

Pressefoto 2020: Der Covid-19-Patient

Coronahilfen halfen nicht jedem

Weiterer Stellenabbau in Nürnberg?

BJV beim digitalen Mediencampus

www.bjv.de / www.djv.de



Wege zu mehr Vielfalt Diversität im Journalismus

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), Netz (N), 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

Schwaben Netz (N)
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



Michaela Schneider
Leitende Redakteurin
Foto: Stefan Gregor

Lebensrealitäten

Weiß, studiert, aus gut bürgerlicher Familie. Darf ich vorstellen? Der klassische Journalist, die klassische Journalistin. Keine Frage, Kernelement unseres journalistischen Berufsethos' ist die Objektivität. Nur schützt diese nicht vor blinden Flecken. Jeder Mensch, Journalist*in inbegriffen, ist Profi vor allem in der eigenen Lebensrealität. Fehlt es in Redaktionsräumen an Vielfalt, bleibt der Blick auf die Gesellschaft lückenhaft. Die Botschaft ist in Verlagen inzwischen angekommen, Diversität indes noch längst nicht über-

all. In unserer Titelstrecke wollen wir Lösungsansätze zeigen, wie sich dies ändern ließe und Kolleg*innen zu Wort kommen lassen, die mit Projekten und Ideen für mehr Vielfalt sorgen. Es geht um Rassismus in der Sprache und ein vielleicht noch zu vorsichtiges Nachdenken über korrekte Formulierungen. **Ab Seite 17**

Florian Bachmeier holt den Gesamtsieg beim Wettbewerb Pressefoto Bayern 2020. Der freie Fotograf aus Schliersee erzählt, wie sein Bild „Der Covid-19-Patient“ entstand und wie er selbst die Pandemiezeit erlebt. Eingereicht wurden zum Wettbewerb heuer so viele Arbeiten junger Fotograf*innen wie noch nie, deshalb spüren wir zudem einer jungen Bildsprache nach. **Ab Seite 6**

Workshops, Diskussionen und Netzwerken funktionieren auch digital – das bewies der BJV in den vergangenen Wochen mehrfach: Beim Mediacampus der Münchner Medientagen war er mit verschiedenen eigenen Formaten dabei, die Fachgruppe Freie verwandelte den traditionelle FREItag in eine mehrtägige Workshop-Reihe. Und selbst Wellness geht virtuell, wie die Fachgruppe Chancengleichheit zeigte.

Ab Seite 37

Unser Titelbild

Was macht es mit uns, wenn sich in unserem Umfeld nur Menschen bewegen, die praktisch so sind und denken wie wir? Die Welt um uns herum wird ein Stück farbloser. Erst Vielfalt macht unser Denken bunt. Und bunt berichten müssen deshalb auch Journalist*innen: Mit dieser Idee näherte sich Fotograf **Dominik Bartl** dem Thema Diversität bei der Gestaltung unseres Covers. Allerdings braucht es dafür eben vor allem auch eins: Vielfalt in Redaktionen, wie das Auftaktbild zur Titelstrecke auf Seite 17 transportieren will. 2015 gründete Bartl die Agentur „News Media Service“ in Ohlstadt im oberbayerischen Landkreis Garmisch-Partenkirchen. Zu seinen Leistungen gehören neben der Fotografie, die Foto- und TV-Berichterstattung, welche er über sein Portal *MedienPics.de* vertreibt. Bartl wurde bei der letzten Wahl in den Vorstand der BJV-Fachgruppe Bild gewählt. Weitere Leistungen bietet er auf *newsmediaservice.de* an.



Dominik Bartl
Foto: Stefan Keller

Kaleidoskop

- 4 Medienköpfe
- 5 Social Media auf Papier

Verband

- 6 „Die Hoffnung dieser Menschen ist meine Hoffnung“
Florian Bachmeier holt Gesamtsieg bei Pressefoto Bayern 2020
- 14 Subtil, authentisch und sehr persönlich
*Die Arbeiten junger Fotograf*innen sprechen eine eigene Sprache*

Titel

- 16 Lückenhafter Redaktionsblick
In Redaktionen fehlt es an Diversität. Wie sich dies ändern ließe
- 20 „Heult leiser“
Von Sprache als Schauplatz des Widerstandes gegen Rassismus
- 21 Sensibel sprechen
Ein vorsichtiges Nachdenken über korrekte Formulierungen
- 22 Pressestellen

Medienszene

- 27 Glücklich, wer Rücklagen hat
Wie es Bayerns Freiberuflern bislang mit den Coronahilfen erging
- 28 Auf Abfindungsprogramm folgen Altersteilzeitangebote
Werden im Verlag Nürnberger Presse weitere Stellen abgebaut?
- 30 Transformation, Umzug und Ausverkauf
Der Münchner Zeitschriftenmarkt schrumpft stetig

Verband

- 31 Die Chance in der Krise
Auf ein Wort mit Michael Busch
- 32 Aus dem Verbandsleben
- 34 Die Hürdenspringerin
Officestory: Sie kann nicht hören, na und? Zu Besuch bei Iris Meinhardt
- 36 Widerworte in der Weihestunde
BJV-Geschichte(n): 1990 nahm der DJV fünf neue Landesverbände auf
- 37 Workshops und Netzwerktreff „dahoam“
Aus der Not heraus wurden aus dem FREItag vier digitale FREItage
- 38 „Einfach nur Kim“
Münchner Medientage: BJV organisierte Livetalk „Inklusives TV“
- 40 Das Virus bremst den Verbandstag aus
Der DJV sollte digital tagen, mit einem Rumpfteam im Saal
- 41 Presseausweis 2021
- 42 BSW-Seminare 2021
- 44 Wenn der Lockdown die Büroarbeit stört
Betriebsräte befassten sich mit arbeitsrechtlichen Folgen der Pandemie

Service

- 45 Rechtstipp
muenchen.de verstößt gegen Gebot der Staatsferne
- 46 Unsere Tipps

Zur Person

- 47 Jubilare
- 48 Nachrufe, Impressum

Sagen Sie mal ...

- 49 „Man führt uns gerne im Sortiment“
Journalist Malcolm Ohanwe ist zwiegespalten, wenn er „irgendwas zu Rassismus“ sagen soll.



Foto: Sebastian Kropp

Marcel Auermann (@Marcel Auermann), seit Jahresanfang Multi-Chefredakteur in der Verlagsgruppe

Hof/Coburg/Suhl/Bayreuth (unter anderem *Frankenpost*), hat im November auch die Leitung der Suhler Verlagsgesellschaft (*Südtüringer Zeitung*) übernommen, die Teil der Gruppe ist. Vorgänger **Walter Hörmann** ging nach 40 Jahren in Ruhestand.

Philipp Welte (58), Burdas Zeitschriften-Vorstand, hat ab Januar 2021 die operative Verantwortung über eine neue publizistische Einheit: BurdaStyle, BurdaNews, BurdaHome, BurdaLife und BurdaStudios gehen im neuen Burda Verlag auf; die Digital-Einheit BurdaForward bleibt außen vor. Mit dem Umbau will sich Burda auch ein neues Logo geben.

Matthias Oden und *Meedia*-Verleger Timo Busch haben es nur ein Jahr miteinander ausgehalten. Jetzt ist der Chefredakteur seinen Posten beim Branchenmagazin aus München los. Odens Stellvertreterin **Christa Catharina Müller** übernimmt das Tagesgeschäft. Zum 1. Januar soll *Meedia* mit den anderen Verlagstiteln wie *Blickpunkt: Film* und *MusikWoche* zu einer Einheit zusammengeführt werden.



Foto: Wort & Bild Verlag/Thomas Daxhuber

Dennis Ballwieser (40), seit 2015 redaktioneller Geschäftsführer bei *Wort & Bild* in Baiersbrunn und zuvor

Redakteur bei *Spiegel Online* für Gesundheitsthemen, hat zusätzlich die Chefredaktion der *Apotheken Umschau* übernommen. Vorgänger **Hans Haltmeier** führte die Redaktion des Auflagenriesen 15 Jahre.

Nadine Nordmann, ehemals Chefredakteurin von *Bravo*, hat endgültig Abschied genommen von der Bauer



Triumph für die Frauen-Lobby: Mit **Katja Wildermuth** wird der *Bayerischen Rundfunk* erstmals in seiner Geschichte von einer Frau geführt werden. Im Februar folgt die 55-Jährige auf **Ulrich Wilhelm**, der keine dritte Intendanz anstrebt. Aktuell ist die gelernte Journalistin *MDR*-Programmechefin für Kultur, Bildung und Jugend. Bei der Wahl im Rundfunkrat setzte sie sich gegen *BR*-Verwaltungsdirektor **Albrecht Frenzel** und *SRF*-Datenchef **Christian Vogg** mit 38 von 48 Stimmen durch. Als Intendantin kehrt Wildermuth zu ihren bayerischen Wurzeln zurück: Sie stammt aus Anzing und startete nach Studium und Volontariat in München ihre Karriere als *TV*-Redakteurin bei „*FAKT*“.

Foto: BR/Markus Konvalin

Media Group und macht sich als Coach selbstständig. Die 39-Jährige ist ein Bauer-Gewächs, volantierte dort ab 2007. Zuletzt agierte sie am Standort München als Chefredakteurin für Entwicklungsprojekte.



Foto: Carmen Jaspersen

Kathrin Steinbichler (@Steinbichlerin), Jahrgang 1974, hat die *Süddeutsche Zeitung* nach 20 Jahren, zuletzt als

Homepage-Chefin, verlassen, um im Team von **Dominik Wichmann** für die Looping Group zu arbeiten. Vom Standort München aus kümmert sie sich um Auf- und Ausbau der Medienmarke *PING!*.

Petra Winter (45), seit 2013 Chefredakteurin von *Madame*, hat dem Bauer Verlag das Luxusmagazin sowie dessen Bruder *Monsieur* abgekauft gemeinsam mit **Dominik Wichmann** von der Looping Group. Die Produktion von *Bravo* und *Bravo Girl* lagert Bauer an das Kölner Redaktionsbüro von **Fred Wipperfurth** aus, das bereits *Bravo Sport* produziert. Bauer macht damit seinen Münchner Stand-

ort weitestgehend dicht. Bei *Bravo* sind 22 und bei *Madame* 17 Mitarbeiter*innen betroffen.

Herbert Fischer, 64, hat sich nach 18 Jahren als Chefredakteur der in München erscheinenden *Sudetendeutschen Zeitung* in den vorzeitigen Ruhestand verabschiedet. Bis 2002 war er CvD beim inzwischen eingestellten *CSU*-Organ *Bayernkurier*.



Foto: BR/Lisa Hinder

Frank Müller (@MuellerF75) ist vom Vize zum Hauptleiter des *BR*-Studios Mainfranken in Würzburg aufgestiegen.

Er folgt auf **Eberhard Schellenberger**, der nach 40 Jahren im *BR* in Ruhestand ging.

Guido Bolten und **Axel Stegmaier**, beide bislang Top-Manager bei Discovery in München, haben die Sendergruppe im Zuge eines größer angelegten Umbaus von Discovery in Europa verlassen. Auch Kommunikationschef **Eike Immisch** geht. Bolten (59) war früher Geschäftsführer von *kabel eins* und *Sat.1*.

Katrin Langhans (@katrin_langhans), Jahrgang 1987, verstärkt seit November BuzzFeed News Deutschland, das mit Ippen Digital einen neuen Eigentümer hat. Die mehrfach ausgezeichnete Investigativ-Reporterin der *Süddeutschen Zeitung* gehörte zum Team Panama Papers. Bei BuzzFeed recherchiert sie vor allem zu Umwelt- und Medizinthemen.

Andrea Ketterer, seit 2008 *Glamour*-Chefredakteurin, hat Condé Nast verlassen. Die Nachfolge trat nun ihr Vize **Georg Wittmann** an. 2021 wird die Erscheinungsweise der *Glamour* auf zweimonatlich umgestellt.



Foto: Weimer Media Group/Jürgen Hammeschild

Andrea-Alexa Kuszak stößt als Marketingchefin zur Weimer Media Group am Tegernsee hinzu. Sie soll sich um die Weiterentwicklung des Event- und Live-Journalismus-Geschäfts kümmern. Bis 2018 war Kuszak Geschäftsführerin des Karlsruher Radiosenders *Die neue Welle*.

Kurt Kister (63) gab erst in diesem Sommer seinen Chefredakteurs-Posten bei der *Süddeutschen Zeitung* auf und wollte nur noch einfacher Autor sein. Seit 1. Dezember übt er bei der *SZ* nun wieder eine Führungsrolle aus: als Leitender Redakteur.

Annette Kümmel (@kuemakue), Nachhaltigkeitschefin von ProSiebenSat.1, ist neue Vorstandsvorsitzende des Verbandes Privater Medien (Vau-net). Die 53-jährige Medienmanagerin folgt auf den früheren *ntv*-Geschäftsführer Hans Demmel, 64.

Oliver Stock, seit Juni Chefredakteur des *Wirtschaftskuriers* in der Weimer Media Group, ist seit November auch Herausgeber von *Markt und Mittelstand*. Die *FAZ* hatte das Mittelstandsmagazin an die Weimers verkauft. Es soll ab 2021 am Kiosk ausliegen.

Senta Krasser

Redaktionen geben Einsichten

Journalisten erklären, warum sie wie berichten

Von Thomas Mrazek

„Welche Tugend halten Sie für den Journalismus derzeit für besonders wichtig?“, fragte mich kürzlich ein Medienstudent. Ich antwortete mit nur einem Wort: Transparenz. Wobei ich diese Tugend – auch in dieser Kolumne – schon seit Jahren gerne hochhalte. Vielleicht einen Impuls für mehr Transparenz gab im April der vieldiskutierte Meedia-Artikel „Journalismus in der Krise: die fünf Defizite der Corona-Berichterstattung“ der Medienprofessoren Klaus Meier (Eichstätt) und Vinzenz Wyss. „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“, mahnten die beiden Kritiker. bjvlink.de/defizite.

„Einsichten – das Transparenzblog“, lautet der Titel des im September gestarteten Angebots von *schwäbische.de* (*Schwäbische Zeitung*, Ravensburg): Alle paar Wochen berichten die Kolleg*innen dort über ihre Arbeit. Themen sind beispielsweise die Beteiligung an einem Google-Programm (wobei allerdings keine Geldbeträge genannt werden), der Umgang mit Nutzerdaten, die Praxis des Autorisierens von Interviews oder die Erläuterung, warum und wie über schwere Unfälle berichtet wird: schwaebische.de/einsichten.html.

„Tschüss Bauchgefühl!“

Auf die Beteiligung seiner Nutzer*innen setzt seit September der *Deutschlandfunk* (DLF) mit „Nach Redaktionsschluss – Der Medienpodcast“: bjvlink.de/medienpodcast. Für diesen Ableger des werktäglichen DLF-Medienmagazins *@mediasres* schicken Hörer*innen der Redaktion Themenvorschläge. Diese diskutiert dann über ausgewählte Themen mit Gästen und häufig auch mit den Hörer*innen. An der 40-minütigen Diskussion „Corona-Berichterstattung – Folgen die Medien der Regierung?“ beteiligte sich beispielsweise auch der Physiker und Wissenschaftsjournalist Ranga Yogeswhar.

Transparenz muss nicht unbedingt im institutionalisierten Rahmen stattfinden. Ein gutes Beispiel dafür liefert Professor Markus Kaiser an der



Manchmal zahlt sich Transparenz aus: Die Krautreporter können ein rotes Lämpchen löschen. Screenshot: Thomas Mrazek / Quelle krautreporter.de

Technischen Universität Nürnberg. Für die mehrteilige Ringvorlesung „Medien & Daten“ im Fach Technikjournalismus/Technik-PR arbeitet Kaiser unter anderem mit den *Nürnberger Nachrichten* (NN) als Kooperationspartner zusammen. Anfang November boten in einem einstündigen Youtube-Stream Achim Bergmann und Kilian Trabert vom Team digitale Projekte der NN spannende Live- Einblicke in den Workflow ihrer Redaktion und in den Umgang mit dem Nutzerverhalten: „Tschüss Bauchgefühl! Wie Redaktionen dank Audience Development wirklich wissen, was ‚der Leser‘ will.“ Nicht nur Studierende stellten während der Präsentation Fragen, auch der Kollege eines Mitbewerbers kam zu Wort. bjvlink.de/audience-development (obacht das Video beginnt erst bei Minute 7.00). Schon seit einigen Jahren bieten die Chefredakteure der *Nürnberger Nachrichten*, Michael Husarek und Alexander Jungkunz, einen wöchentlichen Newsletter an, in welchem zuweilen auch selbstkritisch über die eigene Arbeit berichtet wird (bjvlink.de/nm-news).

Mehr oder weniger aus der Not heraus (krautreporter.de/pages/transparenz) mussten die Kolleg*innen von den *Krautreportern* noch transparenter werden als bisher. Die Betreiber*innen des unabhängigen und werbefreien Online-Magazins mussten feststellen, dass wohl vor allem infolge der Corona-Krise die Zahl der zahlenden Mitglieder sank. Von ihrem Start Mitte 2016 bis Anfang 2020 war die Kurve der Mitglieder steil nach oben gegangen. Doch jetzt stellten die Krautreporter*innen fest, dass ihnen zur Sollzahl von 15.000 Abonnenten 1300 Zahlende fehlen (ein Monatsabonnement kostet sieben Euro). In

einem Krautreporter-Tweet vom 16. November heißt es: „Unser Geschäftsführer [@leon_fry](https://twitter.com/leon_fry) hat etwas getan, was andere Geschäftsführer sonst nie machen: Er hat über Geld geschrieben, unser Geld. Damit ihr versteht, warum wir gerade unbedingt mehr Mitglieder brauchen.“

Unter dem Titel „Hier sind die Zahlen, die dir Medienkonzerne nicht zeigen“ packt Geschäftsführer Leon Fryser dann aus. Mit der Metapher der Ölstandsanzeige eines Autos verdeutlichte Fryser die finanzielle Lage des Projekts: „Bei Krautreporter blinken seit vier Jahren die Lämpchen. 2016, 2017, 2018, 2019 machte Krautreporter insgesamt mehr als 93.000 Euro Verlust.“ Wenn man bis Jahresende die Zahl von 15.000 Abonnenten nicht erreiche, brauche man „einen anderen Plan“, unkte der Geschäftsführer: bjvlink.de/krautreporter-zahlen. Zum Redaktionsschluss meldeten die Krautreporter, dass sie die noch fehlenden 1300 Abonnenten gewinnen konnten. Dass solche Rettungsaktionen die Ultima Ratio sind und einmalig bleiben müssen, ist den Kolleg*innen freilich klar.

Transparent in redaktionellen Belangen gab sich im Herbst die *Augsburger Allgemeine*. Die Redaktion lud sechs Leser*innen zu einem Gespräch, die ihr Zeitungsabonnement aus Verärgerung über die Corona-Berichterstattung gekündigt hatten. Redakteure aus verschiedenen Ressorts, darunter der Chefredakteur und die stellvertretende Chefredakteurin der *Augsburger Allgemeinen* sowie sechs ehemalige Leser*innen, trafen sich zu einem Gespräch. Die Zeitung berichtete anschließend ausführlich darüber, wie das Dialogangebot scheiterte (bjvlink.de/corona-kritiker). Absicht sei es vor allem gewesen, zu erkennen, „wie Corona-Kritiker denken und argumentieren“, erläuterte Redakteur Daniel Wirsching im Drehscheibe-Video das Vorgehen der Zeitung (bjvlink.de/drehscheibe).



Der Autor

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

Foto: Stefan Gregor

„Die Hoffnung dieser Menschen ist meine Hoffnung“

Im Gespräch mit dem freien Fotojournalisten Florian Bachmeier, dem Gesamtsieger des Wettbewerbs Pressefoto Bayern 2020

Von *Michaela Schneider*

Ein älterer Herr sitzt auf der Kante seines Bettes im Krankenhaus Agatharied, an den zwei Bildrändern sieht man Pflegepersonal in Schutzkleidung. Mit dem Bild „Der Covid-19-Patient“ holt Florian Bachmeier 2020 zum zweiten Mal den Gesamtsieg beim Wettbewerb Pressefoto Bayern. Eingereicht hatte der freie Fotograf aus Schliersee das Motiv zunächst als Teil einer Serie zur Krankenhausituation zu Beginn der Coronapandemie. Der 46-Jährige, der neben Fotografie an der Escuela de Artes y Oficios in Pamplona, Spanien, auch Neuere und Neueste Geschichte an der Ludwig-Maximilians-Universität München studiert hat, arbeitet seit 2010 als selbstständiger Fotograf, unter anderem für *GEO*, *Die Zeit*, *taz* und *Spiegel*.

Herr Bachmeier, das Pressefoto des Jahres ist zu Beginn der Coronapandemie entstanden. Wie haben Sie die Zeit im Frühjahr selbst erlebt?

Florian Bachmeier: Zu Beginn der Coronamaßnahmen im März war ich für eine Fotoreportage im Ausland. Ich kam zurück nach Deutschland und war sofort im Ausnahmezustand gefangen. Gleichzeitig erlebte ich eine Diskrepanz in den Schreckensmeldungen aus anderen Teilen der Welt und einer Bedrohung, deren Anzeichen sich zwar häuften, die aber bei uns im Münchner Umland nicht so deutlich zu sehen war. Ich machte jeden Tag Bilder, die mit der Coronasituation zu tun hatten – von der neuen Architektur mit Testzentren in Containern und Bodenmarkierungen, von Feiern wie der Palmkätzchenweihe unter den neuen Gegebenheiten, von spontan organisierten Hilfsaktionen. Und ich besuchte das Krankenhaus Agatharied.

Hier ist das Pressefoto des Jahres entstanden. Welche Geschichte steht dahinter?

Die frühere Palliativstation war zum Covidbereich umfunktioniert, hier traf ich auf den älteren Herrn. Seine Frau war eine Woche zuvor an Covid gestorben, er selbst befand sich auf dem Weg der Besserung. Seine Geschichte ist sehr tragisch – und doch schwang eine hoffnungsvolle Komponente mit. Dass ich ihn in dieser Situation fotografieren durfte, war nicht selbstverständlich. In

Deutschland sah man zu dem Zeitpunkt sehr wenig Fotos aus Krankenhäusern, das machte den Menschen das Verdrängen einfach.

Man kennt Ihren Namen durch Fotoreportagen aus dem Flüchtlingscamp Moria auf Lesbos, aus Ländern Osteuropas, aus weltweiten Krisengebieten. Welchen Menschen und Themen wollen Sie vor allem Gesicht und Stimme geben?

Ich will, randständigen Gesellschaftsschichten Gehör verschaffen, es geht für mich um Fragen der Solidarität und mehr Zusammenhalt. Es ist schwierig, diese Themen zu platzieren, ohne Klischees zu bedienen. Dafür bedarf es langsam erzählter Geschichten von Flucht, in denen nicht Zahlen, sondern Menschen im Vordergrund stehen.

Was muss ein gutes Foto mitbringen, um eine Botschaft zu transportieren?

Es ist vor allem wichtig, Fotografie zu kontextualisieren, das heißt, man sollte als Fotograf in einer Serie, in einer Geschichte denken. Das Thema muss relevant sein. Für ein gutes Foto braucht es nicht immer einen Menschen im Bild – auch Landschaften oder Details können viel erzählen und die Geschichten der Menschen spiegeln.

Wenn ich mir Ihre Fotos anschau, habe ich den Eindruck, dass häufig trotz Leid, Krieg oder Armut etwas Hoffnungsvolles mitschwingt...

Es braucht sehr viel, bis ein Mensch gar keinen Ausweg mehr sieht. Auch in einem Lager in Belgrad suchen die Leute nach Lebensfreude und versuchen Hoffnung zu schöpfen. Manchmal ist das herzerreißend, wenn ich für sie selbst wenig Ausweg sehe.

Sie kommen menschlichem Leid sehr nah. Wie schaffen Sie für sich mentale Distanz?

Distanz brauche ich vielleicht gar nicht so sehr. Ich versuche diese Momente mit Empathie zu lösen, die Hoffnung dieser Menschen ist meine Hoffnung. Was mir hilft ist: Ich versuche mit möglichst vielen Menschen in Kontakt zu bleiben – und einige schaffen es dann doch, zum Beispiel

der Geflüchtete, der in Belgrad eine eigene Ausstellung eröffnete. Aber natürlich gibt es auch Horrormomente. In Moria war ich mit zwei Mädchen unterwegs, sie führten mich durchs Camp, ich lernte ihre Familie kennen. Kurz nachdem ich wieder in Deutschland war, bekam ich aus Moria nach einem kleineren Feuersausbruch das Foto eines verbrannten Säuglings geschickt mit der Bitte, ich sollte mich um seine Veröffentlichung kümmern. Es liegt noch immer auf meinem Rechner. Dann kam der große Brand. Der Kontakt zu den zwei Mädchen und ihrer Familie ist abgebrochen, ich weiß nicht, was aus ihnen geworden ist.

Wie hat sich Ihre Arbeit durch die Coronapandemie verändert?

Auftragsreisen sind weggefallen, auch ein Projekt, auf das ich mich sehr gefreut hatte, es wäre um alte Bewässerungssysteme in Iran gegangen. Ich habe stattdessen gemacht, was wir Fotografen immer machen sollten, nämlich die nahe Umgebung erkundet. Eigentlich ist das für mich die Königsdisziplin. Das verlassene Haus oder Geschäft war schon vorher unbeachtet da, aber nun gewinnt es plötzlich eine ganz andere Bedeutung... Ich hatte außerdem ein paar kommerzielle Aufträge für Porträts, diese und die Coronahilfe des Bundes haben mich finanziell etwas über den Sommer gerettet. Jetzt habe ich eine Art Stipendium bekommen von der Initiative „Mein Grundeinkommen“ und werde fünf Menschen bis in den April 2021 begleiten und porträtieren.

Auch arbeiten Sie an einem Buch über die Ukraine...

Ich habe das Glück, dank eines Sponsors schon länger und nun intensiviert an einem Herzensprojekt arbeiten zu können: An einem Buch über die zwei Seiten der Ukraine. Ich reise dorthin seit 2012, das war noch vor Kriegsausbruch, im Zeichen des Buchs standen vier oder fünf Reisen, zuletzt im vergangenen Winter. Neue Schauplätze haben sich aufgetan, dorthin will ich noch reisen. Dadurch hat sich die Veröffentlichung verzögert und ist jetzt für 2021 geplant.

PRESSE FOTO BAYERN 2020



Florian Bachmeier, Gewinner des Wettbewerbs Pressefoto Bayern 2020.

Foto: Ester Neri Hernández Sánchez

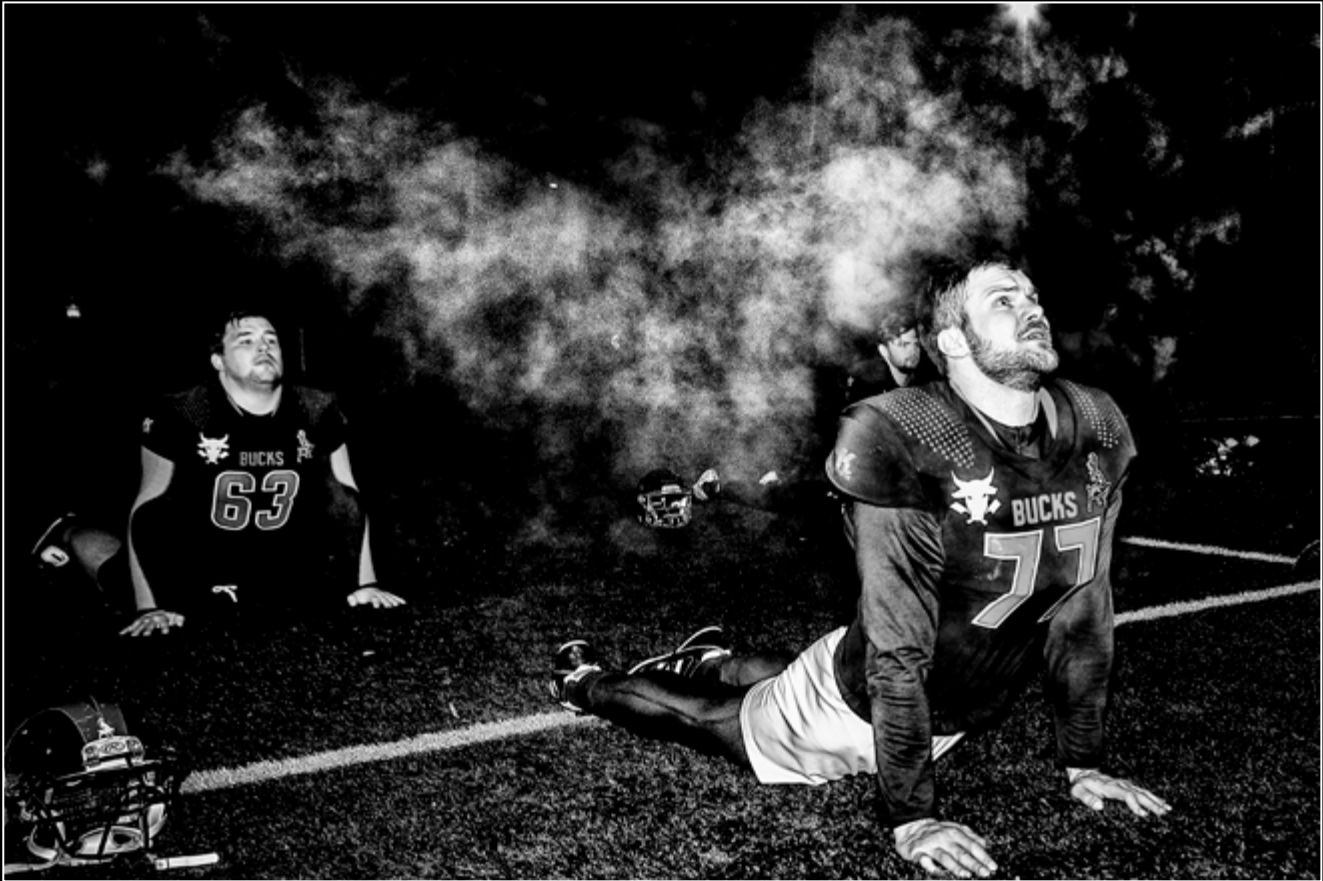


Pressefoto des Jahres 2020

Florian Bachmeier: Der Covid-19-Patient

Ein Rentner aus dem Landkreis Miesbach auf der Covid-19-Station des Krankenhauses Agatharied/Hausham. Er ist im April 2020 auf dem Weg der Besserung, während seine Frau nur eine Woche zuvor am Coronavirus gestorben ist. Er hat starke Schmerzen und wiederholt ständig, sein einziger Wunsch sei es, wieder einmal eine Nacht schlafen zu können.

Alle Texte: Maria Goblirsch



Sieger Kategorie Sport – Sonderpreis Sparkassenverband Bayern
Matthias Hoch: Einfach mal Dampf ablassen

Sven Dörr, Sportboxer im Schwergewicht, absolviert im Januar 2020 ein Probetraining bei der American Football-Mannschaft der Bamberg Bucks. Bei Temperaturen unter Null gefriert der Atem zu Dampf.



Sieger Kategorie Kultur – Sonderpreis Bayerischer Journalisten-Verband
Günter Distler: Faktencheck der Elektropunker

Die Hamburger Hip-Hop- und Elektropunk-Formation „Deichkind“ setzt sich in ihrem Song „Wer sagt denn das?“ kritisch mit dem Thema „alternative Fakten“ auseinander. Live-Show mit spektakulären Choreografien am 22. Februar 2020 in der Nürnberger Arena.



Sieger Kategorie Umwelt & Energie – Sonderpreis Bayernwerk AG
Henning Pfeifer: Schauspiel am Himmel

Vor dem Gewitter: Eine bedrohlich wirkende Wolkenwalze zieht am 1. Juli 2020 über das Münchner Olympiagelände. Eine derartige Wolkenformation wird meist von einer sich schnell vorwärts bewegenden Kaltfront verursacht. Die Windstöße erreichen Sturmgeschwindigkeit.



Sieger Kategorie Tagesaktualität – Sonderpreis Versorgungswerk der Presse
Robert Günther: Stiller Protest

Der Tod des 46-jährigen Afroamerikaners George Floyd in Minneapolis treibt im Juni 2020 die Münchner auf die Straße. Geplant war ein stiller Protest. Dann strömen 25 000 Menschen auf den Königsplatz und demonstrieren gegen Rassismus.



Siegerin Kategorie Bayern – Land & Leute – Sonderpreis Bayernwerk AG
Sophie Linckersdorff: Jungjäger in der Jagdstube

In einer geradezu archaisch wirkenden Stube eines alten Gutshofes im oberbayerischen Freising zerwirkt ein Jäger ein erlegtes Reh. Der Jagdhund wartet offenbar geduldig auf seinen Anteil. Aus dem Projekt „Waidmannsheil“ vom November 2019.



**Sieger Kategorie Serie –
Sonderpreis Leica Camera AG
Peter Schatz: Anrühige Malerei**

Der Künstler Peter Härtl aus Dietramszell im Landkreis Bad Tölz verwendet Kuhexkremente zum Malen. Auf die Idee kam er vor einigen Jahren bei der Stallarbeit als landwirtschaftlicher Helfer. Das Material fängt er direkt hinter der Kuh auf. Nur mit Wasser verdünnt verbindet es sich mit fast allen Untergründen und ist zwischen Lasur und dick-pastosem Auftrag vielseitig einsetzbar. Der spezielle Duft verliert sich nach dem Trocknen. Entstanden ist die Serie im Juli 2020 im Pfarrdorf Reichertsbeuern.





**Siegerin Newcomer Award – Sonderpreis Rotary International
Jana Margarete Schuler: Im Lockdown**

Die Fotografin dokumentiert in ihrer im März und April 2020 in Bamberg und Forchheim entstandenen Serie, wie die Menschen aus ihrem Umfeld den Lockdown erleben. Kate telefoniert mit der Oma, die weit weg wohnt und die sie nicht besuchen darf. Der siebenjährige Leo findet Corona doof, weil er zuhause bleiben muss: keine Geburtstagsfeier, das Spiel im Garten wird über Handy geteilt. Fotografin Jana macht mit ihren Mitbewohnern täglich einen Spaziergang und sammelt Blumen, Äste und Blätter, mit denen sie die Wohnung dekoriert. Masken werden nach einer Anleitung aus der Zeitung genäht.



Pressefoto des Jahres 2020

Silvia Gralla: Glaskuss

Das Ensemble des Privattheaters Chambinzky tritt am 6. September 2020 im Alten Park am Würzburger Hubland auf. Gespielt wird „Don Camillo und Peppone“ nach den Romanen von Giovanni Guareschi. Küssen dürfen sich die Schauspieler wegen Corona nur an einer Glasscheibe.

Der nackte Wahnsinn

Von Bettlern und Plastikmüll – viel Preiswürdiges aus Bayern

Es muss ein blutiger Kampf gewesen sein in der Nacht zum 23. Dezember, von dem Katharina Fiedler, in ihrer *Tagesspiegel*-Reportage „Die nackte Kanone“ (bjvlink.de/nacktmull) berichtet. Nur eine der beiden Kämpferinnen erlebte den nächsten Morgen. Damit endete nicht nur eine sechsjährige Herrschaft im Berliner Tierpark und begann ein neues Rätsel für die Wissenschaft. Fiedlers Einblick in die Welt der „hässlichsten Tiere der Welt“, der Nacktmulle, packte die Jury des Helmut-Stegmann-Preis bei ihrer Neugier. „Nach den ersten drei Sätzen weiß man, dass man bis zum Ende weiterlesen muss“, sagt Jury-Mitglied und *Spiegel*-Chefredakteur Steffen Klusmann. Ungewöhnliches Thema, sehr informativ, spannend erzählt – so das Jury-Urteil. Die Preisträgerin (@fiedlerkathi) ist seit Oktober 2019 Schülerin des 39. Jahrgangs der Henri-Nannen-Schule in Hamburg. Der Preis wurde ihr durch den Förderkreis der Deutschen Journalistenschule verliehen. Der BJV, durch Schatzmeisterin Stefanie Heckel in der Jury vertreten, stiftete zum zehnten Mal das Preisgeld in Höhe von 2.500 Euro.

Den diesjährigen Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Preis (Preisgeld: 8.000 Euro) erhielt ein



Katharina Fiedler.

Foto: Laura Binder

Volo-Kurs des *Bayerischen Rundfunks* für die TV-Reportage „Die Unsichtbaren – Bulgarische Wanderarbeiter in Deutschland“. Nadja Armbrust, Marlen Fercher, Benedikt Nabben, Malcolm Ohanwe (siehe „Sagen Sie mal“), Christian Orth, Bianca Taube, Tatjana Thamerus und Sümeyye Uğur folgten den Menschen, die am Münchner Hauptbahnhof auf Billigjobs warten. Ebenfalls an den *BR* ging der Hermann-Schulze-Delitzsch-Preis (8.000 Euro): an Sabine Lindbauer für die TV-Doku

„Plastikmüll statt Mode – Ersticken wir in Billigklamotten?“. Wirtschaftsjournalist Max Ferstl nahm den Förderpreis (4.000 Euro) für sein *Süddeutsche*-Porträt einer spielsüchtigen Frau („Nichts geht mehr“) entgegen.

Zwei Ernst-Schneider-Preise gehen an die *BR*-Hörfunker Markus Metz für „Sparen ohne Zinsen?“ (im „Nachtstudio“ auf *Bayern2*) sowie an Sabina Wolf für „Hightech beim Autoklau: Keyless macht es Dieben leicht“ (im „Funkstreifzug“ auf *B5aktuell*).

Anna Tillacks *BR*-Recherche „Die Bettler aus der Walachei – Bedürftige oder organisierte Bande?“ (in *BR*-Mediathek bis 8. Januar 2021 verfügbar) brachte ihr den CIVIS Medienpreis ein; bereits im Vorjahr bekam sie dafür den Karl-Buchrucker-Preis sowie den Münchner Sozialcourage Medienpreis der Caritas.

Unter den Besten der BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise ist diesmal Radiotalent Sebastian Pilous von *TopFM* in Fürstenfeldbruck; er porträtierte in der Reportagereihe „24 Stunden unter Helden“ Menschen in Gesundheitsberufen. Weitere Preisträger: bjvlink.de/blm-preise2020

Senta Krasser

Subtil, authentisch und sehr persönlich

Die Arbeiten junger Fotograf*innen sprechen eine eigene Sprache

Von Michaela Schneider

„Ein gutes Foto muss etwas erzählen, es soll aber gleichzeitig neugierig machen, mehr erfahren zu wollen. Was steckt wirklich dahinter?“ Die 27-jährige Fotografin Jana Margarete Schuler aus Bamberg stellt hohe Ansprüche an ihre Arbeiten und das zahlt sich aus: Mit ihrer Serie „Im Lockdown“ holte sie bei Pressefoto Bayern 2020 den Sieg in der Kategorie „Newcomer Award“. „Ein gutes Foto? Das muss mich vom ersten Augenblick an fesseln, es muss mich sofort anspringen“, sagt Thomas Geiger, Vorsitzender der Fachgruppe Bild im BJV. Seit mehr als drei Jahrzehnten arbeitet der 59-Jährige als freier Bildjournalist. „Gut ist ein Bild, auf das ich länger als vier Sekunden schaue. Es muss mich neugierig machen. Und am besten, es trifft mich in der Magengrube und nicht im Kopf“, sagt der 72-jährige Fotograf Hans-Eberhard Hess. 1999 rief er den Wettbewerb Pressefoto Bayern mit ins Leben. Seither sitzt der Herausgeber der Zeitschrift *Photo International* in der Jury. So unterschiedlich klingt nicht, was drei Generationen über gute Pressefotografie sagen – und doch sprechen viele der Arbeiten in der Kategorie „Newcomer Award“ bei Pressefoto Bayern eine eigene Bildsprache. Wo liegen die Besonderheiten junger Fotografie?

„Ich wollte dokumentieren, was die Extremsituation mit den Menschen macht.“

Jana Margarete Schuler, 27 Jahre, Siegerin in der Kategorie „Newcomer Award“

Dafür zunächst zurück zu Jana Margarete Schuler. Zu fotografieren begann sie nach dem Abitur während einer neunmonatigen Weltreise. Sie studierte Medienmanagement mit Schwerpunkt Journalismus an der Fachhochschule Würzburg-Schweinfurt (FHWS) und startete mit zwei Standbeinen in die Selbstständigkeit: mit Fotografie und Straßenmusik. „Es funktionierte, aber ich hatte das Bedürfnis, mich noch mehr in Richtung Fotografie weiterzubilden“, erzählt sie. Inzwischen studiert sie Dokumentarfotografie und Fotojournalismus an der Hochschule Hannover (HsH) und arbeitet zudem als selbstständige Fotografin (jana-tuerlich.com). Ihren Lebensmittelpunkt hat sie

zurück nach Franken verlegt. Die Siegerserie „Im Lockdown“ entstand in Schulers persönlichem Umfeld. Die Zeit im März habe sie erstmal als totalen Schock empfunden und sei kurz in Starre verfallen. Dokumentieren wollte sie dann, was die Extremsituation mit den Menschen macht – mit ihrer Mitbewohnerin, die in der Familienhilfe nur noch telefonisch beraten konnte; mit dem Mitbewohner, der die lang geplante Konzerttournee nach einer halben Woche und nur drei Konzerten abbrechen musste; mit ihrem Halbbruder, der den siebten Geburtstag ohne Freunde feiern musste.

Vor mehr als 30 Jahren machte Renate Niebler mit ihrer ersten eigenen Ausstellung auf sich aufmerksam, heute betreut die Münchnerin unter anderem den Schwerpunkt Bildjournalismus an der Münchner Hochschule in der Studienrichtung Fotodesign. Als sie im Juli Bewerbungsgespräche führte, sei ihr aufgefallen, wie sehr die persönliche Umgebung betont werde – eigene Reisen etwa oder der Freundeskreis. Viel Narratives spiele hinein, es gehe um ein Suchen und Finden im eigenen Umfeld. Dem widerspricht Jana Margarete Schuler nicht, denkt dies eher weiter: „Als Fotograf*in sollte man selbst Bezug zum Thema haben. Das ist etwas, das sich in der Fotografie verändert hat. Es geht nicht darum, sich ein möglichst ausgefallenes Thema zu suchen, sondern zu erkennen: Dieser Moment, diese Person hat etwas, das total interessant ist.“ Sie wolle Menschen nicht „von außen betrachten“, sondern wissen, „was dahinter steckt“ und suche immer auch das Gespräch.

Juryvorsitzender Hans-Eberhard Hess lässt es sich nicht nehmen, noch einmal auf das Pressefoto Bayern 2019 zu verweisen. Mit „Manfred Weber im Taschenformat“ war der damals 24-jährige Jan Staiger zum jüngsten Gesamtsieger in der Geschichte des Wettbewerbs gekürt worden. Er habe „im Detail und in Kuriositäten ein bildwirksames Ausrufezeichen“ gesetzt. Junge Fotografie unterscheide sich häufig durch eine sparsamere Bildsprache, achte mehr auf Formen und Details und nicht nur aufs vordergründige Geschehen, beobachtet Hess. Und ein Trend fiel allen erfahrenen Kolleg*innen auf: Viele Junge entdecken die analoge Fotografie wieder – und zelebrieren dies regel-

recht. Renate Niebler hat dazu eine Theorie: Es gebe heute so viele Möglichkeiten der Bildbearbeitung, so viele technische Mittel, „dass sie sich eine Begrenzung wünschen“.

„Wenn jemand in die Kamera grinst, ist es für mich Fassade.“

Sophie Linckersdorff, 20 Jahre, Siegerin „Bayern – Land und Leute“

Frontales Blitzen, ebenso eine Enttäuschung der Farben – das sind Moden, die auch früher schon da waren, derzeit aber in den Arbeiten junger Fotograf*innen Raum einnehmen. Sophie Linckersdorff, 20 Jahre jung und Siegerin bei Pressefoto Bayern 2020 in der Kategorie „Bayern – Land und Leute“ hat zur Enttäuschung eine klare Meinung: Nicht selten verfälschten Kameras die Wirklichkeit, zum Beispiel, „wenn eine Wiese quietschgrün“ aussehe. Sie wägt dann ab: Was zeigt die Kamera? Was sieht das Auge? Es gehe um eine Reduktion und darum, Bilder nicht künstlich wirken zu lassen. „Das Bild soll der Atmosphäre entsprechen, die ich gesehen habe“, sagt die 20-Jährige. Sie interessiere das Authentische, sie wolle wissen, was in dieser Welt passiere, die meisten ihrer Bilder entstünden uninszeniert – und sie hält sich als Fotografin bewusst im Hintergrund, fotografiert mit kleiner Kamera und wenig technischem Equipment. „Wenn jemand in die Kamera grinst, ist es für mich Fassade“, sagt die 20-Jährige. Auch Jana Margarete Schuler legt Wert auf Echtheit: Sie fotografiert lieber mit Festbrennweite und bewegt sich selbst statt zu zoomen. Und sie leistet Überzeugungsarbeit, dass man sich für ein Foto nicht schick machen brauche, sondern gerade das Natürliche schön sei.

Sophie Linckersdorffs Siegerbild „Jungjäger in der Jagdstube“ entstand im Zuge ihres Projekts „Waidmannsheil“ in der Studienrichtung Fotodesign an der Hochschule München. Hier belegt Linckersdorff den Schwerpunkt Bildjournalismus. Sie recherchierte fürs Sommersemesterprojekt „dok12“ (www.dok12.com) verschiedene Facetten und wollte in ihrer Fotoserie zeigen, dass Jagd mehr bedeute als „Schießen und Schlachtprozedere“. Trotzdem war

es am Ende ein Schlachtbild, das der Pressefoto-Jury besonders auffiel. Einer sehr kunstaffinen Familie entstammend faszinierten die junge Frau immer schon Fragen um Licht und Bildaufbau, ob in der Malerei oder der Fotografie. Mit 15 Jahren bekam sie die erste Kamera, seitdem sei diese ihr ständiger Begleiter. Mit einer ersten Ausstellung in der Galerie im Hofgarten München ging Linckersdorff mit jungen 16 Jahren den Schritt in die Öffentlichkeit. Auszeichnungen wie der Fotokunstpreis des Evangelischen Kirchenkreises Halle 2019 und ein erster Preis bei „Natur im Fokus“ folgten.

Als Dozent begleitete das Projekt „dok12“ der freie Münchner Fotograf Jens Schwarz, Jahrgang 1968. Auf die Frage, wie sich junge Fotografie heute abhebe, nennt er drei Stichworte: vielschichtiger, subtiler und konzeptioneller. Die Vielschichtigkeit liege nicht zuletzt daran, dass junge Kolleg*innen heute auf ein Repertoire aus Jahrzehnten zugreifen könnten. Eine subtilere Bildsprache entwickelten junge Fotograf*innen auch dadurch, dass sie sich häufiger mit den eigenen Lebenswelten beschäftigen. „Es ist viel einfacher, irgendwohin zu reisen

Pressefoto Bayern 2020

Zahlen und Fakten: 105 Fotograf*innen reichten im Jahr 2020 insgesamt 1235 Fotos zum Wettbewerb Pressefoto Bayern ein – und damit so viele Werke wie nie zuvor in seiner Geschichte. Und Fotografie scheint weiblicher zu werden: 13 Fotografinnen und 15 Fotografen im Alter bis 35 Jahre bewarben sich mit ihren Bildern um den Sieg beim Newcomer Award. Im Bereich Ü35 indes sah die Verteilung anders aus, hier reichten 63 Männer und 14 Frauen Werke ein.

Newcomer: 365 Fotos gingen allein für den Newcomer Award ein, das ist Kategorie-Rekord. Nicht zuletzt spielt eine Rolle, dass die BJV-Hochschulbeauftragte Anette Kolb seit rund drei Jahren systematisch die Kontakte zu den Hochschulen vor allem in Bayern, aber zum Beispiel auch zur Hochschule Hannover ausgeweitet hat. Heuer nahm Kolb zudem Kontakt zur Hochschule München auf, mehrere Studierende reichten Arbeiten ein, die dort im Studiengang Fotodesign im Schwerpunkt Fotojournalismus im Zuge des Sommersemesterprojekts www.dok12.net entstanden waren.

Preisverleihung: Der BJV will die Preisverleihungen Pressefoto Bayern und Pressefoto Unterfranken im Frühjahr 2021 nachholen. Vorab werden die Sieger und ihre Bilder online vorgestellt unter www.bjv.de/pressefoto.

Ausstellungen: Geplant sind bereits Ausstellungen vom 22. April bis 6. Juni 2021 im Museum Industriekultur in Nürnberg zeitgleich zur Ausstellung der Fotoszene Nürnberg sowie im Sommer 2021 zum 75. Geburtstag des BJV in der Galerie der Bayerischen Landesbank in München.

und ein Spektakel zu fotografieren als das Subtile vor der Haustür abzubilden“, sagt Schwarz. Konzeptionelles Arbeiten spiegelt sich darin, dass der Fotograf*innen-Nachwuchs – auch geprägt durch entsprechende Projektarbeiten an den Hochschu-

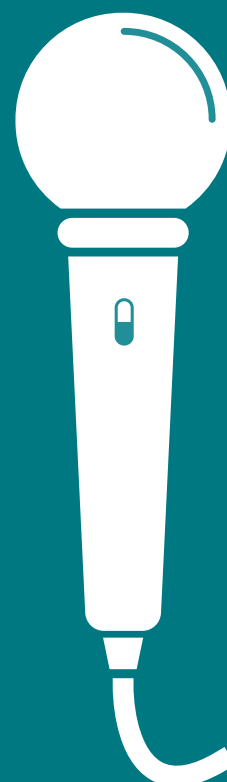
len – gern in komplexeren Serien denkt. Es gehe um Storytelling, auch spricht Schwarz von einer stärkeren Autorenschaft. All das, keine Frage, spricht aus den Werken von Jana Margarete Schuler und Sophie Linckersdorff.

Anzeige

DREHMOMENT. DER PODCAST

Hören Sie mal rein unter:

www.drehscheibe.org/podcast.html



Aus Lokalredaktionen für Lokalredaktionen

Lückenhafter Redaktionsblick

Die Gesellschaft ist divers – ganz anders als viele Redaktionen. Wie sich dies ändern lässt, zeigt *Vogue*-Digitalchefin Alexandra Bondi de Antoni. Auch Initiativen fördern Diversität im Journalismus.

Von Michaela Schneider



Die Gesellschaft in Deutschland ist nun mal divers und nicht nur weiß, blond, cis, jung, ‚idealgewichtig‘ und able-bodied. Diversität ist also einfach Realität und eine ihr verpflichtete Berichterstattung sollte gelebte Praxis sein“: Alexandra Bondi de Antoni spricht deutliche Worte – und diese sind keineswegs nur schöne Fassade. Im Sommer 2018 hatte sie, damals gerade 28 Jahre jung, die Digital-Leitung von *Vogue Deutschland* bei Condé Nast in München übernommen. Seither hat sie dem Glamourmagazin im Netz ihre eigene Handschrift verliehen. „Dabei passieren uns auch Fehler oder Versäumnisse, weil auch wir in einem System, das von Rassismus und Diskriminierung durchzogen ist, aufgewachsen sind und von diesem System geprägt wurden“, sagt Bondi de Antoni.

Eine Antwort, was Diversität bedeutet, liefert das „Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz“, laut diesem soll die Benachteiligung aufgrund von Alter, Behinderung, ethnischer Herkunft, Geschlecht, Religion/Weltanschauung und sexueller Identität beseitigt werden. Erlassen wurde es vor bald 15 Jahren – und trotzdem wird Diversität in vielen Redaktionen, so will es scheinen, immer noch als Nischenthema wahrgenommen, obwohl allein der Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund in Deutschland bei heute 26 Prozent liegt. Und fast jeder Zehnte lebt mit einer schweren Behinderung.

„Kein professioneller Journalist kann leugnen: Man

bringt immer seinen eigenen Blick mit auf Themen“, sagt die Journalistin Ferda Ataman, Mitbegründerin und Co-Vorsitzende des Vereins Neue Deutsche Medienmacher*innen (NDM). Mit anderen Worten: Fehlt es in Redaktionsräumen an Vielfalt, bleibt der Blick auf die Gesellschaft lückenhaft. „Diversität bringt Natürlichkeit in den Redaktionsalltag, die wir dringend brauchen“, betonte auch der Münchner Musiker und BR-Moderator David Mayonga bei den diesjährigen Münchner Medientagen. Es gehe darum, unterschiedliche Lebensrealitäten abzubilden. Je mehr echte Diversität hineinspielen, desto reicher sei das Produkt, das bei den Hörer*innen ankomme, betonte er. Immerhin ein bisschen wacher rüttelte der folgende Shitstorm, als im Frühsommer sowohl „Maischberger“ als auch „Der Spiegel“ Talkrunden zu #BlackLivesMatter veranstalteten – und dafür nur Weiße als Studiogäste luden.

Für Aufmerksamkeit sorgte im Mai 2020 auch die Studie „Diversity im deutschen Journalismus“ (bjvlink.de/ndm), die die Neuen Deutschen Medienmacher*innen als Auftraggeber im Netz mit dem Kommentar „Viel Wille, kein Weg“ versahen. Im Ergebnis war nachzulesen, dass nur sechs Prozent der Chefredakteur*innen einen Migrationshintergrund haben; Gruppen, die besonders von Rassismus und Diskriminierung betroffen sind, sind nicht vertreten. Zudem wissen deutsche Medienhäuser schlicht nicht, wie vielfältig beziehungsweise homogen ihre Redaktionen besetzt sind. Die gute Nachricht: Die Häuser würden gern

Dunja Ramadan, 29 Jahre, Redakteurin

Ressort Außenpolitik bei der *Süddeutschen Zeitung*

„Während meiner Ausbildung an der DJV in München machte ich ein Praktikum beim SWR, dort gab es einen Nachrichtenkanal auf Arabisch. Ich bin zweisprachig aufgewachsen, habe zudem Arabistik studiert und konnte beim SWR auf Arabisch und auf Deutsch moderieren. Bei Interviews berichteten mir viele Geflüchtete von einer Sprachlosigkeit im Deutschen. Sie hatten wahnsinnig viel zu erzählen, aber auf Deutsch kam von dem, was sie sagen wollten, kaum etwas an. Es ging so viel verloren an Wortwitz, Tiefe und Emotionen. So entstand unter anderem die Idee zu meinem Buch „Khalid und das wilde Sprachpferd. Geflüchtete begegnen der deutschen Sprache“, das zeigen soll, wie es sich anfühlt, in einer neuen sprachlichen Umgebung ankommen zu müssen. Mir ging es auch darum, Verständnis für die jeweils andere Sprache zu schaffen. Das Arabische hat nicht gerade den besten Ruf, die Sprache gilt als aggressiv und laut. Dabei ist sie sehr blumig und romantisch... Und mehr Verständnis brauchen wir in vielen Bereichen auch in den Redaktionen. Kürzlich sagte ich öffentlich, dass mich das Werben um den Multikulti-Nachwuchs ärgert. Was ich damit meine: Deutschland ist nicht erst seit gestern ein Einwanderungsland. Redaktionen machen es sich zu einfach, wenn sie nur junge PoC „von unten“ aufbauen. Dabei gibt es längst

migrantische Stimmen, hier könnten Redaktionen auf erfahrene PoC Kolleg*innen zurückgreifen. Und sie müssen auch da Geld in die Hand nehmen, um sie in die Redaktionen zu holen. Dann werden einseitige Perspektiven vermieden, wenn es wieder mal eine Özil-Debatte oder eine Rassismusdebatte gibt. Hier kommt noch dazu, dass man bei der Protagonist*innensuche meist in der eigenen Blase sucht... Auf Vorbehalte? Ja, bin auch ich schon gestoßen. Da stand während meiner Ausbildung durchaus für einen Dozenten die Frage im Raum: Darf die denn über Muslime schreiben? Kann sie objektiv sein? Nehmen wir einen deutsch-deutschen Kollegen, dessen Eltern ein Leben lang die CSU gewählt haben: Ihm wird zugetraut, objektiv über die CSU schreiben, ohne dass dies irgendjemand hinterfragen würde. Warum? Weil er der Mehrheit in Bayern entspricht. Auch wenn Menschen nicht kennen oder nie mit mir gesprochen haben, nehmen sie sich heraus, ein bestimmtes Wissen über eine „Frau Ramadan“ zu haben. Tatsächlich sind das unhinterfragte Vorannahmen. Anhand eines Namens kann man aber doch nicht auf eine Sympathie oder Ideologie schließen! Das ist nicht nur auf dem Arbeitsmarkt, sondern auch auf dem Wohnungsmarkt ein Problem. Ich halte es für wichtig, offen darüber zu reden.

mehr Vielfalt abbilden – beim Medienpersonal wie bei Inhalten. Die schlechte Nachricht: Getan wird dafür wenig.

„Die Aussage, was gut sei, setze sich auch durch, stimmt nicht. Gibt es in Redaktionen keine Vorbilder, sehen junge Menschen die Arbeit dort nicht als Option“, sagt NDM-Vorsitzende Ataman. Mit ihrem Buch „Ich bin von hier. Hört auf zu fragen!“ hatte sie im März 2019 eine Debatte über Zugehörigkeit ausgelöst. Der journalistische PoC-Nacwuchs sei da, arbeite aber eher für alternative Medienprojekte, beobachtet Ataman und sagt: „Viel zu wenige schaffen es in die etablierten Medien.“ Medien, die tatsächlich diverser werden wollen, sollten in einem ersten Schritt analysieren, wie vielfältig Redaktionen aufgestellt sind, empfiehlt Ataman. Wo werden Stellenangebote ausgeschrieben? Wie sind sie formuliert? Wird Mehrsprachigkeit begrüßt? Auch über solche Fragen müsse man sich bei der Mitarbeiterrekrutierung Gedanken machen.

In ihrer zwölfjährigen Vereinsgeschichte haben die NDM (www.neuemedienmacher.de) viel bewegt: Sie fördern im Mentoringprogramm Journalist*innen mit Einwanderungsgeschichte; sie beraten Redaktionen und Unternehmen; in der Datenbank „Vielfaltfinder“ können Journalist*innen hunderte nicht- und neudeutsche Expert*innen aller Fachgebiete finden; sie koordinieren die deutsche Um-

setzung der Europarat-Kampagne „No Hate Speech Movement“; sie haben mit handbookgermany.de einen Onlineknotenpunkt für geflüchtete Menschen in Deutschland geschaffen; sie setzen sich für eine diskriminierungsarme Bild-Berichterstattung ein.

Wie aber bleiben Worte pro Diversität in der Redaktionspraxis nicht nur Lippenbekenntnisse? Dafür noch einmal zurück zur *Vogue* und Alexandra Bondi de Antoni. Sie

startete unter anderem mehrere Kolumnen, in „Das neue Blau“ etwa werden gängige Geschlechterrollen aufgebrochen. „Wie können wir in einer Serie über People of Color (PoC) nachholen, was schon längst hätte stattfinden sollen?“, fragte Bondi de Antoni

„Repräsentation bedeutet nicht, dass man den Glamour und den Luxus verliert, für den *Vogue* steht.“

Alexandra Bondi de Antoni, Digitalchefin *Vogue*

toni im Mai 2019 auf www.vogue.de – und startete ein großes Projekt, bei dem es in Videos, Fotostrecken und Artikeln um die Repräsentation von Schwarzen Menschen und PoC in Deutschland geht. Auch suche die Redaktion bewusst nach politischen Aufhängern in der „Lifestyle-Bubble“. Mal geht es um den Kampf nach mehr Models mit Behinderungen, mal um Statements gegen Rassismus auf der Berlinale.

Man achte zudem auf eine diverse Bildsprache, sagt die Digitalchefin. „Uns ist es wichtig, dass sich jeder Leser, jede Leserin in unseren Bildern wiederfinden kann – egal, wel-

Julian Wenzel, 27 Jahre, Journalist, Sprecher und Fotograf

PULS-Podcast „Willkommen im Club“ zu Themen aus der Lebenswelt der LGBTIQ*-Community

„Gestartet sind wir mit dem Podcast „Willkommen im Club“ bei *PULS* im Mai 2020. Es geht um Themen aus der LGBTIQ*-Community. Der Ansatz von meiner Co-Moderatorin Kathi Roeb und mir ist: Wir sind beide Teil dieser Community – Kathi ist lesbisch, ich bin schwul – aber wir kennen sie nicht wirklich. In jeder Folge wollen wir uns mit einem Problem oder spannenden Thema der Community beschäftigen. Es kann sein, dass wir lernen, was es heißt, intergeschlechtlich zu sein oder wie bei Transfrauen eine Geschlechtsangleichung aussieht. Es kann aber auch um Erfahrungen gehen, die wir selbst gemacht haben. Jede Folge soll so aufgebaut sein, dass auch, wer nicht Insider ist, alles versteht. Worüber sich unsere Community ärgert? Ein Klassiker: Zum Christopher Street Day wird regelmäßig ein sehr sexualisiertes Bild vermittelt - alle laufen nackig rum und in Fetischkostümen. Das wird am nächsten Tag in der Zeitung zu sehen sein, bildet aber nicht den Großteil der Parade ab, denn da laufen auch Regenbogenfamilien mit ihren Kindern oder Gesangsvereine vorbei. Natürlich sind die schrilleren Persönlichkeiten die effektvolleren Geschichten, es wird aber ein vollkommen falsches Bild der Community vermittelt. Hinzu kommt: Oft wird Quersein

explizit zum Thema eines Beitrags gemacht. Aber warum kann nicht auch ein schwuler Landwirt im Beitrag über Glyphosat vorkommen und man bekommt am Rande mit, dass er mit seinem Partner zusammen lebt, ohne dies zum Teil der Story zu machen? Das wird dann aber oft bewusst ausgeklammert mit der Begründung, es gehe im Beitrag ja nicht ums Schwulsein, das würde die Gesellschaft überfordern. Hier schwingt verdeckt Homophobie mit. Was sich generell ändern sollte für mehr Diversität? Das eine ist, dass sich die Zusammensetzung der Redaktionen ändern muss; dass da nicht nur studierte Journalist*innen sitzen, die in der Regel weiß sind, oft aus einer gut bürgerlichen Familie kommen, sondern dass tatsächlich die breite Gesellschaft abgebildet wird. Ich finde es eine Katastrophe, dass für die meisten Volontärsausbildungen ein abgeschlossenes Studium vorausgesetzt wird. Das andere ist, und da wird für mich ganz oft ein journalistisches Grundverständnis verletzt: Es muss aufgehört werden über Leute zu sprechen, wir müssen mit den Menschen reden. Warum das wichtig ist? Ich kann als schwuler Mann eine Meinung zu Transleuten und großes Verständnis für sie haben. Aber ich verstehe sie nicht, solange ich nicht mit ihnen rede.

che äußerlichen Merkmale die Person mitbringt. Repräsentation bedeutet nicht, dass man die höchste Bildqualität, den Glamour und den Luxus verliert, für den *Vogue* steht. Ganz im Gegenteil möchten wir zeigen, wie vielfältig dieser Luxus sein und abgebildet werden kann“, sagt Bondi de Antoni. Und: Die *Vogue* sei auf der Suche nach neuen Schreiber*innen, „die unser Storytelling durch neue Blickwinkel bereichern – und das nicht nur bei Inhalten, in denen sie in Bezug auf ihre vermeintliche ‚Diversitätsrolle‘ zu Wort kommen“.

„Journalismus muss man sich leisten können“

Einen Schritt früher setzt der in diesem Sommer in Nürnberg gegründete Verein „Diversity Media“ an (www.diversity.media.info). „Die Medien sollen die Diversität der Gesellschaft widerspiegeln! Die Hürden beginnen aber schon bei den Kosten für technisches Equipment und dem schwierigen Einstieg in die Branche. Wir wollen einen inklusiven, transkulturellen und diversen Media-Workspace in Nürnberg eröffnen. Dieser soll auf allen Ebenen barrierefrei sein“: So warben junge Medienmacher*innen, um via Crowdfunding einen finanziellen Grundstock für ihre Idee zu legen. In sechs Wochen kamen mehr als 4500 Euro zusammen.

Mitangestoßen hatte das Projekt die freie Journalistin Franziska Bohn, die wie sie erzählt, als Kind aus einer Arbeiterfamilie selbst erlebte, dass man sich Journalismus leisten können muss – weil ein Führerschein erwartet werde,

weil das Studium zu finanzieren sei. Noch befindet sich der Workspace im Aufbau, Ziel sein soll es aber später, dass Journalist*innen dort eigene Medien gestalten oder auch Arbeitsproben produzieren können. In Produktionen will sich der Verein für Diversität vor und hinter der Kamera einsetzen. Der Workspace soll zur Netzwerkplattform werden. Das Diversity-Media-Team überlegt, wie es bei der Jobsuche unterstützen kann und will in Workshops, zum Beispiel an Schulen, über Vielfalt sprechen.

Und auf eine weitere Initiative lohnt der Verweis: In einer „Open Innovation Challenge“ hatte das „Media Lab Bayern“ im Herbst Ideen gesammelt, um vielfältigere Perspektiven in Redaktionen zu erreichen. Fünf Software-Lösungen und Formatideen stehen bereits als kostenloser Download für Redaktionen online (bjvlink.de/medialab-vielfalt). „Die Kettenre(d)aktion“ ist ein Interview-Format für Instagram Live, bei dem das Mikrophon von Gesprächspartner*in zu Gesprächspartner*in weitergereicht, die interviewte somit zur interviewenden Person und dadurch Vielfalt abgebildet wird. „Diversity Analytics“ untersucht mittel KI, wie divers Online-Portale sind. Der Newsletter *in.media* will Veröffentlichungen von Journalist*innen aus marginalisierten Gruppen sichtbar machen. „Masala Images“ ist eine Mediendatenbank mit Bildern, die die Gesellschaft angemessen und authentisch widerspiegeln sollen. Und „Masala Talents“ will als ethnisch diverse Personaldatenbank unterrepräsentierte Talente aus den Bereichen Kreation und Technik sichtbar machen.

Ella Schindler, 44 Jahre, Redakteurin im Verlag Nürnberger Presse,

Mitglied bei den Neuen Deutschen Medienmacher*innen

„Wir haben eine lokale Gruppe der Neuen Deutschen Medienmacher*innen (NDM) in Nürnberg. Wir tauschen uns aus, organisieren aber auch verschiedene Aktionen – öffentliche Diskussionsrunden, einen digitalen politischen Adventskalender mit Visionen für Deutschland zum Beispiel oder Lesungen zu Minderheiten in anderen Ländern. Zudem halte ich Seminare und Workshops zu diskriminierungsfreier Sprache und Hassrede. Und mit der *Nürnberger Zeitung* habe ich mich am medienpädagogischen Projekt „Druckerschwärze“ und später am Projekt „Volo“ beteiligt. Der Anteil der Menschen mit Einwanderungsgeschichte in Nürnberg liegt bei 43 Prozent. Die erwähnten Formate bieten die Chance über die Arbeit mit Schulklassen diese jungen Leute zu erreichen. Warum mir das so wichtig ist? Als ich mich aufs Volontariat bewarb, habe ich damals niemandem davon erzählt. Ich traute mir nicht zu, zu meiner eigenen Courage zu stehen. Ich kam mit 16 Jahren aus der Ukraine nach Deutschland, Deutsch war nicht meine Muttersprache und es gab in den Verlagen für mich keine Vorbilder. Als ich zu arbeiten anfang, fühlte ich mich im Verlag manchmal wie ein Alien... Wenn wir mehr Diversität in Redaktionen erreichen wollen, müssen wir viel früher ansetzen, um

junge Menschen mit Einwanderungsgeschichte zu erreichen. Deshalb sind Schulprojekte so wichtig. Wir müssen, etwas zugespitzt formuliert, Streetwork machen. Seit diesem Herbst bin ich bei unserer Zeitung Volontärsbeauftragte und habe das Thema Diversität sehr stark im Fokus. Ich bin überzeugt: Wenn wir erst einmal ein paar Leute in den Redaktionen haben, wird es einfacher. Und dann wird sich auch die Berichterstattung ändern. Denn es ist immer noch so, dass Menschen mit Einwanderungsgeschichte meist als Täter oder Opfer dargestellt werden. Ich will keine Beschönigung, aber eben auch ein Abbild der ganzen Palette. Nur ein Beispiel: Als wir in der Redaktion eine Serie zum Thema Nachbarschaftshilfe planten, dachten Kolleg*innen sofort auch an „Deutscher hilft Migrant“. Dabei gibt es doch bestimmt auch eine Familie mit türkischer Migrationsgeschichte, die deutschen Nachbarn hilft. Die Kolleg*innen meinen das nicht böse, sie haben es schlicht nicht auf dem Schirm. Dabei kann man ruhig auch mal die Ärztin Özdemir anrufen, sucht man eine Expertin zu einem Gesundheitsthema. Es geht nicht um eine Privilegierung, sondern um mehr Normalität. Hilfreich kann der Vielfaltfinder der NDM sein. Ich empfehle, dort einfach mal nach Ansprechpartner*innen zu schauen.

„Heult leiser“

Von Sprache als Schauplatz des Widerstandes gegen Rassismus

Von Johannes Michel

Wie prägt Rassismus unseren Alltag – vielleicht sogar, ohne dass wir es merken? Ronen Steinke, Redakteur bei der *Süddeutschen Zeitung*, hat jüngst unter dem Titel „Antisemitismus in der Sprache. Warum es auf die Wortwahl ankommt“ einen Essay (erschienen als Duden-Sachbuch) verfasst. Im Interview spricht er auch darüber, warum Journalist*innen beim Kampf gegen Rassismus in der Sprache so wichtig sind.

Inwiefern ist die deutsche Sprache von Rassismus geprägt?

Ronen Steinke: Die Sprache saugt alles an Kultur auf, was die Menschen so pflegen, auch alles an Klischees und Stereotypen. Wenn ich Ihnen sagen würde: „Ich war gestern beim Griechen“ – wie würden Sie das verstehen? Wahrscheinlich so, dass ich in einem Restaurant war. Und wenn ich sagen würde: „Ich geh kurz zum Türken“ – wahrscheinlich so, dass ich Fast-Food kaufe. Einst war es in Deutschland auch gängig zu sagen, dass man etwas „beim Juden“ kauft. Das wurde so verstanden, dass man bei einem Altkleidersammler oder Lumpenhändler war. Das ist als neue Wortbedeutung von „Jude“ sogar in das Wörterbuch der Gebrüder Grimm aufgenommen worden.

Welche Ausdrücke aus dem deutschen Sprachgebrauch würden Sie als Musterbeispiele für „rassistisch“ benennen?

Der Literaturwissenschaftler Victor Klemperer hat mal gesagt: „Worte können sein wie winzige Arsendosen. Sie werden unbemerkt verschluckt, sie scheinen keine Wirkung zu tun, und nach einiger Zeit ist die Giftwirkung doch da.“ Einige Stereotype und Klischees sind in unser Vokabular eingeschrieben, ohne dass uns das sofort immer auffällt. Wenn zum Beispiel davon die Rede ist, dass ein Dokument „getürkt“, also manipuliert sei – dann ist die Abfälligkeit gegenüber türkischen Menschen vielleicht noch recht offensichtlich. Wenn dagegen in journalistischen Überschriften von „Mauschelei“ die Rede ist, als Bezeichnung für illegitime heimliche Absprachen, dann ist nur den Wenigsten bewusst, welchen antisemiti-



Ronen Steinke

Foto: Peter von Felbert

schen Gehalt das hat. Der gängige jiddische Vorname Mauschel ist im 17. Jahrhundert auf diese Weise verballhornt worden. Das Verb Mauschneln bedeutet im Wortsinn: Reden wie ein Jude.

Was macht die Verwendung rassistischer Wörtern mit einer Gesellschaft?

Sie zementiert Machtverhältnisse, die nicht zementiert, sondern geplant gehören. Natürlich sind Worte keine Gewalttaten. Aber mit ihnen kann scheinbar beiläufig die Abwertung von Menschen normalisiert werden. Sie sind nicht nur Ausdruck einer schon bestehenden Diskriminierung, sondern auch deren Instrument.

Es heißt immer: „Man weiß gar nicht mehr, was man noch sagen darf!“ Was entgegnen Sie?

Heult leiser. Ernsthaft. So kann nur jammern, wer sich noch nie in die Haut eines Menschen versetzt hat, der jeden Tag gesellschaftliche Herabwürdigung erlebt, auch in ganz beiläufigen Redewendungen – und natürlich auch durch Leute, die es überhaupt nicht so meinen und die natürlich nur die unschuldigsten Absichten hegen. Die Einbuße an Freiheit, die damit verbunden ist, den eigenen Wortschatz kritisch zu überprüfen, ist überhaupt nicht vergleichbar mit der Einbuße an Freiheit, die es bedeutet, ständig durch diskriminierende Sprache an die Unterordnung der eigenen Gruppe ermahnt zu werden.

*Wie können wir rassismuskritischer werden in unserer Sprache – und welche Rolle kommt dabei Journalist*innen zu?*

Die Kulturwissenschaftlerin Susan Arndt hat dafür eine gute Formel. Wenn sich die Sprache ändert, ändert sich nicht der Rassismus. Aber umgekehrt ist die Sprache ein wichtiger Schauplatz des Widerstandes gegen Rassismus. Das ist ein Auftrag gerade an Journalist*innen. Sie sind keine Volkserzieher. Sie sind auch nicht die große moralische Instanz. Aber sie sind mit ihrem Sprachgebrauch oft stilbildend für andere.

Sensibel sprechen

Ein vorsichtiges Nachdenken über korrekte Formulierungen bahnt sich an

Von Alois Knoller

Werden Journalisten zu Volkspädagogen und Zurechtweisern, als die sie sich mitunter eh gerne sehen? Wo soll das offene, freie und riskante Gespräch gedeihen, wenn die Intuition fast immer falsch liegt und ein vorsorgendes Wortklempnertum nötig sein soll? So ätzte Alexander Kissler im *Cicero*, als sich der *Bayerische Rundfunk* vor sechs Jahren anschickte, mittels eines Leitfadens für Journalist*innen Sprache gerechter zu machen.

Der Sender steht inzwischen nicht mehr alleine da. Einige bayerische (Chef-)Redaktionen denken darüber nach, wie zu formulieren ist, dass die Worte nicht Gruppen und Personen in einer diversen Gesellschaft ausschließen. Allerdings drehten sich bei der Recherche die Gespräche immer wieder rasch um einen Teilbereich: um Geschlechtergerechtigkeit. Diskussionen um die korrekte Wortwahl, wenn es um diskriminierende Begriffe und Diversität im breiten Sinne geht, scheinen im Redaktionsalltag bislang eher eine Randerscheinung.

„Über geschlechtergerechte Sprache gibt es in der SZ-Redaktion immer wieder muntere Debatten“, plaudert etwa die Berliner Parlamentskorrespondentin Constanze von Bullion in der SZ-Werkstatt aus. Gendern ist jedoch nur das eine - wie aber bezeichnen wir Menschen, die sich als non-binär, also divers empfinden? Sollten wir das kalte „Person“ anwenden? Die SZ-Chefredaktion hält es mit dem Duden; darin gibt es (noch) kein geschlechtsneutrales Pronomen. Um auszuweichen, muss das Partizip erhalten – die Studierenden und die Arbeitenden.

Beim *Bayerischen Rundfunk* hat sich laut Sprecher Markus Huber innerhalb des Diversity-Beirats eine Arbeitsgruppe „Gendergerechte und sensible Sprache“ formiert, die sich bislang vor allem auch mit der Frage um Geschlechtergerechtigkeit im Sender beschäftigt und Vorschläge für die Geschäftsleitung erarbeitet. Anstelle des Gendersterns lautet die BR-interne Empfehlung, geschlechtsneutrale Formulierungen („Publikum“, „Mitarbeitende“) zu verwenden oder durch die explizite Ansprache von Frauen und Männern („Hörerinnen und Hörer“) dem Anliegen der Geschlechtergerechtigkeit zu entsprechen.

Bei der *Augsburger Allgemeinen* hat man das Thema auf dem Schirm, sagt Chefredakteur Gregor Peter Schmitz. Noch im Dezember wird die Redaktion bei einem virtuellen Kaminabend zum Ober-Thema „Haltungsjournalismus“ diskutieren. „Der Abend wird offen sein für alle Redaktionsmitglieder, auch die Leiterin der Deutschen Journalistenschule, Henriette Löwisch, wird dabei sein, die das Thema ebenfalls umtreibt“, erklärt Schmitz. „Danach werden wir gemeinsam überlegen, welche Lehren wir ziehen. Ob sich dann daraus eine Art Leitfaden, wie in manchen anderen Redaktionen, ergibt, wird/soll sich in diesem

Diskussionsprozess zeigen.“ Persönlich hält der Chefredakteur wenig von einer Vorgabe, dass Journalisten sensibler werden oder veränderte gesellschaftliche Sichtweisen widerspiegeln müssen. Er gehe fest davon aus, dass eine engagierte und lebendige Redaktion genau diese Sensibilität zeigt und Sichtweisen ständig hinterfragt und weiter entwickelt.

Die *Nürnberger Nachrichten* starteten schon vor drei Jahren ihre Podcast-Reihe m/w/d. Munter bewegen sich die einzelnen Folgen auf dem weiten Feld des Geschlechterkampfs, scheuen weder Schlüpfrigkeit noch Sachlichkeit. Allerdings war's vor einem Jahr mit dem Gespräch mit Dorothee Bär zur Gleichberechtigung erst mal vorbei mit dem Podcast. Redakteurin Franziska Wagenknecht verabschiedete sich in die Babypause. Und aus der *NN*-Chefredaktion hieß es auf Anfrage: „Beim Thema Gendern und Diversität sind wir leider noch nicht so weit, wie es unser Podcast vielleicht erwarten lässt – wir sind selbst auf der Suche nach einem guten Vorbild und Zugang zum Thema.“

Einen sanften Weg – allerdings auch wieder vorrangig mit Blick aufs Gendern – wählte die *Deutsche Presse-Agentur*, denn als Dienstleister nahezu aller deutschen Medien könne sie einen grundsätzlichen Wandel der Sprachpraxis nicht im Alleingang vollziehen und ihren Kunden aufzwingen. „Wir haben – auch als Ergebnis interner Debatten – alle dpa-Kolleginnen und -Kollegen zu besonderer Sprachsensibilität aufgerufen: Wir wollen jenen Spielraum für Gendergerechtigkeit nutzen, den uns die Sprache auch ohne besondere Schreibweisen schon jetzt lässt“, erklärt Nachrichtenchef Froben Homburger, an den der Münchner Büroleiter Roland Freund verwiesen hat.

Immer noch „blinde Flecken“

Doch vielleicht braucht es auch gar nicht so sehr Leitfäden und Empfehlungen, sondern vor allem ein Anderes. „Diversität in den Redaktionen ist notwendig, weil es immer noch ‚blinde Flecken‘ gibt, wenn es um Sprache und Bilder geht“, sagt Dunja Ramadan, Redakteurin im Ressort Außenpolitik der *Süddeutschen Zeitung*. Ein Beispiel hat sie rasch zur Hand. Nach der Krawallnacht in Stuttgart sei im Polizeibericht von „Menschen mit deutschem Pass“ die Rede gewesen. „Warum ‚mit deutschem Pass‘, also ‚Passdeutsche‘, wie es die AfD gerne propagiert? Das sind Deutsche...“, sagt die 29-Jährige, die selbst zweisprachig aufwuchs. „Mir ist aufgefallen, dass ich bei solchen Dingen in der Redaktion schneller aufhorche. Das soll keine Kritik sein, ich habe mit Sicherheit dafür andere blinde Flecken“, ergänzt sie. Aber eben deshalb brauche es in Redaktionen Vielfalt – um die Gesellschaft möglichst fair und breit abzubilden. Auch mit Blick auf eine Sprache, die nicht ausschließt oder verletzt.

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

FINANZEN



Dr. Gerald Schneider
Pressesprecher

Türkenstraße 22-24 · 80333 München
Tel. 0 89/28 68-34 01 · Mobil: 0176/10 16 84 03
Fax 0 89/28 68-34 05
E-Mail presse@gv-bayern.de
www.gv-bayern.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

Corporate Communications Center
Technische Universität München



Fiorina Schulz
Abteilungsleitung
(kommissarisch)
Arcisstraße 21
80333 München
Tel. +49 89 289 22391
fiorina.schulz@tum.de
www.tum.de

Klaus Becker
Sprecher des Präsidenten
(kommissarisch)
Arcisstraße 21
80333 München
Tel. +49 89 289 22798
klaus.becker@tum.de
www.tum.de



**Sparkassenverband
Bayern**

Eva Mang

Pressesprecherin
Vorstandsstab

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

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 16.02.2021, Anzeigenschluss ist am 15.01.2021.

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



Bayerische LandesZahnärztkammer

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**



Dr. Christian Blümm
Bereichsleiter Marketing und Kommunikation



erdgas schwaben gmbh
Postfach 10 15 26 | 86005 Augsburg
Bayerstraße 43 | 86199 Augsburg

Telefon +49 821 9002-361
Telefax +49 821 9002-365

christian.bluemm@erdgas-schwaben.de
www.erdgas-schwaben.de

ENERGIE

bayernwerk

Maximilian Zängl

Leiter
Unternehmens-
kommunikation
Pressesprecher

Bayernwerk AG
Lilienthalstraße 7
93049 Regensburg
T 09 41-2 01-78 20
F 09 41-2 01-70 23
M 01 79-1 38 98 27
maximilian.zaengl
@bayernwerk.de
www.bayernwerk.de

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

NETZE



Dipl.-Journ.
Cornelia Benesch

Stabsstelle GF-A
Kommunikations-
management Netz

**schwaben
netz**

schwaben netz gmbh
Postfach 10 24 12 | 86014 Augsburg
Bayerstraße 45 | 86199 Augsburg

Telefon +49 821 455166-360
Telefax +49 821 455166-299

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



**Verkehrsverbund
Großraum Nürnberg GmbH**

Manfred Rupp
Pressesprecher

Tel. 0911 27075-43
manfred.rupp@vgn.de
Rothenburger Str. 9, 90443 Nürnberg
www.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-mediacenter.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
Generalbevollmächtigter Konzernkommunikation

Diehl Stiftung & Co. KG
Stephanstraße 49, 90478 Nürnberg
Telefon +49 947-2492
info@diehl.com, www.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 ALTENDORF
Telefon 09187 10-0
Telefax 09187 10-397
www.e-t-a.de

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

**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
1/2021	15. Januar	1. Februar	16. Februar
2/2021	5. März	22. März	7. April
3/2021	7. Mai	21. Mai	8. Juni

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

Glücklich, wer Rücklagen hat

Wie es Bayerns Freiberuflern bislang mit den Coronahilfen erging

Von Johannes Michel

„Es bestand eine große Unsicherheit bei denjenigen, die Coronahilfen in Anspruch genommen haben“, sagt BJV-Vorsitzender Michael Busch. Er ist sich sicher, dass manche Freiberufler*innen die Hilfen parkten, um kein Risiko einzugehen. Denn die Corona-Soforthilfe etwa war nur fürs Weiterzahlen laufender Betriebskosten vorgesehen.

Bei vielen Anfragen half der Verband unkompliziert, sagt Geschäftsführer Dennis Amour: „Neben einem offenen Brief an Ministerpräsident Markus Söder und weiteren politischen Aktionen hat der Verband alle Mitglieder unterstützt, die sich an uns gewendet haben.“ Doch was sagen Betroffene zur Ausgestaltung der Hilfsprogramme? Die *BJVreport*-Redaktion hörte sich um.

„Mit Beginn des Lockdowns brach bei den beiden Magazinen, für die ich als Freier inhaltlich und konzeptionell als Blattmacher verantwortlich bin, der Anzeigenmarkt so zusammen, dass eines nicht mehr, das andere nur noch in reduziertem Umfang erscheinen konnte. Als Freier hieß das beim ersten Projekt kein Honorar mehr, beim zweiten nur noch gut 50 Prozent. Beide Magazine bilden übers Jahr zirka 90 Prozent meines Umsatzes.“ Martin Semmler, freier Journalist aus Bad Füssing und Mitglied des Fachgruppenvorstands der Freien im BJV, hat dennoch von der Soforthilfe für Soloselbstständige keine Zahlungen erhalten, da hier nur Betriebskosten abgedeckt wurden.

„Ich sammle jeden Beleg“

„Für die Künstlersoforthilfe habe ich dann erstmal meine reinen Lebenshaltungskosten kalkuliert und noch am 31. Mai online knapp unter 3000 Euro beantragt. Diese bekam ich binnen einer Woche genehmigt. Seither sammle ich jeden Beleg, nicht nur von der Tankstelle, dem Schreibwarenladen oder der Buchhandlung, sondern auch vom Frisör, vom Supermarkt. Denn ich gehe davon aus: Wenn ich dies nicht tue, dann kommt mit Sicherheit der Brief, der mich auffordert, meine Ausgaben für den Lebensunterhalt nachzuweisen.“

Eine selbstständige Journalistin aus München, die nicht namentlich genannt werden möchte, berichtet: „Ich habe 5000 Euro Soforthilfe bekommen, da ich ein externes Büro betreibe. Die Betriebskosten sind für drei Monate allerdings weitaus niedriger. Es ging für mich jedoch auch darum, meine Lebenshaltungskosten weiter decken zu können und deshalb setze ich darauf, dass der BJV und andere Interessensverbände es noch schaffen, die teilweise Nutzung des Betrags für Lebenshaltung durchzusetzen. Natürlich sind die 5000 Euro längst aufgebraucht durch Woh-

„Ich hatte eigentlich nicht vor, die angesparte Alters- als Coronavorsorge zu verstehen.“

Thomas Geiger, freier Fotograf

nen in München – auch wenn ich seit einem halben Jahr mehr als bescheiden lebe, ständig an neuen Ideen arbeite und sehr intensiv Akquise betreibe.“

Und ein weiteres Statement hat uns mit der Bitte um anonyme Veröffentlichung, ebenfalls aus München, erreicht: „Ich hatte Anfang des Jahres eine neue Kooperation im Corporate Publishing gestartet, coronabedingt konnten wir aber keine Akquise auf Messen machen. Zum Ausgleich für den Einnahmeverlust habe ich anfangs die Hilfen des Bundes erhalten. Da ich als Soloselbstständige wenige Betriebsausgaben habe, habe ich das Geld aber zurück überwiesen. Infos, unter anderem vom BJV, haben mir bei der Orientierung sehr geholfen. Da es dann aber für den Antrag der 3000 Euro über die KSK zu spät war, habe ich bei der Arbeitsagentur SGB-II-Grundsicherung beantragt und erhalten, insgesamt aber weniger als Bundes- oder KSK-Hilfen. Die sind nach einem halben Jahr ausgelaufen. Ich habe mich nicht weiter darum bemüht, weil das sehr aufwändig war, trotz Corona-Erleichterungen. Ich will meine Energie und Zeit lieber für neue Geschäftsideen und die Optimierung meines Angebots nutzen.“

Besonders hart getroffen hat es viele Fotografen. Thomas Geiger, Vorsitzender der BJV-Fachgruppe Bild, gehört dazu: „Durch meine Spezialisierung auf Messen und Events hab ich seit dem ersten Lockdown nahezu einen Totalausfall meiner üblichen Aufträge. Eine Kompensation mit anderen Kunden ist nur zum Teil möglich. Ich habe zum Ende der Soforthilfe-Frist im Mai noch Soforthilfe beantragt und auch sehr schnell und unbürokratisch bekommen – für drei Monate etwa 2100 Euro, da ich etwa 700 Euro Fixkosten habe wie Miete, Lizenzkosten Software, Betriebsversicherung. Der Sommer war nicht viel anders als sonst auch. Doch habe ich trotzdem in zwei von drei Monaten die Grenze unterschritten, um auch die Überbrückungshilfe zu beantragen, was in diesem Fall der Steuerberater machen musste. Der dritte Monat fehlte mir, weil ich im August (wie üblicherweise)

auch im Vorjahr kaum Zahlungseingänge hatte und damit keine vergleichbare Umsatzabsenkung stattfand. Für die zwei Monate Juni und Juli wurde mir auch die Überbrückungshilfe bewilligt, allerdings nur noch in einer Gesamthöhe von etwa 725 Euro, knapp 250 Euro davon gingen allerdings direkt an den Steuerberater, die Summe wurde aber natürlich mit gefördert.“ Und Geiger meint auch noch: „Glücklich, wer Rücklagen hat. Aber ich hatte eigentlich nicht vor, die angesparte Alters- als Coronavorsorge zu verstehen. Zumal die Einzahlungen in die Rentenkasse ja jetzt auch deutlich absinken.“

Je nachdem, wie sich die Coronalage entwickelt, spitzen sich die negativen Auswirkungen auf die Medienwelt aber noch zu. „Beim Journalismus geht die Vielfalt verloren. Dazu kommt, dass die Arbeitsbelastung bei den Festangestellten weiter steigt und dies letztlich Auswirkungen auf die Qualität der journalistischen Produkte hat“, meint Michael Busch.

Mehr zum aktuellen Stand der verschiedenen Corona-Hilfsprogramme zudem auf Seite 32.

Auf Abfindungsprogramm folgen Altersteilzeitangebote

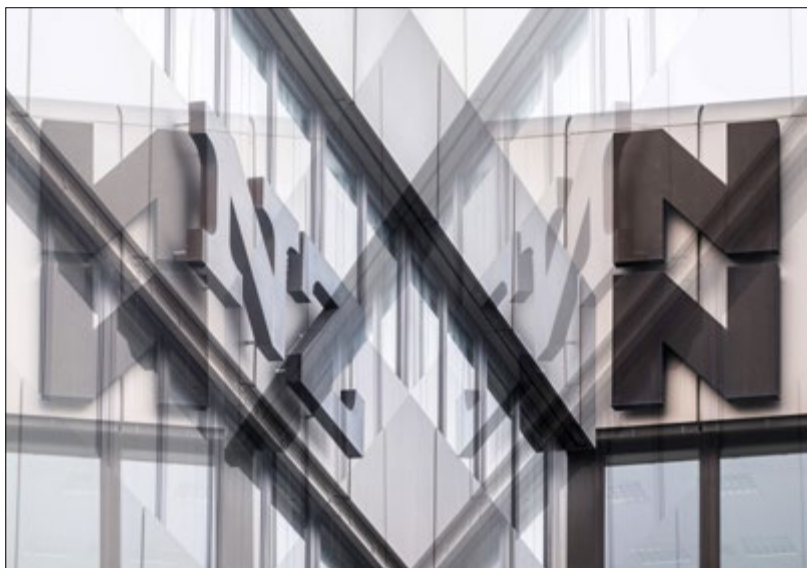
Die Zentralredaktion hat zum 1. Oktober die Arbeit aufgenommen – Weiterer Stellenabbau im Verlag Nürnberger Presse wahrscheinlich

Von *Michaela Schneider*

Aus zwei getrennten Mantelredaktionen wurde eine: Seit 1. Oktober liefert eine Zentralredaktion die Inhalte sowohl für die *Nürnberger Nachrichten* als auch für die *Nürnberger Zeitung*. Beim Verlag Nürnberger Presse macht man keinen Hehl daraus, dass es dabei um wirtschaftliche Notwendigkeiten geht. „Unser Verlag war der letzte in der Republik, im dem zwei Vollredaktionen zwei komplett getrennte Zeitungen in einem Haus erstellen“, war vor einigen Wochen im öffentlichen Newsletter zu lesen. Einhergehend mit dem Umbau haben 31 Journalist*innen das Haus im Zuge eines Abfindungsprogramms verlassen. Dass das Coronavirus die Redaktionen in den vergangenen Monaten zum Teil ins Homeoffice und bis Ende September in Kurzarbeit zwang, dürfte den Umbau kaum erleichtert haben.

Betont wurde im Newsletter: Es habe keine einzige Kündigung gegeben, alle die gingen, taten dies freiwillig. In Mitarbeiterkreisen sorgte das Schreiben dennoch für Unmut, denn nicht erwähnt wurde: Hätten sich nicht ausreichend Freiwillige gefunden, wären Kündigungen nicht auszuschließen gewesen, wie es bereits im Herbst 2019 in einer Betriebsversammlung hieß. Auf Nachfrage antwortet die Verlagsleitung schriftlich: Kündigungen wären zumindest eine weitere Handlungsoption gewesen, und weiter: „Die von Ihnen zitierte Aussage aus dem Newsletter wurde zu einem Zeitpunkt getätigt, als bereits klar war, dass wir betriebsbedingte Kündigungen vermeiden können. Sie ist damit korrekt und versucht in keiner Weise, die Sachlage zu beschönigen.“

„Das Abfindungsprogramm war von der



Aus zwei wurde eins im Verlag Nürnberger Presse, Anfang Oktober nahm die Zentralredaktion die Arbeit auf.

Fotomontage: Thomas Geiger

Dotierung her in Ordnung“, sagt BJV-Justiziar Stefan Marx. Und auch Betriebsratsvorsitzender Klaus Schrage bezeichnet das Angebot der Verlegerin als „von Anfang an fair“. Begrenzt war die Abfindungsleistung auf maximal 225.000 Euro. Dennoch sei die Sorge groß gewesen, was passieren würde, sollten sich nicht genug Freiwillige finden, erinnert sich Marx, denn: Ein Sozialplan für den Fall eines doch noch nötig werdenden Stellenabbaus wurde nicht verhandelt. „Die Leute wurden im Ungewissen gelassen, mit welcher Abfindung sie im Falle einer Kündigung rechnen könnten“, sagt der Justiziar und spricht von einem „faden Beigeschmack, denn die Sorge bestand, ein nachfolgender Sozialplan könnte deutlich schlechter dotiert sein“. Mit einer Punktlandung fanden sich ausreichend Abfindungswillige. An den BJV wendeten sich Mitglieder vor allem mit Fragen zu Arbeitszeugnissen und Sperrzeiten der Agentur für Arbeit.

Zu einer weiteren Frage äußert sich der Verlag nicht, es handle sich hier um interne Vorgänge. Nach außen drang ein gewisser Un-

mut dennoch: Die ehemaligen Ressortleiter*innen mussten sich demnach im Zuge des Umbaus neu auf Führungspositionen bewerben. Wer nicht Ressortleiter*in wurde, bekam wohl den Posten des profilbildenden Redakteurs oder der profilbildenden Redakteurin angeboten, behielt zwar Zulagen, wurde aber aufs Normalgehalt eines Redakteurs zurückgestuft.

Abgeschlossen sein dürfte der Stellenabbau beim Verlag Nürnberger Presse noch nicht: Rund 240 Mitarbeiter*innen in

sämtlichen Bereichen des Gesamtkonzerns sind 57 Jahre und älter, das macht etwa ein Viertel der Belegschaft aus. Per Schreiben wurde ihnen nun angeboten, eine Vereinbarung über eine Altersteilzeit abzuschließen mit Entscheidungsfrist bis zum Jahresende. Vorgesetzte brauchen dem nicht zuzustimmen. Ähnlich wie das Freiwilligenprogramm in der Redaktion sei auch das Altersteilzeitprogramm ein Angebot des Verlags zum sozialverträglichen Stellenabbau, schreibt die Verlagsleitung. Weiter heißt es: „Die damit verbundenen Stellen werden weitestgehend nicht nachbesetzt. Dabei wird es sich nicht um die von Ihnen genannte Anzahl von 240 Mitarbeiter*innen handeln, denn die Teilnahme am Altersteilzeitprogramm ist zahlenmäßig gedeckelt.“ Eine konkrete Zahl wird nicht genannt.

Zudem ein Blick auf den Umbau selbst. „Wir haben vor allem vorher bestehende Doppelstrukturen abgebaut. Statt zwei Kolleg*innen zu einem Routine-Termin zu entsenden, werden solche Termine nur mehr einfach besetzt. Auch die Blaulicht-Berichter-

stattung erfolgt beispielsweise aus einer Hand. Außerdem haben wir ein neues Rollenmodell in der Zentralredaktion eingeführt: Reporter, Editoren und Themenmanager“, schreibt Chefredakteur Michael Husarek.

Also nur noch wenig Unterschied zwischen den zwei Zeitungen unterm gleichen Dach? Um dies zu vermeiden, wurde die Position profilbildender Autoren geschaffen. Allerdings erreichte die *BJVreport*-Redaktion die Kritik, dass so viele Unterschiede zwischen NN und NZ nicht mehr zu erkennen seien. „Die Profilbildung spielt sich ein, wir sind immer noch in der Lernphase. Grundsätzlich wird bei vielen Themen auf unterschiedliche Berichterstattung Wert gelegt, bei einigen Themen gab und gibt es tatsächliche identische Kommentare – etwa von unserer Wissenschaftsredakteurin. Dabei unterscheiden wir konsequent zwischen Themen, die für das jeweils unterschiedliche publizistische Profil von NN und NZ wichtig sind, und solchen, die das nicht sind. Inhalte, die für die eine Marke anders zu bewerten sind als für die andere, werden von zwei unterschiedlichen Redaktionsteams, den profilbildenden Autor*innen, erstellt. Unser Spektrum an Meinungsvielfalt bleibt also bestehen“, hält Husarek entgegen.

Und wie steht es um eine Digitalisierungsstrategie beim Verlag Nürnberger Presse? Seit mehreren Jahren schon wird etwa über die Einführung einer Bezahlschranke bei Onlineangeboten diskutiert. Ist die Sorge mancher Mitarbeiter*innen berechtigt, dass es an einem tragfähigen Konzept fehle, um das Haus auf zukunftssichere Beine zu stellen? Zumindest wird am Digitalisierungskonzept gearbeitet.

„Wir richten uns aktuell darauf aus, künftig Angebote für unterschiedliche Zielgruppen zu schaffen. Dabei orientieren wir uns in allererster Linie an den Bedürfnissen unserer User*innen“, sagt Julian Frost, Leiter Digitale Medien. Das betreffe nicht nur das Produktportfolio, sondern auch die Organisation und Prozesse. Neben dem reichweitenstarken Portal *nordbayern.de*, das aktuell ebenfalls überarbeitet werde, solle mit *nn.de* im Laufe des Jahres 2021 ein Premiumangebot geschaffen werden. Weiter informiert die Verlagsleitung: „Zusätzlich stehen wir mit unserem neuen Lifestyle-Produkt *fein-raus* in den Startlöchern, mit dem wir eine junge, urbane Zielgruppe im Ballungsgebiet Nürnberg-Fürth-Erlangen ansprechen wollen.“

Darf ich vorstellen: Die Konkurrenz

So erklärt sich vielleicht auch die Sorge vor digitaler Konkurrenz im regionalen Umfeld, die Alexandra Haderlein, ehemals Vorsitzende der Fachgruppe Junge im BJV, zu spüren bekam. Sie hatte den Verlag Nürnberger Presse als erste Abfindungswillige verlassen und mit *loklablog-nuernberg.de* ein eigenes lokaljournalistisches Angebot ins Leben gerufen. Unter dem Stichwort „Darf ich vorstellen: Wir sind die Konkurrenz“ erzählte sie im eigenen Newsletter. Was war geschehen? In der Print-Beilage zum Nürnberger Digital Festival wurde Haderleins persönliches Statement zu Corona und Digitalisierung mit Erwähnung des *lokalblogs-nuernberg.de* nicht abgedruckt, „weil wir (Originalton) ‚Konkurrenz‘ zum Verlag seien“ schreibt Haderlein im Newsletter wörtlich. Sie sieht's mit Humor: „Dass uns das überhaupt passiert und dann noch so schnell: Leute macht den Schampus auf!!!“



Aktuelle Seminare

An der ABP können Sie zwischen Präsenz-Seminaren und Webinaren wählen.

Einige Präsenzseminare:

Magazinjournalismus I (18.01.-29.01.2021)

Facebook, Twitter, Instagram - Einsteigerkurs (18.01.-19.01.2021)

Change Kommunikation (20.01.-22.01.2021)

Einige Webinare:

Crashkurs SEO (15.01.2021)

Animationen für Texte und Grafiken mit Adobe Premiere (18.01.2021)

Bessere Bilder mit dem Smartphone (27.01.2021)

Unser Webinar-Angebot reicht von Kurzformaten (90 Minuten) bis zu mehrtägigen Kursen, thematisch von digitalen Tools bis 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)

Transformation, Umzug und Ausverkauf

Der Münchner Zeitschriftenmarkt schrumpft stetig, wie am Beispiel von Condé Nast und Bauer Media Group zu beobachten ist

Von Thomas Mrazek

In guten Zeiten arbeiteten im Münchner Zeitschriftenhaus von Condé Nast rund 380 Mitarbeiter*innen. Weltweit gibt der Verlag 143 Magazine raus und betreibt über 100 Websites. In Deutschland erscheinen Lifestyle-Titel wie *Vogue*, *Glamour*, *GQ* und *AD Architectural Digest*. Aktuell sind es nur noch 250 Mitarbeiter*innen. Im August gab es 19 Entlassungen. „Das Business von Condé Nast Germany war ein sehr unprofitables in den letzten Jahren“, räumt CEO Jessica Poppel-Schulz ein. Seit April 2019 leitet sie die deutsche Dependence. Auch das weltweite Geschäft des US-Medienkonzerns kriselt, im Oktober unkten Mediendienste, ob Poppel-Schulz nicht selbst bald ihren Stuhl räumen müsse, bei *kress* dementierte sie: „Ich werde die deutsche Transformation weiter vorantreiben und die Teams während dieser Veränderungen als CEO begleiten.“ Der Begriff Transformation taucht bei Poppel-Schulz immer wieder auf.

„Fünfjahresplan dynamisiert“

Ob denn weitere Kündigungen bei ihrem Unternehmen bevorstünden, wie Mitarbeiter*innen befürchten? Diese Frage mag sie nicht konkret beantworten. „Covid-19 hat als Transformationsbeschleuniger unseren Fünfjahresplan weiter dynamisiert, so dass wir jetzt noch schneller und konsequenter handeln müssen. Unser Fokus liegt ganz klar auf dem Auf- und Ausbau profitabler Produkte und potentieller Wachstumsfelder. Aufgrund der Reduzierung unseres Produktportfolios mussten wir entsprechend mit Personalmaßnahmen agieren und sind damit auch gut aufgestellt für die nächsten Herausforderungen“, sagt die Geschäftsführerin. Verunsicherungen bei der Belegschaft löst sie damit nicht auf. Bei den Printmagazinen wird kräftig gespart, beispielsweise werden die Erscheinungsfrequenzen weiter gestreckt.

„Die Welt da draußen ist nun mal digital, und Condé Nast Germany muss aus seinem Dornröschenschlaf aufwachen“, kommentier-

te Poppel-Schulz im August die Maßnahmen bei *Meedia*. Dass gar die Einstellung von Magazinen zu befürchten sei, dementiert sie gegenüber dem *BJVreport* im November: „Es gibt keine Pläne, von *Vogue*, *AD*, *Glamour* oder *GQ* abzuweichen.“ Sie erwähnt unter anderem, dass *Vogue* und *AD* „sehr stabil, mit wachsenden Abonnentenzahlen im zweistelligen Bereich“ seien. Aufs Jahr gesehen rechne sie „jedoch aufgrund der Pandemie mit einem deutlich zweistelligen, prozentualen Rückgang unserer Umsätze“. Hoffnung macht immerhin das Digitalgeschäft: „Unsere gelaunchten Initiativen mit dem Ausbau unser Audience zeigen Wirkung, die digitalen Umsätze im vierten Quartal sind deutlich über Vorjahresniveau“, resümiert Poppel-Schulz. Bis zum Jahresende sollen dort 20 neue Jobs geschaffen werden.

Keine neuen Arbeitsplätze in München wird es künftig bei der Bauer Media Group geben, denn der in Hamburg ansässige Konzern gibt seine Aktivitäten hier auf. Lediglich das achtköpfige Vermarktungsteam wird noch in München arbeiten. Zuletzt erschienen dort *Cosmopolitan*, *Madame*, *Monsieur* sowie *Bravo* und *Bravo Girl*. Bei den beiden letztgenannten Jugendzeitschriften arbeiteten noch 20 Mitarbeiter*innen. Jetzt konzentrierte man sich „zu 100 Prozent auf die digitale Weiterentwicklung“ in Hamburg und lagere die redaktionelle Produktion der Hefte mit Ausgabe 2/2021 an das Kölner Redaktionsbüro Wipperfürth aus, teilt Sprecherin Bianca Milz mit. Für die Kolleg*innen suche man „intensiv nach Weiterbeschäftigungsmöglichkeiten innerhalb unseres Unternehmens“. Die *Cosmopolitan* verlegt ihren Sitz nach Hamburg. In München arbeiteten 23 Mitarbeiter*innen für die Frauenzeitschrift, diesen biete man an, mit in die Hansestadt zu kommen. Wie viele diesen Umzug mitmachen, lässt sich derzeit noch nicht sagen, da die Entscheidungsfrist noch läuft. Chefredakteurin Lara Gonschorowski wird das mit einer Auflage von rund 192.000 Exemplaren er-

scheinende Monatsmagazin auch in Hamburg führen, sagt Sprecherin Milz. Bereits 2019 wurden die Frauenzeitschriften *Joy* und *Shape* nach Norddeutschland umgesiedelt und werden dort von einer Gemeinschaftsredaktion produziert.

Madame und Monsieur verkauft

Die immerhin seit 1952 existierende Zeitschrift *Madame* und das vor zwei Jahren vom gleichen Redaktionsteam gegründete Männerheft *Monsieur* wurden an die Looping Group verkauft. Diese 2017 unter anderem von Dominik Wichmann (der unter anderem von 2000 bis 2011 Chefredakteur des *SZ-Magazins* war) gegründete Agentur war bislang vor allem im Content Marketing tätig. Jetzt wolle man sich auch im Verlagsgeschäft etablieren, schreibt die Looping Group, die an den Standorten München, Hamburg und Berlin rund 100 Mitarbeiter*innen beschäftigt. Den 17 Mitarbeiter*innen von *Madame* und *Monsieur* wurde ein Angebot im Rahmen eines Betriebsübergangs gemacht, teilte die Bauer Media Group im Oktober mit.

2019 hatte Bauer einzelne Redaktionsräume des in Verlagsbesitz befindlichen vierstöckigen Gebäudes in Neuperlach noch aufwändig renovieren lassen, was darauf hindeutete, dass man weiter an diesem Standort festhalten wolle. Jetzt ist sozusagen alles perdu für die Münchner Mitarbeiter*innen. Ob der Verlag auch seine Immobilie veräußert, sei noch offen, teilt Milz mit.



Hinter der Recherche

Alles wird gut! Sowohl bei Condé Nast als auch bei der Bauer Media Group bekommt man explizit die wohlklingende Formel zu hören, dass alle Veränderungen stets zum Wohl der Beschäftigten erfolgten.

Die Chance in der Krise

2020 endlich vorbei! Diesen Grundtenor nehme ich in den letzten zwei Monaten des dahinsiechenden Jahres wahr. Corona, Covidioten, Einschränkungen – Schlagworte, die 287 Tage in wenigen Punkten zusammenfassen. Mit den Veränderungen, die Covid-19 im März auch nach Bayern brachte, mussten und müssen wir alle bis heute leben.

Das Aufatmen, dass 2020 endlich vorbei sei, drückt die Hoffnung aus, dass es im kommenden Jahr besser wird. Emotional betrachtet mag das der Jahreswechsel mit sich bringen. Doch wie die Hoffnung, zu Silvester endlich mit dem Rauchen aufhören zu können, könnten sich auch andere Hoffnungen in Rauch auflösen.

Einen Fehler sollten wir allerdings nicht machen, nämlich mit der Aussage, dass das Jahr endlich vorbei sei, auch alles zu vergessen, was in diesem Jahr passiert ist. Im Gegenteil, an einigen Dingen sollten wir sehr bewusst weiterarbeiten. Wie schnell mussten wir erkennen, dass diese Pandemie zur Existenzkrise für viele unserer Kolleg*innen wurde. Ein nicht unerheblicher Teil der Freiberufler*innen hatte innerhalb kürzester Zeit das Gros der Aufträge verloren. Unverschuldet. Passiv wahrnehmend. Innerhalb des BJV trugen wir möglichst schnell alle Hilfsmöglichkeiten zusammen. Wir mussten aber leider auch erkennen, wie ungenügend diese sind. Wir erkannten, dass es keinen „Plan B“ für diese Art der Soloselbstständigkeit gibt. Im laufenden Jahr galt es, den Aufprall etwas abzumildern, echte Lösungen fanden sich nicht.

Das dürfen wir keinesfalls vergessen und müssen im kommenden Jahr dafür kämpfen, dass eine solche Situation nicht nochmal eintritt. Es muss ein Netz geben, für Journalist*innen, die – sonst unauffällig steuerbezahrend und das soziale Netz nicht brauchend – in unserer Gesellschaft leben und plötzlich in Not geraten. Das

müssen wir an den zuständigen politischen Stellen erstreiten.

Wir sollten aber auch den Satz „Das geht auf keinen Fall“ aus unserem sprachlichen Repertoire streichen. Die Kontaktbeschränkungen haben gezeigt, was plötzlich alles möglich sein kann. Ende 2019 hätten sicher viele bestritten, dass Videokonferenzen ein legitimes, von allen nutzbares Mittel zur Kommunikation darstellen. Präsenz wurde großgeschrieben, Digital nur als Notlösung gesehen. Heute ist es andersrum. Online-Seminare wurden erfolgreich gebucht, das Bildungs- und Sozialwerk im BJV profitiert davon. Der Abstand zum BJV-Mitglied ist kleiner geworden, die Kommunikation direkter und schneller. Auch das dürfen wir nicht vergessen und müssen wir im Jahr 2021 weiterleben.

Was wir ebenfalls nicht vergessen dürfen – und das war im Grunde schon immer so – ist eine gelebte Solidarität. Diejenigen, denen es besser geht, sollten denjenigen helfen, die in Schwierigkeiten geraten.

Diese Solidarität bildet die Grundlage unseres Verbandes und macht einen starken BJV aus. Auch 2021. Zeitlos.



Michael Busch
ist Vorsitzender des Bayerischen
Journalisten-Verbands

Foto: Stefan Gregor

Virtuell waren nur die Teams

Bayern schaffen es beim Lauf der Freien von Minsk nach Magdeburg auf Platz 5

„Unser Team ‚Bewegung zählt‘ nähert sich 1000 gelaufenen Kilometern. Das tolle Herbstwetter vom Wochenende haben wir alle sehr genossen – die Stimmung war aber auch sensationell“, postet Teammitglied Uschi Horner, Vorsitzende der Fachgruppe Chancengleichheit im BJV, am 26. Oktober auf Facebook. Wie wichtig es sei, die Pressefreiheit in den Fokus zu rücken, zeigten die Zustände in Belarus, schreibt sie, und weiter: „Wir sind alle in Gedanken bei unseren Kolleg*innen, deren Job zurzeit mehr als schwierig ist.“ Am Ende bringt es das fünfköpfige, zum Teil bayerische Team „Bewegung zählt“ auf 1427 Kilometer, mehr als zwei Millionen Schritte und schafft es damit beim DJV-Lauf der Freien von Minsk nach Magdeburg auf den fünften Platz.

Angetreten waren bei der deutschlandweiten Aktion 18 Teams mit insgesamt 89 Teilnehmer*innen. Fast 31 Millionen Schritte hatten sie gemeinsam nach 42 Tagen zurückgelegt. Das bayerische Team „Isar Five“ schaffte es trotz verspätetem Start auf den elften Platz (1195 km, 1,7 Millionen Schritte), und „Damasd“ – dahinter verbarg sich der geschäftsführende Vorstand des BJV – lief sich, teilweise ausgebremst durch Quarantäne, auf Platz 14 (917 km, 1,4 Millionen



Sie liefen und liefen und liefen: freie Journalist*innen in ganz Deutschland. Foto: Anne Webert

Schritte). Den Sieg holten „die 5-Hamburger Freiläufer“ mit 1647 zurückgelegten Kilometern.

Folgende Idee stand hinter der Laufaktion für freie Journalist*innen: In meist fünfköpfigen, virtuellen Teams zählten die Teilnehmer*innen täglich Schritte und Kilometer und trugen diese im Online-Portal ein. Auch festangestellte Kolleg*innen durften mitmachen im Zeichen der Solidarität. „Virtuell sind dabei nur die Teams, denn es soll tatsächlich auch ‚in echt‘ gelaufen werden, wegen Corona

halt nur einzeln im Wald oder Stadion bei sich vor Ort“, hieß es im Aufruf.

Zeichen für die Pressefreiheit

Ziel der Teams war es, ab dem 28. September bis zum 8. November mindestens einmal die 1288 Kilometer von Minsk nach Magdeburg zurückzulegen und so ein Zeichen für die Pressefreiheit, aber auch für die gemeinsame Zukunft im freien Journalismus zu setzen. In Magdeburg hätte am 8./9. November eigentlich der DJV-Verbandstag stattfinden sollen, musste aber pandemiebedingt entfallen.

Anfangs sei die Idee zum Freierenlauf von einigen Leuten belächelt worden, erinnert sich Anne Webert, Vorsitzende des DJV-Fachausschusses Freie und Schriftführerin im BJV. Diejenigen, die mitmachten, seien dann aber allesamt wahnsinnig motiviert gewesen. Auf Bundesebene habe man durch die Aktion unheimlich viel gelernt und wolle auch künftig „noch mehr in virtuellen Dingen denken“ und, natürlich, auch über das „Jahr der Freien“ hinaus die freien Journalist*innen weiter im Fokus behalten. (mic)

Die Freien trifft Corona besonders hart

Für die Fachgruppe freie Journalist*innen im BJV sind digitale Treffs inzwischen Routine, 24 Kolleg*innen trafen sich zur vierten FREIstunde. Der Fachgruppenvorstand nahm dies zum Anlass, um im Sinne einer Jahresversammlung aufs auslaufende Jahr wie auch nach 2021 zu blicken.

Und geboten wurde viel Nutzwert, denn BJV-Justiziar Jakob Bürner sprach über den aktuellen Stand der verschiedenen Coronahilfen. So ernüchternd seine Rückschau auf Hilfsprogramme, die zum Teil „komplett an der Realität der Soloselbstständigen vorbeigingen“, wie er sagte, so sehr lässt die in Aussicht gestellte „Überbrückungshilfe III“ hoffen. Die nämlich beinhaltet einen eigens auf Soloselbstständige zugeschnittenen Part. Mehr unter bjvlink.de/freie-corona. (mic)

Der Vorstand unterwegs

Wie geht es weiter?

Der DJV-Verbandstag fällt aus. Was machen mit der Zeit? Diese Frage stellte sich für den Vorstand des BJV nicht wirklich. Zum einen, weil es eh genug zu tun gibt, zum anderen, weil es neue Aufgaben verbunden mit dem Ausfall zu erörtern galt. Mit den Mitgliedern, die als Delegierte zum Verbandstag gemeldet waren, sprachen wir per Videokonferenz über mögliche Wege, um die Ideen des BJV auch in den DJV zu tragen. Anschließend brachten wir in die Gesamtvorstandssitzung des Bundes diverse Aufträge der bayerischen Delegation ein.

Und weitere Herausforderungen stehen an, die den BJV intern betreffen: Sowohl die Mitgliederversammlung (geplant im ersten Quartal) wie auch die Geburtstagsfeier zum 75-jährigen Verbandsbestehen (zweites Quartal) werden nicht „wie immer“ zu planen sein. Voll digital, hybrid, verschoben? Der Vorstand arbeitet an Alternativen. Langweilig wird es uns trotz oder auch wegen Corona nicht.

Michael Busch

Work&Well: Auch virtuell lässt sich entspannen

Arbeiten kann mit digitalen Mitteln im Homeoffice durchaus funktionieren – das ergab sich in den vergangenen Monaten vielerorts zwangsweise. Doch auch entspannen kann man virtuell, wie sich beim Online-Summit „Work & Well“ der Fachgruppe Chancengleichheit im November zeigte. Rund 30 Teilnehmerinnen schalteten sich zu dem eintägigen Event zu. Neben Yoga- und Meditationseinheiten mit der Yogalehrerin, Buchautorin und Energiearbeiterin Frau Shanti alias Nadja Schäffholz-Wetter arbeitete die Motivationstrainerin Conny Schumacher im Workshop „Mach Dein Ding“ mit den Teilnehmerinnen an ihrer Selbstverwirklichung im beruflichen wie privaten Bereich. Feng-Shui-Expertin Danijela Saponjic erklärte zudem, was Feng-Shui mit dem erfolgreichen und effizienten Arbeiten im Homeoffice zu tun hat. (mic)

Renate Hermann bleibt MedienCampus-Vorsitzende

Renate Hermann, Medien-Professorin an der Hochschule Ansbach und Gründerin des PixelCampus, wurde jetzt als Vorstandsvorsitzende des MedienCampus Bayern für weitere drei Jahre im Amt bestätigt. Neue Stellvertreter des Dachverbands für Medienaus- und -fortbildung sind Journalismus-Professor Markus Kaiser von der Technischen Hochschule Nürnberg, der zuvor den MedienCampus und das MedienNetzwerk Bayern geleitet hatte, der Kommunikationswissenschaftler Professor Markus Behmer von der Otto-Friedrich-Universität Bamberg und Sabine Resch, Professorin für Modejournalismus an der Akademie Mode und Design in München. Im MedienCampus sind rund 120 Akademien, Hochschulen sowie Universitäten und Medienunternehmen vertreten. Außerdem sind mehrere Verbände Mitglied, darunter der BJV. Ziel des neuen Quartetts sei es, den MedienCampus als „Netzwerk der bayerischen Medienstudiengänge“ mit enger Einbindung von Medienunternehmen und den Branchenverbänden weiterzuentwickeln, heißt es in einer Pressemeldung. (pm)



Ein Neuer im Team der Fachgruppe Bild

Die Fachgruppe Bild wählte im Oktober einen neuen Vorstand: Als Vorsitzender bestätigt wurde Thomas Geiger, als seine Stellvertreter fungieren künftig Jim Albright, Dominik Bartl, André de Geare und Stefan Gregor. Neu im Vorstand ist jetzt Dominik Bartl, nicht wiedergewählt wurde Ferdinand Dörfler-Farhofer. Im Bild (von links): Vorsitzender Thomas Geiger und seine Stellvertreter Stefan Gregor, Dominik Bartl, André de Geare und James Edward Albright jr. Foto: Hans von Draminski

Anzeige



**Weil sich Krisen
nicht im Kalender
ankündigen.**

Als Vorsorgespezialist für die Medienbranche kennen wir uns mit Krisenzeiten und den Besonderheiten der Branche aus. Jetzt mit der passgenauen Altersvorsorge der Presse-Versorgung schon heute für die Absicherung im Alter planen. Mehr unter: presse-versorgung.de

Wie sie leben, wie sie arbeiten – der *BJVreport* besucht prominente Mitglieder in ihrem Büro. Bisher öffneten ihre Türen: ZDF-Moderatorin Katrin Müller-Hohenstein, BR-Studioleiter Tassilo Forchheimer, Radiolegende Fritz Egner, die SZ-Reporter Bastian Obermayer und Frederik Obermaier, DJS-Leiterin Henriette Löwisch, Redaktionsfotografin Regina Schmeken und Journalistikprofessor Klaus Meier.

Die Hürdenspringerin

Sie kann nicht hören, na und? Iris Meinhardt hat das Volontariat im *Bayerischen Rundfunk* geschafft und noch Großes vor, nicht nur auf Instagram. Hand drauf!

Von Senta Krasser



Wenn die eigene Wohnung Home Office und TV-Studio zugleich ist so wie bei Iris Meinhardt, dann ist das erstmal (die kurzen Wege! die geringen Produktionskosten!) praktisch und zweitens eine Herausforderung: Wo finde ich eine neue Perspektive, damit es nicht langweilig wird? Für eine Insta-Story dekoriert die Moderatorin von „Hand drauf“ deshalb ihr Apartment schon mal um. Oder sie weicht aus: in die Küche.

Foto: Sachelle Babbar

Da sage mal einer, die kleinste Hütte taugt nicht zum Fernsehstudio: Ein Fauteuil in Altrosa als Sitzgelegenheit, wahlweise die Yogamatte für den elastischen Schneidersitz, auf dem Klapptisch das Laptop und auf dem Stativ das Smartphone mit der 12-Megapixel-Kamera, dazu für den schmeichelhaften Teint eine dieser Ringlampen, die Beauty-Influencerinnen gerne benutzen – mehr braucht es nicht, damit Iris Meinhardt, Absolventin des 30. Volontärjahrgangs des *Bayerischen Rundfunks*, Programm macht. Auf neudeutsch: Content produziert, und zwar für *funk*, das Jugendangebot von ARD und ZDF im Netz.

Die Umzugskisten sind noch nicht alle ausgepackt, auch einige Möbel warten noch auf ihre Auslieferung, als an diesem Novembertag ein blonder Lockenkopf in sein Apartment in München-Pasing hineinblicken lässt. Als Kulisse für „Hand drauf“ sind Meinhardts private vier Wän-

de bereits in vollem Einsatz. Woche für Woche entstehen hier Fotos und Videos für dieses neue Bewegtbildformat auf Instagram, das es dort in dieser Form noch nicht gab – und das sich gezielt

„Wenn Diversität selbstverständlicher wird, dann hoffe ich, dass die Hörer*innen sich an unterschiedliche Sprechweisen gewöhnen.“

Iris Meinhardt

an Menschen richtet, die so sind wie die Autorin und Moderatorin selbst: ohne Gehör.

Iris Meinhardt kam vor 30 Jahren nahezu gehörlos auf die Welt in eine Münchner Familie, die bis auf die Schwester nicht oder kaum hört. Mit Hörgerät kann sie zwar rudimentär der gespro-

chenen Sprache folgen. Doch ihre Muttersprache, in der sie sich sicher und wohlfühlt, ist die Deutsche Gebärdensprache. Diese stellt das „nur“ sprechende *BJVreport*-Team aus Fotograf vor Ort und Interviewerin am Bildschirm vor eine Herausforderung, die nicht unlösbar ist: Via Zoom wird eine Gebärdendolmetscherin zugeschaltet. Dass die Kommunikation dennoch manchmal verstummt, liegt an der überlasteten Technik, die das Bild holpern lässt. Gebärden lesen? Schwierig.

Nicht erst seit Corona ist Bildtelefonie für Gehörlose alltäglich wie unersetzlich für Teilhabe am gesellschaftlichen und beruflichen Leben. Apps wie Telesign oder Tess ermöglichen Gespräche zwischen Hörenden und Hörgeschädigten. Ist sie privat unterwegs, nutzt Meinhardt meist Facetime: „In der S-Bahn gibt das schon mal komische Blicke, wenn ich mit einer Hand ins Smartphone gebärde.“ Komische Blicke dürfte es auch

geben, wenn die Mund-Nase-Bedeckung zur Kommunikation tiefer rutscht. Das Stück Stoff im Gesicht sei „ein Problem, weil es Mimik versteckt“, sagt respektive gebärdet Meinhardt. Wenn es sich bewegt, könne sie nicht erkennen, ob die Person mit ihr spricht oder nur atmet. Die Infektionsschutzverordnung in Bayern lässt deshalb Ausnahmen von der Maskenpflicht zu.

Aber auch ohne Corona: Um wie viel höher müssen die Hürden für eine gehörlose Journalistin sein, um in einem Beruf Fuß zu fassen, den in der großen Mehrzahl Hörende ausüben?

Der erste Schritt ist gemacht. Ihr Abschlusszeugnis hat Iris Meinhardt seit diesem Oktober in der Tasche. Zwei harte Jahre liegen hinter ihr, aber nicht nur für sie, wie sie betont, „auch für die anderen in meinem Kurs war das Volontariat sehr anstrengend“. Der hohe Zeitdruck, die vielen Deadlines, „das hat unsere Energiereserven aufgebraucht“. Bei ihr kam hinzu, dass sie für Termine stets selbst eine Dolmetscherkraft aufreiben musste. Im beruflichen Kontext übernimmt das Inklusionsamt teilweise die Kosten, der Rest verbleibt beim BR. Doch an Gebärdensprache ist Mangel. Und ohne sie ist es für Meinhardt nicht immer einfach, mit den hörenden Volontär*innen mitzuhalten – und dennoch für die Gehörlosengemeinschaft tatkräftig voranzugehen.

„Sehen statt Hören“

Nie in der dreißigjährigen Ausbildungsgeschichte hat ein gehörloser Journalist oder eine gehörlose Journalistin im BR volantiert. Sogar in der ganzen ARD ist Iris Meinhardt Pionierin. Dass sie Karriere vor und hinter der Kamera macht, hätte sie selbst so nicht erwartet. Der Journalismus und ich, das wird nie was, dachte sie, als sie in München Politik studierte. Ein Praktikum in der Redaktion von „Sehen statt Hören“ öffnete Türen.

„Sehen statt Hören“ ist die einzige Sendereihe in der deutschen TV-Landschaft, die im Bild sichtbar macht, was man sonst nur im Ton hört. Das halbstündige Magazin wird seit 1975 vom BR produziert und in allen Dritten Programmen der ARD sowie auf 3sat und ARDalpha ausgestrahlt. Für hörgeschädigte Zuschauer*innen ist es eine Institution. Für Iris Meinhardt war es das Sprungbrett ins Volontariat. Nur zwölf Plätze werden jedes Jahr vergeben, sie erwischte den zwölften. Ihr Ausbildungsleiter Clemens Finzer lobt, wie sie sich „durch keinerlei Hürden und Hindernisse aufhalten“ ließ und sich „im wahrsten Sinne des Wortes Gehör verschafft(e)“. Ja, wie genau?

Erste Station war im Radio, im „Notizbuch“ auf Bayern 2. Da habe sie erstmal schlucken müs-

Warum ich im BJV bin

„Als Volontärin im Bayerischen Rundfunk wurde ich ins kalte Wasser geworfen. Ich hatte keine Ahnung von der rechtlichen Seite meines Berufs. Als ich die Abschlussreportage über Erntehelfer drehte, hatte ich Sorge: Mensch, was ist eigentlich, wenn da Vorwürfe an mich herangetragen werden? In so einer Situation Rückendeckung zu haben und zu wissen, vom BJV kann ich Beratung und Unterstützung bekommen, hat mich bewegt, in den Verband einzutreten. Der Newsletter hält mich auf dem Laufenden. Außerdem gefallen mir die Angebote für Workshops und Weiterbildung. Ich muss nur schauen, wie ich die Dolmetscherkostenübernahme geregelt bekomme, damit ich daran teilnehmen kann.“

sen, erinnert sich Meinhardt, wie das wohl für sie laufen werde? „Es war aber nur eine gedachte Hürde. Ich wusste, ich werde einen Weg finden. Ich kann sprechen. Ich kann Leuten Fragen stellen. Nur was sie mir antworten, verstehe ich nicht.“ Die Transkriptionssoftware Multicast verschriftlicht das Gesagte, „auch wenn da oft Nonsense transkribiert wird“. Eine hörende Kollegin von „Sehen statt Hören“ half ihr beim Schnitt.

„Anfangs“, fährt Meinhardt fort, „diskutierten wir, ob ich bei der Anmoderation dazu sagen soll, dass ich gehörlos bin, weil meine Stimme natürlich ein bisschen anders klingt.“ Für sie sei es interessant gewesen zu erfahren, wie wichtig eine gute Stimme für die Hörenden ist. Sie findet: „Menschen müssen sich an Neues gewöhnen. Wenn Diversität selbstverständlicher wird, dann hoffe ich, dass die Hörer*innen sich an unterschiedliche Sprechweisen gewöhnen.“

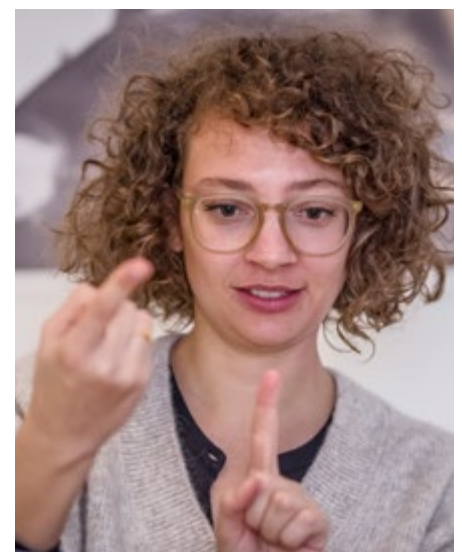
Sich in einer Redaktion ohne Gebärdende zu rechtzufinden, kostet Iris Meinhardt Kraft. Viel entspannter ist da ihr aktueller Job bei „Hand drauf“, wo Hörende mit Gehörlosen gebärden. Noch während des Volontariats begann der Aufbau dieses funk-Kanals. Einmal im Monat ging auf YouTube ein Video mit Meinhardt als Presenterin online. Ein Porträt über eine Musikdolmetscherin war dabei. In der Hauptsache bestand „Hand drauf“ aber aus Clips von populären funk-Formaten wie „Auf Klo“ mit zusätzlicher Übersetzung in Gebärdensprache. Also Programm von Hörenden für Nicht-Hörende. In der Zielgruppe schlug das keine Funken. Nach wenigen Monaten war Kreativpause.

Seit diesem November ist „Hand drauf“ nun

zurück mit neuem Konzept und auf Instagram. Insta-Stories, erklärt Meinhardt, seien für Gehörlose angenehmer zu konsumieren als YouTube-Videos, auch weil Schrift und Grafik eine größere Rolle spielen. Gleich im ersten Monat kletterte die Abozahl auf 5.000. Themen und Aufmachung kommen in der „deaf community“ eben an, nicht zuletzt weil das Team deren Ideen und Anregungen umsetzt. Ob Gehörlose anfälliger für Fake News sind, war zum Beispiel so ein Rechercheauftrag. Und sind sie es? Wissenschaftliche Studien gibt es Meinhardt zufolge noch nicht. „Unsere Vermutung ist: Viele Gehörlose sind in der deutschen Schriftsprache nicht unbedingt stark. Möglicherweise fallen sie deshalb eher auf Fake News rein als Hörende. Eine spannende These, an der wir dranbleiben wollen.“

Die Moderation von „Hand drauf“ teilt sich Meinhardt mit einem Gebärdendozenten aus Bochum und einer gehörlosen Weltenbummlerin. Alle drei arbeiten auch als Autor*innen und produzieren die Storys stilecht aus ihren Wohnungen, für den „authentischen Look“, so wie man ihn aus der „News-WG“ des BR schon kennt. Auch für diese Truppe ist Meinhardt im Dienst, nebenbei schreibt sie für die Deutsche Gehörlosenzeitung. Dabei wollte sie es nach dem Vollostress erstmal langsam angehen, Energien auftanken, reisen, Abenteuer erleben. „Da muss noch was kommen, das fühle ich in mir.“

Und beruflich? Da möchte Iris Meinhardt unbedingt ihr Blickfeld weiten auch für Themen, die nichts mit der Gehörlosenvelt zu tun haben. „Nicht zuletzt möchte ich beweisen: Arbeiten mit mir als gehörloser Person ist möglich.“



Sehen statt hören: Iris Meinhardt lässt ihre Hände sprechen.

Foto: Sachelle Babbar

Widerworte in der Weihestunde

Als der DJV fünf neue Landesverbände aufnahm, stellte Bayern unbequeme Fragen

Von Alois Knoller

So schön war alles eingefädelt. Ein halbes Jahr lang hatten sich Geschäftsführer und Vorsitzende einzelner DJV-Landesverbände in den Bezirken der noch bestehenden Deutschen Demokratischen Republik umgesehen. Eine neue Verbandsstruktur für Journalist*innen sollte aufgebaut werden. Aus der DJV-Bundesgeschäftsstelle in Bonn kamen Mustersatzungen und Aufnahmeanträge, so dass keine größeren Zeitverzögerungen beim Organisatorischen auftraten. Jedes der fünf neuen Bundesländer hatte eine DJV-Gliederung. Auf dem Vereinigungsverbandstag am 5. November 1990 in der Bundeshauptstadt Bonn sollten sie mit offenen Armen aufgenommen werden. Doch bayerische Delegierte erfrechten sich, die Weihestunde mit ihren Widerworten zu stören.

Kritischer Störenfried

Die Münchner Journalistikstudentin Sabine Knott wagte es, den Gründungsvorsitzenden des DJV Sachsen, Günter Raue, über seine linientreue DDR-Vergangenheit zur Rede zu stellen. Als Professor für Journalistik an der Karl-Marx-Universität Leipzig, auch das Rote Kloster genannt, war Raue ein berühmter Wendehals. Vor seiner Professur war er Redakteur und Moskau-Korrespondent des SED-Zentralorgans *Neues Deutschland*. Anstatt über ihn empörten sich die DJV-Granden in Bonn allerdings über den kritischen Störenfried aus dem BJV-Vorstand. „Ich bin ziemlich angegriffen worden“, erinnert sich Sabine Knott, die inzwischen die Zuschauer-Redaktion der ARD in München leitet. Sie ritt ihre scharfe Attacke gegen Raue nicht von ungefähr: „Ich hatte gerade zwei Monate in Leipzig für meine Diplomarbeit über die Journalistenausbildung in der DDR recherchiert und hatte dabei auch Studierende und Absolventen des Roten Klosters befragt.“

Im Nachruf des DJV Sachsen von 1995 hieß



Bayerische Delegierte im Tagungssaal in Bonn am 5. November 1990 beim Vereinigungsverbandstag des DJV.

Foto: Silvio Wyszengrad

es, seine eigenen Forschungen zur DDR-Geschichte „unterlagen da anderen Zwängen, die zu durchbrechen auch Günter Raue nicht im Stande war“. In der Wendezeit war er erster freigewählter Direktor der Sektion Journalistik. „Es zeigte sich aber“, so der Nachruf, „dass die Erwartungen der Studenten und Mitarbeiter in dieser Umbruchzeit wohl nicht zu erfüllen waren. Kein Wendehals zu sein und dennoch alles anders zu machen, gelang auch Günter Raue nicht.“ Im Januar 1991 erklärte er seinen Rücktritt als Landesvorsitzender.

Die fünf neuen Landesverbände kamen natürlich im November 1990 unter dem Dach des DJV. Die Weichen waren seit Monaten gestellt. Der DJV-Vorstand hatte im April 1990 die Arbeitsgruppe DDR ins Leben gerufen. Schon im Juni gründeten sich erste Landesverbände, zumal sich erfahrene Granden des Verbands als Paten engagierten. Karl Geibel aus Baden-Württemberg wurde Gründervater in Sachsen, Josef Weiske aus Rheinland-Pfalz in Thüringen. Nordrhein-Westfalen nahm Brandenburg unter die Fittiche, Hamburg und Bremen kümmerten sich um Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen um den Nachbarn Sachsen-Anhalt. Und Berlin-West um Berlin-Ost.

Der BJV hat sich in der Wendezeit vor allem um die berufliche Neuorientierung der DDR-Kolleg*innen gekümmert. Im Grenzgebiet gab es Infoveranstaltungen, etwa zum neuen Presse- und Steuerrecht sowie in der Betriebsratsarbeit. So hatte die Akademie der Bayerischen Presse Chefredakteure von dort zum Austausch eingeladen und die Evangelische Akademie Tutzing tagte zum journalistischen Selbstverständnis nach der Wende.

Auch das Wirken einer unabhängigen und überparteilichen Journalistenorganisation war neu zu lernen. In der DDR gab es nur eine Einheitsgewerkschaft, der

Verband der Journalisten (VdJ) existierte lediglich als reine Berufsorganisation. Für freie Journalist*innen war es schwierig, Mitglied des VdJ zu werden. Im DJV, der Gewerkschaft und Berufsverband in sich vereint, befanden sich nun alle hauptberuflichen Journalist*innen unter einem Dach.

Kein „trojanisches Fohlen“

Der bayerische Landesvorsitzende Erich Geiersberger war jedoch auf der Hut, kein „trojanisches Fohlen“ herein gelassen zu haben, „das schließlich eifrig mithelfen würde, den DJV zu verändern“. Er wolle keine Kolleg*innen in der Verbandsspitze haben, „die sich durch ihren Übereifer schon einmal hervorgetan und geholfen haben, ihren Ländern und deren Menschen Schaden zuzufügen“. Geiersberger pochte auf sein Recht, „uns dagegen zu verwahren, dass Uneinsichtige ihre Ideologie da capo lediglich in neuer Besetzung weiter zu praktizieren versuchen“.



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

Workshops und Netzwerktreff „dahoam“

Aus der Not heraus wurden aus dem FREItag vier digitale FREIitage. Das hatte Vor- und Nachteile

„Ich fand es sehr gelungen, die Themenauswahl war toll, es war jedes Mal gute Stimmung, auch die Technik hat funktioniert und mir wird etwas fehlen“: Viel positive Resonanz erreichte das Team der Fachgruppe Freie Journalist*innen. In Zeiten von Corona ist alles ein bisschen anders – und so mussten die Freien 2020 mit ihrem traditionellen Netzwerk- und Workshopstag ins Internet ausweichen. Aus einem FREItag wurden vier digitale FREIitage mit sieben Workshops, Rechtsberatung und „Netzwerktreffs dahoam“. Ein Zukunftskonzept? Ein Blick auf Vor- und Nachteile.

„Üben, lernen, versierter werden“

Denn, dies sollte man nicht ausblenden, auch kritische Resonanz erreichte den BJV, so folgender Kommentar: „Wenn es möglich ist, finde ich echte Treffen immer besser. Individuelle Fragen und Anliegen werden effektiver behandelt – man kann (gegebenenfalls mehrfach) nachhaken und sich nicht nur mit dem Workshop-Leiter, sondern auch allen Teilnehmern direkt und schnell austauschen. Das geht

im Chat nicht – dort wählt der Workshop-Leiter die Fragen aus und beantwortet sie, Nachfragen nur schwer möglich, kaum Input anderer Teilnehmer.“

56 Teilnehmer*innen nutzten das Fortbildungsangebot, 40 waren an allen vier Freitagen dabei – darunter auch freie Journalist*innen aus Hamburg, Bremen, der Pfalz, der Schweiz und selbst aus Kolumbien. Die Teilnehmer*innen zahlten bei Buchung aller Tage den gleichen Kostenbeitrag wie im Vorjahr beim Präsenz-FREItag – zwar ohne Catering, dafür aber mit der Möglichkeit, nicht nur vier, sondern alle sieben Workshops zu besuchen und die Rechtsberatung zu nutzen. Die in früheren Jahren im BJV regelmäßig diskutierten Kosten des FREItags fallen heuer wesentlich geringer aus, weil nur Referent*innenhonorare, doch keine Kosten für Catering, Location und Anreise anfallen. Auch für die Teilnehmer*innen entfiel die teils kosten- und zeitintensive Anfahrt.

Doch Fachgruppen-Vorsitzende Marion Trutter sieht auch Nachteile. Zwar entwickelten sich bei den digitalen „Netzwerktreffs

dahoam“ durchaus angeregte Diskussionen, das direkte Netzwerken blieb aber aus. One-to-One-Gespräche konnten nicht stattfinden – und es sei eben auch immens wichtig, sich wenigstens einmal im Jahr live zu begegnen. Auch sei es im virtuellen Treff für Teilnehmer*innen schwieriger, sich über einen längeren Zeitraum zu konzentrieren. Entsprechend habe sich die Fachgruppe entschieden, den FREItag auf vier Tage zu strecken mit nur zwei Workshops á 75 Minuten pro Nachmittag. Haptische Elemente, wie sie sich etwa im Seminar „Lean Video – in zehn Schritten zum fertigen Film“ angeboten hätten, entfielen, Referentin Gesine Jordan konnte ihr Arbeitsmaterial nur im Kameraschwenk zeigen. „Wie lässt sich ein digitaler Workshop noch lebendiger gestalten? Wir müssen alle noch üben, lernen, versierter werden“, sagt Trutter.

Zur digitalen Rechtsberatung meldeten sich heuer laut BJV-Justiziar Stefan Marx nur drei Mitglieder. In den Vier-Augen-Gesprächen ging es um Nutzungsrechte von Texten und Bildern wie auch Verlinkungen auf der eigenen Website, um die Sorge, als investigativer Journalist für Aussagen der Informanten selbst haftbar gemacht zu werden und ums Urheberrecht sowie Streitigkeiten bei der Rechteübertragung. Nur in einem Fall kamen Fragen auf zu Coronahilfsprogrammen. (mic)

„Räume mit weniger Rassismus schaffen“

Tipps gegen Hass in der Sprache

Was tun gegen Hass in der Sprache? In einem FREItags-Workshop gab die freie Berliner Journalistin Gilda Sahebi eine Einführung in eine diskriminierungsfreie Berichterstattung. Vor allem beschäftigt sich die ausgebildete Ärztin in ihren Artikeln mit Antisemitismus und Rassismus, Medizin, Frauenrechten und Themen des Nahen Ostens.



Gilda Sahebi
Foto: Hannes Leitlein

Sie appellierte an die Kolleg*innen zum positiven Herangehen. So sollte man sich nicht fragen, was man noch sagen dürfe, die richtige Frage laute: „Wie kann ich durch meine Sprache Räume mit weniger Rassismus erschaffen?“


Dabei gehe es nicht um die eigene Wahrnehmung, sondern um den Versuch zu verstehen, was Begriffe mit dem Menschen machen,

der betroffen sei. Mit anderen Worten: Es geht um Empathie. Beispiel gefällig? Ein Mensch im Rollstuhl etwa fühle sich vielleicht weder gefesselt, noch als Opfer. Und trotzdem lese man immer noch die Formulierung „an den Rollstuhl gefesselt“. Journalist*innen spiegelten hier ihre eigene Wahrnehmung.

Sahebi zeigte Beispiele aus der Werbung mit rassistischen Frames. Nur ein Versehen? Die Referentin verneinte. „Sie bewirken, dass alle darüber reden – und das ist gewollt.“ Das Problem beim Framing sei auch: Ein Fragezeichen interessiert das menschliche Gehirn nicht, es denkt nicht die Frage, sondern die inhaltliche Aussage. Und: Aufgepasst bei Zitaten, die unhinterfragt und nicht eingeordnet etwa bei Twitter weitergegeben werden.

Dort werden sie gern als Fakten wahrgenommen.

Als Hilfestellung für die tägliche Redaktionsarbeit verwies Gilda Sahebi unter anderem aufs Glossar mit Formulierungshilfen der Neuen Deutschen Medienmacher*innen.

(mic)
 glossar.neuemedienmacher.de

Noch mehr FREIitage 2020

„In Eurem Job verkauft Ihr Eure Lebenszeit“, sagte Referentin Ljubov Chaikewitch und sprach über den „Weg zu richtig guten Honoraren“. Mehr unter bjvlink.de/gute-honorare.

Wissenschaftsjournalist Wolfgang Goede stellte unter dem Stichwort „Die Zukunft ist digital“ ein Paket an neuen Online-Geschäftsideen vor. Und Trainerin Conny Schumacher erklärte, „wie wir uns am eigenen Schopf aus dem Sumpf ziehen“ und aus der Krise „stärker als zuvor herausgehen“. Mehr unter bjvlink.de/freitag-2020.

„Einfach nur Kim“

Bei den Münchner Medientagen organisierte der BJV den Livetalk „Inklusives TV – Wie junge Medienmacher*innen mit Behinderung zu mehr Diversität beitragen“

Von *Michaela Schneider*

„Was will ich als Rollstuhlfahrerin vor der Kamera?“. Die Frage stellte sich Kim Moquenco, bevor sie vor neun Jahren mit dem Modelanfang. Heute arbeitet sie zudem als Moderatorin, unter anderem beim Jugendmagazin *yoin*. Sie empfinde es mehr als notwendig und an der Zeit, viel mehr Menschen mit Behinderung vor der Kamera zu sehen, ist auf ihrer Website zu lesen, und weiter: „Unsere Gesellschaft lebt von Vielfalt. Sollte das nicht auch in der Medienwelt so sein? Deswegen bin ich aber auch nicht die Frau im Rollstuhl, sondern einfach nur Kim.“

Unter dem Motto „Inklusives TV – Wie junge Medienmacher*innen mit Behinderung zu mehr Diversität beitragen“ hatte der BJV beim diesjährigen Mediacampus „Start into Media“ der komplett digitalen Münchner Medientage einen Livetalk mit Kim Moquenco sowie Hermann Höbel, Chefredakteur und Geschäftsführer der TV-Redaktion der Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien (abm), organisiert.

Ziel des 1983 gegründeten Vereins ist es, Menschen mit einer Behinderung Zugang zu Medien zu erschließen. Im Projekt „klartext“ etwa schreiben Redakteur*innen Texte und übersetzen Internetseiten in Leichte Sprache. Das Jugendmagazin *yoin* und die Talkshow „Krauthausen – face to face“ gelten als Pilotprojekte für ein barrierefreies Fernsehen der Zukunft und, wie es auf der Website heißt, für eine „voll inklusive“ Optionsvielfalt mit sepa-



Es sei mehr als notwendig und an der Zeit, viel mehr Menschen mit Behinderung, so wie sie es sei, vor der Kamera zu sehen, sagt Moderatorin Kim Moquenco.

Foto: Leon Wolf / abm 2020

rat zuschaltbarem Untertitel, der Einblendung eines Gebärdensprachdolmetschers, sowie Soundtracks mit Audiodeskription oder in Leichter Sprache. Höbel bezeichnet die Angebote der abm als „Lokomotive, um innovative Dinge voranzubringen“.

Was Kim Moquenco ärgert: Modelaufträge bekommt sie ausschließlich zum Thema Inklusion. „Man tut sich in Deutschland schwer, auch noch 2020, eine Frau im Rollstuhl anders als im Bereich Inklusion zu sehen“, sagt sie. Und bei Moderationen sei dies nicht an-

ders. Die Gesellschaft sei da sehr verkrampft, es brauche mehr Begegnungen. Zumal, wenn man sich ins Bewusstsein ruft, dass in Deutschland fast jeder zehnte Mensch eine schwere Behinderung hat. „Aber das sieht man nicht vor der Kamera“, kritisiert die Moderatorin aus dem oberbayerischen Geisenfeld im Landkreis Pfaffenhofen. Was sie im Fernsehen sehe, seien schöne, gesunde, weiße Frauen. Moquenco spricht vom „gegenseitigen Recht, sichtbar zu sein“. Sie appelliert an Redaktionen, Menschen mit Behinderung gezielt anzusprechen und als Mitarbeiter*innen an Bord zu holen. Es gehe um Offenheit, um Zutrauen und um das Bewusstsein, dass Diversität etwas Schönes, Bereicherndes sei.

„Gar keine so großen Unterschiede“

Als „ganz wichtige Message“, appellierte Chefredakteur Hermann Höbel daran, „Vorurteile, die über Nichtwissen kommen, abzubauen“. Diversität in Redaktionen eröffnet die Chance, dass Menschen mit Behinderung „aus ihrer Warte Geschichten zu erzählen“ und sie lässt entdecken, „dass es gar keine so großen

Hilfen für die journalistische Arbeitspraxis

Mit dem Thema „Einfache Sprache. Wie Texte verständlicher werden“ beschäftigte sich Autor Georg Wimmer in der dem DJV-Magazin *journalist* beiliegenden Reihe JournalistenWerkstatt im Juni 2020. bjvlink.de/einfache-sprache

Mit dem Projekt Leidmedien berät ein Team aus Medienschaffenden mit und ohne Behinderung Redaktionen. „Wir betreiben Medienkritik, tauschen uns mit betroffenen Expert*innen aus und zeigen Formulierungsalternativen und Perspektivwechsel in der Berichterstattung auf“, heißt es auf der Website www.leidmedien.de.

„Muss man drei ‚Behinderten‘ zuhören? Muss man nicht, man sollte“, heißt es in der Beschreibung des *Bayern2*-Podcasts „Die neue Norm“. Judyta Smykowski, Jonas Karpa und Raúl Krauthausen sprechen hier über Vielfalt, Inklusion und das Leben von Menschen mit Behinderung. Im Oktober etwa ging es um die auch für Journalist*innen relevante Frage: „Behinderung und Sprache – Wie sagt man es denn nun?“ bjvlink.de/norm

Unterschiede gibt“. Auch die abm bietet Ausbildungsplätze in ihrer inklusiven TV-Redaktion an, unterem anderem zu Mediengestalter*innen Bild und Ton. Die Ausbildung ist das eine, die spätere Arbeit ein anderes – und hier fehlt es in manchem Unternehmen immer noch an den örtlichen Gegebenheiten. „Selbst bei den schönsten Neubauten wird oft nicht an Barrierefreiheit gedacht“, beobachtet Höbel und empfiehlt, diese im Ernstfall einzuklagen: „Wenn sie noch nicht vorhanden ist, müssen wir’s machen.“

Ganz egal, ob mit oder ohne Behinderung: Kim Moquenco empfiehlt, mit Blick auf den künftigen Beruf sich auszuprobieren, sich keine Grenzen zu setzen, sich selbst zu vertrauen sowie einfach zu machen. „Und wenn wir an etwas scheitern, haben wir auch daran gelernt“, sagt die Moderatorin.



Hier stellt Kim Moquenco sich und ihre Arbeit vor:
moquenco.de

Mehr zur Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien (abm):
www.abm-medien.de

Noch mehr BJV bei den Münchner Medientagen

Der BJV beteiligte sich beim diesjährigen Medientag „Start into Media“ der Münchner Medientage mit einem digitalem Messtand, Live-Chats, Webinaren und einem Livetalk. Aileen Gonda, Vorsitzende der FG Junge Journalist*innen im BJV, erzählte als Auftakt von ihrem Einstieg ins Berufsfeld Technische Redaktion, Crossmedia und Online-Marketing.

Mehr dazu im Internet: bjvlink.de/medientage-20

Über Chancen für Quereinsteiger sprach der BJV-Vorsitzende Michael Busch bei „Start into Media“. Thomas Mrazek, Vorsitzender der BJV-Fachgruppe Online-Journalist*innen, warb unter dem Motto „Online findet die Zukunft des Journalismus statt“.

bjvlink.de/chancen

Jonas Millers investigative Recherchen ziehen sich oft über Wochen, die Verflechtungen der süddeutschen Neonazi-Szene mit dem NSU-Umfeld untersucht er seit mittlerweile drei Jahren. Darüber erzählte der stellvertretende Vorsitzende der Fachgruppe Junge Journalist*innen im BJV in einem Webinar unter dem Stichwort „Im Trüben fischen“.

bjvlink.de/investigativ20

Was ist echt und was ist Fake? Einen „Einstieg ins Fact Checking“ unternahm für den BJV bei Start into Media“ Bernd Oswald, Mitglied des Faktenfuchs-Teams bei BR24 und Journalistentrainer.

Auch ein kurzer Besuch am digitalen BJV-Messtand bei „Start into Media“ lohnte, denn unter anderem erzählten hier in kurzen Videos junge Kolleg*innen, warum sich für sie die Mitgliedschaft im BJV lohnt – darunter Thomas Balbierer, Volontär bei der *Süddeutschen Zeitung*, Alexandra Haderlein, freie Multimedia-Redakteurin und Begründerin des Portals www.lokalblog-nuernberg.de und Aileen Gonda, Vorsitzende der Fachgruppe Junge im BJV.



zur Förderung des journalistischen Nachwuchses

2020

Wettbewerb für Printmedien, Hörfunk, Fernsehen und Internet!

Zugelassen sind Beiträge junger Journalistinnen und Journalisten bis einschließlich 35 Jahre zu den Themen Gesundheit und Soziales, die zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember 2020 in einer in Bayern erscheinenden Zeitung oder Zeitschrift veröffentlicht oder von einem Rundfunksender mit redaktionellem Sitz bzw. einem Landesstudio in Bayern ausgestrahlt worden sind. Zugelassen sind in der Kategorie Online auch speziell für das Internet multimedial produzierte Beiträge auf allgemein zugänglichen Webadressen. Videos, die speziell für allgemein zugängliche Videoportale (wie YouTube) produziert werden, werden in der Kategorie Fernsehen berücksichtigt. Beiträge aus den elektronischen Medien außerhalb Bayerns müssen thematisch relevant für den Freistaat sein.

Im Printbereich wird zudem ein bundesweiter Sonderpreis ohne Altersbeschränkung vergeben.

Der Medienpreis ist mit insgesamt 30.500 Euro dotiert.

Informationen und Anmeldung:

Internet: www.aok-medienpreis.de

- e-mail: medienpreis@by.aok.de
- Telefon: 089 62730-184
- AOK Bayern, Zentrale ● z. Hd. Frau Andrea Winkler-Mayerhöfer
- Carl-Wery-Str. 28, 81739 München

Ausgeschrieben von der AOK Bayern in Zusammenarbeit mit den Nachwuchsjournalisten in Bayern e.V. (NJB) - unterstützt von der Deutschen Journalistenschule München e.V. (DJS).



DJS.

Das Virus bremst den Verbandstag

Der DJV sollte digital tagen, mit einem Rumpfteam im Saal. Jetzt könnten Thementage Ersatz sein

Von Alois Knoller

Die Vorstellung schien verlockend: Der ganze DJV-Verbandstag wird in den virtuellen Raum verlagert, die maximal 286 Teilnehmer schalten sich am heimischen Bildschirm dazu. Sie lassen sich berichten, diskutieren darüber, stimmen ab, wählen ihre Vertreter im Deutschen Presserat – gerade so als wären sie persönlich im Magdeburger Tagungshotel.

Aber so ging es nicht. Wenigstens ein Kernteam hätte in Magdeburg am 8./9. November tatsächlich anwesend sein müssen: der Vorstand und die Geschäftsführung, das Tagungspräsidium, die Antrags- und die Mandatsprüfungskommission, schließlich noch technisches Personal. Insgesamt 38 Personen hat der DJV-Vorsitzende Frank Überall zusammengezählt. In Corona-Zeiten eine Unmöglichkeit und vom Land Sachsen-Anhalt ohnehin untersagt. Also blieb nur die Absage zum jetzigen Zeitpunkt und das Versprechen, den Verbandstag alsbald in 2021 nachzuholen.

Kritik an Dünnhäutigkeit

Im BJV gab es in Kreisen der Delegierten dazu kritische Nachfragen, die bei einer Videokonferenz alle dem bayerischen Vorstand gestellt werden konnten. Widerspruchslos mit der Absage abfinden wollte sich etwa Jürgen Dennerlohr (Neumarkt) nicht: „Warum müssten 38 Personen in Magdeburg anwesend sein?“ Bei BJV-Chef Michael Busch rannte er offene Türen ein. Auch verstehe er nicht, wieso etwa die bayerische Kassenprüferin Stefanie Heckel nach Magdeburg hätte fahren müssen. Ralph Bauer (Würzburg) bemängelte die anfängliche „Dünnhäutigkeit“ des DJV-Vorstands, als der BJV als einer der Ersten von einem Präsenz-Verbandstag abrückte. Die Tagung des obersten Souveräns hielt Bauer für unbedingt erforderlich, denn „wir haben für 2021 keinen genehmigten Haushalt“.

Auch Stefanie Heckel bekräftigte: „Wir kommen um einen zeitnahen Verbandstag nicht herum.“ Indes argumentiert BJV-Ge-

schäftsführer Dennis Amour, dass der DJV zunächst auch ohne Verbandstag handlungsfähig ist. „Wir befinden uns auf der sicheren Seite, wenn der Verbandstag aufgrund rechtlicher Vorgaben abgesagt worden ist“, erklärte er.

Auch Klaus Reindl verwies auf Basis seiner kommunalpolitischen Erfahrung darauf, dass ein Etat durchaus erst im laufenden Haushaltsjahr beschlossen werden könne. Mit dem Covid-19-Virus könne man nicht vorsichtig genug sein. Wird es im Januar und Februar 2021 schon überwunden sein?, fragte die stellvertretende Vorsitzende Daniela Alb-

„Gegraut hätte es mir vor den digitalen Abstimmungen.“

Präsidiumsmitglied Michael Anger

recht. Und der Wissenschaftsjournalist Harald Stocker, der die Fachgruppe Rundfunk leitet, riet, rechtzeitig auch über den Bayerischen Journalistentag 2021 nachzudenken.

Eindringlich machte Bernd Schöne, Vorstandsmitglied der Fachgruppe Print, auf die prekäre Lage der freien Journalisten*innen aufmerksam. „Die Verleger lassen ihre Angestellten hart arbeiten und nichts bleibt für die Freien übrig. Das muss auf die Tagesordnung!“, mahnte er. In den Anträgen zum Verbandstag ist vom Landesverband Sachsen die Forderung enthalten nach einer Verbesserung der staatlichen Unterstützungsleistungen, damit das „Lotteriespiel, ob Menschen, die journalistisch tätig sind, bezugsberechtigt für bestimmte Förderungen waren oder nicht“.

Der Landesverband NRW forderte darüber hinaus, ein Programm zur Arbeitsförderung von Freien aufzulegen, das Auftraggeber in der Wirtschaft und anderen gesellschaftlichen Bereichen durch deutliche finanzielle und steuerliche Anreize dazu bewegen soll, mit Freien auf der Grundlage von

Pauschalverträgen oder mit festem Auftragsvolumen in Höhe von mindestens 3000 Euro im Monat zusammenzuarbeiten.

Anne Webert, Vorsitzende des DJV-Fachausschusses Freie und Vorstandsmitglied der BJV-Fachgruppe, versicherte, dass im Verband sehr wohl die existenzgefährdende Lage der Freien wahrgenommen werde. Diese könne zentral bei einem der DJV-Thementage werden, die ersatzweise zum Verbandstag nun angedacht werden. „Wir werden vom Bundesvorstand sehr gut unterstützt“, sagte sie.

Auch DJV-Vize Wolfgang Grebenhof (Ansbach) beruhigte, dass die Partizipation im DJV erhalten bleibe. „Niemand denkt daran, dass der Bundesvorstand die Aufgaben des Souveräns an sich reißt. Wir werden die Panels bedienen, die sich aktuell stellen.“ Es gebe auch keine Notwendigkeit, auf die Schnelle etwas zu entscheiden. „Alle Gremien sind handlungsfähig und die Mandate unserer Delegierten zum Presserat gehen weiter.“ Gleiches gilt übrigens für die Mandate der gewählten BJV-Delegierten.

Die rein praktischen Aspekte erwog zu guter Letzt das designierte Präsidiumsmitglied Michael Anger (Bayreuth). „Was hätte der Verbandstag ohne Antragskommission angefangen? Und gegraut hätte es mir vor den digitalen Abstimmungen: Jede hätte mindestens fünf Minuten gedauert – vorausgesetzt die Technik funktioniert reibungslos.“

BJV will im April tagen

Die Mitgliederversammlung des BJV ist für den 10./11 April im Aufseß-Saal im Germanischen Nationalmuseum in Nürnberg geplant, sollte dies die Pandemielage zulassen. Für den Notfall zieht der Journalisten-Verband einen Plan B in Betracht in Form einer Hybrid- oder auch komplett virtuellen Veranstaltung. Geprüft werden muss, inwieweit Abstimmungen rechtssicher wären. Auf der Tagesordnung beim Bayerischen Journalistentag 2021 steht unter anderem auch die Neuwahl des Geschäftsführenden Vorstands. (mic)

Antrag auf Ausstellung eines Presseausweises für Mitglieder

Bitte in **DRUCKBUCHSTABEN** ausfüllen und unterschrieben per Mail, per Post oder per Fax (+49 89 5450418-18) an uns schicken.

2021

- PA kostenlos
- Zweitausstellung 10 €
- Kfz-Schild 5 €

Bayerischer Journalisten-Verband e.V.
St.-Martin-Straße 64
D - 81541 München

Status:

- angestellt
- freie journalistische Tätigkeit
- Pauschalist
- 12a Status / BR

Private Anschrift

Vorname
Nachname
Geburtsdatum
Geburtsort
Staatsangehörigkeit
Straße / Nr.
PLZ / Ort
Telefon
Fax
Mobil
E-Mail

Hiermit bestätige ich, dass ich bei keinem anderen Landesverband den Presseausweis beantragt habe. Ich habe Kenntnis davon genommen, dass der Presseausweis nur an hauptberuflich tätige Journalistinnen und Journalisten ausgegeben wird. Ich verpflichte mich, den Presseausweis nur in Ausübung journalistischer Tätigkeit und nicht bei privaten Anlässen zu benutzen. Mir ist bekannt, dass der Presseausweis Eigentum des ausstellenden Landesverbandes bleibt und von diesem jederzeit zurückgefordert werden kann, insbesondere wegen missbräuchlicher Benutzung. Wenn ich nicht mehr hauptberuflich journalistisch tätig sein sollte, werde ich den Presseausweis unverzüglich dem zuständigen Landesverband zurückgeben. Das gleiche gilt bei Austritt aus dem Landesverband.

Die erforderlichen Nachweise über die hauptberufliche journalistische Tätigkeit (z.B. Arbeitsvertrag, Impressum, KSK-Bescheinigung, Pauschalisten-Vertrag, Honorarnachweis der letzten 6 Monate) habe ich beigefügt. Mir ist bekannt, dass diese Nachweise die eigenverantwortliche Prüfung des Landesverbandes nicht ersetzen können.

Mir ist bekannt, dass die in diesem Antrag gemachten Angaben zum Zwecke der Ausstellung eines bundeseinheitlichen Presseausweises elektronisch verarbeitet werden. Dies geschieht in Erfüllung der Verpflichtungen nach der „Vereinbarung zwischen dem Vorsitz der Ständigen Konferenz der Innenminister und -senatoren der Länder und dem Trägerverein des Deutschen Presserats e. V. über die Wiedereinführung eines bundeseinheitlichen Presseausweises“ vom 30.11./01.12.2016. Hiernach unterrichten sich die ausstellungsberechtigten Verbände wechselseitig über Fälle des Missbrauchs eines Presseausweises. Umfassende Informationen über die Datenverarbeitung bei der Ausstellung von Presseausweisen finde ich unter „Datenschutzhinweis“.

Mitgliederservice

Die DJV-Verlags- und Service GmbH bietet Mitgliedern attraktive Angebote in den Bereichen Fachliteratur, Spezielles für Bildjournalisten, Mobilfunk, Mietwagen, Hard- und Software, Versicherungen u.v. mehr.

- Ich bin damit einverstanden, dass ich von der DJV-Verlags- und Service GmbH Angebote und Werbung per elektronischer Post erhalte.

Foto

Bitte aufkleben oder per E-Mail an folgende Adresse schicken:
presseausweis@bjv.de

(nur erforderlich, wenn noch nicht übersandt bzw. neues Foto erwünscht)

Hauptfachgruppe

(bitte nur eine Option ankreuzen)

- Bildjournalisten
- Chancengleichheit
- Europa
- Freie Journalisten
- Auslandsjournalisten
- Junge Journalisten
- Online
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Rundfunk: privat
- Rundfunk: öffentlich-rechtlich
- Print: Tageszeitungen
- Print: Zeitschriften

Nebenfachgruppe

(bitte nur zwei Optionen ankreuzen)

- Bildjournalisten
- Chancengleichheit
- Europa
- Freie Journalisten
- Auslandsjournalisten
- Junge Journalisten
- Online
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Rundfunk: privat
- Rundfunk: öffentlich-rechtlich
- Print: Tageszeitungen
- Print: Zeitschriften

Freiwillige Angaben

(bitte ausfüllen, da wir diese Daten für die Serviceleistungen des Verbandes benötigen)

Dienstliche Anschrift

Arbeitgeber
Adresse
Telefon
Fax
Mobil
E-Mail

Sonstige Angaben

Presseausweisnummer
Medientitel, für die Sie hauptsächlich tätig sind
Spezialgebiet(e)

Ort, Datum

Unterschrift Antragsteller/in

(keine elektronische Unterschrift!)

Pflichtfelder

Die Pandemie hat auch beim Bildungs- und Sozialwerk (BSW) des BJV zu Veränderungen geführt. Wir bieten unsere Fortbildungen 2021 ausschließlich als Webinare an. Das kann sich im Laufe des kommenden Jahres wieder ändern.

Wir informieren Sie rechtzeitig über Mail, auf unserer Website bjv.de, in unserem Newsletter (bjv.de/newsletter) und in den sozialen Netzwerken unter facebook.com/bjvde und twitter.com/bjvde.

Hier finden Sie die für 2021 geplanten Webinare. Sie sind, je nach Inhalt, für sechs bis 20 Teilnehmer*innen ausgeschrieben. Mehr Infos dazu unter [bjv/seminare.de](http://bjv.seminare.de)

Bei Fragen oder Wünschen können Sie sich jederzeit an uns wenden: Reingard Fabritius, fabritius@bjv.de, Telefon 089 5450418-14 und Fabiola Kleinschmidt (kleinschmidt@bjv.de), Telefon 089 5450418-23 in der BJV-Geschäftsstelle und Thomas Mrazek, ehrenamtlicher Bildungsbeauftragter im BJV,

Die Angebote sind nach Datum aufsteigend aufgelistet.

Instagram für Einsteiger

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, bentematthes.com

Datum: Dienstag, 2. Februar, 9 bis 13 Uhr

Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Steuer Know-How

Referentin: Constanze Elter, Journalistin, Dozentin und Moderatorin, constanze-elter.de

Datum: Dienstag, 2. und 23. Februar sowie 16. März, 12 bis 16:30 Uhr

Kostenbeitrag: 135 Euro Mitglieder, 270 Euro Nichtmitglieder

Angst als Chance und Kraft nutzen!

Referent: Wolfgang Goede, Wissenschaftsjournalist

Datum: Donnerstag, 4. Februar, 9 bis 13 Uhr

Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Krisenkommunikation

Referentin: Eva Werner, Geschäftsführerin Achterknoten GmbH – Sturmfeste Kommunikation, Berlin, achterknoten.de

Datum: Montag und Donnerstag, 8. und 11. Februar, 14 bis 18 Uhr

Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Facebook für Einsteiger

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, bentematthes.com

Datum: Dienstag, 9. Februar, 9 bis 13 Uhr

Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Tiefer Recherchieren und Geld damit verdienen

Referent: Thomas Schuler, freier Journalist, Medientrainer, prorecherche-lehrredaktion.org

Datum: Montag und Mittwoch, 22. und 24. Februar, 14 bis 18 Uhr

Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Mit Wordpress publizieren

Referent: Johannes Mairhofer, Fotograf, Autor, Berater, johannesmairhofer.de

Datum: Freitag, 26. Februar, 9 bis 18 Uhr

Kostenbeitrag: 195 Euro Mitglieder, 390 Euro Nichtmitglieder

Mit Wordpress publizieren

Referent: Johannes Mairhofer, Fotograf, Autor, Berater, johannesmairhofer.de

Datum: Montag, 1. März, 9 Uhr bis 18 Uhr

Kostenbeitrag: 195 Euro Mitglieder, 390 Euro Nichtmitglieder

Youtube für Einsteiger

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, bentematthes.com

Datum: Dienstag, 2. März, 9 bis 13 Uhr

Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Vom Stand- zum Bewegtbild – vom Fotografieren zum Grafikvideofotografen

Referent: Felix Hörhager, Fotograf und Dozent, hoerhager.com

Datum: Donnerstag, 4. und 11. März, 10 bis 13 Uhr

Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Effektvolles Grafikdesign zum Nulltarif mit Canva & Co.

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

Datum: Dienstag, 9. März, 14 bis 18 Uhr

Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Podcast für Einsteiger

Referent: Heinrich Bruns, freier Rundfunkjournalist, hrbruns.de

Datum: Dienstag, 16. März, 9 bis 13 Uhr

Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Storytelling in Social Media – Aufmerksamkeit garantiert!

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

Datum: Mittwoch und Donnerstag, 17. und 18. März., 9 bis 13 Uhr

Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Kraftvoller Neustart und Resilienz

Referentin: Marion Trutter, Journalistin und Coach, marion-trutter.de

Datum: Montag und Mittwoch, 22. und 24. März, 9 bis 13 Uhr

Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

SEO für die eigene Wordpress-Seite

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, bentematthes.com

Datum: Donnerstag, 25. März, 9 bis 13 Uhr

Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

TikTok für Einsteiger

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, bentematthes.com

Datum: Dienstag, 13. April, 9 bis 13 Uhr

Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Unsere Heimat – eine tolle Geschichte: Storytelling für Städte und Gemeinden

Referentin: Angelika Knop, Journalistin, Crossmediale Autorin, Trainerin

Datum: Donnerstag, 15. April, 14 bis 18 Uhr

Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Filmen mit dem Fotoapparat

Referent: Markus Valley, Videojournalist, Medienpädagoge, Autor u.a. von „Das Video TrainingsBuch“, vj-coach.de

Datum: Montag und Donnerstag, 19. und 22. April, 17 bis 21 Uhr

Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Cooler Videoclips für Webseiten und Social Media – schnell und kreativ

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

Datum: Dienstag, 27. April, 9 bis 17 Uhr

Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Xing für Einsteiger

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, bentematthes.com

Datum: Donnerstag, 29. April, 9 bis 13 Uhr

Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Darknet und Journalismus

Referent: Stefan Mey, freier Journalist, Autor „Darknet – Waffen, Drogen, Whistleblower“

Datum: Montag, 3. und 10. Mai, 17 bis 20 Uhr

Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Videoschnitt für Einsteiger mit Adobe Premiere Elements

Referent: Markus Valley, Videojournalist, Medienpädagoge, Autor u.a. von „Das Video TrainingsBuch“, vj-coach.de

Datum: Dienstag, 11. Mai, 9 bis 17 Uhr

Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Zwischen Krawall und Einigkeit – On- und Offline-Diskussionen moderieren

Referentin: Angelika Knop, Journalistin, Crossmediale Autorin, Trainerin

Datum: Donnerstag, 6. Mai, 14 bis 18 Uhr

Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Mehr Wissen für Journalisten

Podcast für Fortgeschrittene

Referent: Flo Schairer, Autor und Reporter für den *Zündfunk, Bayern2*
Datum: Dienstag, 18. Mai, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

LinkedIn für Einsteiger

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, *bentematthes.com*
Datum: Donnerstag, 20. Mai, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Das Smartphone als Multimedia-Tool

Referentin: Barbara Weidmann, Crossmedia-Trainerin, *fit-for-crossmedia.de*
Datum: Montag und Dienstag, 7. und 8. Juni, 9 bis 15 Uhr
Kostenbeitrag: 140 Euro Mitglieder, 280 Euro Nichtmitglieder

Twitter für Einsteiger

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, *bentematthes.com*
Datum: Donnerstag, 10. Juni, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Effektvolles Grafikdesign zum Nulltarif mit Canva & Co.

Referentin: Barbara Weidmann, Crossmedia-Trainerin, *fit-for-crossmedia.de*
Datum: Dienstag, 15. Juni, 14 bis 18 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Mit Geschichten überzeugen – Storytelling im Journalismus

Referentin: Anja Gild, Onlinejournalistin, *about.me/anjagild*
Datum: Donnerstag, 17. und 24. Juni 9 bis 13 Uhr, sowie 1. Juli 18 bis 20 Uhr
Kostenbeitrag: 120 Euro Mitglieder, 240 Euro Nichtmitglieder

Digitale Selbstverteidigung

Referent: Stefan Mey, freier Journalist, Autor „Darknet – Waffen, Drogen, Whistleblower“ *bjvlink.de/mey*
Datum: Dienstag, 22. und 29. Juni, 17 bis 20 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Mit Wordpress publizieren

Referent: Johannes Mairhofer, Fotograf, Autor, Berater, *johannesmairhofer.de*
Datum: Freitag, 18. Juni, 9 bis 18 Uhr
Kostenbeitrag: 195 Euro Mitglieder, 390 Euro Nichtmitglieder

Mit Wordpress publizieren

Referent: Johannes Mairhofer, Fotograf, Autor, Berater, *johannesmairhofer.de*
Datum: Montag, 21. Juni, 9 bis 18 Uhr
Kostenbeitrag: 195 Euro Mitglieder, 390 Euro Nichtmitglieder

Vor Ort auf Dreh als Videojournalist*in

Referent: Markus Valley, Videojournalist, Medienpädagoge, Autor u.a. von „Das Video TrainingsBuch“, *vj-coach.de*
Datum: Donnerstag, 8. Juli, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Akquise und Mehrfachverwertung

Referentin: Marion Trutter, Journalistin und Coach, *marion-trutter.de*
Datum: Donnerstag, 15. und 22. Juli, 10 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Wissenschaftliche Studien für die journalistische Arbeit nutzen

Referentin: Christine Hutterer, *lebens-werke.de*
Datum: Dienstag und Donnerstag, 21. und 23. September, 10 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Facebook für Fortgeschrittene

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, *bentematthes.com*
Datum: Dienstag, 28. September, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Crashkurs Videoproduktion

Referent: Markus Valley, Videojournalist, Medienpädagoge, Autor u.a. von „Das Video TrainingsBuch“, *vj-coach.de*
Datum: Donnerstag, 30. September, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Instagram für Fortgeschrittene

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, *bentematthes.com*
Datum: Dienstag, 5. Oktober, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Podcast für Einsteiger

Referent: Heinrich Bruns, freier Rundfunkjournalist, *hrbruns.de*
Datum: Donnerstag, 7. Oktober, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Effektvolles Grafikdesign zum Nulltarif mit Canva & Co.

Referentin: Barbara Weidmann, Crossmedia-Trainerin, *fit-for-crossmedia.de*
Datum: Dienstag, 12. Oktober, 14 bis 18 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Informantenschutz: Wie man als Journalist Daten vor Zugriff schützt

Referent: Dr. Matthias Eberl, freier Journalist, Medientrainer, *rufposten.de*
Datum: Mittwoch, 13. Oktober, 17 bis 19:30 Uhr und Donnerstag 14. Oktober, 14 bis 19 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Podcast für Fortgeschrittene

Referent: Flo Schairer, Autor und Reporter für den *Zündfunk, Bayern2*
Datum: Dienstag, 19. Oktober, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Bloggen für Fortgeschrittene

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, *bentematthes.com*
Datum: Donnerstag, 21. Oktober, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Youtube für Fortgeschrittene

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, *bentematthes.com*
Datum: Dienstag, 26. Oktober, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Das journalistische Interview

Referent: Felix Consolati, Creative Producer und Dozent, *felixconsolati.de*
Datum: Donnerstag, 28. Oktober, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Content-Strategien – ein Thema, viele Kommunikationskanäle

Referentin: Anja Gild, Onlinejournalistin, *about.me/anjagild*
Datum: Dienstag und Mittwoch, 9. und 10. November, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Twitter für Fortgeschrittene

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, *bentematthes.com*
Datum: Dienstag, 16. November, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Finanzielle Unabhängigkeit für Frauen

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, *bentematthes.com*
Datum: Donnerstag, 18. November, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Selfievideo, Statements, Vloggen & Co

Referentin: Barbara Weidmann, Crossmedia-Trainerin, *fit-for-crossmedia.de*
Datum: Donnerstag, 25. November, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

**Aktualisierungen
und weitere
Informationen
bjv.de/seminare**

Wenn der Lockdown die Büroarbeit stört

Betriebsräte befassen sich im Kainsbach-Seminar mit den arbeitsrechtlichen Folgen der Pandemie

Von Alois Knoller

Betriebsrät*innen der Medienhäuser hatte es kalt erwischt, als mit dem Lockdown im Frühjahr auch die Einführung von Kurzarbeit in den Redaktionen aktuell wurde. Was sollten sie davon halten? Worauf kommt es in einer Betriebsvereinbarung an? Welche Spielräume haben sie? Welche Pflichten der Mitbestimmung? Darauf kam – gerade rechtzeitig zur zweiten Corona-Welle – das BJV-Herbstseminar für Betriebsräte in Kainsbach mit dem Berliner Anwalt Benedikt Rüdeshim zu sprechen. Er durfte pandemiebedingt allerdings nur auf dem Bildschirm am Tagungsort präsent sein.

Die Entscheidung, ob es Kurzarbeit im Betrieb geben sollte, kann souverän der Arbeitgeber treffen. Für alle weiteren Schritte besteht indes ein zwingendes Mitbestimmungsrecht nach § 87 BetrVG – es sei denn, der Tarifvertrag enthält Regelungen. Tut er für Redakteur*innen aber nicht. Also ist eine Betriebsvereinbarung auszuhandeln.

Kurzarbeit vermeidet erst einmal Kündigungen

Mindestens muss sie Beginn und Dauer der Kurzarbeit regeln, dazu die Lage und Verteilung der Arbeitszeit und die Auswahl der betroffenen Arbeitnehmer*innen. Will der Arbeitgeber hier zu flexibel bleiben, riskiert er eine unwirksame BV, warnte Anwalt Rüdeshim. Die Interessen beider Seiten müssen abgeglichen werden („Mitbestimmung bedeutet gleiche Rechte für beide Teile“). Für den Betriebsrat heißt das vor allem: Kurzarbeit vermeidet erst einmal Kündigungen. Nach § 99 BetrVG kann der Betriebsrat auch grundsätzlich seine Zustimmung zu Neueinstellungen während der Kurzarbeit verweigern. In der Betriebsvereinbarung sollten explizit betriebsbedingte Kündigungen ausgeschlossen sein.

Zu regeln ist bei Einführung von Kurzarbeit eine ganze Menge: der Abbau von Zeitguthaben und Resturlaub, der Umgang mit Überstunden, der fortbestehende Lohnan-

spruch, auch wenn die Bundesagentur dem Arbeitgeber die Kurzarbeiterentgeltzahlung widerruft, die Auswirkungen auf weitere Entgeltbestandteile wie Prämien. „Schließt eine solche Betriebsvereinbarung nie ohne Anwalt ab!“, mahnte Rüdeshim die Betriebsrät*innen. Sinnvoll seien darin auch eine Regelung im Konfliktfall und der Ausschluss einer Nachwirkung. Nicht erzwingbar ist allerdings eine Aufstockung aufs Kurzarbeiterentgelt der Bundesagentur für Arbeit. Falls sie der Arbeitgeber gewährt, hat der Betriebsrat über die Verteilungsgrundsätze nach § 87 BetrVG mitzubestimmen.

„Schließt eine solche Betriebsvereinbarung nie ohne Anwalt ab!“

Benedikt Rüdeshim, Anwalt in Berlin

Darf der Arbeitgeber Mitarbeiter*innen ohne weiteres ins Homeoffice schicken? „Ohne Pandemie ist das nicht möglich“, sagt der Arbeitsrechtler. Denn die Berufstätigkeit ist grundsätzlich einer Betriebsstätte zugeordnet. Das Landesarbeitsgericht Berlin-Brandenburg bemängelte 2018, dass im Homeoffice der soziale Kontakt zu den Kolleg*innen abgeschnitten ist, die Grenzen von Arbeit und Freizeit fließend werden und Arbeitnehmer*innen nicht ihre Interessensvertretung aufsuchen können. Eine Arbeit im Homeoffice darf nicht einseitig angewiesen werden, sie ist laut Rüdeshim auch keine Versetzung, sondern ein anderes Arbeitsverhältnis. Anders verhält es sich freilich beim mobilen Arbeiten, das nur zeitweise außerhalb des Büros anfällt.

Obligates Fiebermessen nur in risikorelevanten Bereichen

Es empfiehlt sich allerdings auch in diesem Fall, dass der Betriebsrat eine Betriebsvereinbarung anstrebt, die die Dinge klar regelt. Zum Beispiel wer die erforderlichen

Bürogeräte stellt, wie die anfallenden Kosten für Strom, Telefon und Internet beglichen werden, welche Anforderungen der Betrieb an Datenschutz und Datensicherheit stellt und wozu er diesbezüglich den Arbeitnehmer verpflichtet. Nicht zuletzt auch alle Fragen rund um die Arbeitszeit, die natürlich auch im mobilen Arbeiten zehn Stunden täglich nicht überschreiten darf.

Wie steht es mit Eingriffen des Arbeitgebers in Persönlichkeitsrechte? Obligates Fiebermessen beim Eintritt ins Betriebsgelände oder ein geforderter Corona-Schnelltest kann eine geeignete Maßnahme sein, um die Ausbreitung des Virus im Betrieb zu verhindern. Allerdings nur in besonders risikorelevanten Bereichen. Auf jeden Fall besteht ein Mitbestimmungsrecht (§ 87 Abs. 1 Ordnung des Betriebs). Eklatant dem Datenschutz widerspricht es, wenn der Arbeitgeber den Namen eines infizierten Mitarbeiters oder einer Mitarbeiterin im Betrieb bekannt gibt.

Nicht eindeutig rechtlich geregelt ist laut Rüdeshim die Frage, ob der Arbeitgeber nach dem Aufenthalt in einem Risikogebiet fragen darf. Er kann sich dabei auf seine Pflicht zum Schutz anderer Beschäftigter nach § 618 BGB berufen. Dies lässt dann auch das Bundesdatenschutz-Gesetz § 26 Abs. 3 zu. Bei einer dann erforderlichen Quarantäne ist der Arbeitgeber übrigens nicht zur Entgeltfortzahlung (§ 616 BGB) verpflichtet. Allerdings könnte er eine Entschädigung nach dem Infektionsschutz-Gesetz (§ 56) in Anspruch nehmen; dies gilt auch, wenn Schule und Kindergarten schließen und der Arbeitnehmer oder die Arbeitnehmerin wegen der häuslichen Kinderbetreuung nicht erwerbstätig sein kann.



Der Autor

Alois Knoller arbeitet als Redakteur bei der *Augsburger Allgemeinen*. Seit vielen Jahren ist er dort auch als Betriebsrat tätig. Foto: Stefan Gregor

muenchen.de verstößt gegen Gebot der Staatsferne

Nach einem Urteil des LG München muss die Stadt ihr Online-Portal umgestalten

Von Maria Goblirsch

Darf ein Stadtportal über gesellschaftliche Ereignisse oder Kultur- und Sportevents berichten? Und inwieweit dürfen derartige Berichte in der Aufmachung dem Layout von Zeitungen und Zeitschriften ähneln? Um diese Fragen ging es im Kern in einem Verfahren vor dem Landgericht (LG) München I.

Geklagt hatten die *Süddeutsche Zeitung*, die *Abendzeitung*, der *Münchener Merkur* und die *tz* sowie deren jeweiligen Online-Angebote gegen das Stadtportal *muenchen.de*. Mit bis zu 2,9 Millionen Besuchern und zwölf Millionen Seitenaufrufen im Monat ist das Onlineportal nach seinen eigenen Angaben eines der erfolgreichsten Stadtportale Deutschlands. Das Portal umfasst mehr als 173.000 Seiten. Betrieben wird *muenchen.de* von der Portal München Betriebs-GmbH & Co. KG, an der die Stadt zu einem kleineren, die Stadtwerke zu einem größeren Teil beteiligt sind.

Die Münchner Verlage empfinden das Onlineportal der Stadt als unzulässige Konkurrenz in der lokalen Berichterstattung und sehen, so die Klageschrift, die Grenzen zulässiger kommunaler Öffentlichkeitsarbeit gravierend überschritten. *Muenchen.de* beschränke sich nicht, wie gesetzlich vorgeschrieben, auf die Beschreibung der Verwaltungstätigkeit der Stadt, sondern berichte in einer Vielzahl von Rubriken über unterschiedlichste Aspekte des städtischen Lebens. Außerdem finde sich auf dem Stadtportal eine Vielzahl von werblichen, also bezahlten Inhalten. Deshalb sei *muenchen.de* wettbewerbswidrig und damit unzulässig. Und sie bekamen Recht.

Die auf das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb spezialisierte 33. Kammer des LG München I entschied: Das Online-Stadtportal *muenchen.de* verstößt gegen das Gebot der Staatsferne der Presse nach Artikel 5 des Grundgesetzes und ist in der vorliegenden Form wettbewerbswidrig (33 O 16274/19).

Der Internetauftritt biete den Lesern eine Fülle von Informationen, die den Erwerb einer Zeitung oder Zeitschrift – jedenfalls subjektiv – entbehrlich mache. „Es werden in Quantität und Qualität deutlich Themen besetzt, derentwegen Zeitungen und Zeitschriften gekauft werden“, zitiert eine Pressemeldung des LG München I die Entscheidung. Auch im Layout bediene sich *muenchen.de* einer „boulevard-pressemäßigen Illustration mit Überschriften, Zwischenüberschriften, Bildern, Zitaten und unterhaltsamem Text“. Es sei nicht erkennbar, dass es sich um eine staatliche Publikation handle.

Die Kammer wog in ihrem Urteil die Interessen zwischen der Garantie der kommunalen Selbstverwaltung (Artikel 28 GG) auf der einen Seite und der Pressefreiheit (Artikel 5 GG) auf der anderen Seite ab. Sie stütze ihre Entscheidung auf die Maßstäbe, die der Bundesgerichtshof (BGH) im Dezember 2018 zum Crailsheimer Stadtblatt aufgestellt hat (Urteil vom 20.12.2018 / Az.: I ZR 112/17). Damals hatten die Richter entschieden, dass dieses Stadtblatt nicht mehr kostenlos verteilt werden dürfe.

Das Gebot der Staatsferne der Presse setze der öffentlichen Hand zu-

gunsten der Presse, aber auch im Interesse der Bürger*innen an einer unabhängigen Information und Meinungsbildung enge Grenzen. Danach müssen staatliche Publikationen eindeutig als solche erkennbar sein, auch mit Blick auf Layout und Illustration. Und sie haben sich auf Sachinformationen zu beschränken. Erlaubt sei es danach etwa, amtliche Mitteilungen oder Berichte über Vorhaben des Gemeinderates und der Kommunalverwaltung zu veröffentlichen.

Dagegen sei die „pressemäßige Berichterstattung über das gesellschaftliche Leben einer Gemeinde“ in den Bereichen Wirtschaft, Kultur, Sport oder ziviles Engagement nicht zulässig. Konkret heißt das, eine kommunale Zeitung darf grundsätzlich nicht über Themen wie Büttreden im Karneval, kulturelle Veranstaltungen oder das Spielgeschehen örtlicher Fußballvereine berichten. Das alles muss der nicht-staatlichen Presse vorbehalten bleiben.

Diese Argumentation übernahm das Münchner Landgericht. Es widersprach der Auffassung von *muenchen.de*, ihr Angebot sei mit einem Printprodukt nicht vergleichbar. Auch wenn dort andere Nutzungsgewohnheiten gelten als online, überschreite das Stadtportal die Grenzen des Zulässigen und könne „in seinem Gesamtgepräge nicht mehr hingenommen werden“.

Als Beispiel dafür nennen die Richter in ihrer Entscheidung die Berichterstattung über den FC Bayern auf *muenchen.de*, die „presseähnlich aufgemacht“ sei und wie eine typische Sportberichterstattung wirke. Solche Beiträge fänden sich auch in zahlreichen anderen Rubriken des Portals.

Das Urteil ist nicht rechtskräftig. Die Portalgesellschaft München hat am 24. November Berufung eingelegt. *Muenchen.de* sehe sich keinesfalls als Ersatz der Lokalpresse und konkurriere auch nicht mit Lokalzeitungen und deren Internetangeboten, sagt Geschäftsführer Lajos Csery. München müsse sich im Wettbewerb mit anderen internationalen Metropolen behaupten. Das gehe nur mit informativen Inhalten, die ansprechend gestaltet seien.

Nun muss das Oberlandesgericht entscheiden. Ein weiteres Verfahren zu einem Stadtportal wird derzeit vor dem OLG Hamm geführt. Dort geht es um das Stadtportal *dortmund.de* (Az.: 1-4 U 1/20). Geklagt hatte ein Verlag aus Dortmund, der unter anderem digitale Medien wie etwa ein digitales Nachrichtenportal verbreitet. Auch hier hat das Gericht zu entscheiden, ob eine Stadt auf ihrem Internetportal nur eigene Aktivitäten darstellen oder auch in Wettbewerb zu Angeboten der privaten Presse treten darf. Die mündliche Verhandlung steht noch aus.

„Es ist nicht mehr erkennbar, dass das Stadtportal eine staatliche Publikation ist.“

Das Landgericht München I



Die Autorin

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

Foto: Stefan Gregor

Der Rechtstipp



Nie vorschnell unterschreiben

Erst die *Main-Post* in Würzburg, dann der Verlag Nürnberger Presse: Gleich zwei große fränkische Zeitungsverlage legten freien Journalist*innen in den vergangenen Wochen einen „Vertrag über freie Mitarbeit“ vor, um, wie es im Anschreiben der Nürnberger heißt, „die Zusammenarbeit mit unseren freien Mitarbeitern neu und klar zu regeln“. Nicht selten sehen „Freien-Verträge“ eine umfangreiche Übertragung urheberrechtlicher Nutzungsarten an den Verlag vor. Bleibt eine Mehrfachverwertung des eigenen Artikels möglich? Zahlt der Verlag bei einem zweiten oder

dritten Abdruck des Fotos oder aber sind sämtliche künftige Nutzungen mit einem Pauschalhonorar abgegolten? Will der Verlag das Recht eingeräumt bekommen, den Beitrag an Dritte zu verkaufen? Fordert er eine Abtretung der Tantiemen an VG Wort oder VG Bild? Diese und andere Aspekte sollte man vor einer Unterschrift genau unter die Lupe nehmen und in keinem Fall vorschnell unterschreiben, aus Angst, sonst Aufträge zu verlieren. BJV-Mitglieder können sich dazu kostenfrei von den Justiziarern des Verbands beraten lassen. Terminvereinbarung unter 089/5450418-0. (mic)

Der Buchtipp



Was Medien dürfen

Es war einmal ein kleines rotes Taschenbuch, das bot offensichtlich das, was es versprach. „Das neue Presserecht – Praxistipps für Journalisten“ erschien 2006 als „Edition Nr. 1“ in einer Reihe des *journalist*. Und im DJV-Verbandsmagazin schreibt der Autor Michael Schmuck noch heute. Das überfällige Update 2020 heißt „Presserecht kurz und bündig“ – obwohl mit 424 Seiten doppelt so umfangreich. Erneut erklärt es anschaulich an Beispielen, was Medien – und nun auch Blogs, Influencer oder Privatleute – dürfen, wenn sie Tatsachen, Meinungen oder Vermutungen in Wort und Bild verbreiten, wer für Verstöße wie haftet, wie Werbung zu kennzeichnen ist und was es für Auskunftsansprüche gibt. Viele zusätzliche Urteilspassagen zeigen, wie unterschied-

lich, manchmal auch unverständlich, Gerichte bei der Abwägung von Pressefreiheit und Persönlichkeitsrechten entscheiden. Das ist sehr interessant, macht es aber weniger übersichtlich – nicht nur für jene, die angesichts der kleinen Schrift eine Lesebrille brauchen. Gut, dass der Autor den Roten Faden in der Hand hält, manchmal auch mit pointierter Meinung. Angesichts des neuen Medienstaatsvertrags, der EU-Urheberrechtsreform und dem Gesetz gegen Hasskriminalität wäre allerdings schon bald ein Update 2.0 fällig – hoffentlich mit weniger Satzfehlern.

Schmuck, Michael: *Presserecht kurz und bündig*, R&W Fachmedien Recht und Wirtschaft, Deutscher Fachverlag, dfv Mediengruppe, Frankfurt am Main 2020, 424 Seiten, Broschur, ISBN 978-3-8005-1701-5

Angelika Knop



Der Techniktipp



Telegram: Dubioser Messenger?

WhatsApp ist eine Marke, die omnipräsent ist, wenn es um die Welt der Smartphones geht. Als Nachfolger der SMS haben sich längst so genannte Messengerdienste etabliert – und WhatsApp hat sich dabei zum Quasi-Standard entwickelt. Kritik gab es schon häufig, insbesondere seit der Übernahme durch Facebook. Viele Nutzer*innen halten daher nach Alternativen Ausschau, sie heißen zum Beispiel Threema, Signal – oder auch Telegram. Galt gerade Telegram insbesondere unter Technikenthusiasten bis vor Kurzem noch als bester Whatsapp-Ersatz, hat sich das Bild zuletzt wieder gedreht. Das liegt aber nicht an den eigentlichen Messengerfunktionen, sondern vielmehr am Umgang von Telegram mit Gruppen und Kanälen. Denn im Gegensatz zu WhatsApp dürfen diese bei Telegram über eine unbegrenzte Anzahl an Mitgliedern verfügen. Neben un-

bedenklichen Gruppen haben sich gerade bei Telegram aber auch dubiose Foren eingerichtet, negative Schlagzeilen gab es wegen zahlreicher Coronaleugner- und Verschwörergruppen. Dagegen vorgehen? Momentan sieht es nicht so aus, als würde seitens Telegram hier etwas passieren. „Alle Telegram- und Gruppen-Chats sind die Privatsache der jeweiligen Nutzer und wir nehmen keine Anfragen dazu an, diese zu bearbeiten“, heißt es in den FAQ. Nein, Telegram ist kein schlechter Messenger und auch keine App, um die ab sofort jeder einen Bogen machen sollte. Aber der Lack hat zumindest einen Kratzer bekommen – und gerade Journalist*innen sollten über die Hintergründe Bescheid wissen: In Russland gegründet, wird Telegram heute hauptsächlich aus Dubai weiterentwickelt. Auf der Telegram-Webseite findet sich kein Impressum.

Johannes Michel

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.

BJV

Die Stimme der jungen Journalisten

Nähere Informationen erhaltet Ihr unter www.bjv.de

 facebook.com/bjvde  twitter.com/bjvde

Die Stimme der Journalisten in Bayern

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),
Dominik Bartl (F), Stefan Keller (F), Senta Krasser (T), Thomas
Dashuber (F), Jürgen Hammerschmid (F), Lisa Hinder (F), Sebas-
tian Kropp (F), Carmen Jaspersen (F), Markus Konvalin (F), Tho-
mas Mrazek (T, F), Maria Goblirsch (T, F), Florian Bachmeier (F),
Ester Neri Hernández Sánchez (F), Matthias Hoch (F), Günter
Distler (F), Henning Pfeifer (F), Robert Günther (F), Sophie Linck-
ersdorff (F), Peter Schatz (F), Jana Schuler (F), Silvia Gralla (F),
Johannes Michel (T), Alois Knoller (T), Thomas Geiger (F), Anne
Webert (F), Hans von Draminski (F), Sachelle Babbar (F), Silvio
Wyszengrad (F), Angelika Knop (T), Özgün Turgut (F), Nelson
Ndongala (F), Enric Mammen (F), Leon Wolf / abm 2020 (F).

Gestaltung: Mediaservice Rudi Stix
Titelbild: Dominik Bartl

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 1/2021: 17. Januar 2021
Erscheinungstermin: 16. Februar 2021

ISSN: 0947-8337
Copyright 2019 by BJV & Autoren

Druckerei:

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

„Man führt uns gerne im Sortiment“

Im BR-Volontariat ein Vorkämpfer, jetzt viel gefragter Gesprächspartner – doch Malcolm Ohanwe ist zwiegespalten, wenn er „irgendwas zu Rassismus“ sagen soll.

Von Senta Krasser

Malcolm Ohanwes Zusage kommt unverzüglich – verbunden mit einer Bitte: Er freue sich, „wenn wir jenseits von Diversity auch grundsätzlich über journalistische Arbeit sprechen können“.

Sagen Sie mal, Herr Ohanwe, fühlen Sie sich als „Vorzeige-Diverser“ missbraucht?

Malcolm Ohanwe: Nein, für eine Vorzeigeperson bin ich viel zu unbequem. Was ich aber schon kritisch sehe: Ich bin ein bayerischer Journalist. Der *BJVreport* hätte auch einen anderen Aufhänger finden können, damit wir zusammenkommen – jenseits der Annahme, oh, der kann bestimmt was zu Diversity sagen.

Wir fanden, Sie sind durchaus Experte auf diesem Gebiet.

Stimmt, ich habe Expertise, notgedrungen. Allerdings nicht direkt wegen meiner Hautfarbe, sondern weil ich zu dem Thema viel recherchiert habe und damit konfrontiert wurde. Und weil es offenbar riesigen Bedarf gibt.

Redaktionen und Firmen, mit denen Sie sprechen, seien geradezu „in Schnappatmung“, sagten Sie in einer TV-Runde, alle wollten „diversity, inclusion, equality“. Wird da bloß Exotenshow fürs Image betrieben oder sehen Sie eine echte Chance zur Veränderung?

Ich bin sehr gut vernetzt mit anderen Schwarzen Journalist*innen. Dieselbe Arbeit, die wir vor der gewaltsamen Tötung von George Floyd gemacht haben und die missbilligt wurde der Art, Herr Ohanwe, müssen Sie sich so oft an der Hautfarbe aufhängen, das ist doch irrelevant, wird jetzt nachgefragt wie nie. Viele wollen jetzt plötzlich „irgendwas zu Rassismus“ machen, aber die wenigsten geben sich konkrete Mühe. Kommt eine Anfrage, geht es meist nicht speziell um dich, sondern um irgendeine Schwarze Person. Medienökonomisch betrachtet sind Schwarze Menschen gerade ein wertvolles Produkt. Man führt sie gerne im Sortiment.

Um im Bild zu bleiben: Inwiefern schlagen Sie daraus Kapital?

Wenn du Kohlrabi probierst und es schmeckt jedes Mal bitter, dann willst du nichts mehr davon haben – so war mal Malcolm Ohanwes Gefühl mit dem *BR*. Als Teenie wollte er Popstar im Privatfernsehen werden. Mit 27 gehört er zu den erfolgreichsten öffentlich-rechtlichen Nachwuchstalenten und muss nach Meinung seines Redaktionsleiters „nicht mehr so laut bellen“.

Foto: Özgun Turgut

Natürlich sind wir als Freie froh über die Auftragslage. Du kriegst mehr Redezeit, der Wert deiner Marke steigt. Andererseits ist es grotesk, dass erst wenn jemand medienwirksam hingerichtet wird, es für die eigene Karriere Konjunktur bedeuten kann. Deswegen überlege ich mir sehr genau, was nehme ich an, welche Agenda möchte ich setzen. Die Gefahr ist groß, dass du Stereotype förderst.

Wie meinen Sie das?

Je mehr du über Diversity und Rassismus redest, obwohl das vorher gar nicht dein Hauptthema war, desto mehr konditionierst du dich und dein Publikum. Und desto mehr wirst du in eine thematische Ecke gedrängt, aus der nur schwer herauszukommen ist. Ich kann nachvollziehen, dass in einer prekären Branche wie dem Journalismus Kolleg*innen Aufträge annehmen, die ihnen am Ende die Miete bezahlen. Ich habe das auch getan. Mit freier Selbstbestimmung hat das aber wenig zu tun.

Was bewegte Sie dazu, der Einladung des ARD-„Presseclub“ zu folgen?

Thema der Sendung war: „Kann Trump es noch einmal schaffen?“ Ich konnte dort über Außenpolitik mitdiskutieren, Vorwahlenanalyse betreiben, das Weltgeschehen kommentieren – meine Kernkompetenz! Ich habe Anglistik und Amerikastudien studiert, war häufig in den USA, zuletzt in Georgia, wo ich ein Praktikum bei einem Radiosender absolvierte. Der „Presseclub“ hat diese Kompetenz gesehen, deshalb sagte ich zu.

Ihr Vater stammt aus Nigeria, Ihre Mutter ist palästinensische Christin aus



Deutschland, Sie selbst wurden in München geboren. Wann haben Sie Ihre multikulturellen Wurzeln als Vorteil empfunden?

Das war auf jeden Fall so, als ich mich während meines Volontariats im *Bayerischen Rundfunk* für ein Recherchestipendium in Nigeria bewarb. So ein Auslandsaufenthalt war nicht vorgesehen, ich musste Regeln brechen. Wahrscheinlich hätte ich das Stipendium nicht bekommen, wenn ich nicht einen nigerianischen Pass gehabt hätte. Das war ein Bonus, den ich für mich genutzt habe und für den ich sehr dankbar bin. Ich hätte nie die finanzielle Möglichkeit gehabt, in so einem angesehenen Beruf in Nigeria zu arbeiten. Nach Feierabend meine Verwandten zu treffen, war ein Geschenk. Ich habe mir in Nigeria auch einen weiteren Lebensraum erfüllt: eine TV-Schale, live und auf Englisch! Mein Vater, der in München einen Friseur-Salon betreibt, schaute mit den Kunden zu und war superstolz.

Gingen Sie genauso zielstrebig Ihre Volo-Bewerbung an? In 30 Jahren Ausbildungsgeschichte sind Sie der erste Schwarze und der erste arabische Volontär des BR.

Ehrlich gesagt: Den *BR* hatte ich überhaupt nicht auf dem Schirm. Ich wurde mit *RTL* und *ProSieben* sozialisiert, ich liebte die Castingshows im Privatfernsehen und wollte Popstar werden. Wenn meine Mama zufällig den *BR* einschaltete, sagte ich, mach weg. Wenn du Kohlrabi probierst und es schmeckt jedes Mal bitter, dann willst du nichts mehr davon haben. So war mein Gefühl mit dem *BR*.

Was führte zu Ihrem Sinneswandel?

Eine Werbung auf Facebook. *On3*, das später in *PULS* aufging, suchte Moderator*innen. Ich hatte keinen blassen Schimmer, dass der *BR* dahintersteht. Ich wurde dann tatsächlich zum Casting eingeladen, und eigentlich lief alles richtig cool. Sie fanden, ich hätte einen jungen, erfrischenden Esprit. Mein Englisch sei sehr gut und ich wäre ein guter Musik-Interviewer. Am Ende nahmen sie mich trotzdem nicht, sondern den Typ Studienabbrecher, der am Gärtnerplatz chillt, weiß, schlank und mit Vorliebe für Rockmusik. Ich passte offenbar nicht in die Farbe des Programms.

Ihre Hautfarbe passte nicht?

Es lag nicht an meiner Hautfarbe. Mit David Mayonga oder Koku Musebeni gab es ja bei *PULS* Schwarze Moderator*innen. Polemisch



Malcolm Ohanwe wurde 1993 in München geboren. Er studierte Romanistik, Arabistik und Anglistik/Amerikanistik. Erste journalistische Erfahrung sammelte er bei *ProSieben* und auf seinem YouTube-Kanal *MalcolmMusic*, wo er Interviews mit Musiker*innen führte. 2013 begann er als Kulturjournalist beim *Bayerischen Rundfunk*, schrieb frei für *VICE* und *Spiegel* über Gesellschaftspolitik und Diskriminierung. 2019 schloss er das *BR*-Volontariat ab. Mit Marcel Aburakia produziert er den unter anderem mit dem Smart Hero Award ausgezeichneten Podcast „Kanackische Welle“ über Rassismus und kulturelle Identität. Aktuell arbeitet er als Moderator für „RESPEKT“ (*ARD alpha*) und als Autor für *Dif Kultur*.

Foto: Nelson Ndongala

sagt: Ich spürte, dass ich denen nicht bildungsbürgerlich-deutsch genug bin. Meine Eltern haben nicht studiert und ich habe keinen weißen europäischen Elternteil. Ich höre R&B statt Mumford & Sons. Ich weiß, in welchem Jahr die No Angels gewannen, kenne aber den „Tatort“ nicht gut. Ich kann beim „Post-Erasmus-Blues“ und WG-Leben nicht mitreden, weil ich bis 25 bei Mama wohnte. Wie ich mich kleide, ist disruptiv. Außerdem bin ich anders als die meisten Leute im *BR* nicht ländlich, sondern in der Großstadt aufgewachsen. Mein Slang ist anders. Dass all diese Faktoren eine Rolle spielten, wird mir im Nachhinein klar. Ich war naiv und erstmal froh und dankbar, dass ich wenigstens eine Sondersendung bekam, in der ich mich austoben durfte. Für die Hauptsendung war ich zu „eigen“.

Reden wir zu viel über Hautfarbe und zu wenig über soziale Klasse?

Ich glaube, die meisten weißen Menschen haben weniger bis absolut gar keine Probleme mit einer anderen Hautfarbe. Es geht eher um die soziale und kulturelle Prägung. Die Schicht, aus der du kommst, entscheidet über deine Chancen im Beruf. Im *BR* war niemand mit Migrationsvordergrund zu finden, der wie ich aus einem urbanen Arbeitermilieu stammt. Das hat mich lange an mir zweifeln lassen: Die Themen, die ich bringe, wie ich rede, wie ich moderiere, das erfüllte nie diesen „Standard“.

Widerstände haben Sie mit Talent, Fleiß und Hartnäckigkeit überwunden. Sie podcasten und moderieren mit Erfolg. Sie heimsen Journalistenpreise ein. Nur warum geben Sie ausgerechnet Michel Friedman als Ihr journalistisches Vorbild an?

Manchmal habe ich mich dann doch auf einen dieser öffentlich-rechtlichen Kanäle verirrt (*lacht*). Als ich Kind war, wusste ich nicht, ob das, was Friedman im Fernsehen macht, Journalismus ist oder einfach Diskussionskultur, aber ich fand, er war eine schillernde Figur. Mir imponierte seine ausdrucksstarke Gestik, wie intelligent und schlagfertig er war. Seine Ausstrahlung, diese Würze, das fand ich super. Mit ihm konnte ich mich identifizieren, weil ich selbst so ein kleiner Streithahn bin.

Friedman gilt, nicht zuletzt seit dem Rotlicht-Skandal, vielen als Inbegriff des weißen, mächtigen, toxischen Mannes. Wie viel Alpha-Verhalten steckt in Ihnen?

Ich glaube, sehr viel. Ich musste oft so laut, so stark und so präsent sein, sonst wäre ich untergegangen. Denn die Strukturen waren für jemanden wie mich nicht vorgesehen. Einen Sinneswandel hatte ich neulich im Gespräch mit meinem Redaktionsleiter. Er spiegelte mir, Kolleginnen fühlten sich von mir zu hart kritisiert. Ich bin doch der Underdog, entgegnete ich, woraufhin er antwortete: Nein, Malcolm, du warst gerade im „Presseclub“, du bist kein Underdog, du bist ein etablierter Journalist. Die Leute respektieren dich, sie wollen deine Anerkennung, du brauchst nicht mehr so zu bellen. Das hatte gesessen: Ich bin schon auf der anderen Seite, da wo viele junge Journalist*innen wie ich damals unbedingt hinmöchten.



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 lists various job openings in sectors like Energie, Verkehr, and others, with contact information for companies like 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

„Ich bin in meiner Studienzeit dem Verband beigetreten, um mein Netzwerk auszubauen.“

Aileen Gonda

*BJV-Fachgruppe Junge Journalist*innen*

Die BJV-Veranstaltungen sind interessant, die Kontakte spannend zu knüpfen und man gewinnt ein großes Netzwerk. Ich kann Dir nur empfehlen, dem BJV beizutreten.

Alle Vorteile der Mitgliedschaft bekommt Ihr als Studierende für nur zehn Euro im Monat. Als Volos zahlt Ihr nur 12 Euro im Monat.

bjv.de

 facebook.com/bjvde

 twitter.com/bjvde



Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

Die Stimme der Journalist*innen in Bayern