

Vergütungsregeln: Freie gewinnt

Geplant: 60-köpfige Nachrichtenredaktion

Coronademos: Reporter behindert

Verschoben: Verbandstag im Frühsommer

www.bjv.de / www.djv.de

Servus daheim! Journalismus aus dem Homeoffice



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)

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

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
- ERGO Versicherungsgruppe/DKV
- Presse-Versorgung
(Versorgungswerk der Presse)



Kontaktbörse „Pressestellen“

Die Rubrik „Pressestellen“ im *BJVreport* ist ein gern genutzter „Treffpunkt“ für Kammern, Verbände, Organisationen, Dienstleister und Unternehmen aus vielen Bereichen, die regelmäßige und fundierte Pressearbeit betreiben. Nutzen Sie diese Kontaktbörse, alle zwei Monate, ein ganzes Jahr lang für nur 1.450,- 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

Mehr als ein Trend

Ist das Arbeiten in den heimischen vier Wänden nur ein Corona-Trend oder verändert sich die Arbeitswelt nachhaltig? In einer Umfrage wollte die Unternehmensberatung Deloitte dies herausfinden und befragte dafür 100 Finanzvorstände in Großunternehmen. Heraus kam: Zwei Drittel der Unternehmen wollen in Zukunft stärker auf Homeoffice-Konzepte setzen. Doch was tut sich in Bayerns Medienlandschaft? Der *BJVreport* hakte in Chefetagen nach und sprach mit Kolleg*innen über ihre Erfahrungen der vergangenen Monate. Unter dem Motto „von Freien lernen“ geben wir Tipps, wie Heimarbeit-Neulinge die Fallen zuhause umschiffen können. Wir zeigen, wo die rechtlichen Unterschiede zwischen Homeoffice und mobiler Arbeit liegen. Und wir wollen wissen, inwieweit sich Recherche verändert hat. Dass die Arbeit daheim durchaus gefährlich werden kann, schildert zudem eine Kulturjournalistin, die bei einer Premiere mit VR-Brille fast aus dem Bett gefallen wäre. Im Rechtstipp ist nachzulesen, wie sich im Homeoffice Steuern sparen lassen. **Ab Seite 8**

Daniel Hinz erhält ein Stipendium des BJV. Für ihn muss Journalismus (auch) zeigen, wie sich die Welt anders gestalten ließe. **Seite 9**

Weil die *Memminger Zeitung* keine Kulturseiten mehr auslaggt, wenden sich Kulturschaffende mit einem Brief an Verlagsleitung und Öffentlichkeit. Unser Standpunkt: Gerade jetzt sollten Medienhäuser der Kulturszene eine Plattform bieten. **Ab Seite 24**

Am 2. Februar 1946 konstituierte sich in München der Verband der Berufsjournalisten in Bayern. Das war die Geburtsstunde des Bayerischen Journalisten-Verbands. **Ab Seite 32**

Unser Titelbild

Bei den einen läuft die Katze über die Tastatur, bei anderen spielen die Kinder im Hintergrund: Wenn sich das heimische Wohnzimmer plötzlich in ein Büro verwandeln muss, lauert Ablenkung im Minuten-Takt – und die Konzentration geht schnell flöten. Viele Kolleg*innen indes, die auch daheim über ein eigenes Arbeitszimmer verfügen und die Möglichkeit haben, Störeffekte weitgehend auszuschalten, wissen die Vorteile der Arbeit im Homeoffice durchaus zu schätzen. Unser Fotograf Florian Bachmeier wollte diesen Kontrast herausarbeiten – und so entstanden fürs Cover und für unsere Titelstrecke zwei sehr unterschiedliche Szenarien. Bekannt ist der 46-Jährige aus dem oberbayerischen Schliersee übrigens eher für seine Reportagefotografie. Mit dem Bild „Der Covid-19-Patient“ holte er im Dezember den Gesamtsieg beim Wettbewerb Pressefoto Bayern 2020. Bachmeier arbeitet seit 2010 als freier Fotograf, unter anderem für *GEO*, *Die Zeit*, *taz* und *Spiegel*.



Florian Bachmeier

Foto: Ester Neri
Hernández Sánchez

Kaleidoskop

- 4 Medienköpfe
- 5 Social Media auf Papier

Verband

- 6 **Straubinger Tagblatt muss Honorar nachzahlen**
Gericht sieht Gemeinsame Vergütungsregeln als Maßstab
- 9 **„Journalismus zeigt, wie sich die Welt anders gestalten ließe“**
DJS-Schüler Daniel Hinz erhält ein Jahr lang ein Stipendium des BJV

Titel

- 10 **Maximal mobil**
Wie es Redaktionen mit dem Arbeiten von zuhause aus halten
- 14 **Homeoffice ist keine Insel**
Was Neulinge allein daheim von den alten Hasen lernen können
- 16 **Kein Einsatz rund um die Uhr**
Die Unterschiede zwischen Homeoffice und mobilem Arbeiten
- 17 **Recherche und Kommunikation: Irgendwie anders**
Wie sich Berichterstattung ohne Live-Termine verändert
- 18 **Lebenserhaltende Live-Streams**
Kulturjournalismus im Netz der Pandemie – ein Erfahrungsbericht
- 19 **Pressestellen**

Medienszene

- 24 **„Degradierung in dieser Zeit beinahe zynisch“**
Kulturträger wenden sich im offenen Brief an die Allgäuer Zeitung
- 26 **„Zwölf Volontäre sind ein Hohn“**
Lokalradios sehen sich als „Ausbildungsakademie“ des BR

Verband

- 27 **20 Millionen Farbtöne**
Auf ein Wort mit Michael Busch
- 28 **Aus dem Verbandsleben**
- 30 **Der Herr Augen-und-Ohren-überall**
Officestory: Zu Besuch in einem der Büros von Marcel Auermann
- 32 **Die lange Geburtsstunde der Organisation**
BJV-Geschichte(n): 1946 konstituierte sich der Vorläufer des BJV
- 34 **„Mehr Präsenz im Nachrichtlichen“**
Seven.One Entertainment Group baut neue 60-köpfige Redaktion auf

Service

- 35 **Rechtstipp**
Wie sich im Homeoffice Steuern sparen lassen
- 36 **BSW-Seminare 2021**
- 38 **Unsere Tipps**

Zur Person

- 39 **Jubilar**
- 40 **Nachrufe, Impressum**

Sagen Sie mal...

- 41 **„Im Internet ist Platz für alle“**
Man muss nicht 24 Stunden online sein oder fernsehen, weil: Das macht schon Philipp Walulis



Foto: BR/Markus Konvalin

Sandra Bouscarut ist „die Neue“ bei „Wir in Bayern“. Die 37-jährige Journalistin aus Aschau gab im Januar ihr Debüt als Moderatorin der BR-Heimatsendung. Aus dem Team hatte sich kurz zuvor **Sabine Sauer** in den Ruhestand verabschiedet. Sie moderierte „WiB“ 17 Jahre, insgesamt 43 Jahre war sie für den BR tätig.

Christine Theiss, 41, Ex-Profi-Kickerboxerin ist ihren Posten als Herausgeberin der *Fit for Fun* los. Burdas Fitness-Magazin erscheint künftig nur noch viermal im Jahr als kostenloser Beileger abwechselnd in *Focus* und *Freundin*. Die Inhalte für *Fit for Fun* produziert die Burda-Einheit b.famous content studios unter Leitung von **Christine Fehenberg**.

Lina Nickel, die sich in zehn Jahren bei *Bunte* Adels-Expertise angeeignet hat, arbeitet ab März bei Springers *Bild* als Textchefin. Die studierte Kulturwissenschaftlerin, 40, volontierte an Burdas Journalistenschule. Für ihren Noch-Arbeitgeber konzipierte sie die digitale Medien-Marke „Royal Buzz by Bunte.de“.



Foto: Claudio Catuogno

Claudio Catuogno (@ClaudioCatuogno) ist vom Vize zum Chef des SZ-Sportressorts aufgestiegen. Der 42-jährige übernimmt die Ressortleitung von **Klaus Hoeltzenbein**, 61, der per Abfindungsangebot des Verlags in den vorzeitigen Ruhestand getreten ist. Catuogno war bis 2010 sportpolitischer Korrespondent der SZ in Berlin.

Florian König hat nach dem Aus der Formel 1-Übertragungen bei RTL Unterschupf gefunden bei *Sport 1*. Beim Münchner Sportsender ersetzt er **Thomas Helmer** als Gastgeber des Fußball-Talks „Doppelpass“.



Sein Name war über Jahrzehnte untrennbar mit dem *kicker* verbunden – nun hat sich **Rainer Holzschuh** als Herausgeber verabschiedet am Ende eines bewegten Jahres, in dem das Fußball-Magazin aus dem Nürnberger Olympia-Verlag sein 100-jähriges Bestehen feierte. Holzschuh, 1944 in Bad Kissingen geboren, kam 1971 zum *kicker*, zunächst als Reporter. Fünf Jahre wirkte er als Pressesprecher des DFB, bis er 1988 als Chefredakteur zurückkehrte und 2010 Herausgeber wurde. Von der Zukunft des *kicker*, sagte Holzschuh zum Abschied, sei er „ebenso überzeugt wie mich die Vergangenheit tief beeindruckt hat“. Der Herausgeberposten wird nicht mehr besetzt.

Foto: kicker/Wolfgang Zink



Foto: Alessandra Schellenger

Karin Kampwerth (@KarinKampwerth) und **Iris Spiegelberger** (@journaliszt) haben bei der SZ die Verantwortung für die Volo-Ausbildung übernommen. Ansprechpartner für den Nachwuchs war bisher der stellvertretende Innenpolitik-Chef **Detlef Esslinger**. Die nächste Volo-Ausschreibung (für 2022) beginnt am 1. Juni.

Lena Jakat (@lenajakat) arbeitet nicht mehr für die SZ. Aus deren Nachrichtenredaktion wechselte sie zum Media Lab Bayern, wo sie als Senior Program Manager verantwortlich ist für die Koordination und Weiterentwicklung der Förderprogramme.

Andrea Pauly (@AndreaPowLee), Podcast-Expertin der *Schwäbischen Zeitung* („Sag's Pauly“) wechselt zum 1. März nach Bamberg. Beim *Fränkischen Tag* wird sie Head of Content und stellvertretende Leiterin des Audience Development Teams.

Charlotte Haunhorst (@CHAunhorst), seit 2019 Redaktionsleiterin des

SZ-Magazins *Jetzt*, verlässt das Haus Ende Februar. Haunhorst arbeitete seit 2013 im *Jetzt*-Team, ihre Stellvertreterin **Lara Thiede** übernimmt kommissarisch.

Malte von Bülow, Geschäftsführer von Burda News (*Focus*), hat bei der Bauer Media Group angeheuert und verantwortet dort in der neu geschaffenen Position des Chief Product Officer das gesamte deutsche Portfolio des Verlags.



Foto: Joyn/Julian Essink

Katja Hofem, seit April 2019 Geschäftsführerin von *Joyn*, hat den Streaminganbieter auf eigenen Wunsch verlassen. Das Joint-Venture von *ProSiebenSat.1* und *Discovery* wird künftig von **Tassilo Raesig** und **Jochen Cassel** als Doppelspitze geleitet.

Christian Garrels (@c_garrels), lange Kommunikationschef beim ADAC und zuletzt als Berater tätig, leitet seit Januar den Geschäftsbereich Marke, Kommunikation und Nachhaltigkeit der Freiburger Haufe Group.

Christiane Arp, 59, hat nach 17 Jahren Chefredaktion die deutsche *Vogue* „aus persönlichen und privaten Gründen“ verlassen. Die Redaktion führt jetzt **Stephanie Neureuter** zusätzlich zu ihrer Aufgabe als Beauty-Direktorin der *Glamour*.



Foto: Andreas Zitt

Markus Pürzer (@MP089) verbreitet seit Jahresbeginn seine Guten-Morgen-Laune nicht mehr bei *Radio TOP FM*, sondern bei 95.5 *Charivari*. Der 1980 in Olching geborene Radiomoderator folgt auf **Jan Herold**.

Wiebke Schodder, seit 2016 Senderchefin von *sixx*, hat sich in die Elternzeit verabschiedet. Ihre Nachfolgerin beim Frauenkanal aus Unterföhring heißt **Ellen Koch**, 34, und verantwortete bei *sixx* die New-Business-Entwicklungen.

Matthias Bielek (@MatzeBielek) hat kurz vor Start der Vierschanzentournee seinen Abgang als Kommentator bei *Eurosport* verkündet. Der Grund: Bielek ist seit Mai Bürgermeister seiner unterfränkischen Heimatstadt Dettelbach.

Albrecht Hesse, Juristischer Direktor der BR, darf ein weiteres Jahr als stellvertretender Intendant amtierern. Seine Amtsperiode in dieser Funktion verlängert sich bis zum Eintritt in den Ruhestand Ende Februar 2022. Der Rundfunkrat bestätigte auch die Wiederberufung von Spielfilmchefin **Bettina Rickleffs** sowie von **Stefan Maier** als Programmbereichsleiter *Bayern 2*.

Harald Baumer (@inderhauptstadt), Leiter des Hauptstadtbüros der *Nürnberger Nachrichten*, hat den Johann Georg August Wirth Preis der Akademie für Neue Medien erhalten. Der Preisträger, Jahrgang 1962, gehört gemäß Laudatio „zu den engagiertesten Dozenten“ der Kulmbacher Ausbildungsstätte. *Senta Krasser*

Wo noch viel mit Medien geht

Optimistisch ins neue Jahr: Neugründungen, höhere Auflagen, mehr Nutzer*innen

Von Thomas Mrazek

„Unser Geschäftsmodell hat sich als Glücksfall herausgestellt“: Das konnte Ende 2020 kaum ein Medienmacher von sich sagen. Der Gründer des Medienmagazins *Übermedien* (uebermedien.de, [@uebermedien](https://twitter.com/uebermedien)), Stefan Niggemeier ([@niggi](https://twitter.com/niggi)), verkündete indes kürzlich stolz, dass die Abonnentenzahlen seines leserfinanzierten Angebots von 4000 auf über 5000 gestiegen sind (ein Abo gibt es ab fünf Euro monatlich). Außerdem konnten Niggemeier und sein Mitstreiter Boris Rosenkranz ([@der_rosenkranz](https://twitter.com/der_rosenkranz)) 2020 ihr Team mit dem von der *taz* gekommenen Jörn Kruse mit dem ersten Festangestellten verstärken. Mitte Januar feierte *Übermedien* seinen fünften Geburtstag. Empfehlenswert ist der Podcast „Übiläums-Folge“, in dem Niggemeier und Rosenkranz zum Jubiläum Nutzerfragen beantworten. Dabei spürt man, dass den beiden Medienkritikern ihre Vorgabe, „Wir wollen das machen, was wir für wichtig halten“, noch Spaß macht (Audio, zirka 45 Minuten: bjvlink.de/uebermedien5). Als zahlender Nutzer, der dieses Projekt von Anfang an begleitete, kann ich nur sagen, dass es sich für die deutsche Medienlandschaft als Glücksfall erwiesen hat und man auch nach Jahren in der Branche noch Neues lernen kann.

Viele Angebote über Medien

Ja, die *Übermedien* sind schon mal sehr gut, aber es gibt ja bekanntlich auch noch andere Angebote, die sich auf andere Weise mit Medien beschäftigen: Ob Peter Turis tägliches und medienfreundliches *Turi2*, das sich schon 15 Jahre hält (turi2.de, [@turi2](https://twitter.com/turi2)), das von Niggemeier mitgegründete medienkritische Bildblog (bildblog.de, [@bildblog](https://twitter.com/bildblog), seit 2004) oder die werktägliche Medienkolumne *Altpapier*, die mittlerweile unter dem Dach des MDR erscheint und im November 2020 ihren 20. Geburtstag feierte (dasaltpapier.de, [@altpapier](https://twitter.com/altpapier)). Auch für die Arbeit dieser Kolleg*innen würde ich die Note sehr gut erteilen.

Nicht zu vergessen Angebote wie *DWDL* – das Online-Magazin zur deutschen Medienwirtschaft (dwdl.de, [@dwdl](https://twitter.com/dwdl), seit 2001) oder das mittlerweile in München angekommene *Media – Marken, Medien, Macher*innen* (meedia.de).



Die *taz* huldigt mit einer eigenen Print-Titelseite dem Online-Magazin *Übermedien*, siehe auch bjvlink.de/taz-Huldigung

Foto: Karsten Thielker, Montage: taz

de, [@meedia](http://meedia.de)). Auch in München produziert wird wöchentlich das *MedienMagazin* des Bayerischen Rundfunks (br.de/medienmagazin) auf B5. Zur Jahreswende begeisterten die Kolleg*innen beispielsweise mit einem 50-minütigen Jahresrückblick auf verschiedene Facetten des Medienjahrs 2020 (Podcast: bjvlink.de/medienmagazin20). Das auch im Süden gerne gesehene TV-Medienmagazin des NDR, *Zapp*, wird jetzt nur noch einmal monatlich – statt bislang wöchentlich – ausgestrahlt. In der PR-Sprache des Senders heißt es, das Magazin „baut sein Online und Social Media Angebot aus“ ([@ZappMM](http://ndr.de/zapp)).

Bleibt bei so einer Vielzahl ansprechender Angebote noch Platz für Neugründungen? Ja! Im August verloren Daniel Fiene ([@fiene](https://twitter.com/fiene)), Dennis Horn ([@Horn](https://twitter.com/Horn)) und Herr Pähler ([@HerrPaehler](https://twitter.com/HerrPaehler)) ihren Sendeplatz für *Wasmitmedien* bei *Deutschlandfunk Nova*, den sie seit 2012 wöchentlich bespielten. Doch die Kollegen geben nicht auf und bieten jetzt unter *Wasmitmedien.de* ([@wasmitmedien](https://twitter.com/wasmitmedien)) regelmäßige Podcasts an. Beispielsweise mit nutzwertigen

und teilweise kostenpflichtigen Angeboten wie „Wie verändert sich die Social-Media-Welt 2021, Franziska Bluhm?“. Die Hörer*innen können solche Angebote ab fünf Euro monatlich finanzieren. Außerdem bieten die Macher eigene „Meet-ups“ und Webinare unter dem Titel „Was mit Medien. Events – Medienwandel gestalten“ an. Meine Prognose: Das wird klappen!

So optimistisch hätte ich mich zum Start eines weiteren Angebots im August nicht geäußert: Mit Marvin Schade ([@marvin_schade](https://twitter.com/marvin_schade)) und Matthias Bannert ([@MattBannert](https://twitter.com/MattBannert)) gründeten zwei erfahrene Journalisten den *Medieninsider* (medieninsider.com, [@medieninsider](https://twitter.com/medieninsider)). „*Medieninsider* ist das Medium für alle, die den Medienwandel aktiv gestalten“, schreiben die Kollegen. Die Finanzierung soll größtenteils durch Mitgliedschaften ab fünf Euro pro Monat erfolgen. Das Angebot lieferte zuletzt exklusive Meldungen aus Medienhäusern; außerdem wird eine selbst erstellte Studie zu Paid Content & Subscriptions angeboten (49 Euro für Mitglieder, 99 Euro für Nichtmitglieder). Und personell wurde auch aufgestockt, unter anderem schreibt dort die Autorin, Dozentin und Journalistin Alexandra Borchardt (siehe *BJVreport* 3/2020, bjvlink.de/bjvreport_3) eine Kolumne.

Im kostenlosen Newsletter berichteten die „Insider“: „Wir steuern auf die Marke von 300 zahlenden Medieninsidern zu, unseren Newsletter haben bereits mehr als 700 Menschen abonniert, trotz stetigen Wachstums bleibt die Öffnungsrate stabil bei knapp 50 Prozent.“

Wer Kolleg*innen oder seinem eigenen Angebot etwas Gutes tun möchte, der kann bis zum 1. März 2021 Vorschläge für den Grimme Online Award 2021, #GOA21, einreichen, die Leitfrage lautet in diesem Jahr „Kreativ durch die Krise?“ (bjvlink.de/goa).



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

Straubinger Tagblatt muss freier Journalistin 75.000 Euro an Honorar nachzahlen

OLG Nürnberg: Gemeinsame Vergütungsregeln sind Maßstab für angemessene Vergütung

Von Maria Goblirsch

„Nach der ersten Gerichtsverhandlung im August 2019 ging ich gefühlt unter der Grasnarbe. Die Schriftsätze der Gegenseite zu lesen, stürzte mich fast in eine emotionale Krise und schürte Selbstzweifel. Ich fragte mich, ob ich überhaupt lesen kann – so war das alles unter der Gürtellinie“, erinnert sich Beate Kinzinger*, freie Journalistin aus Niederbayern.

Der Druck während des über zwei Jahre dauernden Rechtsstreits war immens. „Also, Nerven braucht es schon vor Gericht. Ich habe mir 1000 Mal leise vorgesagt: Hättest Du keinen Anspruch, würdest Du nicht hier sitzen“, sagt die Journalistin.

Und darum ging es: Die gelernte Versicherungskauffrau hatte nach einer Weiterbildung zur Fachjournalistin seit 2004 zunächst gelegentlich und dann in immer größerem Umfang für die *Landauer Zeitung* und das *Straubinger Tagblatt* gearbeitet. Zuletzt war sie mit der lokalen Berichterstattung aus einer kleinen Markt-gemeinde betraut und arbeitete im Schnitt knapp 70 Termine im Monat ab.

Dann teilte ihr die Redaktionsleiterin per Mail mit, dass Berichte bei gleicher Anzahl an Terminen künftig gekürzt und der Seitenumfang der Zeitung reduziert werde. Auf der Suche nach Hilfe für Honorarverhandlungen stieß Beate Kinzinger im Internet auf die Gemeinsa-

*Name von der Redaktion geändert



Im *Straubinger Tagblatt* lässt Verleger Martin Balle erklären, warum Zeitung kein Selbstbedienungsladen ist. Das sollte auch für die Honorare gelten, die er zahlt.

Foto: Da das Foto im privaten Umfeld der Klägerin entstanden ist, sehen wir bewusst von einer Fotografennennung ab.

men Vergütungsregeln. „Ehrlich gesagt, es kochte in mir. Plötzlich wusste ich, dass meine Arbeit eigentlich mehr wert ist und wie ich ab-gespeist wurde“, erzählt sie.

Dann ging die 40-Jährige akribisch daran, 1.651 Artikel und 1.733 Fotos aufzulisten und zu sammeln, die sie in den Jahren 2016 bis 2018 geliefert hatte. Und die mit nur 14 Cent pro Zeile und fünf Euro pro Foto honoriert worden

waren. Nach dem Gemeinsamen Vergütungsregeln hätten ihr jedoch 36 Cent pro Zeile und für jedes Foto, je nach Abdruckgröße, zwischen 19,50 und 27,50 Euro zugestanden.

Diese Differenz, die sich mit Zinsen auf eine Summe von 72.177,51 Euro addiert hatte, wollte sie von ihrem ehemaligen Auftraggeber, der Cl. Attenkofer'schen Buch- und Kunstdruckerei KG aus Straubing (Verleger: Prof. Dr. Martin

Welches Honorar können freie Journalist*innen für Text oder Bild verlangen?

Die Gemeinsamen Vergütungsregeln (GVR) legen für hauptberufliche freie Journalist*innen an Tageszeitungen fest, welches Honorar für Texte und Fotos jeweils angemessen ist.

Da der Gesetzgeber keine fixen Sätze ins Urheberrecht schreiben wollte, stellten Urheber- und Verwerterverbände 2010 und 2012 nach jahrelangen Verhandlungen gemeinsam Regeln auf, um die Angemessenheit der Vergütungen zu bestimmen (§ 36 UrhG).

Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) hat im Februar 2017 diese GVR gekündigt.

Der DJV hielt diese Kündigung für unwirksam und hat ihr widersprochen. Seither wurde nicht mehr verhandelt.

Der Anspruch auf angemessene Vergütung bleibt nach dem Urheberrecht bestehen, die gekündigten GVR werden von Gerichten weiterhin als Indiz dafür herangezogen, was als Honorar im einzelnen Fall als angemessen gilt. Das nach den Vergütungsregeln berech-

nete Honorar kann man für drei Jahre rückwirkend einfordern.

In der Praxis klagen nur wenige Freie, um nicht Aufträge zu verlieren. Der DJV kämpft deshalb für ein Verbandsklagerecht.

DJV-Justiziarin Hanna Möllers sieht jetzt mit der Umsetzung der EU-Richtlinie über das Urheberrecht im europäischen Binnenmarkt (von April 2019) in deutsches Recht die Chance, ein solches Verbandsklagerecht zu schaffen. Weitere Infos dazu im *journalist* 1+2/2021, Seite 42. *mgo*

Balle und Dr. Hermann Balle), nachfordern. Im September 2018 fand eine erste Rechtsberatung durch den BJV-Justiziar Stefan Marx statt, der schnell die Chance für einen Musterprozess sah. Ende November folgte die Zusage für den Rechtsschutz.

Durch zwei Instanzen zog sich der Rechtsstreit. In erster Instanz kam vor dem Landgericht Nürnberg-Fürth im August 2019 ein Vergleich über die Summe von 35.000 Euro zustande, den die Journalistin auf Anraten des BJV widerrief. Danach erhöhte die Gegenseite ihr Angebot auf 42.500 Euro, was immerhin 63 Prozent der Klageforderung entsprochen hätte. Dennoch blieb Beate Kinzinger standhaft. Im Juni 2020 schließlich folgte mit 57.313,40 Euro das letzte Vergleichsangebot. Auch das schlug die Journalistin aus.

Ihre Risikobereitschaft und ihre Ausdauer wurden belohnt. Am 29. Dezember 2020 sprach das Oberlandesgericht (OLG) Nürnberg-Fürth ihr rund 75.000 Euro an Nachzahlung zu, weil die Beiträge der freien Journalistin nach dem Maßstab der Gemeinsamen Vergütungsregeln hätten honoriert werden müssen (Az.:3 U 761/20).

„Von dieser Entscheidung geht nicht nur ein positives Signal für die Geltendmachung von Nachvergütungsansprüchen aus, ein wichtiger Effekt ist auch die Stärkung der Verhandlungsposition

„Plötzlich wusste ich, dass meine Arbeit eigentlich mehr wert ist und wie ich abgespeist wurde.“

Beate Kinzinger, Klägerin und freie Journalistin

von freien Journalist*innen an Tageszeitungen gegenüber den Verlegern“, betont die Kölner Rechtsanwältin Dr. Frauke Schmid-Petersen, die die Journalistin vor Gericht vertreten hat.

Die Gemeinsamen Vergütungsregeln seien, solange nicht neu verhandelt werden und eine vergleichbare Interessenlage besteht, weiterhin als Basis für die Berechnung eines angemessenen Honorars für die Leistungen von Freien heranzuziehen.

Und die Verleger „täten gut daran, sich von vornherein an diesen Maßstäben zu orientieren. Denn sie müssen weiterhin mit der erfolgreichen Durchsetzung einer angemessenen Bezahlung rechnen.“

Auch soweit die Verleger in den GVR einen Verstoß gegen europäisches Kartellrecht sehen, habe das Oberlandesgericht dem eine eindeutige Absage erteilt. „Ebenso beseitigt die einseitig erklärte Kündigung der Vergütungsregeln deren Eignung nicht, die Höhe einer angemessenen Vergütung zu bestimmen.“

Bis es soweit war, brachte die Beklagte immer neue Argumente ein, die angeblich eine Bezahlung nach den Gemeinsamen Vergütungsregeln ausschließen. Es gipfelte darin, dass die von Beate Kinzinger vorgelegten über 1600 Texte nicht unter das Urheberrecht fielen, da ihr die erforderliche Schutzhöhe fehle – diese also zu einfach und zu wenig schöpferisch seien.

Dem widersprach das Gericht und entschied, dass auch einfachen Berichte über lokale Ereignisse vergütungspflichtig sein können. Die Anforderungen an den Urheberschutz seien dabei eher gering (siehe auch **Kasten auf Seite 8**).



Aktuelle Seminare

Die ABP bietet in der aktuellen Situation ein umfangreiches Webinar-Angebot. Es reicht von Kurzformaten (90 Minuten) bis hin zu mehrtägigen Kursen, thematisch von digitalen Tools bis zu gehirngerechtem Schreiben.

Eine Auswahl:

- Schneller redigieren (25.02., ganztägig)
- Sprechtraining für Radio und Podcast (26.02., ganztägig)
- LinkedIn professionell nutzen – für Unternehmen (01./03.03., zweimal 3 Std.)
- Straffe Workflows für kleine Teams (10.03., ganztägig)
- Teams digital führen (11.03., 90 Min.)
- Videos fast ohne Aufwand (18./19.03., zweimal 4 Std.)
- Designs mit Canva – einfach und kostenlos (26.03., 90 Min.)

Sobald es wieder möglich ist, werden wir auch Präsenz-Seminare anbieten. 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)

Außerdem zweifelte der Verlag an, dass die Klägerin als hauptberufliche Journalistin tätig gewesen sei – was die Anwendbarkeit der Gemeinsamen Vergütungsregeln ausgeschlossen hätte. Doch auch in diesem Punkt siegte Beate Kinzinger. Die Richter betonten in ihrer Entscheidung, dass es dabei auf den Umfang der journalistischen Tätigkeit ankomme. Und es unerheblich sei, ob die erste Ausbildung eine journalistische gewesen sei.

„Die Verleger täten gut daran, sich von vornherein an diesen Maßstäben zu orientieren.“

Dr. Frauke Schmid-Petersen,
Rechtsanwältin

Schließlich griff die Gegenseite die Gemeinsamen Vergütungsregeln selbst an. Sie seien nicht anwendbar, da sie vom BDZV gekündigt worden seien. Zudem verstießen sie als eine Form der Preisabsprache gegen das Kartellrecht, weil sie Journalist*innen aus dem benachbarten österreichischen Ausland vom Wettbewerb ausschlossen. Auch in diesem Punkt unterlag der Verlag. Zudem ließ das Gericht die Revision nicht zu.

Nach dem gewonnenen Musterprozess bekommt Beate Kinzinger keine Aufträge mehr von der *Landauer Zeitung*. Die würde sie aber auch nicht mehr wollen. In der Berufungsverhandlung habe der gegnerische Anwalt

erklärt: „Wir geben zu, Frau Kinzinger in der Vergangenheit zu gering vergütet zu haben.“ „Auf diesen Satz habe ich ewig gewartet und es tat gut, ihn zu hören“, kommentiert das die Journalistin.

Ihr sei es nicht nur ums Geld gegangen, sondern auch um Gerechtigkeit. „Mein Ziel war es, dass Journalist*innen fair behandelt werden. Und darum, allen zu helfen, die, wie ich selbst, nicht sicher verhandeln können. Es verhandelt sich eben schlecht, wenn das Gegenüber immer am längeren Hebel sitzt und dann noch die Nebenberufler in petto hat, die das Ganze für weit weniger Geld machen.“

Auch bei den BJV-Justiziarern ist die Freude groß. „Der lange und anstrengende Kampf unseres Mitglieds zahlt sich am Ende auch für andere freie Journalist*innen aus“, freut sich BJV-Justiziar Stefan Marx. Bisher seien die vom BJV begleiteten Prozesse auf Zahlung der angemessenen Vergütung nach den Gemeinsamen Vergütungsregeln auf subtilen Einigungsdruck der Richter*innen hin immer durch Vergleich beendet worden. Das sei von Seiten der Freien verständlich. „Werden einem Jahre lang auch kleinste Centbeträge verwehrt, so wirken vier bis fünfstellige Vergleichsangebote schnell verlockend.“

Doch mit jedem Vergleich sei auch die Unsicherheit über die Rechtslage weiter manifestiert worden. Nun liege endlich auch aus Bayern eine erste obergerichtliche Entscheidung zur Bemessung der angemessenen Vergütung von freien Journalisten*innen an Tageszeitun-

gen vor, mit der die Verhandlungsposition aller Freien in ähnlichen Konstellationen deutlich gestärkt werde.

„Möglich gemacht hat diesen Erfolg die akribische tabellarische Aufbereitung der Texte und Bilder nach Buchstaben, Zeilen, Inhalt und Größe durch unser Mitglied“, stellt Rechtsanwalt Stefan Marx klar. Sein Rat: Freie Journalist*innen die sich mit dem Gedanken trügen, später Nachforderungen zu stellen, sollten ihre erbrachten Werkleistungen kontinuierlich dokumentieren.

Denn wenn freie Journalist*innen gegen zu niedrige Honorare kämpfen, stehen sie oft auf verlorenem Posten. Wer gar gegen seinen Verlag vor Gericht zieht, kann sicher sein, bei der Auftragsvergabe künftig leer auszugehen. Die Chance, dass es zu einer größeren Zahl an Klagen auf eine angemessene Vergütung kommt, ist also eher gering.

„Der lange Kampf unseres Mitglieds zahlt sich am Ende auch für andere freie Journalist*innen aus.“

Stefan Marx, BJV Justiziar

Für sie sei es die richtige Entscheidung gewesen, sagt Beate Kinzinger* im Rückblick: „Lieber kein Auftrag, als sich für wenige Euro herzuschenken. Mir ist aber durchaus bewusst, dass dies eine Aussage ist, die man sich leisten können muss.“

Die wichtigen Aussagen des Urteils für freie Journalist*innen

Auch für den Zeitraum ab März 2017 können die **Gemeinsamen Vergütungsregeln** Tageszeitungen (bei vergleichbarer Interessenslage) als Orientierungshilfe herangezogen werden. Dem steht nicht entgegen, dass ein niedrigeres Honorar zwischen den Parteien einvernehmlich vereinbart wurde.

Die durch den BDZV einseitig erklärte Kündigung der Vergütungsregeln beseitigt nicht deren Eignung, die Höhe einer angemessenen Vergütung zu bestimmen. Einen signifikanten Rückgang des Umsatzes oder der Auflagenzahlen, die zu einem Abschlag auf die in den GVR festgelegten Sätze hätte führen können, erkannte das Gericht mangels Angaben des Verlages hierzu nicht.

Ebenso sprächen die Gehaltssteigerungen bei den festgestellten Redakteur*innen dagegen, dass sich das branchenübliche Niveau der Vergütung Freier verringert habe.

Auch für **einfache Berichte in Lokalzeitungen** ist ein angemessenes Honorar zu zahlen. Meldungen, die Auflistungen von Personennamen oder (Sport-)Ergebnissen beinhalten, oder sehr kurze Texte wie etwa Bildunterschriften können Werksqualität besitzen und damit urheberrechtlich vergütungspflichtig sein, zum Beispiel dann, wenn sie in ein Gesamtgefüge eingebunden und kommentiert werden.

Die Anforderungen an den Urheberschutz sind bei solchen Beiträgen niedrig anzusetzen, zumal die Verlage selbst diese als ein für die Lokalpresse essenzielles Betätigungsfeld ansehen.

„Die geforderte individuelle Prägung liegt bereits vielfach darin, dass die Klägerin Situationen und Eindrücke des Tagesgeschehens eingefangen hat. Bereits die Stoffauswahl, das heißt die Idee, bestimmte

Vorgänge zum Gegenstand eines Berichts zu machen, bedeutet ein Mindestmaß an Individualität“, urteilte das OLG Nürnberg.

Die Gemeinsamen Vergütungsregeln gelten nur für hauptberuflich tätige Journalist*innen. Das Gericht hat dazu entschieden, dass eine solche **Hauptberuflichkeit** auch vorliegt, wenn die oder der Freie keine spezifische journalistische Ausbildung hat oder eine solche erst im Laufe der Zeit erwirbt.

Für die Hauptberuflichkeit kommt es – neben formalen Kriterien wie der Mitgliedschaft in der Künstlersozialkasse und dem Besitz eines Presseausweises – entscheidend auf den Umfang der Tätigkeit an. Das bedeutet in der Praxis, dass auch Quereinsteiger, die inzwischen mehr als die Hälfte ihrer Einnahmen aus der journalistischen Arbeit ziehen, ein nach den GVR berechnetes angemessenes Honorar verlangen können. *mgo*

„Journalismus zeigt, wie sich die Welt anders gestalten ließe“

DJS-Schüler Daniel Hinz erhält ein Jahr lang ein Stipendium des BJV

Von Michaela Schneider

Als Teenager holte er den Deutschen Meistertitel im Taekwondo. Jetzt ist Daniel Hinz Stipendiat des Bayerischen Journalisten-Verbandes. Ein Jahr lang erhält der 24-Jährige finanzielle Unterstützung während seiner zweijährigen Ausbildung an der Deutschen Journalistenschule (DJS) in München. Aufgewachsen ist er im oberfränkischen Hof. Zwischen 2017 und 2020 studierte er Kommunikationswissenschaft, Soziologie und Politikwissenschaft in Bamberg.

Auf die Frage nach Ihrer Biografie haben Sie einerseits erzählt, dass Ihre Eltern aus Kasachstan stammen, andererseits, dass Sie einen Zwillingsbruder haben. Inwieweit hat Sie dies geprägt?

Daniel Hinz: Mein Zwillingsbruder hat mich insofern geprägt, als wir uns gegenseitig immer gepusht haben. Wir haben beide Taekwondo gemacht, es war ein Hin und Her, wer welchen Wettkampf gewinnt. Das war ein Zusammenspiel aus Ehrgeiz und Teamplay. Allerdings versuche ich mir den Ehrgeiz inzwischen eher abzugewöhnen, weil es im Journalismus weniger um Konkurrenz und eher um Zusammenarbeit geht. Dass meine Eltern aus Kasachstan kommen, spielt eine Rolle, weil ich merkte: Es gibt Vorurteile gegen Russlanddeutsche, auch in den Medien, das wird aber wenig thematisiert. Damit will ich mich auseinandersetzen. Je mehr Meinungen in Redaktionskonferenzen da sind, desto besser werden Themen am Ende beleuchtet.

Wann wurde Ihnen bewusst, dass Sie Journalist werden wollen?

Ich weiß schon, es gibt Kolleg*innen an der DJS, die mit fünf Jahren wussten, dass sie Journalist werden wollen... (lacht). Bei mir war das nicht so. Ich wollte Fußballer oder Astronaut werden, habe aber schnell gemerkt: Das wird nix. Weil ich später spürte, dass im Bildungssystem und im gesellschaftlichen System Probleme da sind, die ich selbst nicht erklären kann,



Daniel Hinz.

Foto: David-Pierce Brill

wählte ich einen soziologischen Studiengang. Ich interessierte mich für die Welt und dafür, dass sie aus veränderbaren Konstrukten besteht. Der Journalismus kann genau dort ansetzen, bei diesen veränderbaren Konstrukten. Er zeigt, wie die Welt gerade ist, aber er kann auch zeigen, dass sie sich ganz anders gestalten ließe. Ein Praktikum bei der *Frankenpost* war prägend und hat mich dazu bewogen, die journalistische Schiene einzuschlagen. Mir wurde gleich viel zugetraut und ich hatte das Gefühl gehört zu werden. Ehrlich gesagt: Damals habe ich mir Journalismus selbst nicht zugetraut und hatte nicht allzu großes Selbstvertrauen in die eigene Schreibe. Im Praktikum merkte ich: Es funktioniert.

Weitere Erfahrungen konnten Sie als Werkstudent in der Online-Redaktion in franken.de sammeln. Und an der DJS machen Sie nun bis 2022 den Master of Arts. Was erhoffen Sie sich zu lernen?

An der DJS will ich das Handwerkszeug lernen, denn ich habe das Gefühl, man be-

kommt dort die beste journalistische Ausbildung. Zudem bindet die Schule nicht an einen Arbeitgeber, sondern stößt, im Gegenteil, verschiedene Türen auf. Man wird in Print, TV, Radio und Online ausgebildet, entsprechend kann man sich in allen Bereichen austoben.

Gelesen habe ich: Sie schreiben am liebsten über digitale Welten und deren Abgründe. Warum?

Im Studium ging es auch um Diskriminierung und Radikalismus. Extremismus gibt es zwar schon immer, aber ich finde es hochinteressant, wie er sich durchs Internet verändert. Man sieht das an der Querdenkenbewegung. Das sind alles sehr individuelle Menschen. Gleichzeitig bildet sich daraus aber eine Gruppe. Warum und über welche Wege? Damit würde ich mich gern intensiver beschäftigen.

*Sie fotografieren analog, unter jungen Fotograf*innen ist das regelrecht Trend. Wo liegt der Reiz?*

Ich glaube, der Reiz liegt für mich darin, eine gewisse Unverfügbarkeit herzustellen. Man macht sich viel mehr Gedanken, den Moment einzufangen. Man muss sich fokussieren und sich sagen: Ich drücke erst ab, wenn ich zu hundert Prozent sicher bin. Dadurch gewinnt ein Bild eine ganz andere Bedeutung.

Jetzt sind Sie Stipendiat des BJV. Kannten Sie den Journalistenverband bereits?

Ja, ich kannte ihn schon und finde es superwichtig, dass es Gewerkschaften und berufliche Interessensvertretungen gibt. Dass sich der BJV auch für junge Leute einsetzt ist toll, ohne das Stipendium müsste ich jetzt einen Kredit aufnehmen, das wäre nicht so geil. Einen Teil des Geldes werde ich wohl zudem investieren in Kaffee und Bier im SZ-Gebäude (lacht).

Maximal mobil

Wie halten es Redaktionen in Bayern mit dem Arbeiten von zuhause aus? Eine BJV-Umfrage zeigt Trends und Grenzen der flexiblen Beschäftigung auf.

Von Alois Knoller



Der Einschnitt beim ersten Lockdown traf die Redaktionen messerscharf: Von einem Tag zum anderen sollten die Journalist*innen von zuhause aus arbeiten. Abstand halten hieß das Gebot der Stunde. Eine Unmöglichkeit in den Großraumbüros der Verlagshäuser. Was zuvor hauptsächlich Reporter*innen vorbehalten war, sollte nun der Regelfall werden: mobiles Arbeiten mittels Laptop an der Datenleitung ins Stammhaus. Wie hat es geklappt? Welche Probleme traten auf? Was muss geregelt werden? Dies haben wir bei bayerischen Medienhäusern abgefragt. Nur einzelne haben geantwortet. Doch die Ergebnisse sind durchaus repräsentativ.

Die Redaktionen bewiesen ein hohes Maß an Flexibilität. Beim *Main Echo* in Aschaffenburg arbeitete die Redaktion während des Lockdowns „zu 90 bis 100 Prozent von zu Hause aus“, berichtet Chefredakteur Martin Schwarzkopf. Die Reporter*innen haben sich schon seit Jahren daran gewöhnt, ihre Texte von außerhalb einzuspielen. Sie haben Arbeitsplätze in der Redaktion, doch es gibt keine Anwesenheitspflicht für sie. Eingewöhnen mussten sich die sogenannten Editor*innen in die neue Situation. „Sie arbeiten üblicherweise im Newsroom an Präsenzrechnern und wir haben auch ihnen sehr frühzeitig die Möglichkeit gegeben, von zuhause aus zu arbeiten“, so Schwarzkopf.

Bei *Antenne Bayern* waren im ersten Lockdown nur 19 von rund 150 Arbeitsplätzen in der gesamten Unternehmensgruppe vor Ort freigegeben – gerade einmal zwölf Prozent der Belegschaft war noch im Funkhaus. „In dieser Anfangsphase haben wir zum Teil auch Moderationen für unsere Streams oder den Verkehrsservice von zuhause aus durchgeführt“, berichtet Geschäftsführer Felix Kovac. Im Sommer waren wieder bis zu 64 Prozent der Arbeitsplätze im Funkhaus besetzt und aktuell können maximal 41 Prozent der Plätze vor Ort belegt werden. Kovac: „Wir leben das Prinzip ‚Mobile Office first‘, wenn persönliche und/oder betriebliche Belange dem nicht entgegen-

stehen.“ Da der Sendebetrieb nicht ausschließlich remote sichergestellt werden kann und trotzdem die Mitarbeiter*innen gesund bleiben sollen, hat *Antenne Bayern* in seinem Sendezentrum umfassende Hygienekonzepte etabliert, etwa die Klimaanlage mit UVC-Filtern aufgerüstet. „In Summe haben wir einen sechsstelligen Betrag in den Infektionsschutz und in Mobile Office investiert“, erklärt der Geschäftsführer.

Mix aus mobiler Arbeit und Präsenz

Die in Augsburg ansässige Bayard Mediengruppe Deutschland, die eine Anzahl von Zeitschriften herausgibt, ermöglicht grundsätzlich allen Kolleg*innen, von zuhause aus zu arbeiten. „Tatsächlich hat sich jedoch ein Mix aus mobiler Arbeit und Präsenz im Betrieb etabliert“, teilt Geschäftsführer Horst Ohligschläger mit. Während des harten Lockdowns werden rund Zweidrittel der Arbeit von zuhause erbracht. Auch beim *Straubinger Tagblatt/Landshuter Zeitung* geht man differenziert vor. „Redaktionen, die in Großraumbüros arbeiten, befinden sich zum Großteil im Homeoffice“, erklärt Gesamtdirektionsleiter Hannes Lehner. Wo mehrere Räume zur Verfügung stehen, agiert die Redaktion etwas flexibler. So sind in den Mantel-Ressorts in Straubing pro Arbeitstag vier Blattmacher*innen im Verlagshaus präsent. Jedem steht ein eigenes Büro zur Verfügung. Sämtliche Konferenzen finden via Teamviewer oder Zoom statt. „Die direkten persönlichen Kontakte können wir somit extrem minimieren“, sagt Lehner.

Im Verlag Nürnberger Presse hat man nach Auskunft von Barbara Zinecker aus der Chefredaktion seit dem Lockdown auf einen Mix aus mobilem Arbeiten und Präsenz im Verlag gesetzt und dies bis heute beibehalten. „Phasenweise waren die Redaktionen in zwei Teams aufgeteilt, von denen jeweils eines mobil von zu Hause arbeitete und ein zweites im Betrieb war. Manche Kolleg*innen, etwa der Redaktionsservice, blieben aufgrund ihres Tätigkeitsfeldes komplett vor Ort. Das mobile Arbeiten fand auf freiwilliger Basis statt

Andreas Jungbauer, 49 Jahre Redakteur bei der *Main-Post* in Würzburg

„Ich lehne das Arbeiten im Homeoffice nicht ab, sehe es aber kritisch. Es hat Vor- und Nachteile. Ich selbst habe keine kleinen Kinder mehr, habe ein eigenes Arbeitszimmer und damit keine räumlichen Probleme. Sehr schwierig kann die Arbeit daheim für Kollegen werden, wenn diese Rückzugsmöglichkeit fehlt. Von Vorteil ist im Homeoffice: Ich kann in Ruhe Geschichten schreiben und recherchieren. Vor allem diese Phasen erlebe ich konzentrierter als im Großraumbüro. Allerdings geht Redaktionsdynamik verloren, das kann zum Tunnelblick führen. Mir fehlt das Gespräch zwischen Tür und Angel, mir fehlen die gemeinsamen Mittagessen in der Kantine, mir fehlen die Motivation, der Widerspruch und die Kritik der Kolleginnen und Kollegen und ihr vielleicht anderer Blick auf ein Thema. Das sind aber wichtige Kontrollmechanismen. Im Büro merke und

spüre ich zudem stärker: Da sind Menschen, die mit mir gemeinsam am Produkt arbeiten. Das macht etwas mit mir, das beeinflusst mich positiv. Und natürlich geht im Homeoffice das Zwischenmenschliche verloren. Ich treffe Menschen lieber als zu telefonieren. Zudem bin ich davon überzeugt: Eine Telefonkonferenz kann nie das direkte Gespräch ersetzen. Fehlt die Mimik, gehen Dynamik und Intensität verloren. Auch entsteht in einer virtuellen Konferenz zu wenig Interaktivität. Und ich sehe die Gefahr, dass mancher Journalist in Zukunft vielleicht noch weniger rausgeht zu Terminen, zu den Menschen. Oft nimmt man draußen am Rande zwei, drei weitere Themen mit, das entfällt. Homeoffice sollte dort erhalten bleiben, wo es sinnvoll ist, etwa weil man Ruhe braucht oder es sich organisatorisch anbietet. Meinen Schwerpunkt sehe ich aber in der Redaktion. (mic)

und wurde vor allem von Reporter*innen gern angenommen.“ Das Medienhaus macht die Erfahrung, dass auch im Homeoffice sehr effizient und qualitativ hochwertig gearbeitet wird, so Barbara Zinecker.

Entscheidend dabei ist die interne Kommunikation. Bei der Nürnberger Presse hat die Redaktion laut Barbara Zinecker ihre Kommunikation zu Beginn der Pandemie weitgehend auf virtuelle Wege umgestellt, hauptsächlich via Slack und BlueJeans. „Konferenzen fanden und finden nach wie vor zum größten Teil digital statt.“ Für die Planung, Print wie digital, bestehe beim mobilen Arbeiten erhöhter Abstimmungsbedarf – „dieser funktioniert durch Kollaborationstools wie Slack sehr gut“, erklärt Zinecker. Ein Vorteil liege darin, „dass Informationen – sehr demokratisch – für alle zugänglich sind“. Dies sei langfristig auch ein Mehrwert etwa für Teilzeitkräfte, die nicht immer an allen Konferenzen teilnehmen können. Eine Befragung in der Redaktion hat sogar ergeben, „dass viele Konferenzen, die durch Corona wegfielen, nach Ansicht der Kolleg*innen auch künftig wegbleiben können“.

Bei der Bayard Mediengruppe hat das Maß an interner Kommunikation während der Pandemie deutlich zugenommen. „Das Bedürfnis des Teams nach Informationen über die Situation des Verlags ist gewachsen. Der Aufwand, diese Informationen kontinuierlich allen Kolleg*innen zur Verfügung zu stellen, ebenfalls“, erklärt Horst Ohligschläger.

Das Management von *Antenne Bayern* hat ebenfalls – auch aufgrund der Rückmeldungen der Mitarbeiter*innen, die digitale Kommunikation weiter ausgebaut, zum Beispiel durch Online-Veranstaltungen „als Ergänzung zum Intranet mit Updates rund um die Corona-Pandemie, unsere Schutzmaßnahmen sowie zur Unternehmensentwicklung“, so Geschäftsführer Kovac. Neben regelmäßigen Team-Meetings gebe es nun

ein wöchentliches, für alle offenes Stationmeeting mit Updates aller Units sowie eine virtuelle Kaffeeküche als Ort des Austauschs. Sogar das betriebliche Gesundheitsmanagement ist um neue Online- Kursangebote ergänzt worden.

Der spontane Plausch zwischendurch, der kurze Austausch in der Kaffeeküche, der kreative Input im lockeren Kollegengespräch wird im Homeoffice am meisten vermisst. „Vielen fehlt die normale Interaktion, vor allem wenn sich im Homeoffice Frühstück, Arbeit und Abendessen in einem Zimmer und an einem Tisch abspielen“, sagt der Straubinger Redaktionschef Lehner. „Das macht einigen Kolleg*innen richtig zu schaffen.“ Lehner versucht, durch rotierende Dienstmodelle regelmäßig Präsenz-Phasen in der Redaktion zu ermöglichen. Dieselbe Meldung macht Barbara Zinecker von der Nürnberger Presse. „Auch wenn die kontaktlose Abstimmung über digitale Kanäle

überraschend gut funktioniert, fehlt uns allen doch das Zusammenkommen in unserem Familienunternehmen.“ In der Befragung geben Mitarbeiter*innen an, dass Wertschätzung durch die Führungskräfte und die

Gesprächskultur auch beim mobilen Arbeiten nicht ausbleiben dürfen. Und das gemeinsame Feiern von Erfolgen. Während der Corona-Pandemie hat Nürnberg im Jahr 2020 die neue Zentralredaktion formiert, die aus den bisher getrennten Redaktionen von *Nürnberger Nachrichten*, *Nürnberger Zeitung* und *nordbayern.de* entstanden ist. „Die dafür geplanten Teambuilding-Workshops mussten leider nahezu ersatzlos entfallen“, bedauert Zinecker.

Auch bei *Antenne Bayern* fehlt den Kolleg*innen, so ein übergreifendes qualitatives Feedback, bei Kreativ-Prozessen häufiger der persönliche Austausch. Dass Projektarbeit dennoch gut gelingen kann, hat sich am Programm-Update gezeigt. „Dieses wurde komplett im Lockdown zwischen März und Juli weitestgehend durch Remote-Teams gemeinsam

„Wir leben das Prinzip ‚Mobile Office first‘.“

Felix Kovac, Geschäftsführer bei *Antenne Bayern*

Wolfgang Grebenhof, 52 Jahre Redakteur bei der *Fränkischen Landeszeitung* in Ansbach

„Bei uns im Verlag hat das Arbeiten daheim von Anfang an technisch völlig reibungslos funktioniert, das ist für mich die zentrale Homeoffice-Voraussetzung. Ich merke keinen Unterschied zum Büro, weil wir auf sämtliche Bereiche des Redaktionssystems Zugriff haben, etwa auch auf das Archiv oder die Bilddatenbank. Videokonferenzen machen wir über das Tool Jitsi, zuschalten können sich auch die Kolleginnen und Kollegen im Verlags- haus in einem eigens eingerichteten Videokonferenz- raum. Wir veranstalten kein E-Mail-Pingpong mehr, sondern tauschen uns über die Plattform Stashcat aus. Da schreibt man schnell einen Halbsatz rein, und alle bekommen es mit. Es geht darum, leichtfü- ßig zu kommunizieren und zu wissen, was andere tun, um ein Team zu bleiben. (...) Ich mag meine Kollegen, aber ich fühle mich daheim trotzdem noch

woher als im Büro. Man kann auch mal raus in den Garten, man kann Pausen sinnvoller nutzen und zum Beispiel kurz mit dem Hund Gassi gehen. Ich spare eine Stunde Fahrtzeit am Tag und kann mir die Arbeit flexibler einteilen und so den Tag sinnvoller gestalten. Hinzu kommt in der Redaktion viel Zerstreuung, daheim arbeite ich effektiver. Was mir fehlt, ist das Miteinander: Bei einer Tasse Kaffee ins Blaue zu plaudern, ist unersetzlich. Auch die Kreativphasen der Themenfindung kann eine Videokonferenz nicht ersetzen. Ich bin daher kein Freund von hundert Prozent Homeoffice, ich bin aber überzeugt, dass etwas bleiben wird. Das Argument, Homeoffice funktioniere nicht, ist dem Arbeitgeber inzwischen genommen, das beweisen wir seit einem Jahr. Als Betriebsrat werden wir die Institutionalisierung des Arbeitens im Homeoffice anstreben. (mic)

mit wenigen Präsenz-Mitarbeitenden in virtuellen Besprechungen sowie Online-Kollaborationstools umgesetzt“, stellt Kovac stolz fest. Beim *Main Echo* ist die Stimmung geteilt. Chefredakteur Schwarzkopf berichtet: „Es gibt schon Anfragen aus dem Editorenkreis, ob man das künftig immer so machen könnte. Es gibt aber auch Anfragen in die andere Richtung: Ich möchte wieder zurück an meinen Arbeitsplatz, ich vereinsame total zuhause, ich möchte wieder mit Kollegen zu tun haben.“ Der Chefredakteur selbst will am Newsroom festhalten. „Er hatte seinen Wert und wird ihn wieder haben. Ich bin kein Fan der Idee, dass jeder in seinem Kabäuschen sitzt und vor sich hinwurstelt“, sagt Schwarzkopf. Es werde darauf hinauslaufen, dass die Kolleg*innen in Zukunft gemischt mal in der Redaktion und mal zuhause arbeiten.

Flexible, individuelle Lösungen

Der Betriebsrat des Aschaffener Verlagshauses verhandelt momentan über eine Betriebsvereinbarung. Je kürzer sie ausfällt, desto lieber ist es Chefredakteur Schwarzkopf. „Aufgeschriebene Regeln tragen dazu bei, flexible und individuell gute Lösungen zu verhindern.“ Er könne aber nachvollziehen, dass der Betrieb Sicherheit in bestimmten Bereichen braucht. So müsse gewährleistet sein, dass die Kolleg*innen im Homeoffice vom Verlag das Equipment bekommen, das sie brauchen. Freilich: „Es gibt bei uns keinen Mitarbeiter, auch nicht die Reporter, der keinen Schreibtisch mehr hat“, betont Schwarzkopf. „Aber die Mitarbeiter entscheiden selbst, ob sie von zuhause aus schreiben oder in die Redaktion fahren. Diese Freiheit halte ich für einen hohen Wert.“

Das Nürnberger Verlagshaus hat gleich zu Beginn der Pandemie mit dem Betriebsrat eine Regelungsabrede über „Mobile Arbeit während der Corona-Krise“ abgeschlossen. Hierin sind nach Auskunft von Barbara Zinecker Regelungen etwa zu Arbeitszeit, Arbeitsmitteln und Datenschutz getroffen. Eine

Betriebsvereinbarung zu mobilem Arbeiten im Allgemeinen werde derzeit verhandelt. Der Großteil der Redaktion wurde bereits im Lauf des Jahres 2020 für das mobile Arbeiten auf Laptops und Dockingstations umgerüstet. „Zum Teil wurden diese als Poolgeräte von mehreren Mitarbeiter*innen genutzt“, weiß Barbara Zinecker. Und: „Die technische Ausstattung wird 2021 weiter ausgebaut und wird auch für den Regelbetrieb erhalten bleiben.“

Antenne Bayern hat bereits vor der Corona-Pandemie eine Rahmenvereinbarung für „alternierendes Mobile Office“ entwickelt, die nun individuell stellen- und aufgabenbezogen im Rahmen einer persönlichen Vertragsergänzung umgesetzt wird. „Wir erleben, dass ein gewisser Anteil an Mobile Office-Lösungen von unseren Mitarbeitenden gewünscht und gefordert ist“, sagt Felix Kovac. Allerdings lasse sich eine Audio-Produktion nicht komplett in Mobile Offices verlagern. Wie sich mittel- und langfristig die Balance zwischen Arbeit im Funkhaus und mobil entwickelt, „können wir heute noch nicht abschließend absehen“, meint Kovac. Jedoch sei geplant, die weitere Entwicklung auch künftig mittels Befragungen und Gesprächen zu evaluieren, sodass man die Rahmenvereinbarungen an die Belange von Mitarbeitenden und Betrieb im Sinne eines „neuen Normalen“ sowie eines „analogen und digitalen Miteinanders“ anpassen könne.

Auch in der Bayard Mediengruppe werde das mobile Arbeiten in der Zeit nach der Pandemie „sicher eine größere Rolle spielen als vorher“, erklärt Horst Ohlglöschl. Einen vollständigen Wechsel ins mobile Arbeiten könne sich jedoch kaum jemand vorstellen. Nötige Regelungen trifft man in dem Zeitschriftenverlag auf kurzem Wege: „Als mittelständisches Unternehmen ohne Betriebsrat haben wir die unterschiedlichen Arbeitsmodelle im Austausch mit der Belegschaft schnell und transparent ausgearbeitet“, erklärt der Geschäftsführer.

Alexander Grundler, 43 Jahre Contentredakteur der Stadt Weiden, weiden.de

„Wegen der Pandemie hat die Stadt Weiden den Bereich Homeoffice ausgeweitet und so auch die räumliche Situation im Rathaus entzerrt. Wir arbeiten im Wechsel von daheim aus und im Rathaus. Hier haben wir unseren Rhythmus gefunden, das Hybridmodell ist für mich gut. Ich sitze im Rollstuhl, durch meine körperliche Einschränkung ergeben sich gewisse Problemlagen, zum Beispiel wenn es schneit. Wie schaffe ich es dann, innerhalb einer halben Stunde zur Arbeit zu kommen? Schwierigkeiten wie diese sind mit der Möglichkeit, im Homeoffice zu arbeiten, nun keine mehr. Finden Besprechungen im Rathaus statt, an denen ich teilnehme, mussten wir sonst einen Raum finden mit barrierefreiem Zugang. Jetzt kann ich mich auch einmal digital zuschalten, wenn dies nicht gelingt. Das macht den Kollegen und mir man-

che Planung einfacher und ich frage mich, warum wir nicht schon früher ab und zu Videokonferenzen gemacht haben. Es gibt aber auch Situationen, in denen der direkte Austausch elementar ist, vor allem, wenn man in die Kritik und Kreativität geht. Entwerfe ich eine neue Seite und präsentiere sie in einer Videokonferenz, bleiben die Kollegen oft passiv. Vor Ort, da bin ich mir sicher, hätten wir diskutiert. Fallen mir solche Dinge auf, spreche ich sie direkt an. Zudem merke ich: Ich arbeite konzentrierter und dadurch mehr als im Büro. Übrigens denke ich: Wir Angestellten können fürs Homeoffice einiges von Freiberuflern lernen. Ich habe mich deshalb von einem Freiberufler beraten lassen, wie es daheim gelingt, Privates und Büro klar zu trennen. Denn fängt hier eine Vermischung an, wird die Arbeitsbelastung sonst schnell zu hoch. (mic).



Katze, Kaffeepause, Küchenabwasch – lauern im Homeoffice mehr Ablenkungen als im externen Büro?

Foto: Barbara Weidmann

Homeoffice ist keine Insel

Was Neulinge allein daheim von den alten Hasen lernen können

Von Barbara Weidmann

Lümmeln Sie gerade fröhlich in einer Jogginghose herum? Frei nach Karl Lagerfeld dürften derzeit sehr viele Menschen die Kontrolle über ihr Leben verloren haben. Der Absatz solch behaglicher Modesünden ist im vergangenen Jahr gestiegen. Dank Homeoffice? Nicht nur für Arbeitgeber war Arbeiten zuhause lange Synonym für Müßiggang, Laissez-faire und mangelnde Produktivität. Dabei ist diese Arbeitsform für die meisten Freien die Norm. Und die sind unbestritten ertragsfähig. Spätestens aber, seit mit der Pandemie auch noch Homeschooling dazu kommt, ist klar: Diese Umgebung fordert Disziplin und gute Organisation.

Bei der Gestaltung des Arbeitsplatzes fängt es an. Die erste Welle versetzte viele Redakteur*innen abrupt an den heimischen Esstisch. Psychologisch aber ist es ein großer Unterschied, ob man morgens die Bürotüre hinter sich schließt, oder Frühstücksteller und Spielzeug wegräumen muss, um ein Plätzchen für den Laptop zu finden. Von der Ergonomie ganz zu schweigen.

Mentale Bahnfahrt ins Büro

Es gibt Homeworker*innen, die morgens einen Spaziergang um den Block machen, um nach fingiertem Ortswechsel „die Türe zum Büro aufzuschließen“. Weil ihnen die klare Trennung zwischen Privatem und Job hilft. „Ich mache morgens eine ‚mentale Bahnfahrt‘“, erzählt eine Kollegin. „Ich setze mich mit Lesestoff für 15 bis 20 Minuten aufs Sofa, bevor ich arbeite. Wenn ich mit der Bahn fahre, lese ich auch. So hat der Tag die alte Struktur von Aufstehen, Übergang und Arbeitsphase.“

Auch der Wechsel in Businesskleidung tut gut. Der vielbemühte Gag vom „Waist-up dressing“ in der Videokonferenz – oben hui und unten pfui. Was wir tragen wirkt sich tatsächlich auf die innere Einstellung aus. Wissenschaft-

ler*innen der Columbia University hatten schon vor Corona ermittelt, dass das Tragen formellerer Kleidung leistungsfähiger macht. Es verleiht Gefühle von Kompetenz und Macht.

Positive Psychologie ist das Zauberwort, wenn es gilt, den zahlreichen Ablenkungen und Verführungen zuhause zu widerstehen. Lästiges lässt sich ohne Aufsicht wunderbar wegprokrastinieren. Schnell eine Maschine Wäsche waschen. Den Rasen mähen, solange das Wetter noch so schön ist. Kurz ein paar Posts und Fotos gucken. Wo ist die Stunde nur hin? Schreiben Sie bewusst eine Not-To-Do-Liste. Wenn Sie sich gerne auf Social-Media verzetteln, schalten Sie die Benachrichtigungen ab und verstecken das Smartphone. Schokoriegel gleich dazu. „Self-Nudging“ heißt das auf Neudeutsch. Sie stupsen sich in die richtige Richtung.

Den Arbeitstag strukturieren ist eine sehr persönliche Sache. Üblich sind Monats-, Wochen- und Tagespläne, individuell als Tischkalender, Excel-Tabelle oder Trello-Board. Tragen Sie sich auch Auszeiten ein! Und belohnen Sie sich nach erledigter Aufgabe mit rituellem Löschen, Ausstreichen oder Zerknüllen des Klebezettels. Unterteilen Sie größere Projekte in möglichst kleine Einheiten. Dann feiern Sie öfter Triumphe.

Eine beliebte Methode des Zeitmanagements, die „Pomodoro-Technik“, greift dieses System auf (siehe Info-Kasten). So ist immer eine Pause in Sicht, die Aufgaben bleiben überschaubar, Sie konzentrieren sich dank Zeitdruck auf das Wesentliche und der Tag teilt sich in regelmäßige Konzentrations- und Entspannungsphasen. Unrealistische Ziele demotivieren. Eine überbordende To-Do-Liste, von Tag zu Tag mitgeschleppt und verlängert, frustriert. Dinge, die „irgendwann mal erledigt werden sollten“, haben dort nichts verloren. Die landen auf einer „Side-List“.

Vergessen Sie nicht, Zeitaufwände zu dokumentieren und zu

evaluieren. Checklisten beschleunigen komplizierte, wiederkehrende Vorgänge. Sammeln Sie ähnliche Aufgaben und erledigen Sie sie als Paket. Für Telefonate und E-Mails sollten Sie feste Zeitfenster reservieren. Wer ständig auf Störungen reagiert, kommt nicht in den Flow.

Wenn es Ihnen schwerfällt, größere Strecken im Schaffensrausch zu verbringen, dann verabreden Sie sich doch mit Kolleg*innen zum motivierenden „Workathon“. Treffen Sie sich morgens virtuell und besprechen Sie die Ziele telefonisch oder per Videokonferenz. Zwischendrin diskutieren Sie Fortschritte, abends das Ergebnis. Ein effizientes Mini-Erfolgsteam für einen Tag. Überhaupt: Pflegen Sie Kontakte, so es nicht anders geht, eben virtuell. Der BJV lädt regelmäßig zum Online-Stammtisch, es gibt zahlreiche Branchen-Meet-ups. Verabreden Sie sich mit Freund*innen oder Kolleg*innen auf einen kurzen Ratsch zur virtuellen Kaffeepause. Homeoffice ist keine Insel!

Das große Plus der Heimarbeit: Die Zeit lässt sich flexibler einteilen, die eigene Leistungskurve berücksichtigen, Durchschnauf-, Bewegungs-, Katzenknuddelphasen einbauen und – unter normalen Umständen – auch die Kinderbetreuung leichter organisieren. Die Kleinsten profitieren ebenfalls von festen

Routinen und Strukturen. Malen Sie bunte Tagespläne und lassen Sie die Kinder Vorschläge machen. Kleine Ziele, Ungeliebtes zuerst, Belohnungsmomente, viel Abwechslung, dazwischen Bewegung, Entspannung, frische Luft. Und wenn all das nicht hilft, rät Motivationsguru Stefan Frädrich, geben Sie Ihrem inneren Schweinehund doch wenigstens einen Namen. Seiner heißt Günter. Wenn Sie nett mit dem Ihren ins Gespräch kommen, ist er vielleicht nicht mehr so bissig.

Zeitmanagement mit der „Pomodoro-Technik“ von Francesco Cirillo:

- Teilen Sie Ihre Tagesziele in kleine Aufgaben auf.
- Stellen Sie einen Kurzzeitwecker auf 25 Minuten.
- Bearbeiten Sie konzentriert die erste Aufgabe bis der Wecker klingelt.
- Machen Sie fünf Minuten Pause.
- Arbeiten Sie wieder 25 Minuten an der nächsten Aufgabe.
- Nach vier „Pomodori“ gibt es eine längere Pause von 15-20 Minuten.

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

Mobiles Arbeiten: Kein Einsatz rund um die Uhr

Mit Homeoffice und mobilem Arbeiten lassen sich in der Pandemie gefährliche Kontakte in der Redaktion vermeiden. Wie unterscheiden sich die Modelle?

Von Maria Goblirsch

Noch gibt es keinen gesetzlichen Anspruch auf Homeoffice. Aber die Appelle, mehr Beschäftigte in Zeiten von Corona von zuhause aus arbeiten zu lassen, werden lauter. Mehr als ein Drittel der deutschen Zeitungsverlage haben bereits ihre Redakteur*innen ganz oder teilweise ins Homeoffice geschickt, hat der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) ermittelt. Homeoffice und mobiles Arbeiten – viele verwenden diese Begriffe als Synonyme. Doch es gibt praktisch und auch rechtlich deutliche Unterschiede. Der wichtigste: beim Homeoffice (auch „Telearbeit“) wird stationär zu Hause und zu festgelegten Zeiten gearbeitet.

Dagegen lassen sich beim mobilen Arbeiten Zeit und Ort flexibel gestalten. Redakteur*innen können also ganztägig oder stundenweise an bestimmten Arbeitstagen von zuhause, aber auch von unterwegs aus tätig sein. Etwa auf Reisen, im Zug oder Hotelzimmer, aus einem Café oder Sportstadion. Dienstreisen, Bereitschaftsdienste oder Rufbereitschaft gelten nicht als mobiles Arbeiten. Ein weiterer Vorteil: Mobile Arbeit lässt sich auch auf eine bestimmte Zeit wie etwa die der Pandemie begrenzen. Die Grundsätze der Mobilarbeit im jeweiligen Medienhaus werden am besten in einer Betriebsvereinbarung festgehalten. Dazu zählen der Zeitraum der Anordnung, Regelungen zu Arbeitszeit und Arbeitsmitteln oder zur Versicherung, zu Datenschutz und IT-Sicherheit.

Welche Arbeitsmittel hat der Verlag den Mitarbeiter*innen zu stellen? Beim Homeoffice muss der Arbeitgeber dem Beschäftigten einen Arbeitsplatz in der Wohnung einrichten, er hat für eine funktionierende technische Ausstattung zu sorgen und dafür auch die Kosten zu übernehmen (§ 2 Arbeitsstätten-Verordnung).

Chef für sichere Gestaltung des Arbeitsplatzes verantwortlich

Für die Arbeit im Homeoffice gelten alle Regeln wie für den betrieblichen Arbeitsplatz, so sind die Standards zum Arbeitsschutz einzuhalten, eine Gefährdungsbeurteilung ist Pflicht. Der Chef ist für eine sichere Gestaltung des Arbeitsplatzes verantwortlich, eine Begutachtung des Homeoffice-Arbeitsplatzes muss den zuständigen Stellen erlaubt werden. Außerdem ist festzulegen, wann und wie lange im Homeoffice jeweils gearbeitet wird. Das geschieht am besten im Arbeitsvertrag.

Bei der mobilen Arbeit dagegen muss der Chef nicht kontrollieren, ob der Arbeitsplatz sicher ist. Das wäre in der Praxis etwa bei einem Schreibtisch im Hotel oder einem Stuhl

im Café auch kaum zu realisieren. Daher sind die Anforderungen hier geringer, die Arbeitsstättenverordnung gilt nicht. Der Verlag stellt mobile Endgeräte wie Tablet oder Laptop und übernimmt dafür die Kosten, nicht aber für eine komplette Büroausstattung. Mobilarbeit ist für den Arbeitgeber also weniger kostenintensiv. Für Homeoffice und mobiles Arbeiten gilt das Arbeitszeitgesetz. Die Höchstarbeitszeit von werktags acht Stunden und die Ruhezeit von mindestens elf Stunden sind einzuhalten. Flexibles Arbeiten zuhause oder unterwegs heißt nicht, dass man rund um die Uhr im Einsatz sein oder für den Chef erreichbar sein muss. Studien haben gezeigt, dass im Medienbereich häufig die Grenzen zwischen Erwerbs- und Privatsphäre verschwinden und mehr als zulässig gearbeitet wird.

Sturz auf dem Weg zum Arbeitszimmer: wer zahlt?

Was ist, wenn die Datenleitungen zur Redaktion gestört sind? Dann darf man nicht einfach zuhause blau machen, sondern der Chef kann verlangen, dass man in den Betrieb kommen muss. Auch die Teilnahme an Telefonkonferenzen oder Besprechungen in der Redaktion kann (am besten in der Betriebsvereinbarung) vereinbart werden.

Sind Redakteur*innen im Homeoffice oder bei der mobilen Arbeit im gleichen Umfang versichert wie im Betrieb? Nein. Die gesetzliche Unfallversicherung springt nur dann ein, wenn die Tätigkeit in einem sachlichen Zusammenhang mit der Arbeit stand. Der Sturz auf einer Kellertreppe (und auf dem Weg in die Büroräume) kann ein Unfall im Homeoffice sein, entschied das Bundessozialgericht (Az.: B2U 28/17 R). Betriebswege könnten bei einem Arbeitsplatz zuhause durchaus innerhalb der Wohnung liegen und den privaten und den beruflichen Teil der Wohnung verbinden. Dagegen seien „Wege zur Nahrungsaufnahme“, also etwa in die Küche zum Kaffeekochen, nicht unfallversichert, dies zähle zum „privaten Lebensbereich“.

Soll in einer Redaktion Homeoffice oder mobiles Arbeiten eingeführt werden, ist der Betriebsrat rechtzeitig und umfassend darüber zu informieren (§ 90 und § 99 BetrVG). Bei Veränderungen der Arbeitsabläufe oder der Arbeitsverhältnisse sowie bei der Gestaltung der Arbeitszeit hat der Betriebsrat ein Mitbestimmungsrecht (§ 87 BetrVG).



Weitere Infos in der Betriebsräte-Info 3/2020 des DJV unter bjvlink.de/br-info. Tipps zum Steuern sparen zudem im Rechtstipp auf Seite 35.

Recherche und Kommunikation: Irgendwie anders

Kaum Live-Termine und dafür Homeoffice. Das hat Einfluss auf die Berichterstattung

Von Johannes Michel

Gerade für Journalist*innen, die tagesaktuell berichten, hat sich durch die Corona-Krise einiges verändert. Nicht nur die Verlagerung der Arbeit ins Homeoffice, sondern auch der Wegfall persönlicher Kontakte und damit weniger Möglichkeiten zur direkten Recherche betrifft viele Kolleg*innen. Hat das die Berichterstattung beeinflusst?

„Ich vermisse das persönliche Treffen und die Gespräche mit den Menschen, über die ich schreibe. Ich behelfe mir mit E-Mail-Kontakt und Telefonaten. Das geht. Aber es ist anders, da ich nicht sehe, wie der Mensch etwas sagt, welche Mimik und Gesten er dabei zeigt. Die non-verbale Kommunikation bleibt auf der Strecke.“ Daniela Albrecht, Redakteurin beim *Viechtacher Bayerwald-Boten* und stellvertretende Vorsitzende im BJV, ist sich sicher, dass die Corona-Pandemie die Arbeit von Journalist*innen nicht einfacher macht. Viele Termine sind weggefallen, wenig bis nichts findet mehr als Präsenzveranstaltung statt. Im Gegenzug, so Albrecht, entstünden aber auch neue Optionen. „Da aktuell kaum gesellschaftliches Leben vorhanden ist, schafft dies Freiraum für längere Recherchen, auch im Bereich Datenjournalismus. Serien können angeleiert, geplant oder fortgesetzt werden.“

Gerade im Lokalen sind Journalist*innen häufig auf eine gute Zusammenarbeit mit Rath Häusern, Landratsämtern und anderen kommunalen Einrichtungen angewiesen. Frank Förtsch, Pressesprecher des Landratsamts Bamberg und früherer Chefredakteur der Zeitungen der Mediengruppe Oberfranken, kennt beide Seiten. „Wir mussten selbst dazulernen und haben viel enger mit den

Kollegen der Stadt Bamberg zusammengearbeitet als vorher, haben Pressekonferenzen live gestreamt. Hinzu kam, dass Stadt und Landkreis Bamberg bei Themen wie Abstrichstellen oder Impfzentren früh dran waren und so verstärkt in den Fokus der Öffentlichkeit rückten. Die überregionale Berichterstattung war dann gerade in Pandemiezeiten eine Herausforderung.“ Förtsch berichtet aber auch über extrem unterschiedliche Herangehensweisen der Medienvertreter*innen. Einige von ihnen seien beim Aufkommen der Krise präsenter gewesen als zuvor, hätten schriftlich und telefonisch den Kontakt gesucht, andere wiederum waren sehr zurückhaltend. „Wir haben daher versucht, individuelle Angebote zu unterbreiten und die Kollegen anzusprechen.“

Hörer vor Tasten: Reden erwünscht!

Digitale Pressekonferenzen gab es im Umfeld von Daniela Albrecht kaum. „Ich habe in meiner täglichen Arbeit vor allem mit den Pressestellen von Kliniken, Landratsamt und Polizei zu tun. Hier stehen wir in intensivem Austausch, per E-Mail und Telefon. Videogespräche habe ich noch keine geführt.“ Gerade in der zweiten Welle sei die Arbeit anspruchsvoller geworden. Während es im Frühjahr mit der Kommunalwahl noch ein großes Themenfeld abseits von Corona abzuarbeiten gab, sei nun mehr Kreativität gefragt.

Was komplett weggefallen ist, sind Hintergrundgespräche vor oder nach Veranstaltungen. Noch wichtiger geworden ist damit der Kontakt auf anderen Wegen. „Ich greife viel lieber zum Hörer als in die Tasten meines Rechners. Und ich verspüre bei vielen Anrufen, dass der Wunsch, auch mal zwischen den Zeilen zu reden, immens groß ist“, sagt Albrecht.

Tools für Telefon- und Videointerviews

Durch Corona sind Telefon- oder Videointerviews noch einmal deutlich wichtiger geworden. Welche technischen Möglichkeiten gibt es, sie aufzuzeichnen oder mitszuschneiden? Wichtig: Der Gesprächspartner muss vorher informiert werden und einverstanden sein!
Telefoninterview: Telefon oder Smartphone auf laut stellen, Diktiergerät oder ein Smartphone mit einer entsprechenden Sprachrekorder-App danebenlegen und die Aufnahme starten. Auch wenn das antiquiert klingen mag, ist es der einfachste Weg, um ein Telefongespräch mitszuschneiden. Es gibt zwar zahlreiche Apps, die diese Arbeit ohne Umwege erledigen sollen, die Betonung liegt dabei aber auf sollen. Oft gibt es hierbei Schwierigkeiten, so dass die Aufzeichnung fehlschlägt

oder nur eine der beiden Stimmen zu hören ist. Google hat beispielsweise bei Android solchen Apps immer wieder Sperren in den Weg gelegt. Manche Smartphone-Hersteller dagegen ermöglichen die Aufzeichnung ohne Umwege über den Anrufbildschirm. Entscheidend ist also, dass die Aufzeichnung, egal welcher Art, beim Interview auch funktioniert. Daher unbedingt vorher testen!

Videointerview: Allein schon aufgrund der Interaktion sind Videointerviews klar zu bevorzugen. Tools wie Skype, Teams oder Zoom bringen eine Aufzeichnungsfunktion mit, die aktiviert werden kann. So ist es möglich, das Interview danach als Videodatei zu speichern und erneut zu betrachten. Auch hier gilt: Am besten vor dem ersten Versuch mit einer Testperson ausprobieren.

Lebenserhaltende Live-Streams

Kulturjournalismus im Netz der Pandemie – ein Erfahrungsbericht

Von Eva-Maria Fischer

Immer offen sein für Neues: Ich mache es mir im Bett gemütlich, ziehe mir vorschriftsmäßig die VR-Brille über, die mir das Staatstheater Augsburg geschickt hat. Der Raum weitet sich, alles ist in rötlich-neblige Sphären getaucht. Neben mir, über mir, unter mir beginnen Paare attraktiver Frauen und athletischer Männer in „shifting_perspective“ zu tanzen, blicken mich intensiv an, springen über mich, wirbeln um mich herum, verschwimmen und verschwinden, um an anderer Stelle plötzlich wieder an mich heran zu tanzen ... Orientierungslos wälze ich mich hinaus oder hinein in den Strudel aus Licht- und Körperzuckungen. Fast wäre ich aus dem Bett geplumpst. Mir wird schlecht. Eine Kulturjournalistin lebt gefährlich. Besonders während der Corona-Pandemie.

2020 lief erfolgversprechend an mit Akkreditierungen zu den wichtigsten Events. Am Ende: alles abgesagt, alles dicht. Also: Kontakt halten zu den vertrauten Häusern, Surfen in den Weiten des www. Faszinierend, wie man von der eigenen Wohnung aus das Shakespeare-Jubiläum in England oder eine Transgender-Show in Kalifornien live mitverfolgen konnte, wie sich Perspektiven verschoben, die Kleinen groß rauskamen: Bereits am 21. März stellte beispielsweise das Münchner Marionettentheater „Die Zauberflöte“ von Wolfgang Amadeus Mozart kostenfrei auf Vimeo, Youtube und Facebook ins Netz. Über WhatsApp-Gruppen verabredeten sich ganze Schulklassen samt Eltern und Lehrkräften zu diesem Familienstück, das gleich am Tag der Veröffentlichung über 350 Facebook-User interessierte. Über 50.000 Zuschauer aus der ganzen Welt haben „Die Zauberflöte“ des kleinen Musentempels mit rund 120 Plätzen angesehen.

Als Kulturjournalist*innen sind wir gefordert, unser Handwerkszeug zu erweitern; wir müssen die Qualität der neuen Produktionen einschätzen können; ob hier nur mit der Kamera draufgehalten wird, nur der Split-Screen mit seinen Quadrierungen herhalten muss oder ob die Macher*innen kreativ mit ihrem Equipment umgehen. Zu den analogen Spielstätten an den Münchner Kammer-

spielen, Kammer 1 bis 3, kam offiziell die Kammer 4 hinzu, die digitale Bühne. Ähnlich hält es die Berliner Volksbühne mit ihrem Terminal Plus. Am Thalia Theater in Hamburg, das ebenfalls ein immenses Online-Repertoire aufweist und sogar international gut verlinkt ist, reagierte der Regisseur Antú Romero Nunes sehr schnell und wechselte im März während der Proben zu „Maria Stuart“ das Medium. So entstand binnen kürzester Zeit ein professionell produzierter Theaterfilm, und ein spannendes Triptychon nach Friedrich Schiller.

wurden bereits produziert, beispielsweise am Theater Oberhausen „Die Pest“ von Albert Camus. Das inklusive Theater Freie Bühne München setzt mit eigenen Erfindungen über die frisch gegründete Firma WE ARE VIDEO neue Impulse sowohl für die Optik mit virtuellen Bühnenbildern als auch den Ton in Live-Streams, vor allem von Theaterstücken, aber auch von Konferenzen und Messen.

Viel Aufwand, Technik und Know-how wurde in die digitalen Projekte gesteckt, viel Energie und kreatives Potenzial, daher sollten sie nicht nur als nur eine vorübergehende Notlösung betrachtet werden. Sie eröffnen Chancen, dass Menschen aus verschiedensten regionalen, sozialen und kulturellen Richtungen einander dauerhaft begegnen können. Eine ergänzende Kunstform ist am Entstehen. Auch wenn die Austro-Pop-Band Opus in jedem Fall mit „Live is life“ Recht hat – wir Kulturjournalist*innen sollten mit eben so viel Interesse reagieren. Übrigens auch mit einem adäquaten Arbeitsplatz: Auf einem drehbaren Bürostuhl wäre mir die Desorientierung in der Virtual Reality nicht passiert.



Kultur in neuen Dimensionen liefert das Staatstheater Augsburg zusammen mit VR-Brillen nach Hause. Das kann für eine Kulturjournalistin zur Herausforderung werden.

Foto: Jan-Pieter Fuhr

Auch ganze Online-Serien wurden bereits produziert, beispielsweise am Theater Oberhausen „Die Pest“ von Albert Camus. Das inklusive Theater Freie Bühne München setzt mit eigenen Erfindungen über die frisch gegründete Firma WE ARE VIDEO neue Impulse sowohl für die Optik mit virtuellen Bühnenbildern als auch den Ton in Live-Streams, vor allem von Theaterstücken, aber auch von Konferenzen und Messen.

Viel Aufwand, Technik und Know-how wurde in die digitalen Projekte gesteckt, viel Energie und kreatives Potenzial, daher sollten sie nicht nur als nur eine vorübergehende Notlösung betrachtet werden. Sie eröffnen Chancen, dass Menschen aus verschiedensten regionalen, sozialen und kulturellen Richtungen einander dauerhaft begegnen können. Eine ergänzende Kunstform ist am Entstehen. Auch wenn die Austro-Pop-Band Opus in jedem Fall mit „Live is life“ Recht hat – wir Kulturjournalist*innen sollten mit eben so viel Interesse reagieren. Übrigens auch mit einem adäquaten Arbeitsplatz: Auf einem drehbaren Bürostuhl wäre mir die Desorientierung in der Virtual Reality nicht passiert.



Die Autorin

Eva-Maria Fischer hat unter anderem Kulturjournalismus an der Bayerischen Theaterakademie August Everding und der Hochschule für Fernsehen und Film in München studiert. Seit 2001 ist sie als freiberufliche Kulturjournalistin, Autorin und Dozentin tätig.

Foto: Daniel Philipp

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 Mediadata erhalten Sie bei **Mediasüd, Robert Macher, Tel. 091 81 / 29 99-477**

BILDUNG / WISSENSCHAFT



Hanns Seidel Stiftung



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

Hubertus Klingsbögl
Pressesprecher

www.facebook.com/HannsSeidelStiftung
www.twitter.com/HSSde
www.instagram.com/stiftungfuerdemokratie
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 Hebler

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

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



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

PUNKT- LANDUNG

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

Zeigen auch Sie Flagge im Medienmagazin *BJVreport*:
1/8 Seite (86 x 60 mm) in allen sechs Ausgaben pro Jahr
= 1.450,- EUR.

**Der nächste *BJVreport* (alle zwei Monate) erscheint
am 01.04.2021, Anzeigenschluss ist am 05.03.2021.**

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 Heißer
Pressereferentin

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

KAMMERN



Pressestelle

Dagmar Nedbal
Leiterin der Pressestelle,
Bayerisches Ärzteblatt,
Internet

Bayerische Landesärztekammer
Mühlbaurstraße 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
LandesZahnärzte
Kammer**

Isolde M. Th. Kohl

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

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

ENERGIE

VER | **SICHER** | UNGS |
KAMMER
BAYERN

Ein Stück Sicherheit.

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de

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

bayerngas

Dirk Barz

Leiter Kommunikation & Marketing

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

📍 **Bayerngas** GmbH
Poccistraße 9
80336 München

**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

**Dr. Christian Blümm**

Bereichsleiter Marketing
und Kommunikation

**erdgas
schwaben**

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



Aschaffenburg – Bamberg – Nürnberg – Roth – Regensburg – Passau



Lechwerke

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

**Ansprechpartner
für die Presse**

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

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

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



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

N-ERGIE

Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

Michael Enderlein
Pressesprecher
Telefon 0911 802-58071
E-Mail: michael.enderlein@n-ergie.de
Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg, www.n-ergie.de



**Verkehrsverbund
Großraum Nürnberg GmbH**

Manfred Rupp
Pressesprecher
Tel. 0911 27075-43
manfred.rupp@vgn.de
Rothenburger Str. 9, 90443 Nürnberg
www.vgn.de

NETZE



Dipl.-Journ.
Cornelia Benesch

Stabsstelle GF-A
Kommunikations-
management 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

**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**

UNTERNEHMEN



AUDI AG
Kommunikation
85049 Ingolstadt

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

Dirk Arnold
Leiter Kommunikation

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

Antje Maas
Unternehmen

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

Jörg Lindberg
Produkt, Technologie, Motorsport

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

UNTERNEHMEN

Leiter Communications

Thomas Bauer
OMV Deutschland GmbH
Halminger 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



Anja Müller

Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon 0911 5699-201
Telefax 0911 5699-447
Mobil 0171 5659262

Mommsenstraße 24
90491 Nürnberg
www.theresien-krankenhaus.de

anja.mueller@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

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 Mediadata erhalten Sie bei **Mediasüd, Robert Macher, Tel. 091 81 / 2999-477**

UNTERNEHMEN

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.

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



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
2/2021	5. März	22. März	7. April
3/2021	7. Mai	21. Mai	8. Juni
4/2021	9. Juli	26. Juli	9. August

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

Corona in Lateinamerika

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

„Degradierung in dieser Zeit beinahe zynisch“

Weil die *Memminger Zeitung* keine Kulturseiten mehr ausflaggt, wenden sich Kulturschaffende mit einem Brief an Verlagsleitung und Öffentlichkeit

Von Michaela Schneider

„Sehr geehrte Herren, mit großer Besorgnis haben wir in den letzten Tagen unterschiedliche Berichte von Planungen gehört, die Kulturredaktion der *Memminger Zeitung* aufzulösen, die dezidierten Kulturseiten einzustellen und in die allgemeine Lokalberichterstattung zu integrieren.“ Mit diesen Worten wandten sich Unterallgäuer Kulturschaffende in einem offenen Brief kurz vor Weihnachten an Verantwortliche des Allgäuer Zeitungsverlags. Das Schreiben sorgte innerhalb des Hauses wie in der Öffentlichkeit für Gesprächsstoff – und wirft auch generelle Fragen zur Relevanz des Kulturjournalismus im Lockdown und darüber hinaus auf.

Viele Fragen standen für die Unterzeichner des Schreibens im Raum: Handelt es sich um eine Reaktion auf das durch den Lockdown weitgehend stillgelegte Kulturleben oder stehen andere Gründe hinter der Umstrukturierung? Ist ein solches Signal des Medienhauses nicht fatal, während man andernorts über die Bedeutung und Relevanz der Kultur für die Gesellschaft diskutiert? „Kultur ist ein integraler Bestandteil unseres Gemeinwesens, Möglichkeit des Austauschs und damit Gegenmodell zu Polarisierung und Populismus. Gerade in der momentanen Pandemiesituation, in der die Kultur in die Unsichtbarkeit gedrängt wird, müssen Kulturschaffende und der Kulturjournalismus gemeinsam daran arbeiten, auf die identitäts- und sinnstiftende Wirkung von Kultur hinzuweisen. Die Degradierung einer Kulturredaktion in dieser Zeit erschiene beinahe zynisch“, heißt es im offenen Brief.

Was war zuvor geschehen? Eigentlich war Kathrin Mädler, Intendantin des Landestheaters Schwaben und eine der Unterzeichnerinnen, den so engen wie kompetenten Kontakt zur Memminger Kulturredakteurin gewohnt. „Früher hat die Zeitung den Diskurs über Kultur ganz stark mitgestaltet“, sagt sie. Dann habe sie sich gewundert, dass vom einstmaligen gestaltenden Faktor des Ressorts nichts mehr zu spüren gewesen sei. Sie hakte in der Redaktion nach und erfuhr, dass die einstige Kulturredakteurin nicht länger fürs Ressort verantwortlich zeichne,

in Memmingen keine eigenen Kulturseiten mehr ausgeflaggt würden und über Kultur im normalen Lokalteil mitberichtet werde.

Ähnlich erging es Axel Lapp, Leiter der MEWO Kunsthalle in Memmingen. Gewünscht etwa hätte er sich Nachfragen aus der Redaktion zu den Onlineangeboten der Kunsthalle. „Wir waren allein gelassen, vor allem auch, weil die Umstrukturierung vom Verlag nicht kommuniziert wurde“, sagt er. Mädler und Lapp schlossen sich mit dem Kulturamtsleiter der Stadt sowie dem Vorsitzenden des örtlichen Kulturzentrums

„Kulturjournalismus auf Augenhöhe löst einen Diskurs aus, der gesellschaftlich relevant ist.“

Kathrin Mädler, Intendantin des Landestheaters Schwaben

„Kaminwerk“ zusammen und wandten sich mit ihrem Schreiben zunächst an die Chefetage des Allgäuer Zeitungsverlags. Ein Gespräch mit der Redaktionsleitung fand wohl statt, verlief für die Kulturschaffenden jedoch wenig zufriedenstellend. Darauf verschickten sie das Schreiben über den Presseverteiler an Medienschaffende in Schwaben.

Wie Recherchen des *BJVreports* zeigen, fragen sich Mitarbeiter*innen in anderen Lokalredaktionen der *Allgäuer Zeitung*: Betrifft die Umstrukturierung nur Memmingen oder handelt es sich um ein Pilotprojekt, das früher oder später auf die übrigen Allgäuer Lokalausgaben ausgeweitet werden könnte? Auf Nachfrage nimmt Markus Raffler, stellvertretender Redaktionsleiter Allgäu, schriftlich Stellung, allerdings bleiben Fragen offen: „Es gab und gibt keine Bestrebungen der Redaktion, die Kulturberichterstattung einzustellen, weder in Memmingen noch im übrigen Allgäu. Warum auch? Die große Qualität und der hohe Stellenwert der Kulturszene in Memmingen und der gesamten Region ist uns sehr wohl bewusst. Wir werden unsere Leser deshalb auch weiterhin über alle Facetten des

kulturellen Lebens informieren. Es werden dieselben Redakteurinnen und Redakteure über diese Themen berichten, zu deren Aufgabengebiet dies bislang schon gehörte. Kurzum: Die journalistische Qualität der Berichterstattung bleibt unverändert.“

Warum dann aber die Umstrukturierung in der Memminger Lokalredaktion? „Die Corona-Pandemie hat die Zahl der Kulturveranstaltungen in Memmingen und im Unterallgäu massiv reduziert. Dennoch ist es uns wichtig, über verbleibende Aktivitäten zu berichten und zudem die Sorgen, Nöte und Einschränkungen der Kulturschaffenden darzustellen“, so Raffler. Diese Beiträge würden derzeit in der Tat nicht auf ausgewiesenen Kulturseiten veröffentlicht, sondern in den regulären Lokalteil integriert. Was die Kulturträger als Herunterstufung und Geringschätzung einstufen, wertet Raffler als Vorteil: „Diese Artikel und Fotos erscheinen auf diese Weise aktueller und sind oftmals prominenter platziert als auf den in Corona-Zeiten seltener erscheinenden Ressort-Seiten.“ Das Grundprinzip, die feste Ressort-Trennung zugunsten größerer Aktualität und mehr Lesernähe punktuell aufzulösen, sei bei der *Allgäuer Zeitung* nichts Neues, etwa bei der Wirtschaftsberichterstattung.

Nicht nur eigenes Süppchen

Memmings Kulturschaffende fürchten, dass die Einstellung des ausgeflaggten Kulturteils direkte Auswirkungen auf das kulturelle Leben der Stadt Memmingen haben werde und appellieren an den Zeitungsverlag: „Bitte lassen Sie uns die Qualität des Kulturlebens und der Kulturberichterstattung gemeinsam erhalten!“ Dass die Kultur den Kulturjournalismus braucht, steht für Kathrin Mädler und Axel Lapp fest. „Es ist gut, wenn man auch mal in Frage gestellt wird, sonst kochen wir in unserem eigenen Süppchen“, sagt der Kunsthallenleiter. „Theater will den zivilgesellschaftlichen Austausch. Und Kulturjournalismus auf Augenhöhe löst einen Diskurs aus, der gesellschaftlich relevant ist“, betont die Intendantin.

Standpunkt

Jetzt erst recht!

Von Michaela Schneider

Theater, Konzertsäle, Museen und Kinos sind für den Publikumsverkehr geschlossen, öffentliche Kultur ist auf Eis gelegt. Das mag stimmen. Es gibt die Kulturschaffenden aber weiterhin und immer noch, vielleicht sogar jetzt erst recht, denn Künstler*innen stehen vor allem für eines: für übersprudelnde Kreativität. Viele Museen schnüren digitale Angebote, um kleine und große Menschen daheim für Kunst zu begeistern und vielleicht auch selbst zum fantasie-reichen Schaffen zu motivieren. Tänzer*innen, Musiker*innen und Schauspieler*innen liefern während des Lockdowns regelmäßig Livekultur frei Haus, um den Kontakt zum Publikum zu halten. Neue Bücher und Alben lohnen die Rezension. Filmfestivals lassen sich auch vom hei-

mischen Wohnzimmer aus gemeinsam feiern, nur eben anders.

Diese Kulturperlen, gerade auch die regional versteckten, ausfindig zu machen, ist für Redaktionen aufwändiger, als Veranstaltungskalender zu sichten. Genau das aber ist derzeit wichtiger denn je, um der Kulturszene eine lebensnotwendige mediale Plattform zu bieten. Es ist wichtiger denn je, dass Journalist*innen den Menschen in existenzbedrohenden Nöten Gesichter geben. Im Infektionsschutzgesetz wird Kultur besonders gewürdigt, Kanzlerin Angela Merkel betonte, dass es sich nicht um „Vergnügungsveranstaltungen“ handle. Kultur stößt gesellschaftliche Diskurse an, die Auseinandersetzung mit Kultur fördert kreative Denkprozesse.

Entsprechend bedenklich ist es, dass landauf, landab und längst nicht nur im Allgäu schon lange vor Corona Verlage Kulturredaktionen und -seiten ausdünnen; dass der Erfolg von Kulturreports an Klicks gemessen werden soll, dass mancherorts die Meinung vorherrscht, für eine fundierte Kulturkritik brauche es keine eigene Expertise. Und fällt in einer Verlagschefetage der Satz, mit Kultur lasse sich kein Blumentopf mehr gewinnen, kann man dem nur entgegenhalten: Eine blühende, eine sichtbare Kultur ist für eine demokratische Gesellschaft so systemrelevant wie eine freie Presse – dessen sollten sich Medienhäuser bewusst sein. Erst recht jetzt, im Lockdown.

Anzeige

Das Krankentagegeld der DKV für Journalisten.

**Wer unersetzbar ist,
braucht einen
Gesundheitsschutz,
der an alles denkt.**

DKV
Deutsche Krankenversicherung

Ein Unternehmen der ERGO

Jetzt die Vorteile der Gruppenversicherung mit dem Bayerischen Journalisten-Verband e.V. nutzen:

- ab 53,62 Euro mtl. Beitrag*
- Annahmegarantie für versicherungsfähige Personen

www.dkv.com/journalisten

*) Für eine(n) 35-jährige(n) Journalisten/-in nach Tarif KTN2 für 2.100 Euro Krankentagegeld mtl. ab dem 29. Tag. (Stand: 1.1.2021)

„Zwölf Volontäre sind ein Hohn“

Der Bayerische Rundfunk sieht sich mit dem Vorwurf konfrontiert, er bilde zu wenig eigene Leute aus und nutze die Lokalradiosender als „Ausbildungsakademie“

Von Michaela Schneider

Das Problem ist nicht neu und schon lange ein Zankapfel. Letzten November aber ist Sebastian Steinmayr der Kragen geplatzt. „Erhalt lokaler Informationsversorgung durch BR-Personalpolitik gefährdet“: Mit harscher Kritik am Bayerischen Rundfunk wandte er sich in einem offenen Brief an die Öffentlichkeit. Der Geschäftsführer der Dienstleistungsgesellschaft für bayerische Lokalradioprogramme (BLR) wirft dem öffentlich-rechtlichen Sender vor, dass dieser seit Jahrzehnten systematisch Mitarbeiter*innen abwerbe. Wörtlich schreibt Steinmayr: „Darüber hinaus ist die andauernde Praxis der Hörfunkverantwortlichen des BR, eklatante Defizite in der Ausbildung eines eigenen journalistischen Nachwuchses dauerhaft zu ignorieren und stattdessen kontinuierlich die Leistungsträger privater Sender abzuwerben, ein medienpolitischer Skandal.“ Im Gespräch mit dem BJVreport konkretisiert der BLR-Geschäftsführer seinen Ärger – und der Bayerische Rundfunk nimmt schriftlich Stellung.

„Gemessen an der Mitarbeiterzahl sind zwölf Volontär*innen beim BR ein Hohn“, findet Steinmayr. Bei der BLR arbeiteten 27 festangestellte Kolleg*innen sowie zwölf freie Kräfte – und pro Jahr würden drei Volontärsstellen angeboten „Aber natürlich ist es für den BR viel einfacher, sich auf dem privaten Markt umzuschauen, statt selbst mehr Leute auszubilden“, kritisiert der BLR-Geschäftsführer.

Bayerische Lokalradiosender schlossen sich der BLR-Kritik rasch an, Antenne Bayern-Geschäftsführer Felix Kovac etwa forderte den BR in einer Pressemitteilung auf, „sich künftig in angemessenem Umfang an den Ausbildungskosten der privaten Anbieter zu engagieren und seine Beteiligung an der Media School Bayern deutlich zu erhöhen. (...) Es schmerzt, wenn man im Trennungsgespräch erfährt, wie offensiv der BR stellenweise auf unsere Mitarbeiter zugeht und ihnen übertarifliche Angebote unterbreitet, die wir uns als privates Wirtschaftsunternehmen nicht leisten können“, so Kovac.

Er könne nur für die BLR sprechen, sagt Steinmayr, diese habe seit dem Jahr 2000 32 Nachrichtenleute an die Öffentlich-Rechtlichen

abgegeben; 25 wechselten zum Bayerischen Rundfunk, der Rest zu anderen Sendern – meist nicht direkt nach dem Volontariat, sondern mit drei, vier Jahren Berufserfahrung. „Wir interessieren uns für die Gründe, wenn uns Mitarbeiter verlassen“, sagt Steinmayr. Unisono höre er: Sie fühlten sich bei der BLR sehr wohl und gingen ungern. Doch der BR zahle ein höheres Gehalt bei niedrigerer Arbeitsbelastung. Ist etwas dran am Vorwurf, die 55 privat finanzierte Lokalradiosender in Bayern fungierten als „Ausbildungsakademie des öffentlich-rechtlichen Wettbewerbers“?

„Natürlich ist es für den BR viel einfacher, sich auf dem privaten Markt umzuschauen, statt selbst mehr Leute auszubilden.“

Sebastian Steinmayr,
Geschäftsführer der BLR

Die Kritik, der BR bilde wesentlich weniger Volontär*innen aus, als er brauche, könne man nicht nachvollziehen, ein Vergleich der journalistischen Ausbildung beim BR und bei einem privaten Hörfunksender sei auch gar nicht möglich, heißt es in einer Stellungnahme des Bayerischen Rundfunks gegenüber dem BJVreport. Stellvertretender Pressesprecher Christian Dück schreibt: „Tatsächlich deckt der BR einen Großteil seines journalistischen Nachwuchses über die hauseigenen Volontariate ab. Jährlich werden zwölf Plätze vergeben – eine Zahl, die trotz aller bekannten öffentlich-rechtlichen Sparzwänge seit Jahrzehnten konstant ist.“ Dück verweist ferner auf das einjährige Trainee-programm „PULS Talents“ für Quereinsteiger*innen in den Journalismus, auf die Unterstützung der Deutschen Journalistenschule, auf eine Kooperation mit der Universität Eichstätt, auf 250 bezahlte journalistische Hospitanzen und auf rund 140 Schülerpraktika.

In seinem offenen Brief stellt Steinmayr noch eine ganz konkrete Forderung an den BR, nämlich eine höhere Beteiligung an der Finan-

zierung der Media School Bayern als „renommierter Akademie für journalistischen Nachwuchs“. Auf die Frage, ob dies denn nicht nur ein Tropfen auf den heißen Stein sei, erwidert Steinmayr: „Es ist die Summe der vielen Kleinigkeiten, die man dem BR zumuten kann.“

„BR profitiert sehr von den Ausbildungsangeboten“

Hauptgesellschafter der gemeinnützigen GmbH ist die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) mit derzeit 62 Prozent, die übrigen Anteile verteilen sich auf 25 weitere Gesellschafter. Der BR mit zwei Prozent steuert 25.000 Euro pro Jahr bei. Steinmayr rechnet vor: In Relation sei das Engagement der BLR um ein 231-Faches höher. „Der Bayerische Rundfunk profitiert sehr von den Ausbildungsangeboten der Media School Bayern“, sagt BLM-Präsident Siegfried Schneider und Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der Media School Bayern. Bei der Neuschaffung des BR-Jugendangebots „PULS“ etwa sei mehr als die Hälfte der neuen Mitarbeiter*innen aus der Media School Bayern gekommen. Hier brauche es ein höheres Maß der Kooperation, bekräftigt Schneider, ein entsprechendes Gespräch mit der neuen Intendantin stehe auf seiner To-Do-Liste. Katja Wildermuths Amtszeit hat am 1. Februar 2021 begonnen.

Über die Media School Bayern

Rund 200 angehende Journalist*innen nehmen die Aus- und Fortbildungsangebote der Media School Bayern pro Jahr wahr. Teilweise schalten die angehenden Journalist*innen Praktika einem eigentlichen Volontariat vor oder nutzen das Angebot studienbegleitend, andere steigen nach Langzeitpraktika oder auch mehrjähriger redaktioneller Mitarbeit direkt bei Rundfunksendern als Journalist*innen ein. Zudem bietet die Media School Bayern eigene crossmediale Volontariate (Radio, Video, Online und Moderation) sowie Ausbildungsplätze für Mediengestalter*innen Bild- und Ton an.

20 Millionen Farbtöne

Um das Thema Corona kommt man in diesen Tagen nicht herum. Es gibt viele andere Themen, über die es sich zu berichten lohnt, keine Frage. Aber die Pandemie scheint so gut wie alle Lebensbereiche zu infizieren und stellt uns vor neue Herausforderungen, die Medienmacher so bisher nicht kannten.

Nein, ich meine nicht arbeitstechnische Veränderungen wie Videokonferenzen statt Vor-Ort-Gesprächen oder die Frage, wie ich Menschen mit Maske einigermaßen vernünftig abbilde. Gesellschaftlich stehen die Medien vor Herausforderungen, die bisher noch nicht gelöst sind. Da wäre zum Beispiel der Umgang mit einem Phänomen, das in Krisen nicht nur Psychologen auffällt: Schwarz-Weiß-Denken beziehungsweise die Denkweise Entweder-Oder. Extrem ausgeprägt findet sich dies in sozialen Netzwerken, nicht zuletzt befeuert durch die diesen Systemen eigenen Filterblasen. Doch es schwappt auch auf die „klassischen Medien“ über. Auch dort fehlt an vielen Stellen ein differenzierter Umgang mit den vielen Facetten der pandemischen Herausforderung und ihren Auswirkungen.

Entweder folge ich uneingeschränkt den Vorgängen, die Politiker, Sachkundige oder auch vermeintliche Experten auftischen – dann gelte ich für die andere Seite als systemtreu, Lämmchen in der Herde, uninformatiert, aber uniformiert. Oder ich halte alle Maßnahmen für übertrieben, falsch, unüberlegt – dann gelte ich rasch als Verschwörungstheoretiker, Covidiot oder als uninformatiert, aber uniformiert. Hier wäre es an den Medienmachern zu zeigen, dass es zwischen Schwarz und Weiß nicht nur viele Graustufen gibt, sondern annähernd 20 Millionen verschiedene Farbtöne.

Ich glaube, dass wir Journalistinnen und Journalisten dies vor allem dadurch schaffen, dass wir uns auf unsere ureigentliche Aufgabe besinnen. Nach-

richten, Geschehnisse, Vorgänge sollten wir zunächst einmal transportieren. In der Relevanz wiedergebend, aber zurückhaltend im Gesamtkontext einordnend. Erklärjournalismus ist gut, wenn er auf Fakten beruht, jedoch nicht, wenn er meinungsgesteuert ist. Bei Leitmedien geht es um Themenführerschaft, aber nicht um Meinungs-führung. Das funktioniert schon seit geraumer Zeit nicht gut, in der Pandemie wird diese Fehlentwicklung noch sichtbarer.

Es wäre gut, wenn wir uns wieder auf die journalistische Aufgabe besännen. Denn als Pressevertreter, egal welcher Gattung, können wir in dieser herausfordernden Zeit das bieten, was für die Gesellschaft systemrelevant ist. Wir können durch Aufklärung zu mehr Sicherheit beitragen. Wir können Vertrauen fördern durch die Kontrolle der Gewalten. Wir können Unsinn durch Faktencheck entlarven. Und wir können durch eine fundierte Berichterstattung der Wahrheit sehr nahekommen. Wir können versuchen, durch die Abbildung von annähernd 20 Millionen Farben den Menschen zu zeigen, dass zumindest Schwarz-Weiß der falsche Weg ist.



Michael Busch
ist Vorsitzender des Bayerischen
Journalisten-Verbands

Foto: Stefan Gregor

Biathlon-Union sperrt Journalist*innen aus

BJV sieht eine unabhängige Berichterstattung in Gefahr und protestiert in einem offenen Brief

Um die 400 Athlet*innen aus mehr als 40 Ländern, begleitet von einem ebenfalls dreistelligen Tross aus Funktionär*innen und Techniker*innen, Trainer*innen und Betreuer*innen: Biathleten aus aller Welt maßen sich im Januar zwei Rennwochen lang beim Weltcup der Internationalen Biathlon Union. Auch in Oberhof machten die Athleten zweimal Station. Das zweite Event war zunächst im bayerischen Ruhpolding geplant, wurde aber mit Blick auf die Corona-Situation nach Thüringen verlegt.

Doch nicht nur die Zuschauer*innen, sondern auch Journalist*innen mussten draußen bleiben. Anfang Januar gab der Verband in einer Pressemitteilung bekannt: Die IBU habe sich „zum Schutz der Sportler*innen und aller Beteiligten neben leeren Zuschauerrängen auch eine strikte ‚No Media‘-Regelung ausserbeten“. Video- und Audiointerviews der Erst- bis Drittplatzierten, kostenloses Bildmaterial, Kommentare der Gewinner*innen auf Twitter sowie Ergebnisse und Kommentare auf der Website würden Redaktionen für die Berichterstattung aber zu Verfügung gestellt.

„Ignorieren Sie diese Veranstaltungen der IBU“

Dass Journalist*innen von den Wettbewerben ausgeschlossen werden, bezeichnete Michael Busch, Vorsitzender des Bayerischen Journalisten-Verbandes, als völlig inakzeptabel und wandte sich in einem offenen Brief an den IBU-Präsidenten Olle Dahlin. „Sie verhindern damit eine unabhängige und freie Berichterstattung durch die Medien nahezu vollständig und ersetzen diese durch verbandseigene Pres-



So sah es in früheren Zeiten aus, als Sportjournalist*innen und Foto-graf*innen selbst bei Biathlon-Wettkämpfen vor Ort waren.

Foto: Oryk Haist

sebilder und -texte“, so Busch wörtlich. Er verwies darauf, dass aktuelle Regelungen für andere Sportereignisse zeigten, dass eine Berichterstattung auch unter den aktuellen Auflagen der Covid-19-Pandemie mit entsprechenden Hygienekonzepten möglich sei. Und er machte darauf aufmerksam, dass Journalist*innen ein wichtiger Teil ihrer wirtschaftlichen Grundlage entzogen werde. An die Kolleg*innen in Medienhäusern appellierte er, auf eine Berichterstattung zu verzichten, sollte Presse nicht doch noch zugelassen werden.

IBU-Kommunikationschef Christian Winkler antwortete zwar auf Buschs offenen Brief, zeigte für die Sorgen des BJV-Chefs aber wenig Verständnis: Man beabsichtige in keiner

Weise, eine unabhängige Berichterstattung von den Wettkämpfen der IBU zu verhindern. Die Entscheidung, die Veranstaltung für die Öffentlichkeit – also Fans und Medien – zu schließen, erfolge aufgrund der Notwendigkeiten des Hygienekonzepts. „Die logistischen und organisatorischen Herausforderungen, eine sichere Veranstaltung in Pandemie-Zeiten durchzuführen, sind gerade für die Organisatoren in der ‚Zweiten Liga‘ des Biathlons enorm und haben uns daher zu dieser einmaligen Entscheidung bewogen“, schreibt Winkler wörtlich. Busch erneuerte darauf seinen Appell an die Medienhäuser: „Ignorieren Sie diese Veranstaltungen der IBU und verzichten Sie auf die Berichterstattung.“ *Michaela Schneider*

Lokalthemen ja – aber anders

„Ich finde es sensationell, was ihr macht. Bitte glaubt weiterhin an euch!“. Viel positives Echo erfuhr die Nürnbergerin Alexandra Haderlein in der jüngsten FREIstunde der Fachgruppe freie Journalist*innen im BJV. Ein Jahr ist es her, dass sich die Journalistin entschloss, ihre Redakteursstelle bei den *Nürnberger Nachrichten* aufzugeben, den Schritt in die Selbstständigkeit wagte und mit dem Online-Medium *Lokalblog Nürnberg* ein Herzensanliegen verwirklichte. Haderleins großes Ziel ist es, auch junge Zielgruppen mit konstruktivem Journalismus zu erreichen. Zudem ist dem *Lokalblog-Nürnberg*-Team Partizipation extrem wichtig. Mehr im Artikel auf der BJV-Website unter bjvlink.de/lokalblog.

(mic)

Die Corona-Konfrontation

In der aufgeheizten Debatte rund um das Thema Corona sei „ein regelrechter Glaubenskrieg“ entstanden, sagt Markus Bär, Redakteur bei der *Augsburger Allgemeinen* (Medizin/Wissenschaft). Auf Einladung des Bezirksverbands Schwaben-Augsburg erzählte er gemeinsam mit seinem Kollegen Daniel Wirsching (unter anderem Fachgebiet Medien) über seine Erfahrungen im Umgang mit Corona-Kritikern. Mehrere Redakteur*innen entschlossen sich im Sommer, Covid-Berichterstattungs-Kritiker*innen zu einer Diskussionsrunde mit der Redaktion einzuladen. Sechs ehemalige Leser*innen sagten zu. „Wir wollten die Leute verstehen und nicht mit ihnen streiten“, erklärte Wirsching. Das gelang teilweise. Mehr im Artikel von Thomas Mrazek unter bjvlink.de/corona-konfrontation.

BJV-Verbandstag erst im Frühsommer

Mitglieder sollen vor Ort und digital wählen können

Die Mitgliederversammlung des Bayerischen Journalisten-Verbands wird mit Blick auf die derzeitige Pandemiesituation in den Frühsommer verschoben. Die Entscheidung fiel im Landesvorstand nach so ausführlicher wie sachlicher Diskussion mit nur wenigen Gegenstimmen.

Ursprünglich war eine zweitägige Präsenzveranstaltung im April geplant. Folgender Beschluss ist nun gefallen: Die Verbandstage sind verschoben auf Juni oder Juli. Stattfinden soll eine Präsenzsitzung mit der gleichzeitigen Möglichkeit zur digitalen Teilnahme. Jedes Mitglied entscheidet selbst, ob

es vor Ort oder digital dabei ist. Sollte eine Präsenzveranstaltung am beschlossenen Termin kurzfristig pandemiebedingt doch nicht möglich sein, findet eine rein digitale Mitgliederversammlung statt, sie wird nicht nochmal verschoben.

Der Ort und genaue Termin stehen noch nicht fest, zunächst müssen nun geeignete Räumlichkeiten recherchiert und gesichtet werden. Auch sind zahlreiche rechtliche und technische Fragen zu klären, gerade auch mit Blick auf die anstehende Neuwahl des geschäftsführenden Vorstands.

Michaela Schneider

Der Vorstand unterwegs

Es war irgendwie alles anders. Am Jahresende nochmals die Kolleginnen und Kollegen zu treffen und ein wenig über das vergangene Jahr, aber auch die Zukunft zu plaudern – ausgefallen. Ein Treffen mit dem Landesvorstand und verdienten Mitgliedern des Verbandes, um für das ehrenamtliche Engagement zu danken – ausgefallen im so außergewöhnlichen Jahr.

Mit vielen Telefonaten und Videokonferenzen versuchte der Vorstand das einigermaßen zu kompensieren. Das klappte allerdings nur bedingt, Lebkuchen und Glühweinduft blieben vor dem eigenen Bildschirm und wehten nicht mit entsprechenden Worten garniert zum Gesprächspartner oder der Gesprächspartnerin.

Und dennoch war all dies besser als nichts. Es gab zum Beispiel ein virtuelles Treffen mit den Kolleginnen und Kollegen in der Geschäftsstelle. Ein kleines Weihnachtspaket – ein paar Tage zuvor überstellt – und die Zeit für diese ungewöhnliche Weihnachtsfeier waren alles, was es benötigte, um eine kurzweilige, adventliche Stunde gemeinsam zu verbringen.

Angenehme Aufgaben im geschäftsführenden Vorstand ...

Michael Busch

BSW schreibt 2020 so gute Zahlen wie noch nie

Die Herausforderung im „Coronajahr“ 2020 war fürs Team des Bildungs- und Sozialwerks (BSW) massiv: Präsenzseminare waren von einem Tag auf den anderen nicht mehr möglich, im Hauruckverfahren stellte der BJV-Bildungsbeauftragte Thomas Mrazek zusammen mit Mitarbeiterinnen der BJV-Geschäftsstelle ein neues Webinar-Programm auf die Beine. Das Ergebnis kann sich im Jahresrückblick

sehen lassen. „2020 war das erfolgreichste Jahr im BSW“, sagt Mrazek. Mit 42 Seminaren schnürte das BSW für Fortbildungsinteressierte ein so großes Angebot wie nie zuvor, 452 Teilnehmer*innen buchten die Angebote. Und auch die 31 Referentinnen und 19 Referenten ließen sich auf das digitale Abenteuer ein. 2021 bietet das BSW 50 Webinare an: bjv.de/seminare.

(mic)

Nur ein Experiment?

BR ruft „Wissenschaftlichen Expert*innenrat“ ins Leben – Rundfunkrat Stocker schaut darauf mit Sorge

Der *Bayerische Rundfunk* spricht von einem Experiment, der Bayerische Journalisten-Verband schaut auf dieses mit einer gewissen Skepsis: In seiner neuen Videoreihe „beta stories“ wolle der *BR* besonders brisante Wissenschaftsthemen aufgreifen, ist auf der Internetseite des öffentlich-rechtlichen Senders zu lesen. Dafür hat er nun ein eigenes, neues Gremium ins Leben gerufen.

„Ein Wissenschaftlicher Expert*innenrat soll den Austausch unter Forscher*innen und Journalist*innen fördern“, heißt es desweiteren erklärend. Dabei handle es sich um kein repräsentatives Gremium, sondern eine Gruppe freiwilliger Vertreter*innen aus der Wissenschaft.

Die Mitglieder würden nicht honoriert und übernehmen keine Verantwortung für

die journalistischen Produkte, sondern stünden für Rückfragen, Einschätzungen und konstruktive Kritik bereit. Im Gegenzug erhielten sie Einblick in die journalistische und formatentwicklerische Arbeit des *BR*.

„Eine Art Parallelgremium“

Was auf den ersten Blick nach einer konstruktiven Kooperation klingen mag, bereitet Harald Stocker ein Stück weit Bauchschmerzen. Der BJV hat den Vorsitzenden der Fachgruppe Rundfunk als Verbandsvertreter in den Rundfunkrat entsandt. Stocker fragt sich nun, ob beim *Bayerischen Rundfunk* eine Art Parallelgremium zum Rundfunkrat entstehen könnte.

Dessen 50 Mitglieder werden von im Bayerischen Rundfunkgesetz (Art. 6 Absatz 3)

festgelegten politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Gruppen für jeweils fünf Jahre entsandt. Ihre Aufgabe ist es, im Interesse der Allgemeinheit über die Erfüllung des Programmauftrags des *BR* zu wachen.

„Die Journalist*innen beim *BR* brauchen kein weiteres Aufsichtsgremium. Das wäre mit der Freiheit der Berichterstattung nur schwer vereinbar“, sagt Stocker. Aufgrund seiner 25-jährigen Berufserfahrung als Wissenschaftsjournalist zieht er zudem den Nutzen eines „Wissenschaftlichen Expert*innenrats“ in Zweifel: „Wissenschaftsjournalist*innen arbeiten sich sowieso in jedes Thema neu ein und erschließen sich bei der Recherche neue Quellen und zuverlässige, seriöse Expert*innen.“

(mic)

Wie sie leben, wie sie arbeiten – der *BJVreport* besucht prominente Mitglieder in ihrem Büro. Zuletzt öffnete die gehörlose Journalistin Iris Meinhardt ihre Tür. Sämtliche bisher veröffentlichten Officestory stehen online unter bjv.de/officestory.

Der Herr Augen-und-Ohren-überall

Bei so vielen Zeitungen, über die Marcel Auermann wacht, könnte man den Überblick verlieren. Aber der Chefredakteur in Oberfranken und Südthüringen hat alle auf dem Schirm.

Von Senta Krasser



Auch wenn Marcel Auermann viele Kilometer durchs Verbreitungsgebiet macht – die meiste Zeit arbeitet er in seinem Hauptbüro bei der *Frankenpost*. Was in Pegnitz, Bad Salzungen oder Suhl passiert, kriege er von Hof aus trotzdem sehr genau mit: „Ich habe Augen und Ohren überall.“ Privat hat sich der Multi-Chefredakteur in Bayreuth niedergelassen. Am Ende habe die schönste Wohnung gewonnen.

Foto: Reinhard Feldrapp

Bemäße sich Reichtum an der Anzahl von Schreibtischen, die man besitzt, wäre Marcel Auermann sehr reich: vier sind es, in vier Städten. Kaum ein anderer Chefredakteur einer deutschen Tageszeitung dürfte über so viele verschiedene Arbeitsplätze verfügen wie der Gesamt-Chefredakteur von (tief Luft holen und mitzählen) *Frankenpost*, *Neue Presse*, *Nordbayerischer Kurier*, *Freies Wort*, *Südthüringer Zeitung* und *Meininger Tageblatt*. Und da sind die Standorte der anderen in der Verlagsgruppe Hof-Coburg-Suhl-Bayreuth (HCSB) erscheinenden Lokalausgaben wie das *Marktrechwitzer Tagblatt* nicht eingerechnet.

Sein Zeitungsreich von Oberfranken bis Südthüringen ist also rein geografisch ganz schön groß. Gemäß Gesamtauflage ebenso. Mit den mehr als 142.000 verkauften Zeitungen erreicht der erste Journalist der HCSB-Gruppe jedenfalls mehr Menschen als der *Weser-Kurier*. In Bremen

hatte es Auermann zuvor bis zum Digitalchef und Vize-Chefredakteur geschafft. Im Januar vor einem Jahr ging es dann für ihn auf der beruflichen Leiter eine Sprosse rauf. Genau genommen in den

„Der Austausch von Texten bietet sich an. Dass überall das Gleiche steht, wäre aber fatal. Ich will keine Einheitszeitung für alle.“

Marcel Auermann

dritten Stock der *Frankenpost* im Hofer Zentrum. Dort hat er im 75. Jahr des Zeitungsbestehens das Büro seines Vorgängers Johann Pirthauer bezogen. Ist es gemütlich? Sagen wir: luftig.

„Ich liebe die Luftigkeit und den Raum zum Atmen“, erklärt Auermann, als er den suchenden

Blick seines virtuellen Vis-à-vis wahrnimmt. Bei ihm dürfe es „nicht barock und zu vollgestellt“ sein. Pirthauers Schrankwand verschwand also. Die neue Sitzgruppe im Bauhaus-Stil an deren Stelle soll signalisieren: Ich will auf Augenhöhe mit dir sprechen. Und dann sind da überall Bildschirme; der Flach-TV an der Wand und die Monitore, auf denen Auermann seine sechs Zeitungen „wirklich bis zur letzten Lokalseite“ liest, wie er betont. Natürlich kann er nicht ständig Kilometer machen in seinem Verbreitungsgebiet; dafür hat er ja auch seine verlängerten Arme vulgo Redaktionsleiter vor Ort wie Wolfgang Braunschmidt in Coburg (und demnächst auch einen in Suhl nach dem Abgang von Chefredakteur Walter Hörmann). Trotzdem solle sich keiner unbeobachtet fühlen: „Ich habe Augen und Ohren überall.“ Von seinem Büro in Hof aus habe er alle auf dem Schirm.

Sagt Auermann „Büro“, das fällt sofort auf, spricht er es „Bürro“ aus. Seine schwäbischen Wurzeln kann er nicht verleugnen. Vor 43 Jahren kam er in der Schwabenmetropole Stuttgart zur Welt und fing früh Feuer für den Journalismus. Während andere Jungs in seinem Schulalter zum Fußball gingen, versuchte er sich als Nachwuchstheaterkritiker. Für *Waiblinger Kreiszeitung* und *Fellbacher Zeitung* kloppte er Lokaltermine; einmal sogar – der Höhepunkt der jungen Karriere! – ein Konzert mit der Boyband N Sync. Sonst war es die übliche journalistische Ochsentour, der sich Volontariat und Redakteursein in Heilbronn angeschlossen.

Bei der *Heilbronner Stimme* hat man Marcel Auermann übrigens in bunter Erinnerung behalten. Ein „ganz besonderer Farbtupfer“ sei er in der Redaktion gewesen, erinnert sich Chefredakteur Uwe Ralf Heer im Telefonat mit dem *BJVreport*. Mit neuen Formaten und Themen, die sonst niemand im Blick hatte, habe er überrascht. Als „Riesen-Musical-Experte“ fiel er auf und als meinungsstark. Und, ach ja, was für ein Glücksfall sei es doch für die *Stimme* gewesen, dass Auermann just am 11. September 2001 in New York weilte und exklusive Breaking News schickte.

Diese Episode erklärt denn auch, wieso in Auermanns Hofer Büro ein rätselhaft abstraktes Werk mit der Aufschrift „New York“ hängt. Freunde schenkten es ihm, wissend um seine Leidenschaft. „Wenn man 9/11 selbst vor Ort erlebt hat, dann hat man eine ganz besondere Verbindung zu dieser Stadt.“ So gut wie jedes Jahr zieht es Auermann in den Big Apple. Überhaupt interessiert er sich für amerikanische Politik sehr, was ihn offenbar interessant macht für Funk und Fernsehen. Der *Deutschlandfunk* zitierte seinen Kommentar zum Sturm aufs Washingtoner Kapitol. Und als Joe Biden als US-Präsident vereidigt wurde, stand er bei *Oberfranken TV* als US-Experte vor der Kamera.

„Trommeln gehört zum Handwerk“

Wann immer er angefragt wird – der Zeitungschef aus Hof steht parat, um seine Redaktion zu repräsentieren, denn: „Trommeln gehört zum Handwerk und zu meiner Funktion als Chefredakteur“, wie er sagt. Von der Weser an die Saale hat man ihn freilich in erster Linie geholt, um diesem seit Jahren durch die Branche wabernden Schlagwort „Online First“ auch hier Leben einzuhauchen. In Themen und Storys denken statt in Ein-, Drei- oder Vierspaltern – das in die Köpfe zu bekommen, ist Auermanns Job. Er soll „in der Gruppe die digitale Säule nach oben treiben“. Da-

Warum ich im BJV bin

„Journalismus ist ein Ausbildungsberuf wie die Schauspielerei oder das Bäckerhandwerk. Nur wer ein Volontariat abgeschlossen hat, darf sich Redakteur*in nennen. Weil man nur in der Gruppe stark und erfolgreich ist, hat sich jede Branche, auch der Journalismus, in einem Verband oder in einer Gewerkschaft organisiert. Deshalb war es für mich vom ersten Tag des Volontariats an keine Frage, in den DJV beziehungsweise jetzt in den BJV einzutreten. Sich mit Kolleg*innen auszutauschen, Ansprechpartner*innen zu haben und Hilfe in vielerlei Bereichen zu erhalten – das ist in einem Kommunikationsberuf wie dem unsrigen wichtig. Und nicht zuletzt: Die Angriffe uns gegenüber werden nicht weniger. Wir alle müssen tagtäglich die Meinungs- und Pressefreiheit (aufs Neue) verteidigen.“

bei hilft ihm Eidos. Das im Mutterkonzern SWMH (bis auf SZ) bereits ausgerollte Redaktionssystem, das kanalneutrales Arbeiten sowie schnelleren Textaustausch ermöglicht, ist seit Dezember bei den HCSB-Zeitungen im Einsatz. Auch der Chefredakteur ließ sich schulen, um unterstützend eingreifen und nicht zuletzt beurteilen zu können, „ob mir jemand einen Bären aufbindet“. Nein, ein Chefredakteur, der irgendwo im fernen Universum schwebt, das will Auermann nicht sein. Auch sei er nicht der Typ, der im Haupthaus sitzt und sich nur um die Politik- und Meinungsseiten kümmert. „Das Lokale und Regionale ist unser Alleinstellungsmerkmal.“ Und da steht nun das nächste Großprojekt an.

Kurz vor Weihnachten warf Auermann in den Jour fixe mit den Lokalchefs seine Idee eines Regio- beziehungsweise Produktionsdesks hinein. Ist es womöglich eine Erleichterung, wenn die Außenredaktionen sich nur noch aufs Recherchieren und Schreiben konzentrieren, während Layout und Produktion gebündelt an einem Ort stattfinden? Darauf sollen die Redaktionsleitungen herumkauen. Deren Meinung sei ihm wichtig; „Keiner soll sich überrumpelt oder vernachlässigt fühlen. Denn es bringt ja nichts, gegen den Willen einer Mehrheit Dinge durchzuboxen.“

Wie weit es mit der Basisdemokratie her ist, wird sich zeigen. Die Desk-Sache gärt noch. Irgendwann im Februar wird sich wieder zusammengesetzt, natürlich virtuell. Ist ja noch immer Pandemie. Hätte man sich real öfter treffen können, ist sich Auermann sicher, wäre er mit der Umsetzung seiner vielen Ideen ein Stück weiter.

Ob dazu gehört, den Verlagsgruppengedanken konsequent bis zu Ende zu denken? Also noch mehr zu vereinheitlichen im Sechszeitungsreich, wo sich, schaut man allein auf Oberfranken, Hofer und Bayreuther ja nicht immer grün sind? „Wir haben Schnittmengen im Verbreitungsgebiet, wo sich der Austausch von Texten anbietet“, sagt der Gesamt-Chefredakteur, „es wäre aber fatal zu sagen, wir vereinheitlichen dahingehend, dass überall das Gleiche steht.“ Und dann schließt Auermann diesen einen Satz an, den sie speziell beim Kurier in Bayreuth interessiert zur Kenntnis nehmen dürften: „Ich will keine Einheitszeitung für alle.“ Seit die *Frankenpost* 2016 in die *Bayreuther Zeitung* einstieg, fühlt man sich dort zur Außenredaktion degradiert. Nicht nur, dass dem Kurier die eigene Druckerei genommen wurde und das Gros des Redaktionspersonals (aktuell nur noch 52 Mitarbeitende!). Auch wer und wie über die Kultur berichtet, wird im 60 Kilometer entfernten Hof bestimmt, wo man aus Sicht der stolzen Festspielstadt zum allsommerlichen Tuten und Blasen nichts zu sagen hat.

Womit wir bei der Schlussfrage wären: Lieben Sie Wagner, Herr Auermann? Dass er ein Musical-Kenner ist, ist bekannt. Aber sechzehn Stunden auf harten Klappstühlen dem „Ring“ lauschen? Das könne er erst beurteilen, wenn er es tatsächlich einmal erlebt habe, lacht Auermann. „Vielleicht zieht es mich dann eher auf die weiche Couch zuhause.“ Als er nach Bayreuth zog, dachte er, der sich grundsätzlich als „sehr kulturaffin“ bezeichnet, er werde gleich in seinem ersten Jahr als Chefredakteur die Festspiele besuchen können. Jetzt hofft er auf eine nächste Chance im Sommer.



Musicals machen Marcel Auermann gute Laune, aber liebt er auch Wagner? Foto: Reinhard Feldtrapp

Die lange Geburtsstunde der Organisation

Am 2. Februar 1946 konstituierte sich im Münchner Rathausaal der Verband der Berufsjournalisten in Bayern

Von Alois Knoller

Gelegenheit zur Teilnahme an preiswertem Mittagessen (50 g Fleisch, 5 g Fett, 50 g Schwarzbrot) war gegeben, als der Arbeitsausschuss der Berufsjournalisten in Bayern am Samstag, 2. Februar 1946, zur Gründung des Verbands der Berufsjournalisten in Bayern (VBB) einlud. Der kleine Rathausaal in München war „zum Bersten voll“, so der Berichtersteller der *Süddeutschen Zeitung*. Auf die 125 Teilnehmer wartete ein langer Arbeitstag.

Vier Monate waren vergangen, seit sich im September 1945 der Arbeitsausschuss gebildet hatte. Was dieser unter Vorsitz von Otto Groth geleistet hatte, um auf den Trümmern der Nazi-Diktatur aufrechte, demokratisch gesinnte Journalist*innen ausfindig zu machen, wurde laut Protokoll mit lebhaftem Beifall quittiert. Auch einige Lizenzverleger wie Werner Friedmann und Curt Frenzel hieß Groth willkommen, weil man jetzt „in ein gewisses inneres Verhältnis getreten“ sei, da Verleger und Journalisten zum Teil die gleichen Personen seien. Dagegen komplimentierte Groth ein paar „ungebetene“ Gäste entschieden hinaus.

Gewählt mit überwältigender Mehrheit

Noch vor der Beratung der Statuten des VBB wurde der erste Vorstand gewählt. Unbestrittene Führungsfigur war Otto Groth als der große alte Mann der Münchner Zeitungswissenschaft. Der damals schon 70 Jahre alte Journalistiklehrer wurde mit überwältigender Mehrheit (113 Stimmen) zum Ersten Vorsitzenden ernannt. Besser schnitt nur sein Stellvertreter, der Sozialdemokrat und SZ-Lokalchef Georg Lorenz (48), mit 117 Stimmen ab. Erster Kassenwart wurde der Konservative Erwein Freiherr von Aretin (58), der Chefredakteur der Wochenschrift *Münchner Allgemeine*. Schriftführerin wurde die überzeugte Sozialdemokratin und Emigrantin Else von Reventlow (49), die als Redakteurin bei der *Neuen Zeitung* („Eine amerikanische Zeitung



Otto Groth. Quelle: Kieslich/Schütz 1965; Fotograf nicht bekannt

für die deutsche Bevölkerung“) beschäftigt war.

Für die Beisitzer ergab sich eine plurale Zusammensetzung: Josef Ackermann (50) als Direktor des städtischen Informationsamts München, Werner Friedmann (37) als SZ-Bayernchef (ab August 1946 sollte er vierter Lizenzträger der SZ werden), Joe Heydecker (29) als Vertreter der Rundfunkjournalisten, Robert Lembke (32) für die Sportreporter und Eduard Schmidt-Claudius (35), der Pressechef des bayerischen Ministeriums für Entnazifizierung. Dem Wunsch, zusätzlich einen Kollegen aus dem Kreis der Flüchtlinge und neu nach München gezogenen Journalist*innen zu berufen, entgegnete Groth, das Anliegen sei mit der Wahl von Reventlow und Schmidt-Claudius erledigt.

Als Geschäftsführer wurde Josef Osterhuber (69), einst als Chefredakteur des *Bayeri-*

schen Kuriers entschiedener Gegner Hitlers, einmütig bestätigt. Er stand allerdings unter Druck des Leiters der amerikanischen Information Control Division (ICD) in München, Joseph Dunner, der wiederholt die Geschäftsführung des Arbeitsausschusses kritisiert hatte. Osterhuber bot deshalb zunächst seinen Rücktritt aus gesundheitlichen Gründen an. Seine Bestätigung auf der VBB-Gründungsversammlung war nicht zuletzt eine Trotzreaktion auf den Versuch der Pressekontrollabteilung, „sich über die Maßen und nach Belieben in die Arbeit der deutschen Stelle einzumischen“. So ist es notiert im Vorstandsprotokoll vom 14. Dezember 1945.

Kritik am schleppenden Tempo

Freilich: Bei der Debatte der Statuten wurde insbesondere das schleppende Tempo des Arbeitsausschusses bei der Prüfung der eingereichten Unterlagen bemängelt. Weil sie nicht rasch genug erfolgte, sei fragwürdigen Personen die Gelegenheit gegeben worden, sich in den

Redaktionen als künftiges Mitglied des Journalistenverbands vorzustellen, deren Aufnahmegesuch lediglich aus formellen Gründen noch nicht erledigt sei. Leonhard Felsenthal von der US-Pressekontrolle für München und Oberbayern wies darauf hin, dass sich Lizenzträger der Gefahr des Lizenzentzugs aussetzten, wenn sie wissentlich belastete Journalist*innen beschäftigten. Sollte der VBB im Nachhinein feststellen, dass ein Mitarbeiter oder eine Mitarbeiterin einer Zeitung den Ansprüchen einer journalistischen Tätigkeit nicht entspreche, dann müsse dies der Redaktion unverzüglich mitgeteilt werden. Im Zweifelsfall treffe der ICD die letzte Entscheidung über das Arbeitsverhältnis. In § 17 der VBB-Satzung kam der Passus: „Der Prüfungs- und Überwachungsausschuss ist auch verpflichtet, wenn ihm von einem Redakteur oder Mitarbeiter einer Zeitung oder Zeitschrift, sei er Mitglied oder

nicht, Tatsachen bekannt werden, die ihn als der journalistischen Tätigkeit unwürdig erscheinen lassen, den Redaktionen, die ihn beschäftigen, diese Tatsachen mitzuteilen.“

Der fünfköpfigen Jury sollten nur ältere und berufserfahrene Kolleg*innen angehören. Allerdings wurde neben Freiherr von Aretin auch der noch junge Joe Heydecker hineingewählt. Obwohl Volontär*innen von der Mitgliedschaft zunächst ausgeschlossen waren, wusste sich der VBB in der Verantwortung, die Ausbildung des Nachwuchses ständig zu überwachen. Vor allem sei darauf zu achten, mahnte Groth, dass sie nicht als billige Arbeitskräfte missbraucht würden. Als Journalist*in gelten sollten Redakteur*innen, Korrespondent*innen und ständige Mitarbeiter*innen von Zeitungen, Zeitschriften, Nachrichtenagenturen, offiziellen wie gemeinnützigen Pressestellen, Rundfunk und Filmwochenschauen. Auch überwiegend journalistisch tätige Lizenzträger wurden aufgenommen. Ausgeschlossen blieben in der Werbung tätige Personen, um eine Verqui-

ckung zwischen Journalismus und Privatindustrie zu vermeiden.

Ein weiterer Ausschuss hatte sich um eine Unterstützungskasse zu kümmern. Sie sollte unverschuldet in Not geratenen Kolleg*innen mit Zuwendungen helfen. Zur Finanzierung stellte sich Groth drei Quellen vor: die Aufnahmegebühren, Spenden von Zeitungen und Erträge aus Veranstaltungen. Tatsächlich waren die Vorbereitungen zu einem ersten Pressefest gerade angelaufen; am 16. August 1946 lud der VBB zu den „Frohen Sommertagen der Presse“ in Pullach ein.

Tarifikämpfe waren verboten

Erste Tarifverhandlungen mit den Verlegern sollte der „Ausschuss für den korporativen Arbeitsvertrag“ aufnehmen. Den Auftrag erhielten der Gewerkschaftsdelegierte Georg Lorenz, das KPD-Mitglied Bruno Goldhammer und Willi Rehm (*Neue Zeitung*). Die Entlohnung war damals höchst uneinheitlich. Die Bezüge der Lokalredakteur*innen schwankten zwischen 300 und 1600 Reichsmark. Ressort-

leiter erhielten bis zu 2000 RM. Vollbeschäftigte freie Journalist*innen mussten indes mit 300 bis 400 RM auskommen.

Tarifikämpfe waren allerdings von den alliierten Besatzern verboten, die Lohnhöhen die Landesarbeitsämter fest. Während am 1. Dezember 1946 der alte Manteltarifvertrag von 1938 fast unverändert wieder in Kraft gesetzt wurde, zogen sich die Verhandlungen über den Gehaltstarif dagegen über Jahre hin. Auf der ersten VBB-Vorstandssitzung am 8. Februar 1946 wurde dann auch ein Unterausschuss für Papiervermittlung, Foto, Farbbänder gegründet, um auf die Engpässe in der Materialbeschaffung zu reagieren. Auch dieses Thema sollte den Journalisten-Verband über Jahre hin beschäftigen.



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

Der Ehering fiel sofort auf

BJV-Vertreter diskutierten mit Studierenden über die Siegerbilder von Pressefoto Bayern 2020

Viel lieber hätten sich die BJV-Hochschulbeauftragte Anette Kolb und Thomas Geiger, Vorsitzender der Fachgruppe Bildjournalist*innen, mit Studierenden der Kommunikationswissenschaften der Otto-Friedrich-Universität Bamberg persönlich getroffen, um über die Siegerbilder des Wettbewerbs Pressefoto Bayern 2020 zu diskutieren. Die Pandemie jedoch verhinderte nicht nur ein Treffen vor Ort, sondern auch die Pressefoto-Ausstellung im Maximilianeum an sich.

Workshop zur Übung „Fotos im Journalismus“

Ausfallen lassen wollten Kolb und Geiger ihr Treffen mit den möglichen künftigen Kolleg*innen trotzdem nicht – und so veranstalteten sie mit der Bamberger Dozentin Kristina Wied einen digitalen Workshop für die Teilnehmer*innen der Übung „Fotos im Journalismus“. Wie ist ein gutes Bild aufgebaut? Wie erzählt man mit Fotos Geschichten? Mit Fragen wie diesen beschäftigen sich die Studie-

renden ein Semester lang in Theorie und Praxis.

Im BJV-Workshop teilten Kolb und Geiger die Studierenden in drei Arbeitsgruppen auf, jede Gruppe diskutierte über das Gesamtsiegerbild „Der Covid-19-Patient“ des Fotografen Florian Bachmeier sowie die Siegerbilder aus zwei oder drei weiteren Kategorien. Die Einblicke waren dabei hochexklusiv, denn die Sieger*innen wurden erst einen Tag später bekannt gegeben.

Die Hochschulbeauftragte Anette Kolb beeindruckte vor allem auch, wie genau die angehenden Kommunikationswissenschaftler*innen auf Details achteten. Sofort sei ihnen der Ehering des Covid-19-Patienten am Ringfinger aufgefallen und sie vermuteten darin einen wichtigen Teil der Geschichte. Erst später erfuhren sie, dass sich der Patient zum Zeitpunkt des Fotos zwar auf dem Weg der Besserung befand, seine Frau jedoch am Coronavirus gestorben war.

Michaela Schneider

Quo vadis Rundfunk?

Erster DJV-Thementag

Yvette Gerner von *Radio Bremen* bekommt die Auswirkungen der ausgebliebenen Erhöhung des Rundfunkbeitrags ab Jahresbeginn unmittelbar zu spüren. Jeden Monat fehlten dem Sender derzeit rund 800.000 Euro, berichtete die Intendantin. Man halte am Regelprogramm fest, spare aber an technischen Innovationen und aktuellen Sonderprojekten im Bundestagswahljahr. So könne *Radio Bremen* bis Herbst 2021 durchhalten. Sie war nur eine der Stimmen, die sich beim ersten Thementag des Deutschen Journalisten-Verbandes zu Wort meldete. Die öffentlich-rechtlichen Anstalten müssten sich Sorgen machen, überhaupt noch gefunden zu werden mit ihren Angeboten, mahnte der KEF-Vorsitzende Heinz Fischer-Heidberger den Reformbedarf des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an. Er betonte, dass die KEF an ihrer Empfehlung der Beitragserhöhung um 86 Cent festhalte. Mehr unter bjvlink.de/thementag-rundfunk. Der nächste DJV-Thementag findet am Mittwoch, 24. Februar, zum Thema Medienpolitik statt.

Anette Kolb

„Mehr Präsenz im Nachrichtlichen“

Die Seven.One Entertainment Group baut 60-köpfige zentrale Redaktion auf

Von *Michaela Schneider*

Sparrunden, Stellenabbau, Verlagsverkäufe: Hiobsbotschaften wie diese gehören für Journalist*innen längst zum Medienbranchen-Alltag. Umso mehr überraschte im Dezember die Seven.One Entertainment Group. Sie baue ihre eigenen Produktionsaktivitäten weiter aus, am Hauptstandort Unterföhring im Landkreis München werde eine rund 60-köpfige, zentrale Nachrichtenredaktion aufgebaut, hieß es in einer Pressemeldung. Das Unternehmen wolle Nachrichten für *ProSieben*, *Sat1* und *Kabel Eins* mit Beginn des Jahres 2023 über alle Plattformen selbst produzieren. Neue Jobs für Journalist*innen dürften also winken.

Ausgelagert hatte der Konzern die Nachrichtenproduktion vor einem guten Jahrzehnt, als er im Jahr 2000 den Nachrichtenkanal *N24* veräußerte. Zwar betrieb er weiter ein Nachrichtenbüro in Berlin, kaufte aber die täglichen News von der *WeltN24 GmbH* als Produktionsdienstleister zu. Seit Sommer 2018 baut die Seven.One Entertainment Group nun den Standort Unterföhring aus, Chefredakteur Sven Pietsch spricht vom mehreren 100 Millionen Euro schweren Investment. Bis 2024 soll der so genannte „New Campus“ fertiggestellt sein. Als eine der ersten sollen schon einige Zeit vorher die neuen Nachrichtenredakteur*innen einen „hochmodernen, crossmedialen Newsroom inklusive State-of-the-art-Studio“, so die Formulierung in der Pressemeldung, beziehen. Welche technischen Besonderheiten die künftigen Redakteur*innen erwarteten, welche Kanäle und digitalen Plattformen künftig verstärkt oder neu bespielt würden und welche neuen Formate entstünden – für alle diese Aussagen ist es laut Pietsch derzeit noch zu früh.

Vor einem Jahr, bei der Neuausrichtung des Konzerns, war dessen Geschäftsführer Wolfgang Link mit der Aussage zu lesen: „Wir haben ein klares Ziel: Die Zukunft des Entertainments neu zu definieren! Und genau das setzen wir um!“ Die Gruppe wickelt seither alle Contentaktivitäten unter einem Dach ab – von Show bis zu Magazinen. „Kerngeschäft der Seven.One Entertainment Group ist Content in allen Bereichen selbst zu produzieren, Hauptsache lokal“, sagt



So soll der „New Campus“ in Unterföhring eines Tages aussehen.

Grafik: ProSiebenSat.1/ARGE P7S1 New Campus Campus / Vielmo Kohlbecker

Chefredakteur Sven Pietsch. „Wir sind davon überzeugt, dass es eine journalistische und strategische Notwendigkeit ist, mehr Präsenz im Nachrichtlichen zu zeigen und mehr aus eigener Hand zu produzieren“, sagt Pietsch.

Schon 2020 hätten die Redaktionen mehr Spezialsendungen, Dokus und Reportagen gemacht und verstärkt gesellschaftlich relevante Themen aufgegriffen. „Wir sehen ein hohes Interesse und erleben eine hohe Akzeptanz beim Publikum“ so Pietsch gegenüber dem *BJVreport* – und zwar bei anderen, jüngeren Zielgruppen als sie die öffentlich-rechtlichen Sender erreichen. Vor allem verweist Pietsch dabei auf *Pro7* und junge Formate wie „Taff“ oder „Galileo“. „Ich habe nie den Stimmen geglaubt, dass sich die junge Generation nicht für Politik interessiere. Im Gegenteil: Ich glaube dass sie sogar hochgradig und unabhängig vom Pandemieszenario gesellschaftspolitisch interessiert ist, dass sie aber eine andere Form der Ansprache und Kommunikation sucht.“

Der Entschluss, in diese Richtung selbst zu produzieren, sei lange vor der Pandemie gefallen, das Corona-Szenario habe darin bestärkt. Gelungene politische Nachrichten für junge Menschen? Die müssten aktuell sowie relevant sein laut Pietsch und der Lebenswirklichkeit der Zielgruppen entspringen.

Zwar arbeiten auf dem Campus längst Journalist*innen in verschiedenen Magazinredaktionen. Die rund 60-köpfige Nachrichtenredaktion aber wird komplett neu aufgebaut. Das bedeutet

laut Pietsch: Sämtliche angedachten Stellen werden ausgeschrieben, voraussichtlich ab März oder April. Sollten sich darauf Mitarbeiter*innen des Konzerns bewerben, entstehen an anderen Stellen neu zu besetzende Vakanzen. Einige wenige Kolleg*innen werden fürs neue Hauptstadtbüro in Berlin gesucht, die meisten neuen Jobs entstehen aber am bayerischen Standort Unterföhring. „Sukzessive werden wir im Laufe dieses Jahres und natürlich des nächsten Jahres die Redaktion füllen“, sagt Pietsch. Ab voraussichtlich Anfang 2022 sollen die Nachrichten im internen Probetrieb laufen, der Chefredakteur spricht von einer „Simulation des Tagesgeschäfts unter Echtzeitbedingungen als Vorbereitung der eigentlichen Live-Sendung“. Am 1. Januar 2023 soll die erste Sendung aus der eigenen Nachrichtenredaktion produziert werden.

Zahlen und Fakten

Die Seven.One Entertainment Group beschäftigt an ihrem Hauptstandort in Unterföhring rund 3000 Mitarbeiter*innen, darunter bislang rund 230 Journalist*innen in verschiedenen Redaktionen. Um die 60 weiteren Stellen sollen in der neuen Nachrichtenredaktion geschaffen werden. Derzeit bildet der Konzern mehr als 50 Volontär*innen in Redaktionen und im PR-Bereich aus, auch hier sind neue Ausbildungsplätze in der künftigen Nachrichtenredaktion laut Chefredakteur Sven Pietsch geplant.

Wenn der Küchentisch zum Schreibtisch wird

Wie lassen sich im Homeoffice Steuern sparen? Ein Überblick

Von Maria Goblirsch

Die große Koalition hat sich im Dezember 2020 auf eine Homeoffice-Pauschale geeinigt. Mit ihr sollen alle, die während der Covid-19-Pandemie zuhause gearbeitet haben, entlastet werden. Die neue Pauschale beträgt fünf Euro am Tag. Angestellte können sie als Werbungskosten, Freiberufler als Betriebsausgaben in der Steuererklärung geltend machen (auch jeder Ehepartner für sich).

Die Höchstgrenze liegt bei 120 Tagen, also 600 Euro im Jahr. Damit ist die Pauschale ausgeschöpft. Mehr ist nicht zu holen, auch wenn jemand mehr als 120 Tage im Homeoffice verbringt. Ebenso kann, wer mehrere Jobs nebeneinander im Homeoffice ausübt, nur fünf Euro pro Tag absetzen. Die neue Pauschale gilt rückwirkend für das Jahr 2020 und auch für 2021.

Ein festes Arbeitszimmer in der Wohnung muss dafür nicht nachgewiesen werden. Einzige Bedingung ist, dass man an den betreffenden Tagen „keine außerhalb der häuslichen Wohnung gelegene Betätigungsstätte aufsucht“ (§ 4 Abs. 5 Satz 1 Nr. 6b Einkommenssteuergesetz).

Was zunächst gut klingt, hat einen Haken: Die neue Homeoffice-Pauschale wird nämlich auf die Werbungskostenpauschale in Höhe von 1000 Euro angerechnet. Das ist der Betrag, den das Finanzamt von sich aus und ganz ohne Nachweise bei jedem Arbeitnehmer berücksichtigt und von den Einnahmen aus nichtselbständiger Tätigkeit abzieht – auch wenn tatsächlich keine oder nur geringere Werbungskosten entstanden sind. Das heißt: für alle, deren Werbungskosten unter 1000 Euro liegen, verpufft die Wirkung der neuen Homeoffice-Pauschale.

Der Gesetzgeber verlangt keinen Nachweis dafür, wie viele Tage im Homeoffice verbracht wurden. Steuerexperten empfehlen aber, sich eine entsprechende Bescheinigung vom Arbeitgeber ausstellen zu lassen. Am besten zusätzlich die im Homeoffice verbrachten Tage und Arbeitszeiten im Kalender notieren!

Homeoffice hat auch Auswirkungen auf die Entfernungspauschale: Wer zuhause arbeitet und nicht mit dem Auto ins Büro fahren muss, spart zwar Spritkosten. Er kann aber auch weniger Fahrtkosten bei der Steuererklärung 2020 absetzen. Wer sich eine Pendlerpauschale auf der Steuerkarte hat eintragen lassen, sollte am besten die geminderte Fahrtleistung von sich aus melden.

Ausgaben für Tickets oder Monatskarten des öffentlichen Nahverkehrs oder für eine Bahncard lassen sich weiter von der Steuer absetzen – aber auch hier nur in dem Umfang, wie sie während der Pandemie tatsächlich angefallen sind.

Wer bei der Steuer richtig sparen will, sollte an Stelle der Corona-Pauschale das häusliche Arbeitszimmer absetzen. Dafür gelten allerdings auch in der Sondersituation der Covid-19-Pandemie strenge Voraussetzungen.

Wann sind diese Kosten absetzbar? Es klingt banal, aber ein Arbeitszimmer hat dafür auch wie ein Büro auszusehen. Der Arbeitsplatz am Esstisch oder in der Schlafzimmernische zählt steuerlich nicht als Arbeitszimmer. Es

muss vom Wohnbereich abgetrennt und wie ein Büro – also typischerweise mit Schreibtisch, Bürostuhl, Regalen und Computer – eingerichtet sein. Ein Gästebett oder ein Kleiderschrank gelten bereits als „sachfremde Einrichtung“.

Außerdem darf ein Raum nach der Rechtsprechung nur dann als häusliches Arbeitszimmer abgesetzt werden, wenn er „ausschließlich oder so gut wie ausschließlich beruflich genutzt wird“. Führt jemand zum Beispiel auch private Telefonate in dem Büro, verschickt nicht nur dienstliche E-Mails oder bewahrt dort persönliche Gegenstände auf, so gilt das als private Mitnutzung – was zum Verlust der Abzugsmöglichkeit führt (BFH Az.: GrS 1/14).

Das Finanzamt darf also nach dem Umfang der beruflichen Tätigkeiten im häuslichen Arbeitszimmer fragen. Eine private Mitnutzung von maximal zehn Prozent der Gesamtnutzung gilt nach Ansicht des BFH als erlaubt. Auch Durchgangszimmer erkennt das Finanzamt in der Regel nicht als

häusliche Arbeitszimmer an.

Ist das Arbeitszimmer erst einmal anerkannt, gibt es zwei Stufen der steuerlichen Absetzbarkeit. Entscheidend dafür ist, wo der Schwerpunkt der beruflichen Tätigkeit liegt. Wer einen Arbeitsplatz im Unternehmen und einen zweiten zuhause hat, darf ei-

gentlich nichts absetzen. Aber es gibt für die Zeit der Pandemie eine Ausnahme.

Schickt der Chef seine Mitarbeiter*innen an mindestens drei von fünf Tagen ins Homeoffice und lässt sie nicht im Betrieb arbeiten, so dürfen die Kosten für das Arbeitszimmer zuhause bis zu einer Summe von 1250 Euro im Jahr als Werbungskosten abgesetzt werden. Dabei müssen die einzelnen Aufwendungen nachgewiesen werden („beschränkter Abzug“). Nutzen Paare ein Arbeitszimmer gemeinsam, kann jeder die Kosten bis zur Höchstgrenze absetzen.

Ist das häusliche Büro dagegen wie bei freien Journalist*innen der „Mittelpunkt der beruflichen und betrieblichen Tätigkeit“, so lassen sich alle Kosten in voller Höhe steuerlich geltend machen. Wie viel jeweils für das Arbeitszimmer abgesetzt werden kann, richtet sich nach dem Anteil des Arbeitsraums an der gesamten Wohnfläche.

Übrigens: Arbeitsmittel wie PC, Drucker, Schreibtisch oder Lampe, die für die Arbeit im Homeoffice angeschafft wurden, dürfen in der Steuererklärung als Werbungskosten angegeben werden, auch anteilige Kosten für Telefon und Internet. Und das gilt auch, wenn die Arbeitsnische im Wohnzimmer vom Finanzamt nicht als häusliches Arbeitszimmer anerkannt wurde.

„Ein Arbeitszimmer muss nahezu ausschließlich für berufliche Zwecke genutzt werden“

Der Bundesfinanzhof



Die Autorin

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

Foto: Stefan Gregor

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

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 (mrazek@bjv.de).

Die Angebote sind nach Datum aufsteigend aufgelistet.

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

Referent: 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 Freitag 5. März, 10 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Effektvolles Grafikdesign zum Nulltarif mit Canva & Co.

Referent: 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!

Referent: 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

Referent: 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

Referent: Bente Matthes, Onlinejournalistin, bentematthes.com
Datum: Donnerstag, 25. März, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

TikTok für Einsteiger

Referent: 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

Referent: 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

Referent: 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

Referent: 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

Referent: Angelika Knop, Journalistin, Crossmediale Autorin, Trainerin
Datum: Donnerstag, 6. Mai, 14 bis 18 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

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

Referent: 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

Referent: 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

Mehr Wissen für Journalisten

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**

Der Freien-Tipp



Umfrage zur wirtschaftlichen Situation

Ausgefallene Veranstaltungen, weniger Aufträge und niedrigere Honorare: Freie Journalist*innen und Fotograf*innen spüren die Auswirkungen des Lockdowns während der Covid-19-Pandemie deutlich. Hilfszahlungen kommen verspätet oder gar nicht, weil oft die Voraussetzungen nicht erfüllt werden können. Gehören Sie auch zu den Freien, die während des Lockdowns Aufträge verloren haben und nun darum kämpfen, die laufenden Ausgaben zu stemmen?

Den BJV und den DJV erreichen zahlreiche Hilferufe von Mitgliedern, die um ihre Existenz fürchten und mangelnde Hilfe beklagen. Um mit der Politik erfolgreich über eine finanzielle Unterstüt-

zung von freien Journalist*innen verhandeln und konkrete Forderungen stellen zu können, braucht es aktuelle und belastbare Informationen über die Arbeits- und Einkommensbedingungen.

Daher hat der DJV eine neue Umfrage zur Situation der Freien während der Corona-Pandemie erstellt. Eine Teilnahme dauert nur etwa zehn Minuten. Eine möglichst große Zahl von Teilnehmer*innen ist wichtig, um verlässliche Aussagen treffen zu können. Die Umfrage richtet sich nicht nur an Kolleg*innen mit Umsatzverlusten, sondern auch an freie Journalist*innen, die erfolgreich und ohne größere Einbußen durch die Krise kommen. Zur Umfrage geht es unter www.djv.de/umfragefreie. *Maria Goblirsch*

Der Buchtipp



Am akustischen Lagerfeuer

Sie haben noch keinen Podcast? Dann wird's aber Zeit! Audio-Inhalte feiern Hochkonjunktur – nicht nur während der Corona-Lockdowns. Ambitiose Medien, Kommunikatoren und Marketeers wollen sich hier positionieren. Exzessive Smartphone-Nutzung heizt den aktuellen Podcast-Boom an, nutzerfreundlich und portabel. Aber auch intelligente Lautsprecher und andere sprachgesteuerte Technologien verstärken den Trend. Audio hat Zukunft.

Aber lohnt sich das wirklich für jeden? Wie aufwändig ist es, solche Inhalte zu produzieren? Wie kompliziert ist die Vermarktung und die Refinanzierung? Doris Hammerschmidt schildert auf locker unterhaltsame Weise, aber immer sehr fokussiert und nutzwertig, wichtige Schritte zum eigenen Corporate-Podcast. Von der Metaebene strategischer Über-

legungen und der Suche nach dem geeigneten Format bis zu Equipment-Tipps und kleinen Produktionsdetails, etwa wie viele „Ähms“ und „Darth-Vader-Atmer“ man beim Schnitt beseitigen kann, ohne der Authentizität zu schaden.

Podcasting ist keine Vertonung von Unternehmensbotschaften. Hörer*innen suchen Learnings, Leidenschaft und Lagerfeuer. Das demonstrieren auch nützliche Hörbeispiele, bereitgestellt über die Buch-Website und eine App. Die Best-Practice-Gespräche der Autorin mit Praktiker*innen sind unabhängig vom Buch unter dem Titel „Podcasts mit Bestnote“ bei Soundcloud zu finden.

Doris Hammerschmidt: Das Podcast-Buch. Strategie, Technik, Tipps. Haufe-Lexware, 2020, 191 Seiten, 39,95 Euro, ISBN 978-3-648-13880-9 *Barbara Weidmann*



Der Techniktipp



Microsoft Teams jetzt kostenlos nutzbar

Software für Videokonferenzen gibt es zwar schon lange, richtig durchgesetzt haben sich die Produkte aber erst im Coronajahr, zumindest in der breiten Masse. Noch recht neu ist die Idee, derartige Programme mit Tools zur Zusammenarbeit zu verbinden. Microsoft bietet dafür sein Produkt „Teams“ an – nun auch in einer kostenfreien Variante. Neben den klassischen Onlinemeetings, die später auf eine Laufzeit von 60 Minuten pro Meeting begrenzt werden sollen (während Corona gilt hier noch eine Ausnahme), stehen auch die Verwaltung eines Teams aus mehreren Personen, 10 GB Cloudspeicher sowie die Option der Zusammenarbeit an Doku-

menten zur Verfügung. Lediglich einige wenige Businessfunktionen und mehr Speicher bleiben weiterhin kostenpflichtig. Ein vergleichbares Angebot findet sich zurzeit bei Konkurrenzprodukten nicht. Als Datenspeicherort für Nutzer*innen aus Deutschland gibt Microsoft die Europäische Union an. Alle Daten, auch die Videostreams, werden verschlüsselt. Mittlerweile ist es nicht mehr nötig, den Zugang zu Teams über ein Microsoft-Konto (wie beispielsweise eine Outlook.com- oder Hotmail-Adresse) zu erstellen. Bei der Registrierung kann die eigene bereits bestehende E-Mail-Adresse verwendet werden. Weitere Personen werden dann ebenfalls mit deren E-Mail-Adresse ins Team eingeladen. *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.

Nähere Informationen erhaltet Ihr unter www.bjv.de

 facebook.com/bjvde  twitter.com/bjvde

BJV

Die Stimme der jungen Journalisten

Die Stimme der Journalisten in Bayern

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),
Florian Bachmeier (F), Ester Neri Hernández Sánchez, Markus
Konvalin (F), Claudio Catuogno (F), Alessandra Schellnegger (F),
Julian Essink (F), Andreas Zitt (F), Wolfgang Zink (F), Vielmo
Kohlbecker (G), Senta Krasser (T), Thomas Mrazek (T), Karsten
Thielker (F), Maria Goblirsch (T, F), Alois Knoller (F), Barbara
Weidmann (T, F), Johannes Michel (T), Eva-Maria Fischer (T),
Jan-Pieter Fuhr (F), Daniel Philipp (F), Kristina Wied (F), Oryk
Haist (F), Reinhard Feldrapp (F), David-Pierce Brill (F), Hans
Grimm (F), Chris Fay (F), Andreas Zitt (F), Enric Mammen (F),
Sachelle Babbar (F)

Gestaltung: Mediaservice Rudi Stix
Titelbild: Florian Bachmeier

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 2/2021: 7. März 2021
Erscheinungstermin: 7. April 2021

ISSN: 0947-8337

Copyright 2019 by BJV & Autoren

Druckerei:

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

„Im Internet ist Platz für alle“

Man muss nicht 24 Stunden online sein oder fernsehen, weil: Das macht schon Philipp Walulis für all jene, die den Überblick über den Medienwahnsinn verlieren.

Von Senta Krasser

Auf Youtube schlägt Grimme-Preisträger Philipp Walulis täglich die Machete durch den Aufregungsdschungel. Jetzt hat er auch wieder eine Sendung im linearen TV – obwohl das für ihn „nicht mehr Priorität“ hat.

Sagen Sie mal, Herr Walulis, warum ist aus Ihnen kein Vollzeit-Youtuber geworden?

Philipp Walulis: Als ich mir Youtube intensiver anschaute, sah ich die große Freiheit. Man kann da machen, was man will. Keiner redet einem herein, außer der ominöse Algorithmus. Auf der anderen Seite war die Frage: Wo kommt das Geld her? Ist es wirklich schlau, zu hundert Prozent der eigenen Überzeugung zu folgen, aber dann nicht ernsthaft davon leben zu können? Man lebt nicht von der Kunst allein. Ein bisschen Brot sollte auch auf den Tisch kommen. Deshalb habe ich für mich entschieden, dass das öffentlich-rechtliche Angebot ein viel Attraktiveres ist.

Dabei dachte man, als Sie 2016 samt dem Digitalsender EinsPlus von der linearen Bildschirmfläche in Richtung Youtube verschwanden: Der Mann ist seiner Zeit voraus, der glaubt nicht mehr ans klassische Fernsehen. Jetzt sind Sie mit „Walulis Woche“ zurück.

Na ja, primär bin ich in der ARD-Mediathek zurück, sekundär senden wir einmal die Woche sonntags im SWR. Ich persönlich glaube, dass die lineare Ausstrahlung nicht mehr Priorität hat. Wenn wir ehrlich sind: Wer schaut die dritten Programme? Das sind nicht mehr die jüngsten Menschen, ne?

Auch diese Generation will unterhalten werden. Täuscht der Eindruck oder sind Sie in der Wochenausgabe weniger hektisch zugange?

Bei Youtube musst du gleich am Anfang das große Feuerwerk zünden, sonst sind die Leute in einer Sekunde wieder weg. In der Mediathek geht es ruhiger zu. Dort schalten die Leute nicht so schnell wieder weg, erst recht nicht im linearen Programm. Nachdem wir Macher inzwischen auch älter geworden sind, ist es ganz angenehm, auch mal entspannter an die Sache heranzugehen.

Die Kaidiekmannisierung des Philipp Walulis muss noch warten. Es gibt noch viel zu tun für den Medienanalytiker aus München, dessen symbolträchtiges Lieblingsrequisit ein in Keramik gegossener brauner Haufen ist. Seit vorigem Herbst sind Tasse und Moderator auch wieder im klassischen Fernsehen zu sehen, von dem er sich eigentlich schon verabschiedet hatte.

Foto: Chris Fay

Sie haben dafür den Begriff „Walulyse“ erfunden. In Ihren Worten: Was ist das?

Walulyse ist eine, wie man unschwer erkennt, Zusammensetzung aus Walulis und Analyse und beschreibt, was wir machen: ein Thema aus der Medienwelt differenziert und mit Humor und Selbstironie betrachten.

Ihre speziellen Betrachtungen richteten sich beispielsweise auf die Servus TV-Aktivitäten des Brause-Milliardärs Dietrich Mateschitz, Comedy-Helden am Social-Media-Pranger und immer wieder den allerneuesten Sendemüll im Privat-TV. Die ARD bietet durchaus auch Angriffsfläche. Aber dürfen Sie das überhaupt, als Teil des öffentlich-rechtlichen Systems?

Von Senderseite gibt es eigentlich keine Beschränkung. Da freut man sich sogar, wenn wir auch mal kritisch auf Dieter Nuhr schauen. Bei unserem täglichen Youtube-Format „Walulis Daily“ für *funk* ist es aber so: Beleuchten wir ARD- oder ZDF-Inhalte, dann interessiert das die jungen Leute meist nicht. Sie klicken nicht drauf, weil sie die Sendung, um die es geht, nicht kennen. Für den einen und anderen öffentlich-rechtlichen Funktionär mag das ernüchternd sein.

Vice versa kann das SWR-Publikum nichts mit Instagramern anfangen?

Das ist natürlich die Herausforderung, für den „normalen Zuschauer“ herauszuarbeiten, warum er sich gerade für diesen einen Instagrammer interessieren soll: weil er ein Repräsentant für ein besonders Phänomen ist und um zu verstehen, was in der anderen Medienwelt passiert.

Seit Sie professionell die Medienwelt durchstöbern, ist das Angebot immens angewachsen.



Erfreulicherweise! Als es losging mit „Walulis sieht fern“, hatten wir es nur mit TV-Sendern und Verlagen zu tun. Heute zählt jeder, der bei Telegram einen dubiosen Kanal betreibt, als Sender. Wie gut das für die Gesellschaft ist, wenn jeder ungefiltert seine Meinung hinausblasen kann, sei dahingestellt. Aber wir haben viel mehr Material zur Auswahl.

Apropos Telegram, auch Sie sind neuerdings bei diesem unter Corona-Leugnern und Schlagersängern beliebten russischen Messenger-Dienst angemeldet. Warum?

Telegram ist ein Phänomen unserer Zeit. Leute posten dort Inhalte, die in klassischen Medien nicht stattfinden. Da mit einem kritischen Auge draufzuschauen, finde ich erfrischend. Ich persönlich habe aber keine Verschwörungstheorie, mit der ich die Masse an Followern abgreifen könnte.

Andernfalls könnte es Sie Ihre Show kosten, siehe RTL und die Causa Michael Wendler.

Einen Wendler aus „DSDS“ herauszuschneiden, ist ja schon schwierig. Aber einen Walulis aus einem Walulis-Format? Da bliebe nicht mehr viel übrig.

Walulis-Kenner erkennen in „Walulis Woche“ bekannte Requisiten: den Schreibtisch mit einem in Keramik gegossenen braunen Haufen drauf.

Wenn Sie so eine Tasse haben möchten, sehr gerne. Ich hatte das Modell vor Jahren in einem Laden in München entdeckt und fand es passend für unsere Sendung. Weil wir Ersatz brauchten, wandte ich mich an den Originalhersteller. Mindestens 1.000 Stück musste ich bestellen. Ein Drittel ging beim Verschiffen kaputt. Wir sitzen immer noch auf 500 Tassen.

Nimmt man die Scheißstasse als Ihren Kommentar zur Qualität des Medienangebots – warum tun Sie sich diesen Mist überhaupt noch an?

Weil ich noch immer mit Spaß und Hingabe bei der Sache bin. Das Schöne am Mediengeschäft ist ja, dass man immer wieder faszinierende Aspekte entdeckt, in die man sich reinfuchsen kann.

Welche TV-Sendung schauen Sie am liebsten: Olli Dittrichs Sendungszyklus, „Verstehen Sie Spaß?“, „Braunschlag“ oder „Hubert und Stalder“?

Ganz vorne in meinem Humor- und Ge-



Philipp Walulis

wurde 1980 in Starnberg geboren. Nach dem Studium an der LMU (Kommunikationswissenschaft) startete er 2004 seine Laufbahn als Moderator und Redakteur beim Münchner Lokalradio M94.5 im afk-Umfeld. Es folgten Stationen bei diversen TV- und Radioformaten (SWR, BR, RTL2). Für „Walulis sieht fern“ (EinsPlus und Tele 5) erhielt er 2012 den Grimme-Preis; ab 2016 lief die Satiresendung in abgeänderter Form für funk auf Youtube weiter. 2019 folgte der Bert-Donnepp-Preis für Walulis' „ironische und zielgruppengerechte Umsetzung von medienjournalistischen Themen für ein junges Publikum“. Seit September blickt er sonntags im SWR (donnerstags in der ARD-Mediathek) auf das Mediengeschehen der Woche zurück: tinyurl.com/waluliswoche.

Foto: Andreas Zitt

schmacksverständnis liegt „Braunschlag“. Auch handwerklich ist diese Serie sehr beeindruckend.

Diese Auswahl gibt ein „Humortest“ vor, den Bewerber machen können, wenn sie unsicher sind, ob sie zu Ihrer Produktionsfirma Enrico Palazzo passen. Bei mir kam heraus: nörgelig-belehrend, aber ich darf mich trotzdem bewerben. Bei Ihnen?

Bei mir kam das beste Ergebnis heraus, weil ich den Humortest selber geschrieben habe. Für „Braunschlag“ gibt es die höchste Punktzahl. Bis jetzt hat der Test nur Superbewerber produziert.

Das journalistische Handwerk lernten Sie beim Münchner Stadtradio M94.5, damals noch unter dem Dach der Aus- und Fortbildungsstätte afk. Was war dort Ihre wertvollste Erfahrung?

Definitiv die Erfahrung aus dem Projekt „Aggro Grünwald – Die Stehkrägen“. Meine Mitstreiter und ich dachten, es sei unglaublich lustig, die Welt der bösen Gangsta-Rapper von Aggro Berlin nach München zu transferieren und umzukehren auf die Schickimicki-Verhältnisse. Wir gaben uns als Grünwalder Schnösel aus und rappten im Video „Eure Armut kotzt uns an“. Unsere Rollen als M.C. Erbgraf oder DJ Bling zogen wir über Wochen hin unerkannt durch ...

... ohne dass SZ oder 3sat es anfangs als Parodie durchschauten.

Ja, da habe ich zum ersten Mal erlebt, wie die Medienmaschinerie läuft: wer sich als erstes bei dir meldet, wie Interviews funktionieren, was Leute alles über dich herauszufinden versuchen. In diesen vier, fünf Monaten habe ich mehr über Medien gelernt als in meinem gesamten Kommunikationswissenschaftsstudium.

Aus dem afk ist inzwischen die Media School Bayern geworden mit medienkonvergentem Ausbildungsplan. Auf Gesellschafterwunsch soll der Bereich Moderation und Unterhaltung gestärkt, quasi „nach dem nächsten Walulis“ gesucht werden. Wer macht Ihnen den Platz streitig?

Da müssen Sie bei der Media School nachfragen. Es war auf jeden Fall ein smarterer Move, die Ausbildung an neue Publikationsformen anzupassen. Sollte es ein großes Talent geben, freue ich mich natürlich. Im Internet ist Platz für alle!

Einer Ihrer frühen Förderer, Ex-Tele5-Chef Kai Blasberg, fand voriges Jahr seine Berufung als Rinder-Vermarkter in Nordfriesland. Sie sind jetzt 40. Was planen Sie so für die Zukunft?

Sie wollen wissen, ob auch ich mich kaidiekmannisiere? Nachdem man so lange im Mediengeschäft mitgespielt hat wie die beiden Kais und nicht eben eine der leisesten Pfeifen war, kann ich es voll verstehen, dass man einfach mal seine Ruhe haben will. Mich werden Sie sobald aber nicht auf einem Bauernhof antreffen, höchstens bei einer Alpaka-Zucht. Aber ganz ehrlich: Das, was ich jetzt mache, macht mir unglaublich viel Spaß. Ich denke, das kann man noch einige Jahre machen.



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, and Flughafen München GmbH.

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

Journalist*innen brauchen Freiheit

BJV-Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit 2021



Einsendeschluss: 19. April 2021

Eine demokratische Gesellschaft funktioniert nur mit einer freien Presse. Deshalb vergibt der **Bayerische Journalisten-Verband (BJV)** einen Preis zum **Tag der Pressefreiheit 2021**. Ausgezeichnet wird ein journalistisches Werk (Karikatur, Foto, Video-/Audioclip oder Text), das sich herausragend mit dem Wert der Pressefreiheit auseinandersetzt. Nähere Informationen finden Sie unter: bjv.de/pressefreiheit2021

www.bjv.de

 facebook.com/bjvde

 twitter.com/bjvde

BJV Bayerischer
Journalisten-Verband
e.V.

**Die Stimme der Journalist*innen
in Bayern**