbolfotos mit Gesichtsmasken und Toilettenpapier.

in ganz Europa komplett zusammenbricht, weil alle vom TV-Geld abhängen, das in einigen Ländern nicht ausbezahlt wird, wenn die Geschichte mit den Geisterspielen nicht funktioniert. Auch weiß niemand, wie unsere Kunden die Krise überstehen werden. Wenn ich ein paar Monate keinen Gewinn mit meiner Sportfotoagentur machen kann, werde ich schließen müssen, um größeren Schaden abzuwenden.

Aber: Ich merke, wie langweilig und eintönig der bisherige Bundesliga-Alltag oft war mit den ganzen Foto-Beschränkungen auf wenige Plätze im Stadion. Ich versuche fast täglich, mein Stockfoto-Archiv mit aktuellen Themen rund um Corona zu be stücken, zusätzlich habe ich eine Liste weiterer Archivfoto-The men, die abseits von Corona immer für Symbolfotos oder Stock bilder in Frage kommen. Ich habe mir jetzt ein kleines Ministudio erstellt, für Produktfotos, mit Blitzanlage, Hohlkehle etc. Weiter habe ich etliche Orte aufgesucht, um für spätere Zei ten dieses historische Ereignis im Bild festzuhalten: Neuschwan stein, Airport München, Stachus – alles ohne Menschenmassen, ein gespenstischer Anblick, den man einfach dokumentieren muss.“

Bernd Feil, freier Fotojournalist, Mindelheim

Für meine eigene berufliche Zukunft ist theoretisch alles möglich, von Berufsaufgabe mit anschließender Arbeitslosigkeit bis zu besseren Arbeitsbedingungen als vor der Krise durch Marktvereinigungen. Ich halte es für realistisch, dass der Fußball

„Ich arbeite als freier Redakteur einer Wochenzeitung und bin freier Autor mit Schwerpunkt Kultur in der Tagespresse. Ab dem Tag des Lockdowns erhielt ich keine Aufträge mehr. Von den Redaktionen meiner zwei Hauptauftraggeber habe ich den Eindruck: Dort geht vieles drunter und drüber, man ist schlecht koordiniert, bedenkt die Folgen verlegerischen Han delns nicht. Fakt ist: Viele festangestellte Ansprechpartner*in-

nen sind auf Kurzarbeit und wir Freien wurden zwar sehr früh eingeladen, uns mit Themen einzubringen, sind unter diesen Arbeitsbedingungen aber wenig motiviert, dieser Einladung nachzukommen. Ich bin gespannt auf die Monatsabrechnun gen, ob das wenige, was noch erschienen ist, ordentlich ver waltet wurde.“

Joachim Fildhaut, freier Redakteur, Würzburg

Ein beispielloser Absturz

Den bayerischen Zeitungsverlagen brachen in der Corona-Krise von einem Tag auf den nächsten die Anzeigenumsätze massiv ein

Von Alois Knoller

Die Nerven lagen blank in den bayerischen Verlagshäusern, seit die Staatsregierung am 10. März alle Großveranstaltungen absagte und am 16. März den Katastrophenfall ausrief. Im Anzeigenmarkt fiel die Umsatzkurve von einem Tag auf den anderen steil nach unten. Selbst krisenerfahrene Manager hatten so einen Absturz nie zuvor erlebt. Der Verband Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV) beziffert die Ausfälle der Anzeigen- und Beilagenumsätze schon im ersten Monat mit rund 40 Prozent. „Der Werbemarkt hat auf den Shutdown also sofort reagiert“, resümiert VBZV-Hauptgeschäftsführer Markus B. Rick gegenüber dem *BJVreport*. Und der Horror ging laut Rick weiter: „Im April waren es durchschnittlich etwa 60 Prozent minus. Dieser Absturz wird sich im Mai fortsetzen.“

Einige Verlage in Bayern stehen noch geringfügig besser da, andere aber kämpfen mit der Liquidität. Der Gang in die Kurzarbeit bot sich als einzige rasche finanzielle Entlastung an. Auf Hilfe vonseiten der Staatsregierung warten Bayerns Verleger bislang vergebens. Der VBZV-Geschäftsführer fordert: „Notwendig wäre aus unserer Sicht ein Maßnahmenpaket, mit dem die einzigartige Medienlandschaft in Bayern, die durch die Coronakrise massiven Schaden nimmt, in ihrer Existenz gesichert und zukunftsfest gemacht wird. Das betrifft nicht nur die Verlage, sondern auch den privaten Rundfunk, der ja fast ausschließlich werbefinanziert ist.“

Als Lichtblick in dieser Zeit erweist sich wenigstens die Treue der Leser*innen zu ihrer Tageszeitung. „Die Zeitung ist in der Corona-Krise gefragter denn je. Die Menschen haben ein starkes Bedürfnis nach gut recherchierten und aufbereiteten Nachrichten, auf die sie sich verlassen können“, weiß Markus Rick. Die Abonnenten-Zahlen blieben weitgehend stabil. Und damit auch die zweite wichtige Umsatzsäule des Verlagsgeschäfts. Vertriebs Erlöse finanzieren es mit einem Anteil gut über der Hälfte, manche sogar zu zwei Dritteln. Markant gestiegen ist die Leser-Zufriedenheit. Die Beschwerde-Anrufe haben sich um 50 Prozent reduziert, sagt ein Verlagsleiter. „Die Leute sind dankbar, dass wir täglich eine Zeitung liefern, auch wenn sie im Umfang etwas dünner ausfällt.“

Attraktiver wurde auch der Onlinezugriff auf die Tageszeitungen. „Etwa ein Drittel unserer Verlage sieht deutliche Steigerungen bei den Digitalabos“, berichtet der VBZV-Geschäftsführer. Ob dieser Trend nach der Corona-Krise andauern wird, müsse sich aber noch zeigen. „Und auch etwaige Mehrerlöse im digitalen Bereich, die bislang nur einen überschaubaren Deckungsbeitrag leisten, mindern die Umsatzeinbußen durch Werbeausfälle kaum“, analysiert Rick nüchtern. Oder wie ein Verlagsmanager trocken feststellt:

„Die Zeitung ist in der Coronakrise gefragter denn je.“

Markus B. Rick, Geschäftsführer
Verband Bayerischer Zeitungsverleger

„Das Jahr ist für uns schon gelaufen. Wir werden keinen Gewinn machen.“ Da klingt es geradezu überschwänglich, wenn das Branchenblatt *Kress Pro* den Verleger des *Straubinger Tagblatts* und der *Landshuter Zeitung*, Martin Balle, mit den Worten zitiert: „Wir werden durch das Jahr gut durchkommen. Ich bin optimistisch, dass wir eine schwarze Null schreiben.“

Eigentlich hatte 2020 ganz gut angefangen. Die Anzeigenumsätze lagen im Plan. Die meisten Medienhäuser hätten wohl ein stabiles Jahr hingelegt. Auch wenn sie die (Werbe-)Konjunktur im vergangenen Herbst spürbar abgekühlt hatte, wiesen laut *Kress Pro* die meisten Verlage für 2019 noch solide Jahresgewinne aus. Ein Sorgenkind waren allerdings die stark steigenden Kosten der Zeitungslogistik. Ein großer bayerischer Zeitungsverlag beziffert seine Mehrkosten der letzten Jahre auf rund acht Millionen Euro infolge

der Umstellung von Stücklohn auf Zeitlohn und die Einführung des Mindestlohns.

„Für unsere Verlage ist es besonders wichtig, dass jetzt endlich die Infrastrukturförderung ausgezahlt wird, die der Bundestag schon Ende 2019 beschlossen hat“, sagt VBZV-Geschäftsführer Rick.

„Wenn wir das System der täglichen und flächendeckenden Zustellung aufrechterhalten wollen, das von der Politik als gesellschaftlich relevant eingestuft wird, muss sie endlich handeln. Und da durch Corona der Kostendruck auch hier weiter steigt, sollte die Politik gleichzeitig über eine deutliche Erhöhung der Fördersumme nachdenken.“ Die bewilligten 40 Millionen Euro seien abzüglich des Anteils für die Anzeigenblätter und umgelegt auf das einzelne Exemplar ohnehin nur ein Tropfen auf den heißen Stein.

Die Anzeigenblätter wird die Coronakrise aller Voraussicht nach stark rupfen. Ihr Werbemarkt ist total zusammengebrochen. Einige Titel haben ihr Erscheinen eingestellt. Einzelne werden nie mehr wiederkommen. Sie haben bereits ihren Zustellern gekündigt. Am stabilsten, sagt ein Branchenkenner, seien noch die Wochenblätter der Tageszeitungsverlage, die in Akquise, Herstellung und Vertrieb Synergien nutzen können. Die Strukturen wurden schon vor der Krise kostenoptimiert gestrafft.

VZB: Wegen Corona keine Zeit fürs Interview

Gern hätte der *BJVreport* auch die Lage der Zeitschriften dargestellt. Aus dem Verband der Zeitschriftenverlage in Bayern (VZB) hieß es allerdings: „Corona stellt uns alle vor große Herausforderungen. Normalerweise hätten wir Ihnen sehr gerne das Interview gegeben. Aber in diesen Wochen sind wir zeitlich dermaßen eingespannt, dass wir Ihrem Wunsch leider nicht nachkommen können.“

Journalistisch herausfordernd

Wie Kurzarbeit und Homeoffice das redaktionelle Arbeiten umkrempeln

Von Alois Knoller

Kurzarbeit? In den Redaktionen kannten die Kolleg*innen das Wort allenfalls aus Konjunkturlauten, wenn die Automobilindustrie oder der Maschinenbau schwächelten. Unvorstellbar aber schien Kurzarbeit im Journalismus. Mit Corona ist alles anders geworden. Nun zählen auch die Verlage zu den Krisenbranchen. 14 Zeitungshäuser in Bayern haben inzwischen Kurzarbeit angemeldet. Doch jedes Medienunternehmen wendet das Instrument der Arbeitsagentur unterschiedlich an. Dazu kommt auch die Verlagerung eines Großteils der Redakteur*innen ins Homeoffice. Die Lage ist unübersichtlich, daraus ergibt sich ein differenziertes Stimmungsbild.

Bei der *Allgäuer Zeitung* in Kempten würden die Kolleg*innen lieber heute als morgen an ihren gewohnten Arbeitsplatz zurückkehren. „Das Homeoffice nervt sie immer mehr“, weiß Betriebsrätin Stefanie Heckel. „Es fehlen Arbeitsmittel, die sie nur im Büro haben.“ Auf mobiles Arbeiten im großen Stil war das Kemptener Verlagshaus nicht eingestellt. Die erforderlichen Geräte stünden nicht zur Verfügung oder sie seien, etwa weil der Bildschirm zu klein ist, für den redaktionellen Dauereinsatz nicht geeignet. Inzwischen ziehe zudem die Einsamkeit ein, der kurze Draht zu den Kolleg*innen fehlt. Seit Mitte April gilt zwanzig Prozent Kurzarbeit bei der *Allgäuer Zeitung* – ein Tag weniger in der Woche. Der Betriebsrat rechnet damit, dass sich im Juli oder August eine Entspannung ergibt. Immerhin hat bereits der erste Volontär seine Übernahme in der Tasche.

Beim *Fränkischen Tag* in Bamberg fühlen sich manche Redakteur*innen von den Coronamaßnahmen ausgebremst. Seit Mai sind 30 Prozent Kurzarbeit angeordnet, außerdem sollten die Kolleg*innen ihre Überstunden abfeiern. Von der Stammmannschaft fehlen mithin die meisten, die Redaktion arbeite fast ausschließlich mit Volontär*innen, heißt es. Damit sie nicht ganz alleingelassen sind, hätten erfahrene Lokalredakteur*innen ein Netzwerk zur Unterstützung aufgebaut. „Es ist das falsche Signal zur falschen Zeit. Die Zeitungen sind gefragt denn je, man zählt auf uns“, bedauert Michael Busch, Redakteur beim *Fränkischen Tag* und BJV-Vorsitzender.

„Weniger Arbeit hat keiner von uns“, sagen die Redakteur*innen der *Süddeutschen Zeitung*. Aber 15 Prozent Kurzarbeit sind angeordnet. Immerhin habe der Verlag seine IT-Hausaufgaben gemacht. Die Zugänge im Homeoffice, wo jetzt die meisten Kolleg*innen sowohl im Redaktions- als auch im Verlagsbereich arbeiten, funktionieren weitgehend problemlos. Den Betriebsrat, der sich schon bisher mit massiven Einsparungen und Umstrukturierungen konfrontiert sah, beunruhigt indes die Frage, welche

Arbeitnehmer-Schutzrechte nach der Corona-Krise von den Arbeitgebern infrage gestellt werden.

Bei der *Augsburger Allgemeinen* lief der Einstieg in die Kurzarbeit ziemlich reibungslos ab. Wichtig war den Kolleg*innen, dass alle Redaktionen gleich belastet würden. Der Betriebsrat sollte darauf achten, dass es keine privilegierten Ressorts gebe, die von der generell 30-prozentigen Kurzarbeit ausgenommen werden. Innerhalb der Ressorts durfte die Aufteilung nach kollegialem Ermessen erfolgen, sodass Redakteur*innen mit Familie weniger Einbußen haben, während einige ältere Kolleg*innen freiwillig mehr Kurzarbeit auf sich nehmen. Mit Erleichterung wurde jüngst die Ankündigung der Chefredaktion aufgenommen, angesichts der Lockerungen der Coronabeschränkungen die Präsenz an den Arbeitsplätzen im Verlagshaus aufzustocken. Telefonkonferenzen und elektronische Planungstool aus dem Homeoffice ersetzen keine kollegialen Begegnungen.

Beim *Main-Echo* in Aschaffenburg entschied man sich auch zu einem solidarischen Vorgehen und setzte die Kurzarbeit für alle Redakteur*innen auf 20 Prozent an. Die Stimmung sei trotzdem „gar nicht negativ“, weil die Kolleg*innen die Kurzarbeit als ihren Beitrag zum Erhalt der Arbeitsplätze ansehen, berichtet Bildredakteur Stefan Gregor. Eins bedauern sie allerdings: Im Großraumbüro waren Absprachen auf Zuruf möglich.

Bei der *Main Post* in Würzburg wird die komplizierte interne Kommunikation ebenfalls als Problem im Homeoffice angesehen. „Zum Telefon greifen oder eine Mail schreiben, da ist die Hürde einfach höher“, meint Betriebsratsvorsitzender Josef Schäfer. Allerdings seien die Kolleg*innen auf den Geschmack gekommen. „Das Interesse ist groß, auch von zuhause aus redaktionell zu arbeiten“, weiß Schäfer. Freilich nicht ständig, sondern tageweise. Der Betriebsrat erwartet, dass es nach der Coronakrise bei der *Main Post* zu einer Regelung zum mobilen Arbeiten kommen wird. Und noch etwas hat die Krise bewirkt: Die Arbeitszeitkonten, vor allem freie Tage für Sonntagsdienste, seien konsequent abgebaut worden, sodass für viele Kolleg*innen Kurzarbeit erst im Mai begann.

Ungeschmälerte Inhalte

Die *Passauer Neue Presse* verschonte ihre Redaktionen. Redakteur*innen seien von der Kurzarbeit ausgenommen laut Daniela Albrecht, Lokalredakteurin in Viechtach und stellvertretende BJV-Vorsitzende. Die Leser*innen sollten ungeschmälerte Inhalte bekommen. Zumal sich nach den Kommunalwahlen überall die Gemeinde- und Stadträte konstituierten.

„Zum Telefon greifen oder eine Mail schreiben, da ist die Hürde einfach höher.“

Josef Schäfer, *Main Post*

Emotion wiegt schwerer als Fakten

Expertin Eva Werner analysiert, wie es zum Shitstorm gegen Adidas kam

Von Michaela Schneider

Mit Verwunderung blickte Krisenkommunikationsexpertin Eva Werner auf Adidas. Denn: Eine „Vogel-Strauß-Taktik“ hält die Geschäftsführerin der Achterknoten GmbH in Krisen für besonders fatal. Der Konzern mit Firmensitz in Herzogenaurach hatte Ende März den vorübergehenden Mietzahlungsstopp angekündigt. Was mit Hilfsprogrammen konform ging, sorgte in sozialen Medien für massive Empörung. Darauf ruderte der Sportartikelhersteller zurück und entschuldigte sich. Den Shitstorm im Netz ignorierte er weiter. Die einstige DJV-Pressereferentin Eva Werner (45), lehrt seit März 2019 Krisenkommunikation an der TH Nürnberg.



Eva Werner.

Foto: Bernd Wannemacher

Adidas hat nicht unbedingt für positive Schlagzeilen gesorgt. Wie schauen Sie darauf als Expertin für Krisenkommunikation?

Eva Werner: Ich bin verwundert, dass ein so großes Unternehmen wie Adidas so offensichtliche Kommunikationsfehler macht. Am Ende hat es sich entschuldigt und die Mietzahlungen wieder aufgenommen, aber viel zu spät. Ein kommunikatives No-Go für mich war: Unter einem Eintrag auf Facebook zu einer Logoänderung standen tausende wütende Kommentare, doch eine Unternehmensreaktion blieb aus. Die Marketingkampagnen liefen gleichzeitig einfach weiter.

Wie erklären Sie sich dieses scheinbare Ignorieren?

Vielleicht ist das eine Art Old-School-Denke. Ich war vor einem guten Jahrzehnt in einem Krisenkommunikationsseminar, damals wurde tatsächlich noch gesagt: ‚Naja, wenn’s nicht allzu schlimm ist, warten Sie doch erstmal ab.‘ Das funktioniert im heutigen Social-Media-Zeitalter nicht mehr, weil sich Dinge extrem schnell hochschaukeln. Ein Shitstorm nimmt viel schneller ganz andere Ausmaße an. Man muss schnell, empathisch und mit Fingerspitzengefühl reagieren, sobald man das Gefühl hat, daraus könnte etwas Größeres werden.

Auch andere Firmen wie H&M hatten angekündigt, die Mietzahlungen vorübergehend einzustellen. Ein so massiver Shitstorm blieb aber aus. Warum?

Wahrscheinlich liegt es daran, dass Adidas ein besonders gutes Image hatte. H&M zum Beispiel hatte schon zuvor den Stempel einer Billigmarke. Adidas dagegen wurde als beliebteste Marke im Social Web und beste europäische Unternehmensmarke ausgezeichnet. Dadurch war die Enttäuschung nun vermutlich besonders groß.

Wie erleben Sie Unternehmenskommunikation seit Beginn der Pandemie im Allgemeinen?

Ich habe schon Artikel gelesen, in denen stand, Corona sei keine Zeit für Marketing. Das sehe ich anders, aber: Jetzt, in der Pandemie, muss man sehr genau und individuell prüfen, wie man sein Marketing weiterführt. Einige positive Beispiele: Audi hatte sein Logo verändert und die Ringe auseinandergezogen mit der Kernaussage „Keep distance“. Die Brauerei Augustiner hat den Pächtern ihrer Gaststätten die Pacht erlassen für die Zeit der Schließung. Sixt hat Ärzten und Pflegepersonal kostenloses Carsharing angeboten.

Sie sagen: Eine gute Krisenkommunikation beginnt intern ...

Kernaufgabe einer guten Krisenkommunikation ist ein empathischer Umgang mit den Mitarbeiter*innen. Das ist ganz essenziell, auch wenn man es von außen nicht sieht. Am Ende spiegelt sich der Mitarbeiterumgang gerade in der Krise dann doch nach außen.

Gibt es einen „Kommunikations-Fahrplan durch die Krise“?

Man muss mit allen Fakten, sobald man sie kennt, komplett auf den Tisch. Damit gibt es einen großen Knall und man kann schnell wieder nach vorne schauen. Bevor eine Meldung an die Öffentlichkeit geht, sei es zwei oder drei Minuten früher, müssen die Mitarbeiter*innen intern informiert werden. Seien Sie als Unternehmen in der Krise ehrlich, empathisch, schnell, trotzdem korrekt und auch anpassungsfähig, wie wir es etwa bei Virologe Christian Drosten erleben, der sagt: Gewisse Dinge habe er zunächst anders eingeschätzt, weil ihm Fakten fehlten. Und man muss es schaffen, Verständnis zu erzeugen, etwa durch Storytelling. Sobald die Öffentlichkeit eine Firma als Schurken wahrnimmt, ist es schwer, das wieder umzukehren.



Hinter der Recherche

Gern hätten wir Adidas die Möglichkeit gegeben, sich selbst zu äußern. Aus der Abteilung „adidas Corporate Communication“ erreichte die Redaktion aber folgende Antwort: „Vielen Dank für (...) Ihr Interesse an unseren Erfahrungen mit der Kommunikation in der Pandemiezeit. Leider müssen wir Ihnen aus Zeitgründen absagen (...)“

Wie es Europas Journalisten in der Coronakrise geht

BJV-Fachgruppe hat recherchiert, welche Hilfe die einzelnen Staaten bereitstellen

Von Maria Goblirsch

Festangestellte und freie Kolleg*innen leiden in den Nachbarländern unter einer ähnlich prekären Situation wie in Deutschland. Einzelne Staaten subventionieren Medienunternehmen, um deren Existenz in der Coronakrise zu sichern. Die Fachgruppe Europa im BJV hat sich bei den europäischen Gewerkschaften umgehört, welche alternativen Modelle es gibt.



Die Schweizer Journalistengewerkschaft „impressum“ hat zur Situation der freien Journalist*innen in der Coronakrise eine Umfrage durchgeführt. Danach haben die befragten Mitglieder allein von Januar bis Mai 2020 rund 1,6 Millionen Euro an Einnahmen eingebüßt. Hochgerechnet auf alle freien Medienschaffenden in der Schweiz schätzt „impressum“ den durch Corona bedingten Verlust auf mindestens 9,5 Millionen Euro. Für „echte“ Freie existiert eine Nothilfe, die durch den Staat finanziert und durch die Organisation „Suisseculture sociale“ verwaltet wird. Jeder zweite der rund 6000 festangestellten Journalist*innen musste die Arbeitszeit um bis zu 60 Prozent reduzieren. Kurzarbeiter*innen erhalten bis zu 80 Prozent der Nettoentgelt-Differenz.



Österreich hat jüngst ein 32 Millionen Euro-Hilfspaket beschlossen, das die Medienunternehmen sicher durch die Coronakrise bringen soll. Etwa die Hälfte der Summe fließt an den privaten Rundfunk, Tageszeitungen erhalten nach Informationen der EJF rund 12,1 Millionen Euro und Zeitschriften etwa 2,7 Millionen Euro. Eine Soforthilfe für freie Journalist*innen gab es bis Redaktionsschluss nicht. Je nach Höhe des Gehaltes wird für Festangestellte Kurzarbeitergeld bis zu 90 Prozent des bisherigen Einkommens vom Arbeitgeber überwiesen,



In Schweden mussten über 2000 festangestellte Journalist*innen ihre Arbeitszeit reduzieren, berichtet Johan Lif, „Förhandlingschef“ des Schwedischen Journalistenverbandes Journalistförbundet. Kurzarbeiter*innen erhalten dort während der Corona-Pandemie bis zu 90 Prozent ihres bisherigen Nettogehaltes (Details unter bjvlink.de/schweden-kurzarbeit). Die Gewerkschaft hat in einer Umfrage Anfang März ermittelt, dass vier von zehn freien Journalist*innen durch die Co-

ronakrise Aufträge verloren haben. Der Staat unterstützt Freiberufler mit Soforthilfen und Krediten (Infos unter bjvlink.de/schweden-hilfsprogramm). Die Gewerkschaft hat zudem einen Fond geschaffen, aus dem Freien in prekärer wirtschaftlicher Situation geholfen wird.



Die norwegische Regierung hat im Mai ein Corona-Hilfsprogramm in Höhe von 27 Millionen Euro aufgelegt, das rund 60 Prozent der wirtschaftlichen Verluste in der Medienwirtschaft auffangen soll. Es kann auch von lokalen und regionalen Medien abgerufen werden, die für die Zeit vom 1. März bis 15. Juni ein Minus beim Umsatz von mindestens 15 Prozent belegen können. Außerdem werden digitale Medien von der Umsatzsteuer befreit.



Immens sei die Angst vor Entlassungen und Jobverlust in Großbritannien, berichtet Michelle Stanistreet von der National Union of Journalists UK (NUK). Viele Medienunternehmen müssten das „government furlough scheme“ nutzen (wörtlich: „Urlaubsregelung“). Redakteur*innen, die wegen der Coronakrise nicht arbeiten können, erhalten bis 80 Prozent des Nettolohns. Selbständige Journalist*innen können Unterstützung nach dem „Income Support Scheme (SEISS)“ beantragen und so bis zu 80 Prozent des monatlichen Durchschnittsgewinns bekommen. (Detailregelung unter bjvlink.de/uk-freelance).



Besonders prekär ist die Situation für Journalist*innen in Tschechien und der Slowakei. Dort gibt es nur wenige festangestellte Journalist*innen, die meisten arbeiten als freie Gewerbetreibende. Für sie gibt es keine staatliche Soforthilfe, auch eine Regelung zur Kurzarbeit existiert nicht. Eine staatliche Hilfe ist zurzeit relativ schwer vorstellbar, sagt Branchenkenner Ján Šalgoti. Viele der freiberuflich arbeitenden Journalist*innen, die von Sport-Events und Messen lebten, hielten irgendwie durch in der Hoffnung, dass der Lockdown vorübergehe und sie wieder Aufträge fänden.



Weitere Infos zur Situation in europäischen Ländern und zu den Forderungen der EJF: bjvlink.de/ejf-corona

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 / 29 99-477, 091 81 / 29 99-479, robert.macher@mediasued.de

BILDUNG/WISSENSCHAFT



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

Corporate Communications Center
Technische Universität München



Dr.
Ulrich Marsch

Pressesprecher
des Präsidenten

Leiter Corporate
Communications Center

Arcisstraße 21
80333 München

Tel. +49 89 289 22778
Fax +49 89 289 23388
Mobil +49 173 8902 400

marsch@zv.tum.de
www.tum.de

IHRE ANSPRECHPARTNER

Heidi Müller

Pressesprecherin Corporate
Telefon: +49 (89) 20307 1311
heidi.mueller@interhyp.de

Britta Barlage

Pressesprecherin B2C
Telefon: 089 20307 1325
britta.barlage@interhyp.de

Kerstin Hebel

Pressesprecherin B2B
Telefon: +49 (89) 20307 1314
kerstin.hebel@interhyp.de

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

 **interhyp gruppe**
Das Zuhause der Baufinanzierung



**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

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 Bereichen, präsentiert Sie auf den Punkt in der Wirtschaft und bei Behörden, erreicht Politik und Kirche, Soziales und Bildungswesen – und mehr.

PUNKT- LANDUNG

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

Der nächste *BJVreport* (alle zwei Monate) erscheint am 17.06.2020, Anzeigenschluss ist am 15.05.2020.

Anzeigenmarketing:

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

MESSEN/AUSSTELLUNGEN



Kathrin Winkler
Pressereferentin
Juliane HeiBer
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

KAMMERN



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

VERSICHERUNGEN



**NÜRNBERGER
VERSICHERUNG**

Ulrich Zeidner
Leiter Unternehmenskommunikation

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



BLZK

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

ENERGIE



Ein Stück Sicherheit.

Claudia Scheerer
Pressesprecherin
Tel.: 089 2160 3050
Mobil: 0160 58 27 868
claudia.scheerer@vkb.de

Stefan Liebl
Stellvertr. Pressesprecher
Tel.: 089 2160 1775
Mobil: 0151 64 91 20 73
stefan.liebl@vkb.de

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de



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

**Werden Sie
Unterstützer**

Unterstützen auch Sie die Arbeit des Bayerischen Journalisten-Verband e.V. mit Ihrer Anzeige im Pressestellen-Verzeichnis und bieten Sie damit Journalisten den Service, Sie schnell zu finden! Angebote und Mediadaten erhalten Sie bei **Mediasüd, Robert Macher, Tel. 091 81 / 2999-477**



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

VERKEHR

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

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

www.bayernhafen.de

bayernhafen



Aschaffenburg – Bamberg – Nürnberg – Roth – Regensburg – Passau

LEW

Lechwerke

**Ansprechpartner
für die Presse**

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

Dr. Thomas Renz
Leiter Kommunikation
T +49 821 328-1862
thomas.renz@lew.de

Ingo Butters
Pressesprecher
T +49 821 328-1673
ingo.butters@lew.de

Luisa Rauenbusch
Pressesprecherin
T +49 821 328-1654
luisa.rauenbusch@lew.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

N-ERGIE

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

VAG

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

**Werden Sie
Unterstützer**

Unterstützen auch Sie die Arbeit des Bayerischen Journalisten-Verband e. V. mit Ihrer Anzeige im Pressestellen-Verzeichnis und bieten Sie damit Journalisten den Service, Sie schnell zu finden! Angebote und Mediadaten erhalten Sie bei **Mediasüd, Robert Macher, Tel. 091 81 / 2999-477**

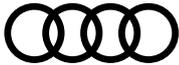


**Verkehrsverbund
Großraum Nürnberg GmbH**
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

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

UNTERNEHMEN



AUDI AG
Kommunikation
85049 Ingolstadt
Telefon: +49 841 89-0
Telefax: +49 841 89-92068
E-Mail: audi-kommunikation-
unternehmen@audi.de
Internet: www.audi-mediacycenter.com

Dirk Arnold
Leiter Kommunikation

Telefon: +49 841 89-92033
E-Mail: dirk.arnold@audi.de

Antje Maas
Unternehmen

Telefon: +49 841 89-34084
E-Mail: antje.maas@audi.de

Jörg Lindberg
Produkt, Technologie, Motorsport

Telefon: +49 841 89-43355
E-Mail: joerg.lindberg@audi.de

UNTERNEHMEN

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



BMW GROUP



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

Postanschrift
BMW AG
D-80788 München

Alexander Bilgeri
Konzernkommunikationsstrategie,
Konzernaussagen, Kommunikationskanäle
Telefon: +49(0)89-382-19175
E-Mail: Alexander.Bilgeri@bmw.de

Hausanschrift
BMW Haus
Petuelring 130
80788 München

Nikolai Glies
Unternehmens-, Produkt- und
Innovationskommunikation
Telefon: +49(0)89-382-47712
E-Mail: Nikolai.Glies@bmwgroup.com

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

St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg

Fachkompetenz
mit Kopf, Herz & Hand



Anja Müller
Leiterin Unternehmenskommunikation

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

DIEHL

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

Diehl Stiftung & Co. KG
Stephanstraße 49, 90478 Nürnberg
Telefon +49 911 947-2492, Telefax +49 911 947-3643
michael.prymelski@diehl.com

StWN
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



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

**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

UNTERNEHMEN



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

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



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.



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

SOZIALES / KIRCHE



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

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: 0049.179.59750 45
F 0049.911.46 57 67

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



Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe BJVreport	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
4/2020	10. Juli	28. Juli	10. August
5/2020	18. Sept.	6. Oktober	19. Oktober
6/2020	20. Nov.	8. Deember	22. Dezember

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

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

O-Ton Lateinamerika

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

Das braucht's im Homeoffice

Ob neue Apps oder bessere Technik: In der Coronakrise werden bestimmte Dinge wichtiger. Praktische Tipps fürs heimische Büro

Von Johannes Michel

Meetings: Wiedergeburt des Skype-Profiles

Mal ganz ehrlich: Klassische Desktop-Software verwenden wir alle immer weniger. Mit Freunden per Video kommunizieren? Dafür gibt es heute WhatsApp, FaceTime oder Google Duo. Für geschäftliche Videotermine scheint sich Zoom mehr und mehr zu etablieren. Aber Skype? Ist das nicht der wenig intuitiv zu bedienende Dinosaurier der Videochats? An sich ja. In den vergangenen Jahren hat Microsoft, Skype gehört seit 2011 zum größten Computerkonzern der Welt, aber einige Fortschritte gemacht. Zunächst einmal ist für Skype in den meisten Fällen kein eigenes Nutzerkonto mehr nötig. Wer Windows 10 verwendet, findet das Programm entweder bereits vorinstalliert auf seinem neuen PC oder kann es kostenfrei herunterladen. Der für Windows 10 so gut wie obligatorische (und auch sinnvolle) Microsoft-Account dient dann als Datenbasis für Skype. Im Vergleich zu neuen Spielern auf dem Markt wie das stark gehypte Zoom weiß der Kunde bei Microsoft eher, was er bekommt. Der Konzern hat ordentlich am Datenschutz gearbeitet, viele Dienste werden mittlerweile von deutschen oder europäischen Servern aus angeboten. Daneben verfügt Skype schon lange über Funktionen zum Teilen des eigenen Bildschirms. Und gerade diese Option hat sich in den vergangenen Wochen bewährt, war es doch möglich, Kund*innen auch etwas zu zeigen, etwa Bilder oder den Webseiten-Entwurf. Und das ohne die zusätzliche Installation eines Programms wie TeamViewer. Fazit: Klassiker, aber gut. Und auch die Videoqualität stimmt meistens.

Organisation: Trello fürs Workflow

Wenn Aufgaben anstehen, schreibe ich mir schon seit vielen Jahren eine digitale Liste. Dazu diente über lange Zeit Wunderlist, bevor die App von Microsoft aufgekauft und in den eigenen Dienst To-Do umgewandelt wurde. Aufgrund der einfachen Datenübertragung von Wunderlist zu To-Do bin ich bei dieser App hängen geblieben – und sie funktioniert soweit gut. Einen Nachteil gibt es aber: Ein Workflow lässt sich damit nicht abbilden. Sobald eine Aufgabe sich in mehrere Teilaufgaben zerlegt, verschiedene Arbeitsschritte und Zeitschienen nötig sind, stößt eine reine Aufgaben-App an ihre Grenzen. Daher habe ich nun Trello ausprobiert, insbesondere auch, um den Überblick in unruhigen Zeiten nicht zu verlieren. Trello erlaubt es, sowohl auf dem PC als auch am Smartphone, selbst kleine Schritte zu dokumentieren und am nächsten Tag genau zu wissen, wo es weitergehen muss. Zugegeben: Am Anfang sind die ersten Schritte etwas zeitintensiv, denn Trello bietet sehr viele Möglichkeiten, die erst erkundet werden wollen. Fazit: Auch nach der Krise kaum mehr wegzudenken.

Kalender: Schnelle Synchronisation

Wer einen beruflichen und einen privaten oder einen Familienkalender pflegt, der kennt das Problem: Bestimmte Termine müssen in beiden auftauchen, damit der Ehepartner und eventuell die größeren Kinder auch wissen, welche Zeiten geblockt sind. Nur kann das Mehrfach-Eintragen echt nerven. Das muss aber nicht sein, denn mit Diensten wie Flow oder IFTTT (If This Than That) lässt sich dies automatisieren. Einträge werden dann automatisch vom ersten in den zweiten Kalender kopiert. Für technisch weniger versierte Anwender*innen ist die Ersteinrichtung nicht ganz ohne, lässt sich aber bewältigen. Am besten funktionieren die Dienste, wenn die Kalender in der Cloud liegen, also zum Beispiel bei Google, iCloud oder Outlook.com.

Ausstattung: Vernünftige Beleuchtung

Manche Freiberufler*innen arbeiten abends im Büro, ich war da meist bei Terminen wie Stadtratssitzungen unterwegs. Die fielen im März und April größtenteils weg, und so verlagerte sich die Arbeit. Eine neue Schreibtischlampe wurde nötig. Und als technisch Interessierter gestaltete sich die Suche nicht unbedingt einfach, denn seit dem LED-Boom haben sich neue Möglichkeiten ergeben. Bisher war es kaum möglich, verschiedene Farbtemperaturen für diverse Anwendungszwecke zu nutzen, das geht nun. Ob Arbeit am PC, Lesen von Dokumenten auf Papier oder die Kaffeepause – eher weißes oder eher gelbliches Licht können diese Tageseinheiten bestens unterstützen. Ob im Fachhandel oder online – LED-Schreibtischlampen gibt es in vielfältigen Designs und mit Zusatzfunktionen. Meine neue hat sogar einen USB-Anschluss zum Aufladen des Smartphones direkt auf dem Schreibtisch. Fazit: Nicht nur für abendliche Bürosessions absolut sinnvoll.

Home-Office im Garten: HP Smart

Dank des guten Wetters im März und April konnte das „Homeoffice“ bereits manchmal zum „Gardenoffice“ werden. Den PC mit rausnehmen wäre sehr aufwändig, das Tablet geht aber problemlos. Und auch damit lassen sich einige Arbeiten gut erledigen. Und wenn dann doch mal ein Dokument ausgedruckt werden muss? Bisher hatte ich mich mit solchen Dingen nicht beschäftigt, nun weiß ich aber, dass mein HP-Drucker sich per App („HP Smart“) steuern lässt. Die App wird einfach auf dem Smartphone oder Tablet (iPad, Android oder Windows) installiert und dann mit dem Drucker verbunden. Wer sich außerhalb des eigenen WLAN-Netztes bewegt, kann sich auch registrieren und dann übers Internet Dokumente an den Drucker im Büro senden. Von anderen Herstellern wie Canon gibt es vergleichbare Lösungen. Fazit: Ein Stück mehr Unabhängigkeit vom typischen Schreibtisch.

Liveschalte aus dem heimischen Büro

Lassen sich im virtuellen Raum neue Auftraggeber*innen finden? Videokonferenzen und Webinare bieten eine interessante Perspektive

Von Barbara Weidmann

Haben Sie in den letzten Tagen ein Online-Meeting oder ein Live-Training im Netz besucht? Die Chancen hierfür stehen nicht schlecht. Dank der Coronakrise sitzen viele noch immer unfreiwillig im Homeoffice, Unternehmen haben Reisestopps verfügt, Personalentwickler Präsenzs Schulungen auf Eis gelegt. Größere Veranstaltungen sind sowieso verboten. Das vielbemühte „virtuelle Klassenzimmer“ hat Hochkonjunktur. Selbst Kritiker, die im Januar noch den Nutzen solcher Events in Frage stellten, geben unter den gegebenen Umständen klein bei. Fernveranstaltungen können auch Journalist*innen neue Erlösmodelle bieten, sei es durch die Weitergabe eigenen Wissens, oder die Organisation und Moderation von Veranstaltungen. Das funktioniert überraschend gut, gehorcht aber anderen Gesetzen als in der analogen Welt. Die sollte man kennen.

Technische Hürden nicht hoch

Kamerascheu darf man schon mal nicht sein. Egal ob Projektmeeting oder Besprechung, Online-Training, Livestream oder Webcast – die Leute wollen Ihnen wenigstens via Bildschirm in die Augen blicken. Das schafft Nähe und Vertrauen. Die technischen Hürden sind nicht hoch. Fast jedes Notebook verfügt über eine eingebaute Webcam und ein Mikrofon. Die geben aber oft wenig her. Wer sich professionell in Szene setzen möchte, sollte etwas aufrüsten:

Eine externe Webcam bietet meist eine höhere Auflösung und lässt sich bequemer auf Augenhöhe positionieren. Der Laptop alleine steht fast immer zu tief. Mit einem stabilen Karton oder einem Kochtopf lösen Sie dieses



Wer sich im Webinar professionell in Szene setzen möchte, sollte etwas aufrüsten. Allzu hoch sind die technischen Hürden jedoch nicht.

Foto: Barbara Weidmann

Problem aber auch. Achten Sie auf eine gute und gleichmäßige Ausleuchtung Ihres Gesichts. Setzen Sie sich deshalb nie mit dem Rücken zum Licht und helfen Sie notfalls mit dem Fenster oder einer Leuchte nach. Der Bildhintergrund sollte möglichst neutral sein und nicht ablenken.

Sauberer, klarer Ton ist noch wichtiger als das Bild, wenn Ihnen Leute längere Zeit aufmerksam zuhören sollen. Nicht nur Umgebungslärm kann stören, sondern zum Beispiel auch ein halliger Raum. Ein zusätzliches Mikrofon und ein Kopfhörer sind deshalb unerlässlich. Es gibt günstige USB-Podcast- oder Lavalier-Ansteckmikrofone, die einfach in den Rechner gestöpselt werden. Bei Headsets macht sich Qualität bezahlt. In der Gaming-Abteilung finden Sie sehr leichte Geräte, die für langes Tragen und guten Sound optimiert sind.

Achten Sie auf eine stabile Internetverbindung – sicherheitshalber vielleicht sogar per Kabel. Videoübertragungen fordern eine größere Bandbreite. Praktisch: Ein zweiter Bildschirm, der als Kontrollmonitor dient und für Sie das abbildet, was die Teilnehmer gerade

sehen. Das kann auch ein Smartphone oder Tablet sein. Üben Sie ausreichend mit den Geräten, der Software und allen geplanten Features, vor allem unter Livebedingungen!

Minutiöse Vorbereitung ist auch inhaltlich wichtig. Es kostet viel kognitive Energie, ein Geschehen längere Zeit am Rechner zu verfolgen und sich zu konzentrieren. Alle Beteiligten ermüden viel schneller als in einem Präsenzseminar. Es fehlt direkter Kontakt und visuelles Feedback. Schnarcht schon alles weg?

Der Erfolg einer Onlineveranstaltung hängt in noch größerem Maße vom Einfühlungsvermögen und den unterhaltlichen Qualitäten des Vortragenden ab.

Mit einem Warm-up vor dem eigentlichen Beginn schaffen Sie eine angenehme Atmosphäre. Eine kurze Vorstellungsrunde bei kleinen Gruppen weckt das Zusammengehörigkeitsgefühl. Für den wichtigen Austausch und das Vernetzen in der Kaffeepause ist das leider kein Ersatz. Es gilt, die Truppe bei Laune und das Aufmerksamkeitslevel hoch zu halten. Die Teilnehmenden sitzen nicht im Seminarraum, sondern sind umgeben von vielen verlockenden Ablenkungen. E-Mails, Facebook, Katze, Kühlschrank, ... Glücklicherweise lassen uns die Konferenzportale unterschiedlichste Präsentationsmethoden strategisch einsetzen. So können wir Videos einbauen, Screensharing, Chat, Umfragen, Whiteboards oder Datei-Downloads nutzen oder mit mehreren Kameras jonglieren. Einige Tools erlauben sogar, die Teilnehmenden in kleinere Teams aufzuteilen und für ein Weilchen in „breakout rooms“ werkeln zu lassen.

Regelmäßige Energie-Pausen sind essenziell für die Regeneration. Sie können von „Holt

5 Tipps für Ihr erstes Webinar

1. **Augenkontakt schaffen:** Blicken Sie so oft es geht direkt in die Kameralinse und sprechen Sie die Teilnehmenden direkt an.
2. **Ablenkungen eliminieren:** Positionieren Sie Ihre Webcam in Augenhöhe und sorgen Sie für ausreichend Licht und einen ruhigen Bildhintergrund.
3. **Guten Ton garantieren:** Nutzen Sie externe Mikrofone, gehen Sie nah ran und achten Sie auf eine ruhige Umgebung ohne Störungen.
4. **Vortragsmethoden abwechseln:** Nutzen Sie Screensharing, Chat, Umfragen, Whiteboards, oder mehrere Kameras. Nichts ist langweiliger als ein stundenlanger Monolog.
5. **Fragen stellen und zulassen:** Diskussion statt reiner Rede ist für Sie selbst sicher anstrengender, als Wortmeldungen zu sammeln und nach dem Vortrag zu beantworten. Die Teilnehmenden bleiben so aber engagierter bei der Sache.

Euch mal kurz 'ne Tasse Kaffee' bis zu ausgefeilten Yogaübungen oder lernfreien Stunden reichen. Erlaubt ist, was entspannt. Während des Vortrags dagegen ist Involvement das Zauberwort. Stellen Sie Fragen an Ihre Gäste, fordern Sie sie auf, sich zu äußern oder etwas zu tun. Fordern Sie sie! Es kann allerdings immer nur eine/r sprechen. Das zu lenken ist auch eine Herausforderung.

Ein kleines Drehbuch kann bei der Vorbereitung helfen. Etwa eine simple Tabelle, in der man sich notiert, zu welcher Zeit man auf welche Weise welche Inhalte präsentieren oder die Teilnehmenden aktivieren möchte. Der Referent überwacht und steuert die eigene Präsentation, die Interaktion, die Technik. Echtes Multitasking. Privilegiert, wer hier einen Co-Moderator an der Seite hat, der den Rücken frei hält, Stimmungen und Fragen aus dem Chat fischt oder technische Probleme lösen kann.

Gemeinsam oder alleine – Online-Events können ein wertvolles Marketinginstrument sein, um sich zu positionieren. Im Internet geht das weit über die eigene Region hinaus. Sie betreuen ein spezielles Fachgebiet oder haben ein besonderes Steckpferd? Es kann sich lohnen, eigene Formate zu entwickeln, über Social-Media-Kanäle zu bewerben und mit entsprechenden Tools über Plattformen oder die eigene Homepage zu vermarkten. Wenn Sie keine eigenen Kurse entwickeln wollen, können Sie beispielsweise Konferenzen, Podiumsdiskussionen oder andere Events moderieren.

Eines ist sicher: Diese Art der Kommunikation und des Lernens wird bleiben, zumindest als nützliche Alternative. Sie wird sich entwickeln, wachsen und verändern. Es wird neue, spannende Veranstaltungsformate geben, die so nur im Online-Kosmos funktionieren und uns neue Tätigkeitsfelder und Möglichkeiten erschließen.

Die Autorin

Barbara Weidmann ist freie Multimedia-Journalistin und arbeitet seit über 15 Jahren als Trainerin und Dozentin – zurzeit fast ausschließlich virtuell aus dem Homeoffice.

Foto: Heike Rost

Aktuelle Seminare

- **Ab sofort bietet die ABP beides: Präsenzseminare und Webinare/Online-Kurse.**
- **Eine kleine Auswahl unserer Präsenzseminare:**
- **Gesprächsführung (25.06.-26.06.)**
- **Gendern leicht gemacht (29.06.)**
- **Content Marketing: Strategien, Kanäle, Inhalte für Fortgeschrittene (06.07.-07.07.)**
- **Storytelling im Journalismus, mit Roland Schulz vom SZ-Magazin (20.07.-24.07.)**
- **Das Webinar-Angebot reicht von Kurzformaten (90 Minuten) bis hin zu mehrtägigen Kursen, thematisch von digitalen Tools zu gehirngerechtem Schreiben. Sie finden unser laufend aktualisiertes Gesamtprogramm unter www.abp.de.**

Das Akademie-Programm 2020 bietet in mehr als 280 Volontärs-Kursen und Seminaren journalistische Aus- und Weiterbildung für Einsteiger und Redaktionsprofis.

Akademie der Bayerischen Presse

Domagkstr. 34 · 80807 München · Tel.: 089 49 99 92-0

Do you like it? [www.facebook.com/Akademie der Bayerischen Presse](https://www.facebook.com/Akademie%20der%20Bayerischen%20Presse)

Gedämpfte Freude

Ausgerechnet zum 100. Geburtstag erlebt der *kicker* eine seiner größten Krisen

Von Thomas Mrazek

„Wer sich über Fußball in Deutschland informieren will, der sollte den *kicker* lesen“: So beflissen wirbt nicht das Fachmagazin selbst für seine zwei Mal in der Woche erscheinenden Hefte und seine Onlinekanäle. Vielmehr legt sich Philipp Köster, Geschäftsführer und Chefredakteur des Fußballmagazins *11 Freunde*, so für seine Kolleg*innen ins Zeug. Das mittlerweile 20 Jahre alte, bei Gruner + Jahr herausgegebene Heft ist mit Axel Springers *Sport Bild* einer der härtesten Mitbewerber des Jubilars *kicker*.

Auch der Chefredakteur des Springer-Blatts, Matthias Brügelmann, äußert sich überwiegend positiv über den Konkurrenten: Im Digitalen habe der *kicker* schon einen Vorsprung der fast nicht mehr einzuholen sei, gesteht er ein. Mit zwei TV-Dokumentationen begannen im April die Feierlichkeiten für das am 14. Juli 1920 von Walther Bensemann in Konstanz gegründete Magazin. In zwei Fernsehdokus bei ARD und beim *kicker*-Partner DAZN huldigten Spieler, Trainer, Funktionäre, Wissenschaftler und *kicker*-Journalist*innen dem Heft. Allerdings nur am Rande kamen auch Frauen zu Wort – Fußball ist bei dem seit 1968 im Nürnberger Olympia-Verlag erscheinenden Magazin noch überwiegend Männersache: 97 Prozent der Print-Leser*innen sind Männer (Online 86).

Loben fiel leicht

Das Loben ihres Mitspielers im Fußballgeschäft fiel den beiden vorgenannten Chefredakteuren leicht, unterscheiden sich ihre Hefte doch wesentlich vom *kicker*, während die 1988 gegründete Wochenzeitung *Sport Bild* auch den Boulevard ausgiebig und gekonnt bespielt, sehen sich die *11 Freunde* als Stimme der Fans, die die Kommerzialisierung des Fußballs eher kritisch sehen. Es geht im Monatsheft auch um Randaspekte aus dem Fanleben.

20 Millionen Fußballfans gibt es in Deutschland, der Markt scheint groß genug für alle zu sein, trotz wachsender Zahl von Vereins- und Spielerkanälen, Blogs, Angeboten in den sozialen Netzwerken oder auch den TV-Sendern. „Wir vertreten die Interessen der Fußballfans in Deutschland“, sagt der 56-jährige *kicker*-Chefredakteur Jörg Jakob, Online zähle man immerhin rund zehn Millionen Nutzer, sagt Chef-Onlineer Alexander Wagner.



Für viele Fußballfans ist der *kicker* ein Muss. Das Magazin gibt es seit inzwischen 100 Jahren.

Foto: Udo Dreier

dem Jubilar geht es eigentlich gut: Die Print-Auflage beträgt derzeit rund 110.000, bei der Montagsausgabe, am Donnerstag sind es 101.000 (IVW I/2020). Dass die Druckauflage langsam weiter schrumpft, beunruhigt die Macher im Verlag nicht. Das 1997 gestartete Online-Angebot wurde stetig auf- und ausgebaut und ist bei den Reichweiten unter den Top 5. Vermarktungschef Martin Schumacher sagt in der DAZN-Doku, dass über 75 Prozent der Erlöse über digitale Kanäle erzielt werden.

Doch die Corona-Krise hat beim *kicker* in wenigen Tagen einiges verändert: Gleich zum Anfang der Pandemie sei die 50-köpfige Redaktion ins Homeoffice gewechselt, berichtet Chefredakteur Jakob, „was erstaunlich gut funktionierte“. Man habe kaum Abonnenten verloren, bei E-Paper-Angeboten sogar noch neue Leser gewonnen. „Dass wir einiges an Inhalten ohne Spielbetrieb herbeizaubern, das zeichnet diese Redaktion aus“. Die gesellschaftliche Debatte über den heutigen Profifußball kam auf. „Ein ‚weiter so‘ kann sich die Liga nicht leisten“, forderte Jakob im Editorial Mitte Mai. Der Profifußball müsse nach der Krisenbewältigung eine Erneuerung schaffen.

Ob dies nicht auch für die journalistische Ausrichtung seines Heftes gelte? Das verneint Jakob: „Uns wird aus der Medienbranche gerne mal nachgesagt, wir würden mit dem Fußball zu nachsichtig umgehen – das lässt sich leicht nachweisen, das dies nicht so ist.“ In den letzten Jahren habe man mehrmals in Serien auf Missstände im Fußball hingewiesen. Und der Fußball sei in einer gewissen Weise krank. „Irgendwann platzt ein Ballon wenn er zu weit aufgeblasen wird – diese Krise hat das nun befeuert. Der Fußball kann mit der Geschwindigkeit, der Gier der Beteiligten und auch seiner Popularität selbst nicht mehr umgehen ohne Parameter aus der Gesellschaft und der Politik“, erklärt Jakob.

Jetzt werde die Diskussion über die Gehälter und die Entfernung der Stars von der Basis noch „virulenter“. Alles sei auf Wachstum ausgerichtet gewesen: „Ob die Einschaltquoten, die Fernsehgelder, die Sponsorenverträge, die Klickzahlen, die Zuschauerzahlen in den Stadien – überall war eine Riesennachfrage nach diesem Angebot. Der Fußball ist sich selbst irgendwann zu groß geworden.“

Wie geht es für Jakobs Heft weiter? „Der *kicker* ist mit 100 Jahren jung wie nie, weil er sich in der digitalen Welt gut aufgestellt hat. Es wird sehr gut für uns weitergehen, es sei denn die Wirtschaftskrise reißt alle mit und dann auch irgendwann den Fußball und den *kicker*.“

Mitte Mai rollte nach der Zwangspause in der Bundesliga wieder der Ball – ohne Zuschauer beim ersten „Geisterspieltag“ der Fußballgeschichte. Treffend beschrieb der *kicker* wohl auch die eigene Befindlichkeit derzeit: „Gedämpfte Freude“.

„Jetzt mal ehrlich“: Ich lese vorwiegend die *11 Freunde*, für die ich auch ein paar Einsätze hatte. Erstmals seit meiner Jugend lese ich zum Beginn des Lockdowns den *kicker* wieder. Und wirklich: Die Kolleg*innen machen einen tollen Job, das Heft bot ein wenig Trost.

Ob dies nicht auch für die journalistische Ausrichtung seines Heftes gelte? Das verneint Jakob: „Uns wird aus der Medienbranche gerne mal nachgesagt, wir würden mit dem Fußball zu nachsichtig umgehen – das lässt sich leicht nachweisen, das dies nicht so ist.“ In den letzten Jahren habe man mehrmals in Serien auf Missstände im Fußball hingewiesen. Und der Fußball sei in einer gewissen Weise krank. „Irgendwann platzt ein Ballon wenn er zu weit aufgeblasen wird – diese Krise hat das nun befeuert. Der Fußball kann mit der Geschwindigkeit, der Gier der Beteiligten und auch seiner Popularität selbst nicht mehr umgehen ohne Parameter aus der Gesellschaft und der Politik“, erklärt Jakob.

bjvlink.de/kicker100



Hinter der Recherche

„Jetzt mal ehrlich“: Ich lese vorwiegend die *11 Freunde*, für die ich auch ein paar Einsätze hatte. Erstmals seit meiner Jugend lese ich zum Beginn des Lockdowns den *kicker* wieder. Und wirklich: Die Kolleg*innen machen einen tollen Job, das Heft bot ein wenig Trost.

Nach der Krise ist vor der Krise

Es wird Sie nicht überraschen, dass es auch an dieser Stelle um Corona geht. Diese Krise hat den Journalismus in den unterschiedlichsten Facetten getroffen. Zu vielen Themen gäbe es etwas zu sagen, einige will ich ansprechen.

Da wären die Angriffe auf Kolleg*innen – und damit auf die Pressefreiheit. Hier wünschte ich mir statt so mancher Lippenbekenntnisse ein klareres Durchgreifen und Sanktionierungen. Ein Angriff auf die Pressefreiheit ist ebenso wenig Kavaliersdelikt wie der Angriff auf Menschen. Der BJV fordert seit Jahren einen entsprechenden Schutz von Redakteur*innen und Fotograf*innen. Also derjenigen, die Nachrichten übermitteln.

Da wäre auch die Berichterstattung über das Virus selbst. Es braucht verstärkt Aufklärung im besten Sinne über die Rolle selbsternannter, medial gezüchteter und echter Expert*innen. Es braucht Aufklärung über Äußerungen, die keine Theorien sind, sondern ausgesprochener Unsinn. Mit Faktenchecks können Journalist*innen entlarven und einordnen.

Auch müssen wir darüber reden, wie seriöse Medien aus der Krise gestärkt hervorgehen können. Die Menschen erkennen, zumindest zum Teil, den Unterschied zwischen vermeintlichen Nachrichten in sozialen Netzwerken und den Publikationen der Profis. Eine Nachricht wird zur echten Nachricht, wenn die Medienhäuser darüber berichtet haben. Egal, ob das per TV, Radio oder Print, analog oder digital passiert. Was zählt ist die Kompetenz, die das Gros mit seriösen Medien immer noch verbindet. Und diese trifft nun auf ein durch die Coronakrise verstärktes Informationsbedürfnis. Die Zugriffszahlen auf digitale Angebote sind sprunghaft gestiegen, Zeitungsverlage verbuchen neue Abonnenten, Nachrichten und Sonder-sendungen in Fernsehen und Radio erreichen herausragende Quoten.

Doch ausgerechnet in dieser Zeit kann Journalismus in vielen Häusern nicht mehr reibungslos funktionieren, Stichwort Kurzarbeit. Ja, zugegeben: ökonomische Zwänge erfordern Maßnahmen, die vermutlich niemandem Spaß machen. Und Kurzarbeit ist ein legitimes Mittel in der Krise. Wir werden uns aber Gedanken machen müssen, ob dies der richtige Weg ist. Kann Journalismus so seiner

Rolle der oft zitierten vierten Gewalt im Staat wirklich noch gerecht werden?

Wir werden andere Lösungen brauchen. Arbeiten müssen wir an einem Modell, das sicherstellt, dass trotz finanzieller Krisen, die nicht durch die Häuser selbst ausgelöst wurden, der journalistische Auftrag weiter erfüllt werden kann. Kurzarbeit ist es definitiv nicht. Stiftungsmodelle? Könnten es sein, solange die staatliche Ferne garantiert bleibt.

Vielleicht müssen wir deutlich offener denken, mal ein Stück weit kreativer werden? Warum nicht in solchen Zeiten temporär Steuern erlassen, um finanzielle Stabilität in den Medienhäusern zu garantieren? Nicht verringern, sondern auf null setzen. Das sollten Journalismus und Pressefreiheit einer Demokratie doch wert sein. Oder ein Sondertopf, der ausschließlich Medien zur Verfügung steht. Vielleicht kontrolliert durch eine Stiftung, eine unabhängige Institution oder auch eine Bürger-schaftsvertretung.

Und reden müssen wir in Zukunft verstärkt über den Umgang mit Volontär*innen. Die Coronakrise deckt auf, dass es in Sachen Ausbildung in vielen Medienhäusern rumort. Der BJV hat Kenntnis von Verlagen in Kurzarbeit, die Volontäre seit gut zwei Monaten zu Überstunden drängen (was gesetzlich nicht erlaubt ist). Der BJV weiß von Volontär*innen, die Redaktionen alleine führen und letztlich in eigener Verantwortung agieren. Mit Ausbildung hat dies nichts zu tun. Auszubildende dienen hier als willkommene, billige Arbeitskräfte. Häusern, die so handeln, gehört die rote Karte gezeigt. Im Zweifelsfalle durch die Agentur für Arbeit, die beantragte Zahlungen verweigert.



Michael Busch
ist Vorsitzender des Bayerischen
Journalisten-Verbands

Foto: Stefan Gregor



Fotos wie aus einer anderen Zeit

Monika Dreyfuss, Leiterin des Museums Industriekultur in Nürnberg, freute sich „unbändig“, die Ausstellung Pressefoto Bayern 2019 am 26. Mai eröffnen zu können, endlich, nach der Schließung während der Corona-Pandemie. Zu sehen sein wird sie bis 5. Juli. Wie aus einer anderen Zeit wirkten die Fotos, die Pressefotografen zu den wichtigen Themen des letzten Jahres gemacht hatten, stellte Dreyfuss fest, etwa das Siegerfoto von Jan Staiger zum Wahlkampf von Manfred Weber im Rennen um den Posten des EU-Kommissionspräsidenten. Pfeile weisen den Weg durch die Ausstellung unter Pandemie-Bedingungen.

Text: Anette Kolb / Foto: Thomas Geiger

Bürokratischer Dauerbrenner statt Soforthilfe für Freie

In einem offenen Brief kritisiert der BJV die Umsetzung der Corona-Hilfsprogramme

Zahlreiche Anrufe beunruhigter Mitglieder im Justizariat des BJV zeigen: Die finanzielle Hilfe aus den von der bayerischen Staatsregierung aufgelegten Programmen Soforthilfe Corona und Künstlersoforthilfe kommt bei vielen freien Journalist*innen nicht an. Die Richtlinien sind nicht klar formuliert. Auch zieht sich die Bearbeitung vieler Anträge seit Wochen hin.

„Hier droht statt der versprochenen schnellen Hilfe für Künstler und Selbständige ein bürokratischer Dauerbrenner. Die anfängliche Hoffnung hat sich bei vielen Freien in schiere Verzweiflung gewandelt“, schrieb der BJV-Vorsitzende Michael Busch im Mai in einem offenen Brief an Ministerpräsident Markus Söder und forderte rasche Abhilfe (bjvlink.de/corona-brief). Soloselbständige Medienschaffende, die von zuhause aus arbeiten, könnten bei der Corona Soforthilfe die Förderrichtlinien nicht erfüllen, da sie keine eigene Betriebsstätte vorweisen oder den Liquiditätsengpass nicht ausreichend nachweisen könnten. Ein weiteres Problem sei, dass die Zuschüsse aus dem Hilfsprogramm etwa für Mietzahlungen und andere Betriebskosten bestimmt seien, nicht aber zur Deckung des eigenen Lebensunterhaltes.

In seinem offenen Brief forderte der BJV unter anderem, die Corona-Soforthilfe dürfe

bei der Prüfung der Bedürftigkeit nicht auf Liquiditätsschwierigkeiten abheben, sondern auf unmittelbare Einkommensverluste (Umsatzrückgang) seit Beginn der Corona-Pandemie. Außerdem sollen Solo-Selbständige und Freiberufler rückwirkend ab März 2020 auch Kosten ihrer privaten Lebensführung, mindestens in Höhe des pfändbaren Einkommens, geltend machen können. Und: Der Antrag auf Soforthilfe müsse innerhalb einer Frist von zwei Wochen nach Antragstellung bearbeitet und das Geld überwiesen werden.

Nachhaken musste der BJV auch, ob freie Journalist*innen von der im Mai aufgelegten Künstlersoforthilfe profitieren. Dies ist in der Zwischenzeit zugesagt – übrigens losgelöst von einer Mitgliedschaft in der Künstlersozialkasse. Letzter Stand bei Redaktionsschluss war, dass Freie die Künstlersozialhilfe auch dann beantragen können, wenn ihr Antrag auf Soforthilfe Corona oder Grundsicherung abgelehnt wurde. Weil die Hilfsprogramme viele Fragen aufwerfen, lud die Fachgruppe Freie Ende Mai zu einer klärenden Webkonferenz ein: bjvlink.de/kuenstlerhilfe.

Maria Goblirsch



Ständig aktualisierte Informationen und Tipps unter www.bjv.de/corona

Prozess um Einsatzfotos geht weiter

BJV gewährt Rechtsschutz für die Berufung

Als eine „schallende Ohrfeige für alle freien Pressefotografen“, hat der BJV-Vorsitzende Michael Busch die am 24. April ergangene Entscheidung des Landgerichts München I im Fall Dominik Bartl kritisiert. Das Gericht hatte entschieden, dass die Berufsfeuerwehr München den Medien Fotos von ihren Einsätzen zur Verfügung stellen oder in den sozialen Netzwerken zum Download anbieten dürfe.

Jetzt hat der BJV-Vorstand entschieden, dass der Kläger, ein freier Bildjournalist aus Ohlstadt, Rechtsschutz erhält, um gegen das Urteil in die nächste Instanz gehen zu können. „Die Tragweite dieser Entscheidung geht weit über den Einzelfall der Münchner Feuerwehr hinaus. Wenn das Urteil rechtskräftig würde, wäre das ein Freibrief für Einsatzkräfte bundesweit, ihre Bilder und Videos an die Medien zu verkaufen und damit freie Bildjournalist*innen um Aufträge und ihre Existenz zu bringen“, betont Busch. Daher sei es auch für den Verband von Bedeutung, den Kläger in diesem Musterprozess zu unterstützen.

Die Richter hatten ihr Urteil damit begründet, dass die Weitergabe der Einsatzfotos sich im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit bewege und dass die Blaulichtfotografie nicht gegen das Gebot der Staatsferne verstoße, die sich aus der Garantie der Meinungsfreiheit aus Artikel 5 Grundgesetz ergibt. Es sei zudem zulässig, für jedes Bild bei Benutzung eines Aufwandsentschädigung von 25 Euro zu verlangen, die der Stadt München zugutekommen. Dieses Vorgehen sei auch kartellrechtlich nicht zu beanstanden.

Maria Goblirsch

Freie Journalisten am digitalen Stammtisch

Es war ein pandemiebedingter Testballon, sich mit Bayerns freien Journalist*innen statt in der Kneipe oder im Biergarten am Online-Stammtisch zu verabreden. Fast alle Daumen gingen aber nach oben, als Marion Trutter, Vorsitzende der Fachgruppe Freie im BJV, fragte, ob Interesse an weiteren FREIstunden bestünde. Vorrangig drehten sich die Gespräche beim erstem digitalen Stammtisch um Hilfsprogramme der Regierung. Mehr dazu im Artikel von Michaela Schneider unter bjvlink.de/freistunde.

BR muss Redaktionsleiter in Gehaltsgruppe 18 einstufen

Mitglied des BJV gewinnt Prozess vor dem Landesarbeitsgericht München

Wie muss der Leiter einer TV-Redaktion des *Bayerischen Rundfunks* bezahlt werden? Genauer gefragt, ist er in die Gehaltsgruppe 16 oder 18 einzustufen? Eine Frage, von der nicht nur die Höhe des monatlichen Gehalts, sondern auch die Höhe der Altersbezüge abhängt.

Mit Unterstützung des BJV hatte der frühere Leiter der TV-Redaktion im *BR-Studio Mainfranken* die Vergütung entsprechend der Gehaltsgruppe 18 eingeklagt. Zuvor hatte der *BR* ihm seine Höhergruppierung von 16 auf 18 verweigert. Die nun vom Landesarbeitsgericht (LAG) München zu entscheidende Rechtsfrage lautete: Handelt es sich bei der Leitung einer Redaktion um eine „außerordentliche redaktionelle Aufgabe“ im Sinne der „Richtposition Redakteur D / Redakteurin D“? Der *BR* räumte dies vom Grundsatz her zwar ein, meinte aber, der Redak-

tionsleiter müsse für eine Höhergruppierung beweisen, dass er zu mehr als einem Drittel seiner regelmäßigen Arbeitszeit tatsächlich Leitungsaufgaben erledigt habe.

Das LAG München entschied nun, dass der *BR* dem Kläger den rückständigen Lohn entsprechend der Gehaltsgruppe 18 schulde. Zu Begründung verwies das Gericht darauf, dass die Leitung einer Redaktion mit einer unteilbaren Verantwortung für die redaktionellen Inhalte und Ergebnisse einhergehe. Da es sich somit um eine „unteilbare Aufgabe“ handle, könne es nicht auf die vom *BR* ins Feld geführte Ein-Drittel-Schwelle ankommen. Der Richterspruch dürfte auch für Kolleg*innen in vergleichbarer Situation von Bedeutung sein. Das Gericht hat eine Revision nicht zugelassen.

Maria Goblirsch

Medientage München 2020 als Digitalkonferenz

Die Münchner Medientage starteten Anfang April mit den #MTMdigitalks eine neue Online-Reihe. Los ging es Anfang im April mit kurzen Vorträgen, Interviews und Panels zu „Medien in Zeiten von Corona“. Die Runde zwei des digitalen Live-Format stand Anfang Mai unter der Fragestellung „Was ist guter Journalismus in Coronazeiten?“.

Dabei sind die „#MTMdigitalks“ wohl auch Übungswiese, denn aus den Münchner Medientagen wird heuer eine digitale einwöchige Konferenz mit begleitender virtueller Expo, interaktiven Networking-Möglichkeiten und Entertainment-Formaten. Vom 24. bis 30. Oktober 2020 sind mehr als 100 Vorträge, Interviews, Masterclasses und Networking Sessions unter dem Titel „This is Media now“ geplant. In welcher Form sich der BJV 2020 beteiligen wird, ist noch offen.



Michaela Schneider berichtete für den BJV über die ersten zwei #MTMdigitalks: bjvlink.de/digitalk1 und bjvlink.de/digitalk2.

Nur drei Poolfotografen bei Geisterspielen

DJV fordert von den Landessportministern eine Änderung der Auflagen

Bei den noch ausstehenden Spielen der Fußball-Bundesliga dürfen bis Ende Juni nur drei Pool-Fotoreporter*innen im aktiven Bereich arbeiten sowie zehn weitere Journalist*innen von den Rängen aus berichten. Dazu kommen die Teams der Rechte-Inhaber wie *ARD*, *Sky* oder *DAZN*. Mehr sei leider derzeit nicht möglich, erklärte die DFL Deutsche Fußball Liga gegenüber dem *BJVreport*. Denn sonst drohe der Worst Case, gar nicht spielen zu dürfen.

Wie die „Geister-Spiele“ ablaufen, erlebt der Allgäuer Fotograf Bernd Feil. Er ist einer der drei Poolfotografen, die bei den Spielen des FC Bayern zugelassen sind und versorgt mit seinem Bildmaterial die große Zahl der sonst akkreditierten Kolleg*innen, die aus den Stadien ausgeschlossen wurden. „Das ist wahrlich kein Geschäftsmodell. Ich mache das nur, damit es irgendwie weitergeht“, sagt BJV-Mitglied Bernd Feil. „Wer denkt, dass es fair ist, der hat falsch gedacht.“

Das Konzept der DFL sorgt in der Praxis für Verwirrung. Weil jeder für den Pool zugelassene Bildreporter die Fotos an Kunden liefert oder in Datenbanken einspeist, landen bei den Sportredaktionen Dutzende Mal die gleichen Bilder. Außerdem gibt es Konflikte bei der Bildung der Pools und um die Verwendung und Vermarktung der Fotos.

Daher setzte sich der DJV im Mai in einem

Brief an die Sportminister*innen aller Bundesländer dafür ein, dass deren strikte Auflagen für die Sportveranstaltungen geändert werden. „Die aktuelle Zahl von nur drei Fotograf*innen in den Fußballstadien genügt nicht den Ansprüchen einer freien Presseberichterstattung. Sie kann auch unter Beachtung der zurecht hohen Hygiene-Standards deutlich erhöht werden“, fordert der DJV.

DFL: „Auch wir würden uns mehr wünschen“

Auch bei der DFL ist man mit der Regelung für die Medien alles andere als glücklich. „Seien Sie versichert, dass wir mit diesen sehr begrenzten Kapazitäten pro Spiel sehr verantwortungsvoll umgehen. Auch wir würden uns mehr wünschen, aber die geringstmögliche Personenanzahl ist die Prämisse von Medizinern und Politik“, betonte Christopher Holschier, Leiter Unternehmenskommunikation der DFL. Befürchtungen, die Beschränkungen für die Medien könnten auch über die Corona-Krise hinaus gültig bleiben, tritt die DFL klar entgegen: Das sei auf keinen Fall beabsichtigt, es handle sich derzeit um eine „absolute Ausnahmesituation“.

Maria Goblirsch



Mehr: bjvlink.de/df1

Der Vorstand unterwegs

Lassen Sie mich – analog zur Bild-Text-Schere – an dieser Stelle von einer Rubrik-Text-Schere schreiben. Denn „Vorstand unterwegs“ stimmt bei der Rückschau auf die letzten zwei Monate nicht ganz. Was nicht heißt, dass der geschäftsführende Vorstand nicht gearbeitet hat. Im Gegenteil. Die Coronakrise hat Auswirkungen auf den BJV, auf seine Mitglieder.

Und somit bestand eine der Hauptaufgaben des Vorstandes darin, nach Lösungen für viele auftretende Probleme zu suchen: Unterstützung für Solo-Selbständige, Kurzarbeit, generelle (finanzielle) Hilfen beschäftigten uns etwa. Nebenbei lief das Alltagsgeschäft.

Und das ging ganz ohne „unterwegs“? Ja, in jeder Krise steckt eine Chance, die auch der BJV genutzt hat. Videokonferenzen sind kein Ding der Unmöglichkeit mehr, ab und zu mal telefonieren statt „kurz vorbeizuschauen“ funktionierte hervorragend. Das betraf die eigenen Sitzungen ebenso wie die Sitzungen der ABB, des Medienrates oder auch DJV-Sitzungen. Es geht. Und trotzdem fehlt das „unterwegs“ an der einen oder anderen Stelle. *Michael Busch*

Wie sie leben, wie sie arbeiten – der *BJVreport* besucht prominente Mitglieder in ihrem Büro. Bisher öffneten ihre Türen: ZDF-Moderatorin Katrin Müller-Hohenstein in München und *BR*-Studioleiter Tassilo Forchheimer, *BR*-Legende Fritz Egner sowie die SZ-Reporter Bastian Obermayer und Frederik Obermaier.

Auf eine Zigarette mit Henriette

Vom Glasturm an den Küchentisch: Die Pandemie verlangt der Leiterin der Deutschen Journalistenschule, Henriette Löwisch, Durchhaltevermögen ab – und Sitzkondition

Von Senta Krasser



Karl Lagerfeld wäre erfreut: Die „Kontrolle über ihr Leben“ hat Henriette Löwisch nicht verloren, auch im Homeoffice verzichtet sie auf Jogginghose. Dennoch fällt ihr die Arbeit daheim schwer. Bis zum 11. Mai, als die *DJS* teilweise den Präsenzbetrieb wiederaufnahm, saß die Schulleiterin von früh bis spät auf einem Küchenstuhl und rauchte mehr als zuvor, was beides, wie sie sagt, „höchst ungesund ist“.

Fotos: David-Pierce Brill

Wir haben ein Online-Date. So wie man das heutzutage halt so macht in dieser merkwürdig stillen Zeit. Das war zwar so nicht unbedingt geplant, aber die Deutsche Journalistenschule unter dem Dach der *Süddeutschen Zeitung* ist in der Pandemie unerreichbar. Es ist Coronawoche 6 und der Glasturm in Berg am Laim verwaist. Nur alle paar Tage schaut Schulleiterin Henriette Löwisch im Wechsel mit ihrem Team persönlich nach der Post. Sonst ist: Homeoffice. Per E-Mail und Videoschleife leitet sie, die sich selbst back in the 80's an der *DJS* ausbilden ließ, bevor *AFP* sie als Korrespondentin nach Brüssel und Washington entsandte, eine der renommiertesten Journalistenschmiedenden Deutschlands.

Sie würde eine Einladung für Google Meet schicken, schrieb Henriette Löwisch vorab, das sei „authentisch“. Preußisch-pünktlich geht es los, die Leitung ist stabil. Im Schnitt drei, vier

Video-Calls pro Tag, das sei ihr übliches Pensum. Die heute ist ihre dritte. Der Nachmittag ist trüb, die Stimmung ebenso. Ob sie auch unter dieser neuartigen Krankheit „Zoom Fatigue“ (frei übersetzt: Videokonferenzmüdigkeit) lei-

„Wenn Verlage wegen Corona keine Praktikanten mehr nehmen, dann haben wir an der *DJS* ein Problem.“

de? „Wenn jemand zu mir, nachdem alles wieder gut ist, das Wort ‚Videokonferenz‘ sagt, dann habe ich im Besenschrank schon einen Baseballschläger stehen.“

Oha, da hat sich Aggressionspotenzial angestaut. Das Kommunizieren mit Bild sei „wahn-

sinnig anstrengend“, sagt Löwisch. Zumal ihr Zuhause (ein Altbauwohnung in Haidhausen laut unserem Fotografen vor Ort!) bürountauglich ist: Nur ein harter Stuhl am Küchentisch, da streikt an 15-Stunden-Tagen, wie sie Löwisch derzeit wuppt, jeder Rücken. Nur was wäre die Alternative? Nur telefonieren? „Audio kann die persönliche Begegnung noch schlechter ersetzen.“

Wen man auch spricht, es wird Henriette Löwisch nachgesagt, dass sie stets den engen Austausch zur Schülerschaft sucht. Und wie zu erwarten, gibt sie zu, dass ihr die Isolation zu schaffen macht. Redaktionskonferenzen, Meetings, die zufällige Begegnung auf dem Flur, die gemeinsame Zigarettenpause – all die jetzt ausbleibenden Gespräche seien für alle Seiten inspirierend. „Sie fließen auch ein in all meine Entscheidungen bezüglich der *DJS*.“ Jetzt brauche

es eine extra Google-Einladung, um zu kommunizieren. Verrückte Coronawelt. Darauf zündet sich Löwisch erstmal eine Zigarette an.

Um nicht der Gefahr zu erliegen, ganz allein auf sich gestellt zu entscheiden, hat sich die Kommunikatorin in den vergangenen Wochen einen Kreis von Ratgebern gesucht, viele davon Alumni, die sie auf andere Gedanken bringen sollen. In einem dieser abendlichen Online-Treffs entstand die Idee, ob man nicht die Quarantäne in den Schulräumen aussitzen könnte. Platz wäre theoretisch da, und im Untergeschoss gibt es eine Dusche und eine kleine Teeküche. „Aus vielerlei Gründen ist das natürlich überhaupt nicht praktikabel“, sagt Löwisch, „aber ich brauche genau diese wilden Ideen, um insgesamt kreativer zu denken“.

Als abzusehen war, dass bundesweit Bildungseinrichtungen schließen müssen, stellte die DJS innerhalb einer Woche ihren Schulbetrieb auf „online only“ um. Laptops, Festplatten, Unterrichtsmaterial, alles Nötige wurde eingepackt respektive in der Cloud gespeichert. Papier fällt seither kaum an, Inhalte stapeln sich in Löwischs Computer, aber nicht auf dem Küchentisch. Aufgeräumt sieht er aus, so aus der Ferne. Im Hintergrund blitzt die Espressomaschine, die Löwischs Lebenselixier braut. Für die Seelenlabal braucht sie den Kopf nur nach links ins offene Wohnzimmer zu wenden.

Irrsinnige Lebensfreude

Dort hängt eine Schwarzweißfotografie von Will McBride, „Riverboat Shuffle“, aufgenommen 1959 in Berlin, also sechs Jahre vor ihrer Geburt. Das Bild, erklärt sie, zeige „ein Moment von irrsinniger Lebensfreude und Hoffnung“: Wir wollen wieder leben, wir wollen wieder fröhlich sein und nach vorne schauen. Diese Aussage sei ihr so wichtig, dass das Bild zu einem ständigen Begleiter in ihrem Leben geworden sei. Und schon zaubert der Gedanke daran ein Lächeln in ihr Gesicht.

Bevor sie vor drei Jahren die DJS-Leitung übernahm und den McBride in die Wohnung pinnte, lehrte die Transatlantikerin mit US-Pass Umwelt- und Wissenschaftsjournalismus an der University of Montana. E-Learning war dort nicht bloße Theorie. Während ihrer Zeit als Professorin entwickelte Löwisch selbst einen E-Learning-Kurs. Es ist sicherlich ein Glücksfall, dass sie nun diese Erfahrungen an der DJS mit einbringen kann.

Im Prinzip wird der Lehrplan trotz Corona fortgeführt, nur eben komplett virtuell. Was

Warum ich im BJV bin

„Ich finde es richtig, dass es Gewerkschaften gibt. Also ist die Mitgliedschaft nur konsequent, schon aus Solidarität mit den Kolleginnen und Kollegen. Eingetreten bin ich während der Ausbildung an der DJS, damals wegen des Presseausweises und der ausgezeichneten Rechtsberatung. Später habe ich den BJV bei Tarifverhandlungen als geschickt und lösungsorientiert erlebt. In den USA war ich von der dortigen Hochschulgewerkschaft zwangsverpflichtet. Umso schöner war es, nach meiner Rückkehr nach Deutschland aus freien Stücken wieder in den BJV gehen zu können.“

nicht geht, wie Live-Sendungen im hauseigenen Hörfunkstudio üben oder auf Reportage fahren, wurde aufgeschoben, aber nicht aufgehoben. Dafür rückte der Kurs Datenjournalismus vor, in XL-Länge. Mit großer Begeisterung spricht Löwisch von ihren Schülerinnen und Schülern, wie „proaktiv“ sie mit der Ausnahme-situation umgingen. In normalen Zeiten hätten sie wohl kaum die Initiative ergriffen für die Instagram-Serie #coronasolutions in Kooperation mit der *Deutschen Welle*. „Und das auch noch auf Englisch! Das gab es an der DJS noch nie.“ Statt selbst sich immer um alles zu kümmern, alles zu bedenken und anzuordnen, lerne sie nun loszulassen: „Ich schalte meinen inneren Kontrolletti aus und traue meinen Schülerinnen und Schülern mehr zu.“

Gerade mussten sie und ihr Team das Auswahlverfahren für die 59. Lehrredaktion organisieren, in abgespekter, also rein digitaler Form. Dass sie den Neulingen zum Schulstart im Herbst die Hand wird schütteln können, hofft Löwisch sehr. Sehr wahrscheinlich wird es eine Mischung aus Online- und Präsenzunterricht geben. Auch wenn der Qualitätsjournalismus Corona-bedingt in seiner Akzeptanz Höhenflüge erlebt und Löwischs Lehrerherz entsprechend freudig hüpfen müsste, bereitet ihr die Situation der Verlage und Funkhäuser Sorge. Der Boom an Jobs und Praktika für den qualifizierten Nachwuchs sei vorbei. „Wenn Verlage sagen, wir dürfen keine Praktikanten mehr nehmen, weil sich sonst unsere Redakteure in Kurzarbeit beschweren, dann haben wir an der DJS ein Problem.“

Löwischs Vorgänger auf dem Leitungs-posten, Jörg Sadrozinski, zog es nach sieben DJS-Jahren zurück in die Praxis, zur Repor-

terfabrik von *Correctiv*. Wie groß ihr Impuls ist, Journalismus nicht mehr nur zu lehren, sondern zu machen? Für eine Reportage auf dem Feld Spargel stechen, wie es ein DJSler unlängst tat, wäre nicht so ihr Ding, lacht Löwisch. „Aber will ich wieder bei AFP am CvD-Desk sitzen und entscheiden, welche Information gerade die wichtigste ist? Klar, darauf hätte ich große Lust.“ Allerdings sei es so: „Der Kapitän geht nicht vom Schiff. Punkt.“

Und so wird sie, die sich selbst in den Social Media als Nomadin bezeichnet und ihr Leben bislang in Fünf- bis Siebenjahresläufen durchschritt, die DJS auf jeden Fall durch die stürmische Zeit der Pandemie navigieren und wohl darüber hinaus. Nicht, dass die Schule in ihrer 70-jährigen Geschichte von ähnlich hohen Herausforderungen verschont gewesen wäre. Ein aktuelles Schülerprojekt mit Alumni aus den Anfangsjahren, die meisten heute jenseits der 80, soll genau das herausarbeiten.

„Es mag für Sie corny klingen“, schließt Henriette Löwisch den Gedanken an die Alten, „aber ich komme mir ein bisschen vor wie Harry Potter.“ Im letzten Band, Harry und Lord Voldemort bekämpfen sich im Wald, erscheinen plötzlich die verstorbenen Eltern, der Patenonkel und andere Gefährten und bilden um Harry einen schützenden Kreis. Die lange Tradition der DJS gebe ihr nun in dieser unsicheren Zeit Festigkeit und Rückhalt für Innovation.

Nein, Frau Löwisch, kitschig hört sich das gar nicht an.



Wieder fröhlich sein und nach vorn schauen: Das wünscht sich Henriette Löwisch.

Jeder zweite Bildvermerk ist falsch

BJV-Aktion Fotografen haben Namen 2020: Keine Besserung in Sicht

Von Maria Goblirsch

Auf dem langen Tisch im großen Sitzungssaal der BJV-Geschäftsstelle stapeln sich 24 Zeitungen der Mittwochsausgabe vom 6. Mai. In Zeiten der Coronapandemie ist das Team, das die Richtigkeit der Fotovermerke für die Aktion „Fotografen haben Namen“ prüft, auf zwei Personen reduziert. Thomas Geiger, Fachgruppenchef der Bildjournalist*innen, und BJV-Pressesprecherin Maria Goblirsch notieren auf Strichlisten die Zahl der richtigen und falschen Bildvermerke. Insgesamt sind es 2421 aus 24 bayerischen Zeitungen, die noch über eine eigenständige Redaktion verfügen.

Die Zahl der richtigen Nennungen wird dann in Relation zur Zahl der insgesamt erschienenen Bilder gesetzt und in einer Prozentzahl ausgedrückt. Das Ergebnis ist auch in diesem Jahr ernüchternd. Mehr als jeder zweite Bildvermerk in der Ausgabe vom 6. Mai war falsch, weil der Name des Fotografen oder der Fotografin nicht genannt oder nur als Kürzel angegeben wurde. Oder weil sich die Bilder bei Sammelvermerken nicht einer bestimmten Person zuordnen ließen.

Heuer erstmals Rückschritt

„Nach Jahren, in denen sich die Zahlen der korrekten Urhebernennungen ständig verbesserten, haben wir heuer erstmals seit langem einen Rückschritt“, kritisiert Thomas Geiger. „Bedingt durch die Coronakrise sind bei den meisten Blättern der Umfang und auch die Bilanzzahl zurückgegangen. Gleichzeitig waren mehr Fotos von Pressestellen, Behörden oder von privat zu finden“. Er hoffe, dass sich das nach Ende der Pandemie wieder ändern werde. Aber die Gefahr bestehe, „dass die Geister die man einmal ruft, nicht wieder verschwinden. Das haben wir auch bei den Fotos von Einsatzkräften wie der Feuerwehr gesehen.“

Die Rechtslage ist klar: Ob Fotograf*innen namentlich unter Fotos genannt werden, liegt nicht im Belieben der Redaktion oder der Verlagsleitung. In Paragraph 13 Urheberrechtsgesetz heißt es dazu: „Der Urheber hat das Recht auf Anerkennung seiner Urheberschaft am Werk.“ Dieses Recht darf auch nicht durch Allgemeine



BJV-Pressesprecherin Maria Goblirsch und Thomas Geiger, Fachgruppenchef der Bildjournalisten im BJV werteten am Stichtag diesmal nur zu zweit Bayerns Tageszeitung aus. Foto: Anette Kolb

Geschäftsbedingungen (AGB) abgeändert werden.

Ebenso wenig können Verträge zwischen Agentur und Fotograf*innen einen direkten Anspruch des Bildjournalisten oder der Bildjournalistin gegen die Zeitung ausschließen, die ein solches Agenturfoto veröffentlicht. Als Faustregel gilt: Es muss mindestens der Urheber-Familiename genannt sein. Bildjournalist*innen, deren Foto ohne deren Namen veröffentlicht wurde, müssen sich das nicht bieten lassen. Sie können nach der Rechtsprechung einen Schadensersatz in Höhe von 100 Prozent des für die jeweilige Nutzung angemessenen Honorars verlangen.

Das scheint viele Redaktionen nicht zu kümmern, verrät der Blick auf das Ranking der Sieger und Verlierer im BJV-Check 2020. Zwar haben einige wenige Blätter den Sprung nach oben geschafft, beim Gros aber hat sich heuer im Vergleich zu den Vorjahren nichts geändert. Und: „Die an der Spitze platzierten Verlage zählten trotzdem zu den ‚Schlechtzahlern‘, wenn es um die Fotohonorare geht“, stellt Thomas Geiger fest.

Auf Platz 1 konnte sich wie 2019 die *Fränkische Landeszeitung* mit 55 richtigen Nennungen bei 72 Fotos im Blatt behaupten (76,4 Prozent), gefolgt von der *Nürnberger Zeitung* (48 von 64 Fotos / 75 Prozent richtig), die sich um zwei Ränge verbesserte.

Eine echte Überraschung ist der dritte Platz, denn das *Straubinger Tagblatt* (48 von 66 Fotos richtig/72,7 Prozent) lag im Vorjahr noch auf dem vorletzten Platz. Nicht nur im Mantel, sondern auch im Lokalteil trugen nahezu alle Fotos einen korrekten Bildvermerk.

Das schaffte das im gleichen Verlag erscheinende Schwesternblatt, die *Landshuter Zeitung*, nicht. Während im Hauptteil fast keine Fehler auftauchen, findet sich im Lokalteil keinerlei Namensnennung, nicht einmal ein Kürzel. Dennoch verbesserten sich die Landshuter um acht Plätze und reihen sich 2020 auf Rang 13 ein.

Wie es zu diesem Aufstieg kam, wollten wir von Gesamtreaktionsleiter Hannes Lehner wissen. „Wir haben in den vergangenen zwei Jahren mehrere Optimierungsprozesse gestartet, unter anderem betreffen diese auch den

sorgfältigen Umgang mit Urheberhinweisen bei Bildern“, sagt er.

Allerdings sei es vor allem im Lokalen schwierig, überall die Namen der Fotograf*innen anzugeben, „weil hier die Redaktionen immer noch viele Bilder ohne Urheberhinweise erreichen“. Die hierfür erforderliche Recherche wiederum belastet Zeitrahmen und Kapazitäten.

Kaum eine Redaktion hat bei der tv-Programmorschau einen Bildvermerk angebracht. Sieben Vorschaubilder ohne Nennung des Fotografen oder der Fotografin verdarben dem Aschaffener *Main-Echo* eine bessere Platzierung, das mit 35 Richtigen bei 53 Fotos insgesamt (66 Prozent) auf Platz acht liegt.

Wie meist bei der Boulevard-Presse waren

auch 2020 die Sammelvermerke der Knackpunkt, warum sich die *BILD Nürnberg* (Platz 22), *BILD München* (Platz 20) oder die *Münchener Abendzeitung* (Platz 21) weiter im Keller der Tabelle finden. Das gleiche Schicksal ereilte die *Frankenpost* (Platz 19), die im Vorjahr noch einen guten siebten Rang belegt hatte. Hier zählten gleich auf der ersten Seite zehn Fotos als falsch, bei denen die Fotograf*innennamen nicht den Bildern zuzuordnen waren.

Rote Laterne geht nach Oberbayern

Die rote Laterne am Ende der Tabelle trägt in diesem Jahr das *Oberbayerische Volksblatt*, das bei 112 Fotos insgesamt nur bei jedem fünften den Namen des Fotografen oder der

Fotografin korrekt angab (19,64 Prozent). Neben fehlenden Bildvermerken glänzte das Blatt durch zahlreiche inkorrekte Vermerke wie „Foto: Polizei“, „Foto PR“, also kostenlos abgegebene Bilder aus Unternehmen und von Behörden ohne Nennung der Fotograf*innen.

Nicht viel besser schnitt der *Münchener Merkur* auf dem vorletzten Platz ab (24 Richtige, 118 Fotos), der bei vielen Bildern zwar den Namen der Agentur, aber nicht den der Fotografin des Fotografen veröffentlichte („Foto: dpa“). Weitere Platzierungen siehe Tabelle.

Bei Redaktionsschluss stand noch nicht fest, ob und wann der DJV 2020 die Aktion „Fotografen haben Namen“ auf Bundesebene durchführt.

Sieger und Verlierer im BJV-Check „Fotografen haben Namen“ 2020:

Name der Zeitung	Fotos gesamt	richtige Nennung	falsche Nennung	Richtige 2020 in %	Richtige 2019 in %	Rang 2019
1 Fränkische Landeszeitung	72	55	17	76,39	76,81	1
2 Nürnberger Zeitung	64	48	16	75	74,36	4
3 Straubinger Tagblatt	66	48	18	72,73	29,2	22
4 Nürnberger Nachrichten	65	46	19	70,77	77,38	3
5 Donaukurier	108	76	32	70,37	68,06	5
6 Allgäuer Zeitung	188	130	58	69,15	50,96	12
7 Main Post	74	49	25	66,21	79,78	2
8 Main-Echo	53	35	18	66	58,44	9
9 Passauer Neue Presse	118	77	41	65,25	50,39	13
10 Mittelbayerische Zeitung	85	49	36	57,64	67,83	6
11 Nordbayerischer Kurier	70	37	33	52,86	60,23	8
12 Süddeutscher Zeitung	104	52	52	50	58,18	10
13 Landshuter Zeitung	90	41	49	45,56	29,6	21
14 Der Neue Tag Weiden	64	28	36	43,75	53,61	11
15 Neue Presse Coburg	88	37	51	42,05	keine Teilnahme	
16 Fränkischer Tag	56	23	33	41,07	43,66	15
17 tz	144	57	87	39,58	27,15	23
18 Augsburger Allgemeine	96	34	62	35,41	36,13	18
19 Frankenpost	100	35	65	35	63,83	7
20 Bild München	107	36	71	33,64	36,73	17
21 Abendzeitung München	98	31	67	31,63	35,66	19
22 Bild Nürnberg	101	27	74	26,73	30,77	20
23 Münchener Merkur	118	24	94	20,34	40,16	16
24 Oberbayerisches Volksblatt	112	22	90	19,64	47,27	14
2241	1097	1144	48,95	52,08		

jeweils Stichprobe von Mittwoch, 6. Mai 2020. Bewertet wurden nur Vollredaktionen.

Der Kampf um die Mediengewerkschaft

Warum der BJV 1984/85 die föderale Struktur des Journalisten-Verbands verteidigte

Von Alois Knoller

Es war eine Debatte, die emotionaler und erregter nicht geführt hätte werden können. Sollte der DJV Teil einer einheitlichen Mediengewerkschaft unter dem Dach des Deutschen Gewerkschaftsbunds (DGB) werden? Sollte er dafür seine föderale Struktur mit eigenständigen Landesverbänden aufgeben und eine bundesweite Mitglieder-gewerkschaft werden? „Ein Scherbenhaufen droht“, warnte im Herbst 1984 der BJV-Vorsitzende Erich Geiersberger im Leitartikel des *BJVreports*. Ein Bundesvorstand trat darüber zurück und erst im April 1985 glätteten sich wieder die Wellen.

Dabei war der BJV anfangs durchaus verhandlungsbereit, als 1981 die Gespräche mit der IG Druck und Papier sowie der Rundfunk-Fernseh-Film-Union (RFFU) aufgenommen wurden. Die Hoffnung lag darin, die Schlagkraft der gewerkschaftlichen Vertretung zu stärken – auch im Zeichen der damals aufkommenden neuen Medien. Doch es prallten unterschiedliche verbandspolitische Kulturen aufeinander. Die IG Druck war nicht nur deutlich links positioniert einschließlich antikapitalistischer Agitation gegen Unternehmen in Privateigentum, sondern sie beanspruchte auch ein politisches Mandat und bezog Stellung zu Frieden und Abrüstung. Erich Geiersberger warf ihr „ideologische Eiferei“ und „spektakulären Aktivismus“ vor. Nach provokanten Beschlüssen des 13. Gewerkschaftstags der IG Druck und Papier im Oktober 1983 zog der DJV-Vorstand die Reißleine. Ein außerordentlicher Verbandstag am 6. April 1984 brach die Verhandlungen ab und setzte stattdessen eine Strukturreformkommission ein.

Längst hatte sich indes die Debatte innerhalb der Landesverbände des DJV verselbstständigt. Der Rheinisch-Westfälische Journalistenverband, 1984 umbenannt in DJV-Landesverband NRW, verfolgte ein weitreichendes, zentralistisches Reformvorhaben. Wohl wissend, dass die DJV-Geschäftsstelle ihren Sitz in Bonn am Rhein hat. Und der Süd-



Die Delegierten des Bayerischen Journalisten-Verbandes beim DJV-Verbandstag 1984 in Düsseldorf. Erste Reihe von links: BJV-Vorsitzender Erich Geiersberger, BJV-Geschäftsführerin Frauke Ancker und stellvertretender Vorsitzender Walter Schatz.

Foto: Egon Stengl

westdeutsche Journalistenverband in Stuttgart nahm sogar eigensinnig Verhandlungen mit der IG Druck über den Zusammenschluss zu einer Mediengewerkschaft auf. Als der SWJV tatsächlich auf seinen Sonderweg ausscherte, traten aus Protest eine ganze Reihe württembergischer Mitglieder in den BJV über.

Erich Geiersberger kämpfte unverdrossen für die föderalen Grundprinzipien der Verbandsstruktur. Er wollte es nicht hinnehmen, dass die Alleinvertretung der deutschen Journalist*innen aus den einzelnen Landesverbänden in eine Bundesspitze verlagert werden sollte. Sie wären allenfalls nur abhängige Regionalorganisationen gewesen. Sämtliche Mitglieder sollten direkt dem Bundesvorstand zugeordnet werden. Die „Reformer“ stürmten mit einer Überumpelungsstrategie voran und wollten, dass im Windschatten der gescheiterten Mediengewerkschaft wenigstens im DJV alsbald vollendete Tatsachen im Sinne einer rein journalistischen Mitglieder-gewerkschaft geschaffen werden. Der DJV-Verbandstag sollte den Bundesvorstand beauftragen, „unverzüglich“ die weitere Stärkung des DJV vorzubereiten und auch „möglichst schnell“ zu verwirklichen.

Erich Geiersberger lief zu rhetorischer und taktischer Hochform auf. „Eine Journalistengewerkschaft muss nicht an der Spitze, sondern an der Basis verstärkt werden“, lautete sein Credo. Was folgte, klingt wie die aktuelle Reformlinie des DJV: die Defizite benennen, wo und wie die

berufsständischen und gewerkschaftlichen Leistungen verbesserungsbedürftig sind. Dann mögen sich die kleineren, weniger ressourcenstarken Landesverbände untereinander verständigen, wie sie kooperativ ihren Service für die Mitglieder verbessern können. Der BJV mit seiner rasch anwachsenden Mitgliederzahl, die 1985 die Marke von 2500 überschreiten sollte, fühlte sich stark genug, sämtliche Aufgaben eines Berufsverbands aus eigener Kraft zu meistern. „Unsere BJV-Mitglieder empfinden kein Defizit in der Betreuung und aktiven Verbandsarbeit. Und was noch besser gemacht werden könnte, ist sicher nicht durch eine Personalvermehrung in der DJV-Geschäftsstelle zu meistern“, giftete Geiersberger in Richtung des larmoyanten („der Ruf nach dem Buhmann“) NRW-Vorsitzenden Werner A. Rudolph.

„Fingerspitzengefühl eines Tunnelbohrers“

Wie ein Hohn kam es den Bayern deshalb vor, als beim Verbandstag am 6./7. November 1984 in Düsseldorf schon ein Entwurf einer neuen DJV-Satzung auf dem Tisch lag. Das „Fingerspitzengefühl eines Tunnelbohrers“ warf Geiersberger dem Bundesvorstand vor und führte vor allem die absehbaren, enormen Kosten einer vergrößerten DJV-Geschäftsstelle in Bonn ins Feld. Der Bundesvorstand trat geschlossen zurück. Erst auf einem außerordentlichen Verbandstag am 29./30. April 1985 sollte ein neuer gewählt werden – erstmals mit einem Bayern als Vize: Dieter Balb aus Rothenburg ob der Tauber. Sein unterlegener württembergischer Gegenkandidat Erich Bottlinger sollte bald darauf seinen SWJV in die IG Druck führen.



Der Autor

Alois Knoller arbeitet als Redakteur bei der *Augsburger Allgemeinen*. Noch als Volontär trat er dem BJV im Jahr 1984 bei.

Foto: Stefan Gregor

Urlaub fürs laufende Jahr darf aufgespart werden

Welche neuen Regeln gelten für die Kurzarbeit während der Coronapandemie?

Von Maria Goblirsch

Die Bundesregierung hat im Eilverfahren Änderungen für die Kurzarbeit beschlossen. Diese neuen Regeln, die rückwirkend vom 1. März an und zunächst bis zum Jahresende gelten, bringen eine ganze Reihe von Erleichterungen – auch für jene Kolleg*innen, die bei Redaktionsschluss in 14 bayerischen Redaktionen in Kurzarbeit waren.

So wurde die Bezugsdauer von bisher zwölf auf bis zu 24 Monate verlängert. Neu ist auch, dass die in einigen Verlagen freiwillig gezahlte Aufstockung des Kurzarbeitergeldes bis zu einer Höhe von 80 Prozent des Gehaltes steuerfrei bleibt, also nicht als steuerpflichtiger Arbeitslohn gilt.

Anspruch auf Kurzarbeitergeld besteht nun bereits, wenn mindestens zehn Prozent der Beschäftigten (bisher ein Drittel) einen Ausfall beim Arbeitsgelt von mehr als zehn Prozent haben. Die für ausgefallene Arbeitsstunden anfallenden Beiträge zur Sozialversicherung werden dem Arbeitgeber bis zum 31. Dezember 2020 zu 100 Prozent ersetzt. Auch Leiharbeiter*innen können jetzt in Kurzarbeit gehen und haben Anspruch auf Kurzarbeitergeld. Gelten in einem Verlag Vereinbarungen zu Schwankungen der Arbeitszeit, wird nach der neuen Regelung auf den Aufbau negativer Arbeitszeitkonten verzichtet.

Geht es darum, ob und in welchem Umfang Kurzarbeit in einer Redaktion eingeführt wird, muss der Betriebsrat beteiligt werden und bestimmt mit (§ 87 Abs.1 Nr. 3 Betriebsverfassungsgesetz). In der Praxis werden die wichtigsten Punkte verhandelt und in einer Betriebsvereinbarung festgelegt. Da sich einzelne Punkte auch während der Kurzarbeit schnell ändern können wie etwa die Liste der betroffenen Mitarbeiter*innen (auch jede

Änderung braucht die Zustimmung des Betriebsrats!) sind die Details oft in einem Anhang zur Betriebsvereinbarung festgehalten.

Dort lässt sich dann etwa vereinbaren, dass Auszubildende und Kolleg*innen in der passiven Phase der Altersteilzeit von der Kurzarbeit ausgenommen bleiben. Oder dass der Jahresurlaub in vollem Umfang genommen werden kann, als würde nicht kurzgearbeitet. Oder dass Redakteur*innen Sonderzahlungen, vermögenswirksame Leistungen oder den Lohn für die Redaktionsarbeit an gesetzlichen Feiertagen „regulär“ erhalten.

Ein wichtiger Punkt, der in keiner Betriebsvereinbarung fehlen sollte: Während der Kurzarbeit dürfen keine Überstunden oder Mehrarbeit geleistet werden, Auch dürfen Aufträge, die nicht von der Stammredaktion in Kurzarbeit erledigt werden können, nicht an externe Unternehmen vergeben werden. Aber: Freie Journalist*innen dürfen Redaktionen natürlich weiterhin beauftragen – selbst in erhöhtem Umfang.

Die Anordnung von Überstunden während der Kurzarbeit ist grundsätzlich ein Indiz dafür, dass der Arbeitsausfall nicht unvermeidbar ist. Eine Ausnahme gilt nur, wenn es sich um einzelne, besondere Eilaufträge handelt (dann muss der Arbeitgeber aber diese Stunden extra bezahlen, da sie vom Kurzarbeitergeld abgezogen werden.) Die Anordnung von Mehrarbeit kann deshalb für den Arbeitgeber sogar strafrechtlich relevant werden. Denn wenn er die Behörde über die Voraussetzungen der Kurzarbeit täuscht, droht ihm ein Betrugsverfahren. Und auch Mitarbeiter*innen können sich wegen Beihilfe zum Betrug strafbar machen, wenn sie sich auf unberechtigte Überstunden einlassen.

Die wichtigsten Fragen und Antworten

Was passiert, werden Mitarbeiter*innen während der Kurzarbeit krank?

Dann besteht der Anspruch auf Kurzarbeitergeld für sechs Wochen („Kranken-Kurzarbeitergeld“). Mitarbeiter*innen, die schon vor dem Bezug von Kurzarbeitergeld arbeitsunfähig waren, können ihren Lohn bis zum Start der Kurzarbeit ungekürzt beanspruchen. Von da an bekommen sie Krankengeld in Höhe des jeweiligen Kurzarbeitergeldes.

Was wird bei Mutterschutz während der Kurzarbeit gezahlt?

Wer schwanger ist, bekommt vom Beginn des Mutterschutzes an kein Kurzarbeitergeld mehr, sondern Leistungen nach dem Mutterschutzgesetz.

Sind Kurzarbeiter*innen sozialversichert?

Ja. Die Mitgliedschaft in der gesetzlichen Kranken-, Renten-, Pflege- sowie in der Arbeitslosen- oder betrieblichen Unfallversicherung läuft weiter.

Welchen Urlaub muss man nehmen? Was geschieht mit Plusstunden?

Gibt es in der Redaktion eine flexible Arbeitszeitregelung, sind Guthaben nach dem Gesetz anteilig einzubringen (Ausnahme: tarifliche Sonderregelung). Auf den Aufbau von Minusstunden soll allerdings, so die neue Regelung, vollständig verzichtet werden können. Der Urlaub für das laufende

Jahr muss nicht vor Beginn der Kurzarbeit genommen werden. Dagegen muss ein aus 2019 oder früher übertragener Resturlaub vor Beginn der Kurzarbeit angetreten, zumindest aber festgelegt werden.

Darf der Chef während der Kurzarbeit kündigen?

Kündigungen darf der Arbeitgeber auch während der Kurzarbeit aussprechen. Aber: Eine betriebsbedingte Kündigung ist in der Regel während dieser Phase sozialwidrig, wenn sie auf denselben Gründen beruht, die zur Kurzarbeit geführt haben. Denn mit der Beantragung von Kurzarbeitergeld gibt der Arbeitgeber ja gerade zu erkennen, dass er den (teilweisen) Wegfall der Beschäftigungsmöglichkeit für nur vorübergehend hält.

Wie hoch ist das Kurzarbeitergeld?

Von 1. März an gilt rückwirkend: Kurzarbeiter*innen ohne Kind bekommen 60 Prozent der Nettoentgelt-Differenz, mit mindestens einem Kind 67 Prozent. Ab dem vierten Monat in Kurzarbeit sind es nach der neuen Regelung nun 70 (Mit Kind 77) Prozent, ab dem siebten Monat 80 beziehungsweise 87 Prozent. Die gute Nachricht: Das von der Arbeitsagentur gezahlte Kurzarbeitergeld ist steuerfrei.



Weitere Infos unter arbeitsagentur.de/kurzarbeit

Der Recherche-Tipp



Digitale Landkarte bayerischer Medien

„Tauche ein in die Vielfalt der bayerischen Medienlandschaft“: So werden Besucher der Website www.xplr-media.com begrüßt. Und tatsächlich könnte sich die neue Übersichtsplattform für die Medienbranche mit der Medien.Bayern GmbH im Hintergrund zum wichtigen Recherchetool für Medienschaffende entwickeln. Zum Start waren auf der „Media Map“ als digitaler Landkarte immerhin knapp 270 bayerische Unternehmen vom klassischen Zeitungshaus über Kreativagenturen, eSport-Anbieter bis hin zu Buchver-

lagen, sieben Institutionen, 47 Ausbildungsmöglichkeiten (Berufsausbildung, Hochschulen, Fortbildung) und zwölf Förderprogramme (Film, Games, Startups, Publishing) verzeichnet. Als Recherchetool für Medienjournalisten dürften die Inhalte unter dem Reiter „Insights“ taugen mit Links auf aktuelle Studien, Analysen und Daten zum Medienstandort Bayern. „Wir spüren innovative Projekte, außergewöhnliche Startups und Hidden Champions aus Bayern auf und machen sie für euch sichtbar“, schreiben die Website-Macher ferner im digitalen Magazin. *Michaela Schneider*

Der Buchtipps



Wann, wenn nicht jetzt?

Autorin Alexandra Borchardt ist seit mehr als 25 Jahren Journalistin (zuletzt als CvD bei der *Süddeutschen Zeitung*). Aktuell arbeitet sie als Medienbeobachterin und Dozentin. Ausgestattet mit all diesem Vorwissen und ihren aktuellen Einblicken ist ihr mit „Mehr Wahrheit wagen“ eine brillante Analyse der gegenwärtigen Situation des Journalismus gelungen. Borchardt widmet sich zunächst ausführlich und vielschichtig dem problematischen Verhältnis der Medien zu ihrem Publikum. Interessant fällt auch ihr „Blick in den Redaktionsalltag“ aus, in welchem sie akribisch von ihr ausgemachte Missstände darstellt. Im Kapitel „Da machst du halt Abwärtsmanagement“: Was die Medienbranche bedroht“ zeigt Borchardt, wie schwierig die ökonomische Situation der meisten Häuser heutzutage aussieht. Dass diese Gemengelage den Journalist*innen selbst auch zu schaffen

macht, lässt sich im Unterkapitel „Wo geht’s hier zum Sabbatical?“ nachlesen. Weitere Kapitel zu Google, Facebook & Co., sowie zum „Kollege Roboter“ runden die Lagebeschreibung ab. Auch stellt die Autorin plausible Forderungen an den künftigen Journalismus und die Strukturen, in denen er stattfindet. Wohl eine der wichtigsten Forderungen für die Gegenwart lautet: „Journalismus muss Hoffnung machen können“. Borchardts Buch erschien just zu Beginn der Corona-Krise im März. Es ist ein motivierendes Werk zur richtigen Zeit.

Alexandra Borchardt: *Mehr Wahrheit wagen. Warum die Demokratie einen starken Journalismus braucht.* Dudenverlag, Berlin 2020, 224 Seiten, ISBN 978-3-411-74725-2, 18 Euro (E-Book 13,99 Euro), bjvlink.de/borchardt *Thomas Mrazek*



Der Techniktipps



Neues Smartphone nur noch mit eSIM?

Wer schon in den 1990er Jahren einen Mobilfunkanschluss hatte, kennt sie noch: Recht große SIM-Karten, die dann immer kleiner wurden. Mittlerweile ist die Nano-SIM meist Standard. Wenn es nach den Herstellern geht, werden wir allerdings schon bald keine physische SIM-Karte mehr brauchen. Das Zauberwort heißt eSIM: Im Smartphone ist dazu ein Chip verbaut, auf den softwareseitig ein SIM-Profil geladen werden kann. Das bedeutet: Karte wechseln, auch im Ausland für eine günstige Prepaid-Option, entfällt. Gleichzeitig ist es möglich, mehrere Mobilfunkanschlüsse auf einem Smartphone zu nutzen. Noch gibt es kaum Smartphones mit einer eSIM ohne physische SIM, eine Ausnahme bildet Motorolas neues RAZR. Die Top-Smartphones von

Apple, Google (Pixel 3- und 4-Serie), Samsung (S20-Serie) und Huawei (P40-Serie) kommen dagegen mit beidem – einem gewöhnlichen SIM-Einschub und zusätzlicher eSIM. Auch erste Smartwatches wie die Apple Watch oder die Galaxy Watch verfügen über die eSIM. Beauftragt oder von einer physischen umgewandelt wird die eSIM beim Mobilfunkanbieter – Telekom, Vodafone und Telefonica unterstützen den Standard bereits, kleinere Discounter oft noch nicht. Sollte im Jahr 2020 ein Smartphone-Neukauf anstehen: Die eSIM-Option könnte in den kommenden Jahren wichtig werden, heute schon hilft sie bei der Verwaltung mehrerer Anschlüsse, beispielsweise für die geschäftliche und die private Nummer. Das eSIM-Feature wird somit immer ausschlaggebender. *Johannes Michel*

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

Stellvertreter:

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

Redaktionsmitglied:

Johannes Michel, jmichel@journalist-michel.de,
Tel. 09547 8705594

Autoren dieser Ausgabe:

Michael Busch (T), Michaela Schneider (T), Stefan Gregor (F),
Jan A. Staiger (F), Jim Albright (F), Senta Krasser (T), Akin Baytöre,
Alexander Wohlrab (F), Vivien Schrüffer (F), Matthias Heinekamp (F),
Ralf Bauer (F), Stephanie Maria Bussen (F), Karin Stawski (F),
Thomas Mrazek (T), Maria Goblirsch (T, F), Kostas Kouforgiorgos (K),
Christian Kretschmer (F), Jan Riephoff (F), Sead Mujic (G),
Karlheinz Stannies (K), Steffen Hartmann (F), Johannes Michel (T),
Susanne Weigel (F), Dennis König (F), Karl-Josef Hildenbrand (F),
Alois Knoller (T), Bernd Wannenmacher (F), Barbara Weidmann (T, F),
Udo Dreier (F), David-Pierce Brill (F), Anette Kolb (T), Egon Stengl (F),
Sarah El-Wassimy (F), Juergen Altmann, Enric Mammen (F), Heike Rost (F),
Thomas Geiger (F).

Gestaltung: Mediaservice Rudi Stix
Titelbild: Jan A. Staiger

Verantwortlich für Anzeigen:

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

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

Auflage: 8100 Exemplare

Erscheinungsweise: zweimonatlich

Redaktions- und Anzeigenschluss für

Ausgabe 4/2020: 12. Juli 2020

Erscheinungstermin: 10. August 2020

ISSN: 0947-8337

Copyright 2019 by BJV & Autoren

Druckerei:

Himmer GmbH Druckerei & Verlag
Steinerne Furt 95
86167 Augsburg / www.himmer.de

Anzeige

Foto: Fotolia/Nata Studio

**DREHSCHLEIBE
BRINGT
LICHT
INS DUNKEL**

www.drehscheibe.org

drehscheibe
aus Lokalredaktionen für Lokalredaktionen

Mit uns in Eure Zukunft Als Junge Journalist*innen im BJV

12€
für die Zukunft*

* Nur so viel macht der monatliche Beitrag zur Absicherung Eurer beruflichen Perspektive als junge Journalist*innen (als Student*innen oder Volontär*innen) im Bayerischen Journalisten-Verband aus. Dafür erhaltet Ihr Zugriff auf ein professionelles Netzwerk von Berufskolleg*innen, ein qualifiziertes Fortbildungsangebot und vielfältige Hilfe vom Mentoring bis zur Rechtsberatung.

Nähere Informationen erhaltet Ihr unter www.bjv.de

 facebook.com/bjvde  twitter.com/bjvde

BJV

Die Stimme der jungen Journalisten

Die Stimme der Journalisten in Bayern

„Das ist kein Himmelfahrtskommando“

Eine Pandemie kann Matthias Oden nicht nachhaltig schrecken. Planmäßig startete der Münchner Wirtschaftsmedienjournalist das neue Wochenmagazin *Meedia*

Von Senta Krasser

Was Chefredakteur Matthias Oden mit seinem 14-köpfigen Team in München auf die Beine stellt, wirkt auf manche Beobachter „wie ein Polo-Turnier auf der Autobahn“. Seit Ende April gibt es den Branchendienst *Meedia.de* auch gedruckt.

Sagen Sie mal, Herr Oden, spielen Sie mit Meedia Polo auf der Autobahn?

Matthias Oden: Sie meinen, dass wir uns gerade auf ein ziemlich wahnwitziges Unterfangen einlassen? *Meedia* als gedrucktes Wochenmagazin auf den Markt zu bringen, ist ambitioniert, aber kein Himmelfahrtskommando. Wir glauben, dass unsere Geschäftsidee trägt. Auch wenn durch die Pandemie alles schwieriger und komplexer geworden ist.

Corona beschleunigt das Ende von Print, ist eine oft gehörte Prognose. Und da greifen Sie zurück auf das alte Konzept Holzmedien?

Die Pandemie beschleunigt digitale Prozesse und dezentrales Arbeiten und weniger das Ende von Print. In zweiter Konsequenz steigert sie die Akzeptanz digitaler Medien. Aber es ist ja nicht so, dass wir nur noch auf Print setzen: Wir packen neben unseren Online-Kanal *meedia.de* einen Print-Kanal, von dem wir glauben, dass er gerade im Business-to-Business-Segment nach wie vor funktioniert.

Vom „Seuchenjahr“ in der Werbung ist auch Ihre Redaktion betroffen. Den Magazinstart verschieben war keine Option?

Die Vorbedingungen sind jetzt ungünstiger als vorher. Das nervt uns. Aber Redaktion und Sales standen parat. Und sie bekommen ein Produkt nur vermarktet, wenn es auch gelauncht ist. Deshalb war es die einzig richtige Entscheidung loszulegen.

Ist die Website Verlierer dieses Plans? Sie war zuletzt schwach bestückt.

Teile unserer Redaktion sind in Kurzarbeit, das spiegelt sich im Output wieder. Wir können nicht mit effektiv weniger Leuten Normalniveau erreichen, zumal die Markteinführung des Magazins

sehr arbeitsintensiv war. Aber das wird sich mit dem Relaunch der Website ändern. Top-Storys aus dem Heft wird es gegen Bezahlung auch auf *meedia.de* geben. Wir haben darüber hinaus für das laufende Jahr noch ein paar andere Ideen im Köcher wie Podcasts und Events. Wir planen auch Zukäufe. Aber wir sind nicht so schnell, wie wir es gerne wären, weil es die Umstände nicht zulassen. Wir müssen in einer radikal veränderten Situation wirtschaften.

In dieser Gemengelage wollen Sie Meedia zum Fachtitel für die gesamte Kreativbranche ausbauen und damit den Platzhirsch Horizont angreifen? Da trauen Sie sich was! Horizont gibt es seit 1983; da waren Sie vier Jahre alt.

Alter allein ist kein Argument. Nur weil etwas alt ist, muss es nicht konkurrenzlos bleiben. Junge Angreifer gibt es immer wieder. Was wir sehen, ist eine Lücke neben *Horizont*. In die wollen wir rein.

2014 kamen Sie als Vize-Chefredakteur zur w&v nach München, noch so ein Marktführer für Medien und Marketing. Im selben Jahr trat Timo Busch, damals 31, wie aus dem Nichts in die bayerische Verlagswelt. Er kaufte Gruner + Jahr Fachzeitschriften ab. Jetzt gehört ihm auch Meedia. Wie haben Sie über diesen jungen Unternehmer gedacht?

Ich muss gestehen, ich hatte ihn damals nicht auf dem Schirm. Erst in diesem Winter, als Timo Busch beim Aufräumen seines Büros auf meinen Autorennamen in einer alten Ausgabe der *Financial Times Deutschland* stieß, stellten wir fest, dass wir schon einmal Kontakt hatten. Das war während meines Volontariats; ich befragte ihn zum Thema Flatrate für Kinos.

Selbst Branchenkennern fällt es schwer, Buschs Aktivitäten zu durchschauen: lauter Verschmelzungen, Ausgliederungen, Abspaltungen. 2017

Warum nicht auch Klatsch, da wo es passt? *Meedia*-Chefredakteur Matthias Oden glaubt, „dass Branchenjournalismus Spaß machen kann“. Der frühere *Business Punk* hält sich auch beim neuen Fachtitel von Verleger Timo Busch an das Motto „Work hard, play hard“. Deshalb geht es in *Meedia* viel ums Business, aber nicht nur.

Foto: Jürgen Altmann



Insolvenz, Entlassungen, Einsparungen bei Freien. Wie ausgeprägt ist Ihr Vertrauen in die unternehmerische Fortüne Ihres Verlegers?

Wenn ich Timo Busch nicht vertrauen würde, wäre ich nicht da, wo ich jetzt bin.

Was war sein Lockmittel, um Sie zurück in den Journalismus zu holen? Hatten Sie vom Content Marketing für Burdas Agentur C3 genug?

Nein, es gab kein bohrendes Gefühl der Unzufriedenheit. Ich hatte auch nicht damit gerechnet, dass ich noch mal Journalist würde. Es war das Projekt. Eine Marke wie Meedia, die schon sehr lange am Markt ist, komplett neu zu positionieren, konnte ich mir nicht entgehen lassen.

Welche Rolle spielte Geld?

Geld spielt immer eine Rolle. Aber Geld ist nicht alles. Wer sich einen Job nur des Geldes wegen aussucht, wird langfristig nicht glücklich. Ich habe einmal nur des Geldes wegen gearbeitet, das reicht mir. Nach dem Aus der FTD bekamen einige von uns doppeltes Gehalt dafür, dass sie die Redaktionsleiche der Wirtschaftsmedien abwickelten. Es war ätzend, einen Job zu machen, der nicht auf deine intrinsische Motivation einzahl.

Wären Sie der „Busch-Trommel“ gefolgt auch ohne den Meedia-Umzug von Hamburg in Ihre Wahlheimat München?

Für den richtigen Job muss man bereit sein, überall hin zu gehen. In meinem Fall stellte sich die Frage, ob ich meinen Lebensmittelpunkt verlagern muss, tatsächlich nicht. Es war klar, dass Timo Busch Meedia an den Standort der Schwesertitel holt.

Folgt auf die räumliche Nähe etwa zu Blickpunkt Film die redaktionelle Verschmelzung?

Von allen Magazinen im Portfolio haben Blickpunkt Film und Meedia die meisten inhaltlichen Überschneidungen. Wo es Sinn macht, werden wir redaktionell zusammenarbeiten. Aber es wird nicht passieren, dass nur eine Redaktion den Mantel baut und das gleiche Produkt mehrmals nur mit einem anderen Cover verkauft wird.

Intraredaktionelles Potenzial hatte der Coverboy Ihres Erstlings, Filmmogul Fred Kogel. Allerdings hätte die Filmschwester wohl auf die Aufmachung mit Boulevardstoff verzichtet. Mag Meedia Klatsch?

Da, wo es passt und sich anbietet, warum nicht? Wir haben nun mal eine Branche, die an



Matthias Oden

wurde 1979 in Berlin geboren. Dem Magisterstudium (Geschichte, Politikwissenschaften, Ethnologie) schloss sich ein Volontariat bei der *Financial Times Deutschland* an, wo er bis zu deren finaler Abwicklung 2013 Redakteur war. Nach anderthalb Jahren Redaktionsleitung bei *Business Punk* zog es ihn nach München zur w&v als Stellvertreter von Chefredakteur Jochen Kalka. 2017 wechselte er zu Burdas Agentur C3 und übernahm dort die Co-Leitung des Editorial-Teams in München. Seit 2019 ist er zurück in der Fachmedien-Szene und führt die 14-köpfige Meedia-Redaktion. Oden gewann Preise als Journalist und Marketer und schreibt Fantasy-Romane.

Foto: Sarah El-Wassimy

manchen Stellen schillert. Ich glaube, dass Branchenjournalismus Spaß machen kann. Wenn Sie unser Magazin durchblättern, dann geht es viel ums Business, aber Arbeit ist nicht das ganze Leben. Bei *Business Punk*, wo ich Redaktionsleiter war, hielten wir es mit dem Motto: Work hard, play hard. Das habe ich zu Meedia mitgenommen.

In diesen Tagen arbeiten Sie hart an der Familienerweiterung. Sie werden zum zweiten Mal Vater. Wie kriegen Sie das eigentlich hin, Kind und Karriere?

(lacht) Man muss es ja irgendwie hinkriegen, oder? Dass es schwierig ist, ganz klar, und derzeit im Homeoffice noch schwieriger, weil man sich nicht rausziehen kann. Auf der anderen Seite bekomme ich mehr von meinem Sohn mit. Das ist toll. Habe ich die Frage zu Ihrer Zufriedenheit beantwortet?

Ja, doch. Und Chapeau! Schon steht schon das nächste „Baby“ an.

Korrekt, mein dritter Roman. Ich habe das Manuskript für *Der Krieg der Elemente* unlängst abgegeben.

Schon der Vorgänger Die Krone der Elemente, entstand an langen Samstagen in der Stadtbibliothek. Sie scheinen sich schnell zu langweilen.

Sagen wir mal: Ich mag es nicht, mich zu langweilen. Ich mag schreiben, oder besser: geschrieben zu haben. Schreiben selbst ist oft ziemlich ätzend. Dazu habe ich das Glück, dass ich nicht für die Schublade schreibe, sondern dass es veröffentlicht wird.

Es wird auch wohlwollend rezensiert. Sie seien „ein großes deutsches Erzähltalent“. Warum werden Sie nicht Schriftsteller?

Weil ich davon nur sehr schlecht leben könnte. Sie können an wenigen Händen abzählen, wer in der Buchbranche gut verdient. Abgesehen davon sind meine Bücher nicht unbedingt massenpublikumstauglich. Es ist relativ ernste politische Kost.

Waffenmägde, Heerführerinnen, Herzoginnen – auffallend viele Frauen tummeln sich in Ihrem Reich der Fantasy. Das kann man vom Impressum von Meedia nicht behaupten.

Von vier Führungskräften sind drei Frauen. Der Rest der Redaktion ist bis auf eine Ausnahme männlich. Ist das so gewollt? Nein. Es hat sich so ergeben. Ich stelle niemand aufgrund seiner Chromosomen ein. Christa Müller wäre meine Stellvertreterin geworden, auch wenn sie ein Christian gewesen wäre. Alles andere wäre eine Beleidigung ihrer Kompetenz.

Wenn Sie selbst den Fragebogen der Meedia-Rubrik „Feierabendmacher“ ausfüllen müssten, was würden Sie auf das hier antworten: Was ist für Ihre Work-Life-Balance unersetzlich?

Zeit mit meiner Frau. Mit meinem Sohn. Lesen, Schreiben. Und ein guter Whisky kann auch helfen. Steaks sind auch nicht schlecht.



Die Autorin

Senta Krasser arbeitet frei als Medienjournalistin.
@sentakrasser, senta@krasserjournalismus.de

Foto: Enric Mammen

Kontakt im Kleinformat

The collage features several covers of the BJVreport magazine and a full page of the 'Pressestellen' (Job Openings) advertisement. The covers include headlines such as 'Wer schießt zuerst? Journalisten im Krisenmord', 'Irgendwas mit Medien Wackelt die Karriereleiter?', and 'Wollen sie nur spielen? Journalisten und Leser im Dialog'. The 'Pressestellen' page is a grid of job listings from various companies, including erdgas Schwaben, LEW, N-ERGIE, Stadtwerke Augsburg Holding GmbH, and VAG.

Rubrikanzeige „Pressestellen“ im BJVreport

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

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

Wann dürfen wir Sie im BJVreport begrüßen?

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

**„Wir lassen uns zwar einen
Mundschutz verpassen, aber
niemals einen Maulkorb!“**



Foto: Thomas Stankiewicz

Karl Stankiewicz
Journalist und Autor

BJV

Bayerischer
Journalisten-Verband
e.V.

Die Stimme der Journalisten in Bayern

www.bjv.de

facebook.com/bjvde

twitter.com/bjvde