

## Ohne Orientierung? Mehr mediale Kompetenz tut not



Fake News



Influencer



Meinung

werktags  
Mo-Fr 9<sup>00</sup> - 18<sup>00</sup>h  
Sa 9<sup>00</sup> - 14<sup>00</sup>h



# 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:

- AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
- Akademie der Bayerischen Presse
- 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](http://www.bjv.de) • **Planung/Abwicklung:** Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09 11 / 988 11 264, Fax 09 11 / 988 11 265, [robert.macher@mediasued.de](mailto:robert.macher@mediasued.de)



**Michaela Schneider**  
Leitende Redakteurin  
Foto: Stefan Gregor

## Luft nach oben

In einer Studie wollte die Stiftung Neue Verantwortung herausfinden, wie es um die digitale Medienkompetenz der Menschen bestellt ist. Fazit: Es ist noch viel Luft nach oben. Nur ein Beispiel: Lediglich die Hälfte der mehr als 4000 Befragten wusste, dass Nachrichten über einen Bundesminister oder eine Bundesministerin ohne Genehmigung des Ministeriums publiziert werden dürfen. Kein Wunder also, dass gleichzeitig an der Unabhängigkeit des Journalismus gezweifelt wurde. Investigativjournalist Bastian Obermayer erklärte kürzlich in einer

Gesprächsrunde: Bei der *Süddeutschen Zeitung* habe man viele Jahre das Mantra vertreten „Wir wollen die Welt aber nicht uns selbst erklären. Wir müssen aber genau das Gegenteil machen: Wir müssen viel mehr erklären, was und wie wir etwas machen.“ Wie Journalist\*innen sonst noch dazu beitragen können, Menschen aller Altersgruppen in ihrer Informationskompetenz zu stärken, wollte das *BJVreport*-Team herausfinden – mit der Suche nach Projektbeispielen aus dem redaktionellen Alltag und in Gesprächen mit einer Kommunikationswissenschaftlerin, Pädagog\*innen und Schüler\*innen. **Ab Seite 10**

Michael Busch setzte sich beim ersten hybriden Bayerischen Journalistentag gegen eine Mitbewerberin durch und tritt damit seine fünfte Amtsperiode als BJV-Vorsitzender an. Neu im Vorstandsteam: Wolfgang Grebenhof als Stellvertreter und Jürgen Schleifer als Schatzmeister. **Ab Seite 6**

Mit dem Kauf der *Mittelbayerischen Zeitung* weitet die Verlagsgruppe der *Passauer Neuen Presse* ihr Einflussgebiet deutlich aus, gleichzeitig geht die Mediengruppe Attenkofer mit einer neuen Zeitung für Regensburg an den Start. Auch werfen wir in der Medienszene einen Blick auf die Expansion bei Ippen Digital. **Ab Seite 26**

### Unser Titelbild

Was ist richtig, was „Fake“? Wo beginnt Meinung, wo endet die Nachricht? Wird manipuliert? Und: Wen interessiert’s überhaupt? Mehr und mehr Reize strömen aus zig Kanälen. Die Medienwelt ist unübersichtlich, wächst weiter und kann mitunter gefährlich werden. Gelingt es Journalist\*innen nicht mehr, die Menschen mit seriösen Nachrichten zu erreichen, geht es am Ende um die Daseinsberechtigung des Berufsstands. **Wolf Heider-Sawall** sah sich an einen chaotischen Verkehrsschilderwald erinnert. Aufgabe des Journalismus ist es auch, wieder zu mehr Klarheit beizutragen, wie der freie Münchner Fotograf in der Fotomontage zur Titelstrecke verbildlicht. 2017 hatte Heider-Sawall den Gesamtsieg beim Wettbewerb Pressefoto Bayern geholt. Neben der politischen Fotografie konzentriert er sich vor allem auch auf die Porträtfotografie, etliche berühmte Persönlichkeiten standen vor seiner Kamera. Einblicke unter [www.heider-sawall.com](http://www.heider-sawall.com).



**Wolf Heider-Sawall**  
Foto: Julie Sawall

### Kaleidoskop

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

### Verband

- 6 **„Jetzt ist nicht die Zeit für einen Richtungskampf“**  
*BJV-Mitglieder wählen Michael Busch erneut zum Vorsitzenden*

### Titel

- 10 **„Jeder kann bei uns reinschauen“**  
*Es braucht ein neues Bewusstsein für den Wert der Pressefotografie*
- 13 **Noch mal die Schulbank drücken**  
*» Journalismus macht Schule“ – ein Erfahrungsbericht*
- 14 **Wenn Frank schwurbelt**  
*Bestimmte ältere Zielgruppen sind schwer zu erreichen*
- 16 **„Verstehen, was hinter der Digitalisierung steckt“**  
*Schülersprecher\*innen reflektieren Medienbildung in den Schulen*
- 18 **Presseausweis 2022**
- 21 **Pressestellen**

### Medienszene

- 25 **Und jetzt kommt Ihr!**  
*Mutmacher\*innen: MUH, die Zeitschrift für „Bayerische Aspekte“*
- 26 **Verleger-Monopoly in Ostbayern**  
*Kauf der Mittelbayerischen Zeitung sorgt für Unruhe*
- 28 **Die Radikaldigitalen von München**  
*Rasanten Wachstum bei Ippen Digital*

### Verband

- 29 **Im Nachhinein**  
*Auf ein Wort mit Michael Busch*
- 30 **Aus dem Verbandsleben**
- 32 **Ein Europäer in München**  
*Officestory: Stefan Leifert leitet das ZDF-Landesstudio München*
- 34 **Der Junior übernimmt**  
*BJV-Geschichte(n): Zwanzig Jahre leitete Ernst Müller-Meiningen den BJV*
- 36 **Im Herzen des Ruhrgebiets**  
*Der DJV-Verbandstag 2021 findet in Bochum statt – oder digital*

### Service

- 37 **Rechtstipp**  
*VG Bild-Kunst darf Schutz vor Framing verlangen*
- 38 **Unsere Tipps**

### Zur Person

- 39 **Jubilare**
- 40 **Nachrufe, Impressum**

### Sagen Sie mal...

- 41 **„Quoten sind im Privatfernsehen nicht alles“**  
*Deshalb investiert RTL ZWEI ins Genre Dokumentation. Ein Gespräch mit Chefredakteurin Konstanze Beyer.*



Foto: SZ / Jakob Berr

Mit **Roman Deininger**, 43, hat die *Süddeutsche Zeitung* wieder einen Chefredakteur. Seit Stefan Klein 2016 in den

Ruhestand ging, war diese Stelle vakant. Deininger arbeitet seit 2007 für die SZ.

**Christoph Landsgesell** (@landsg) ist Chefredakteur der deutschen Ausgabe von *Sports Illustrated*, die am 13. Dezember erstmals in der DACH-Region erscheint. Der 36-Jährige war zuletzt bei Condé Nast Textchef von *GQ*. Zuvor leitete er das Sport-Ressort der *Abendzeitung München*.

**Arno Makowsky**, ehemals Chefredakteur der *Münchener Abendzeitung*, verantwortet beim neuen Wirtschaftsmagazin *Triple A*, das allen Titeln der SWMH (SZ, *Stuttgarter Zeitung* etc.) beiliegt, die Regionalteile. Fürs Überregionale ist Magazin-Profi José Redondo-Vega zuständig. Makowsky arbeitet weiter frei für *Spiegel* u.a.



Foto: Frank Zauritz

**Christiane Hoffmann** (@HoffHoffmann), Society-Kolumnistin der *Bild-Zeitung*, ersetzt bei Burdas People-Magazin *Bunte* **Tanja May**, 48, allerdings nicht in der Position Vize-Chefredakteurin, sondern Editor at Large. May ist nach 21 Jahren bei *Bunte* zurück zur *Bild*, wo sie als Vize-Chefredakteurin für die Unterhaltung zuständig ist.

Verleger **Timo Busch**, der im Dezember nach einem Streit mit *Media*-Chefredakteur Matthias Oden selbst die Chefredaktion des Branchenmagazins übernommen hatte, befördert **Stefan Winterbauer** (@swinter) zum Chefredakteur. Der 51-jährige Medienjournalist gehörte 2008 zum Gründungsteam und war zuletzt Vize-Chefredakteur.



„Ein Leben ohne Radio ist möglich, aber sinnlos“, findet **Katrin Müller-Hohenstein**, 56, und hat aus mehr als zehnjähriger Radio-Abstinenz Konsequenzen gezogen: Seit Septemberanfang führt die prominente Sportmoderatorin des ZDF durch den Promi-Talk „Sonntagsfrühstück“ auf *Antenne Bayern*. Es ist eine Rückkehr zu ihren Radiowurzeln. Die gebürtige Erlangerin moderierte bis 2007 unter anderem „Guten Morgen Bayern“. 2006 wurde sie als „Lattenkracher“ (Nikolaus Brender) vom ZDF entdeckt. „KMH“ übernimmt bei *Antenne Bayern* die Sendung von **Florian Weiss**, der zum ZDF nach Düsseldorf wechselt. Sie selbst bleibt beim ZDF im gleichen Umfang im Einsatz.

Foto: Aljoscha Kostomlatsky

**Siegmond Gottlieb**, bis 2017 Chefredakteur des BR, hat kurz vor seinem 70sten eine neue Aufgabe gefunden als Herausgeber des Debattenmagazins *The European* aus der Weimer Media Group. Er folgt auf Ansgar Graw, der aus Singapur für die Konrad-Adenauer-Stiftung arbeitet.



Foto: Daniel Hofer

**Oliver Das Gupta** (@oliverdasgupta) hat bei der *Süddeutschen Zeitung* gekündigt und arbeitet jetzt frei für *Spiegel* und *Der Standard*. Er gehörte zum Reporterteam, das mit seinen Recherchen die „Ibiza-Affäre“ auslöste.

**Kevin Amour** leitet mit Jonas Schlatterbeck die Planung in der ARD-Programmdirektion. Amour war zuvor in verschiedenen Funktionen für *ProSiebenSat.1* tätig. Er löst bei der ARD **Andrea Wich** ab, die Planungskordinatorin von *ARD-Alpha* und *3sat* ist. Zum 1. November übernimmt **Annika Quisbrock** die Leitung der Ge-

samtkommunikation in der ARD-Programmdirektion.



Foto: Michaela Schneider

**Richard Gutjahr** (@gutjahr) zieht es nach Washington. Der frühere BR-Moderator will künftig aus der US-Hauptstadt als freier Journalist und Korrespondent für verschiedene deutsche Tageszeitungen arbeiten.

**Martin Wunnike**, seit 2014 vorsitzender Geschäftsführer der *Mittelbayerischen Zeitung*, scheidet im Zuge des Zeitungsverkaufs an die Verlagsgruppe Passauer Neue Presse aus dem Unternehmen aus. Auf Wunsch der MZ-Verlegerfamilie Esser wird er noch bis Jahresende den Übergang begleiten (siehe auch S. 26).

**Christian Wegner**, Chef der SZ-Mutter SWMH, ist seit Oktober Co-Geschäftsführer der *Süddeutschen Zeitung*. Zum 1. Januar übernimmt er die Geschäftsführung dann vollständig von **Stefan Hilscher** (@shilscher), der

in den Ruhestand geht. **Walther Steinhuber**, zuletzt Produkte-Chef bei RTL, führt gemeinsam mit **Johannes Hauner** die Digital-Geschäfte. Auch Controller **Marko Marquardt** gehört zum neuen SZ-Führungsboard.



Foto: SZ / Daniel Hofer

**Laura Terberls** (@terberl) Aufgabe als Teamleiterin Audio und Video bei der *Süddeutschen Zeitung* erfährt

eine Aufwertung: Die 32-Jährige wurde zur Ressortleiterin Audio und Video befördert. Außerdem richtet Entwicklungschef **Wolfgang Jaschensky** mit den Artdirektoren **Christian Tönsmann** (Print) und **Astrid Müller** (Online) zum neuen Jahr ein Visual Desk ein. Von dort aus soll die Expertise fürs Visuelle auf allen SZ-Kanälen gebündelt werden.

**Daniel Staffen-Quandt** (@d\_staffenquandt) übernimmt zum Jahreswechsel die Chefredaktion des epd-Landesdienstes Bayern. Der 40-jährige Journalist folgt auf **Achim Schmid**, der in den Ruhestand geht.

**Claudia Kundigraber** verstärkt auf eigenen Wunsch nicht mehr die Presarbeit der Deutschen Journalistenschule. Ihre Stelle wird erstmal nicht neu besetzt.



Foto: Andrea Wolleschensky / Anli Fotografie

**Liane Rothenberger**, 40, ist Inhaberin der neuen Professur für Medien und Öffentlichkeit mit dem Schwerpunkt Migration in Eichstätt-Ingolstadt. 2008 promovierte sie an der KU mit einer Arbeit über die Programmentwicklung des Kulturkanals *Arte*.

**Aleksandra Solda-Zaccaro** (@sol-daAleksandra), die erst im Juni Sprecherin der IAA wurde, verlässt die Messe München und nimmt sich eine berufliche Auszeit. *Senta Krasser*

# Ran an die GenZ

Die Jungen sind die Zukunft des Journalismus – bloß wie erreichen wir sie?

Von Thomas Mrazek

Die Kolleg\*innen von der *taz* sind mal wieder schonungslos offen und ehrlich. Es dreht sich um die Zielgruppe der Generation Z, abgekürzt GenZ, auf gut Deutsch um die zwischen 1995 und 2005 Geborenen. „Diese Generation müsste ja eigentlich von der *taz* begeistert sein“, schreibt Autor Willi Vogelpohl im September in der *tageszeitung* und zählt dann die ganzen Vorzüge auf, die sein Blatt für die jungen Menschen bietet. Auf diesen Werbeblock verzichten wir. „Das Problem dabei: Diese Generation kennt die *taz* nicht“, gesteht Vogelpohl ein. Ein Problem, an dem Medienhäuser seit einem Vierteljahrhundert leiden, laborieren, lamentieren oder schlichtweg auch herumdilettieren. Nun, die *taz* hat natürlich auch noch nicht den Stein der Weisen entdeckt, der Lösungsansatz hört sich aber nicht schlecht an: „Also müssen wir daran arbeiten, dass sich das ändert: mit einer Kampagne für genau diese Generation, die ausschließlich digital auf Instagram, YouTube und TikTok läuft, genau da, wo wir diese Generation erreichen können.“ Die *taz* lässt sich jetzt nämlich von der Hamburger Werbeagentur Überground helfen, der Claim lautet „Bereit für Streit“. Die Kampagne sei in großen Teilen von Mitarbeiter\*innen entworfen worden, die selbst der Generation Z angehören, sagt die Geschäftsführerin der Agentur, Jo Marie Farwick. Dann schauen wir mal: [taz.de/streit](https://taz.de/streit).

## Andere Themen, neue Formate

Etwas düster sieht es zunächst auch im Vorwort der Online-Publikation „#UseTheNews-Playbook – Nachrichten für die Generation Z“ aus. Meinolf Ellers, verantwortlich für Strategic Business Development bei der *dpa*, konstatiert: „Neue Phänomene wie Nachrichtenmüdigkeit („News Fatigue“), Nachrichtenvermeidung („News Avoidance“), Nachrichten-Analphabetismus („News Illiteracy“) oder die Nachrichtenwüsten („News Deserts“) – immer größere Landstriche ohne lokaljournalistisches Angebot – beschäftigen fast alle westlichen Demokratien.“ „Sagen, was ist“, wird der 59-jährige Nachrichtenmann, Pro-



Immer etwas anders: die *taz*.

Foto: Peter Endig/imago, [taz.de/insta](https://taz.de/insta)

jektleiter des 2020 von der *dpa* und dem Hamburger Senat gegründeten Projekts „#UseTheNews, einem bewährten Berufscredo gerecht.

Das #UseTheNews-Playbook wende sich an redaktionelle Praktikerinnen und Praktiker. Das rund 150-seitige Werk liefert in ansprechender Aufmachung viel Basiswissen unter anderem zu den veränderten Einstellungen und Nutzungsgewohnheiten. Vor allem liefern die über 50 Expert\*innen viele Erfolgsbeispiele und Empfehlungen, die „Lust auf die Entwicklung zeitgemäßer journalistischer Nachrichtenangebote machen“. „Ob eine vereinfachte Nachrichtensprache, eine veränderte Themenauswahl, die Erprobung neuer Formate und Kanäle oder die aktive dialogische Einbeziehung der Nutzerinnen und Nutzer – um gerade auch die Jungen weiterhin für die Nachricht zu gewinnen, müssen viele Wege erkundet werden.“ Es macht wirklich Spaß, das Playbook durchzulesen. Download: [bjvlink.de/playbook](https://bjvlink.de/playbook).

Und was machen die Jungen selbst? Die Regional Fellowships der Deutschen Journalistenschule (DJS) sind im Sommer in ihre zweite Runde gegangen. Das 2020 begonnene Programm soll den Journalisten-Schüler\*innen einen Anreiz vermitteln, „an der digitalen Transformation von zukunftsorientierten regi-

onalen Häusern mitzuwirken“. Ausführlich beschrieben wir im *BJVreport* 5/2020, wie der DJS-Schüler Tom Kroll bei der *Augsburger Allgemeinen* mittels einer Bürgerrecherche über die Auswirkungen der Pandemie auf den Augsburger Arbeitsmarkt berichtete ([bjvlink.de/fellowship](https://bjvlink.de/fellowship)). Die Recherche erfolgte in Zusammenarbeit mit Correctiv Lokal. Erfolgreich umgesetzt wurden auch zwei weitere Projekte: Die YouTube-Reihe „Kulturbeutel“ von Manuel Andre in Kooperation mit den *Nürnberger Nachrichten* ([bjvlink.de/kulturbeutel](https://bjvlink.de/kulturbeutel)) und das Videoreportagen-Format „Überpfalz“ bei der *Mittelbayerischen Zeitung* von Leon Willner ([bjvlink.de/überpfalz](https://bjvlink.de/überpfalz)). Andreas Wenleder berichtete beim *Bayerischen Rundfunk* darüber: „Regionalzeitung sucht Jugend auf YouTube“ ([bjvlink.de/jugend-youtube](https://bjvlink.de/jugend-youtube)). Das Fellowship-Programm zeigt, wie mit experimentellen Formaten in der Journalistenausbildung nicht nur die angehenden Journalist\*innen in ihrer Ausbildung, sondern auch die Medienhäuser bei ihrem Wandel profitieren können. Mehr über die Regional Fellowships der DJS unter: [bjvlink.de/fellowships](https://bjvlink.de/fellowships).

Was junge Journalist\*innen zu leisten vermögen, zeigten – einmal mehr – die Stipendiat\*innen der katholischen Journalistenschule ifp in München. In seinem Abschlussprojekt widmete sich der Stipendiaten-Jahrgang 2019 dem Thema „Bildung. Ein System in Schiefelage“. Hierzu wurden ein Online-Dossier und ein Instagram-Format erstellt. Das ifp bietet Studierenden eine dreijährige kostenlose journalistische Ausbildung, aufgeteilt in elf Wochen Module und 20 Wochen Praktika. Die Ergebnisse der Arbeit können Sie hier anschauen: [bildung.journalistenschule-ifp.de](https://bildung.journalistenschule-ifp.de) und [instagram.com/spotlight.bildung](https://instagram.com/spotlight.bildung).



### Der Autor

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

Foto: Stefan Gregor

# „Jetzt ist nicht die Zeit für einen Richtungskampf“

Die BJV-Mitglieder wählen Michael Busch bei der ersten hybriden, technisch herausfordernden Versammlung erneut zum Vorsitzenden.

Von Alois Knoller

Michael Busch wird den Bayerischen Journalisten-Verband (BJV) eine fünfte Amtszeit lang als Vorsitzender führen. Ihm zur Seite stehen in den nächsten zwei Jahren als Stellvertreter Zeitungsredakteur Wolfgang Grebenhof und Rundfunkjournalistin Andrea Roth. Schriftführerin bleibt Anne Webert, neuer Schatzmeister ist Jürgen Schleifer. Bis alle Posten besetzt sind, geht es bei der ersten hybriden Mitgliederversammlung des BJV allerdings aufregend zu – weil Machtkämpfe um den BJV-Vorsitz sowie den Schatzmeisterposten in Atem halten; und weil

die Technik hier und da holpert. Normalerweise hätte Michael Busch in rund 80 interessierte Gesichter geschaut und ihre spontanen Reaktionen darin abgelesen. Jetzt ist jedoch alles anders. Während der Vorsitzende im Münchner Kollpinghaus in die Kamera spricht, kämpfen zuhause an den Bildschirmen die Mitglieder mit den Tücken der digitalen Technik. Vor allem der Abstimmungstools, die nicht so recht laufen wollen. „Bleiben Sie dran, es geht gleich weiter“, vertröstet Moderatorin Beke Maisch charmant über alle Unterbrechungen hinweg, unter der sie und Markus Hack an ihrer Seite ebenso leidet wie draußen die Kolleg\*innen. Immerhin hat das Nürnberger Kollegenpaar beim Moderieren stets eine launige Pausenplauderei auf den Lippen, als hätten die beiden seit Ewigkeit schon Fernseh-Liveschalten souverän gestemmt.

Dann bringt sich eine Mitbewerberin um den Vorsitz in Stellung. Es wird kontrovers. Die Atmosphäre knistert. „Wir haben viel gelernt seit der letzten Mitgliederversammlung im März 2020“, eröffnet der Vorsitzende Michael Busch seinen Bericht. Aber noch lange nicht genug, hält Stefanie Heckel, die bisherige



Erstmals trafen sich die BJV-Mitglieder zu einer hybriden Versammlung. An manchen Stellen ruckelte es.

alle Fotos auf dieser Doppelseite: Thomas Geiger

Schatzmeisterin und Redakteurin der *Allgäuer Zeitung*, dagegen. Nur 16 Prozent der Mitglieder seien unter 40; „wir brauchen diese Leute, um den Verband durchsetzungsfähig zu machen“. Wichtige Stellen in den Fachgruppen seien nicht besetzt, es brauche Runde Tische mit Haupt- und Ehrenamt. Und der BJV lasse es an öffentlicher Relevanz fehlen.



Abgestimmt und gewählt wurde digital.

Michael Busch sieht dies deutlich anders. Der BJV sei gefragter Gesprächspartner der Medien, sei es bei Übergriffen auf Berichtersteller, bei medienethischen Fragen oder bei der Übernahme der *Mittelbayerischen Zeitung* durch die *Passauer Neue Presse*. Im Personalrat des *Bayerischen Rundfunks* ist der BJV jetzt vertreten. In der Pandemie stellte er in kürzester Zeit seine Seminare auf digitale Formen um und erhielt positive Rückmeldungen „aus entfernten Regionen“. Der Verband konnte auch durchsetzen, dass Journalist\*innen als systemrele-

vante Personen eingestuft wurden und eine Impfpriorisierung erhielten. Intensiv beriet er die Freien in existenzbedrohender Situation. Eine ganze Reihe widmete der BJV Fragen rund ums Homeoffice.

Die Leistungsbilanz, bestätigt übrigens durch die Haushaltsansätze von Stefanie Heckel für 2020 („Das Digitaljahr“), 2021 („Das zweite Krisenjahr“) und 2022 („Post-Pandemisch?“), überzeugen offensichtlich die Mitglieder. Zumal Harald Stocker, vor zwei Jahren sein schärfster Rivale und Mitbewerber um den Vorsitz, Michael Busch nun wärmstens („ein Herzensanliegen“) zur Wiederwahl empfiehlt. „Jetzt ist nicht die Zeit für einen Richtungskampf, gemeinsam müssen wir den Verband aus der Krise herausführen in die Normalität“, betont Stocker. Der alte Vorsitzende ist dann auch der neue. Mit 48:31 Stimmen bestätigen die Mitglieder den fränkischen Tageszeitungsredakteur Michael Busch (50) in seinem Amt. Die Kemptener Betriebsrätin Stefanie Heckel (40) unterliegt mit 39 zu 61 Prozent der Stimmen. Obwohl sie sogar mit der Aussicht ködert, die bisherige jährliche Aufwandsentschädigung von 12000 Euro als Vorsitzende nicht in



Nur der geschäftsführende Vorstand und die Vorsitzenden der Fachgruppen und Bezirksverbände waren in München vor Ort.



Beke Maisch und Markus Hack moderierten, als hätten die beiden seit Ewigkeit schon Fernseh-Liveschalten souverän gestemmt.

Anspruch zu nehmen. Busch weist freilich darauf hin, dass das zeitaufwändige Vorstandsamt sicher das Vierfache des einen abgeholzten wöchentlichen Arbeitstags erfordere.

„Wir haben in den vergangenen Jahren viel bewegt und ernten nun die Früchte unserer Bemühungen“, bilanziert der BJV-Chef. Der BJV sei ein auf die Zukunft ausgerichteter Verband. Dazu gehört die zügige Umstellung der internen Kommunikation und der Bildungsarbeit in der Pandemie auf digitale Kanäle, aber auch die enge Vernetzung mit der DJV-Spitze und mit den anderen Landesverbänden. Die kommende Zeit, so Busch, werde geprägt sein vom Ringen um gute Arbeitsbedingungen, um soziale Absicherung vor allem der freien Journalistinnen und Journalisten sowie vom entschiedenen

Kampf gegen gewalttätige Übergriffe auf Berichterstatte\*innen und auf die Pressefreiheit. Auch am Thema Medienkompetenz-Vermittlung will der BJV mit eigenständiger Initiative und Expertise dranbleiben. Dazu passt, dass Michael Busch beim *Fränkischen Tag* in Bamberg jüngst zum Volontärsausbilder ernannt worden ist.

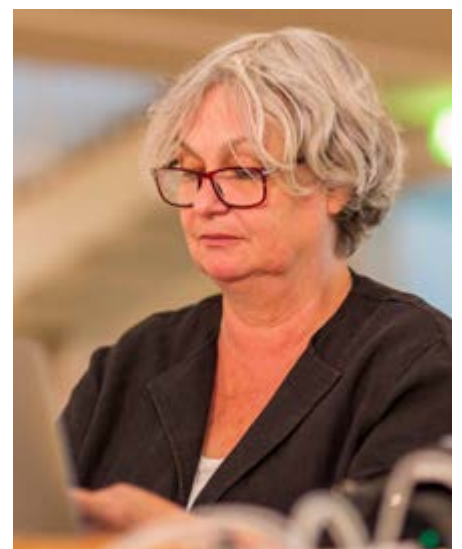
### Gute Tarife, betriebliche Mitbestimmung

Mit überwältigender Mehrheit werden auch die beiden stellvertretenden Vorsitzenden gewählt. Die Münchner Rundfunkjournalistin Andrea Roth engagiert sich als Vize-Vorsitzende der Fachgruppe Rundfunk und kämpft unter anderem beim *Bayerischen Fernsehen* für besse-

re Arbeitsbedingungen fester und freier Mitarbeiter\*innen. Sie engagiert sich außerdem als Vorsitzende des Fachausschusses Europa im DJV sowie in der Europäischen Journalisten Föderation (EJF), um gemeinsam für die Pressefreiheit und gegen Verfolgung und Unterdrückung von Kolleg\*innen in autoritären Staaten zu streiten. Sie gehört bereits seit vier Jahren zum BJV-Vorstand. Aus dem Bundesvorstand zurück in den bayerischen Vorstand wechselt der Ansbacher Tageszeitungsredakteur Wolfgang Grebenhof (53), Betriebsratsvorsitzender bei der *Fränkischen Landeszeitung*. Leidenschaftlich streitet er für gute Tarife und betriebliche Mitbestimmung. Zehn Jahre gehört er dem Bundesvorstand an, davon sechs Jahre als DJV-Vize.



Sichtlich erleichtert: Der alte und neue Vorsitzende Michael Busch, der ebenso wie seine Stellvertreterin Andrea Roth im Amt bestätigt wurde.



Auch Anne Webert wurde im Amt der Schriftführerin bestätigt.

Überraschend deutlich (24:42 Stimmen) unterliegt Stefanie Heckel auch bei der Neuwahl des Schatzmeisters. Sie muss ihren Posten für den Münchner Rundfunkmann Jürgen Schleifer räumen, der 64 zu 36 Prozent der Stimmen auf sich vereint. Er lege Wert auf offenen Diskurs und Transparenz und könne auch in stürmischer Zeit die Ruhe und die Übersicht bewahren, stellt er sich vor. Als Schriftführerin bestätigt wird die Dießener freie Journalistin Anne Webert (56), die als treibende Kraft auch in der Fachgruppe Freie wirkt. Nachdem sie während der Pandemie die verbandsinterne Kommunikation aufgemöbelt hat, will sie nun eine moderne Außendarstellung des BJV umsetzen. Den Vorsitz im Bundesfachausschuss

Freie will sie hingeben für das Amt des DJV-Vize in Grebenhofs Nachfolge. Als Beisitzer fungieren künftig Ralph Bauer, Jürgen Dennerlohr, Tamara Link, Sabine Prokscha und Klaus Reindl.

### „Lasst uns feiern!“

Heiß debattierte wurde auf dem Bayerischen Journalistentag, ob es doch noch ein Fest zum 75-jährigen BJV-Jubiläum geben soll. „Mit Blick auf die Freien, die um ihre Existenz kämpfen, hätte eine Feierlichkeit nicht gepasst“, begründete der BJV-Chef den Verzicht. Doch die Befürworter, allen voran Stefan Primbs („Lasst uns ein Fest der Begegnungen, des Kennenlernens, des Vernetzens feiern!“) drängten darauf, wenigstens

einen Teil des nicht abgerufenen Überschusses von 351.000 Euro im Etatjahr 2020 dafür einzusetzen. Den größeren Teil könne man sonst in die Förderung des Nachwuchses und der Fortbildung stecken. Der Gesamtvorstand wird ein Konzept über die Jubiläumsfeier bis zur (früher terminierten) Versammlung 2022 vorlegen. Die wieder in Präsenz stattfinden und die beim Journalistentag 2021 noch liegen gebliebenen Sachen aufarbeiten soll. Beschlossen wurde beim Journalistentag zudem eine neue Beitragssatzung.

Der BJV will in den kommenden Monaten intensiv um den journalistischen Nachwuchs werben und hat deswegen unter anderem entschieden, künftig eine Schnuppermitgliedschaft zu einem reduzierten Beitrag anzubieten.

## Der „Hardcore-Gewerkschafter“ und der Mann der Zahlen

Die „Neuen“ im geschäftsführenden Vorstand Wolfgang Grebenhof und Jürgen Schleifer

Muss man Wolfgang Grebenhof im BJV noch extra vorstellen, diesen Tausendsassa des Journalistenverbands? Als „Hardcore-Gewerkschafter“ bezeichnete er sich selbst bei seiner Bewerbung als BJV-Vize. Wer ihn als Redner auf großen Streikkundgebungen kennengelernt hat, weiß, dass er die Ärmel hochkrepeln und kämpferisch Arbeitgeber ins Gebet nehmen kann. Er kann aber auch nachdenklich über die Zukunft des Journalistenberufs diskutieren, klug die deutsche Medienlandschaft analysieren und den Verlegern ins Gewissen rufen, bei allem Wandel den alten Idealen treu zu bleiben. In seiner Arbeit als Betriebsrat, die er in den Fachgruppen Betriebsräte und Tageszeitung von der Pike auf gelernt hat, profilierte sich Wolfgang Grebenhof als Chefstrategie für neue Formen des Arbeitskampfes, auch witzig, frech, unkonventionell und bunt. Der bekennende Amerika-Fan bleibt seit dem Volontariat der *Fränkischen Landeszeitung* treu, die Kollegen wählten ihn zum Betriebsratsvorsitzenden und 2011 begann sowohl im BJV als auch im DJV seine Vorstandskarriere. 2015 entschied er sich in der Nachfolge von Michael Anger ganz für den Stellvertreter im Bundesvorstand, den er nun zugunsten von Bayern („back to the roots!“) wieder hingibt.



Einer der kämpferisch, aber auch nachdenklich kann: Wolfgang Grebenhof, neuer stellvertretender BJV-Vorsitzender. Foto: Sachelle Babbar



Der neue Schatzmeister Jürgen Schleifer Foto: Michaela Schneider

Er kann mit anvertrautem Geld umgehen, aber auch mit Seelen. Jürgen Schleifer, der neue Schatzmeister, verantwortete als Redaktionsleiter im *Bayerischen Fernsehen* schon einen Millionen-Etat und als Aufsichtsrat der Diakonie München wachte er über einen Jahresumsatz von fast 300 Millionen Euro.

Der Mann kann Zahlen – und gleichzeitig stand er als studierter

evangelischer Theologe schon auf der Kirchenkanzel vor seiner Gemeinde. Im Krankenhaus absolvierte er eine Seelsorgeausbildung. Und auch den Journalismus hat er in der Kompaktausbildung zum Redakteur an der Deutschen Journalistenschule (DJS) sowie als Stipendiat der *Süddeutschen Zeitung* von der Pike auf gelernt. Anschließend ging er dann zur *Stuttgarter Zeitung* und wechselte schließlich zum öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Dort bewährte er sich unter anderem als Tagesreporter bei „MDR aktuell“, als *BR*-Redakteur der „Münchner Runde“ und war zuletzt zwei Jahre im Hauptstadtstudio Berlin. Im März kehrte er als Redakteur in der Landespolitik zurück zum *Bayerischen Fernsehen* nach München. Im BJV hat man den stellvertretenden Vorsitzenden der Fachgruppe Rundfunk in den vergangenen Jahren als versierten Moderator auf verschiedenen Podien erlebt. Er sei überrascht von dem tollen Wahlergebnis, sagt der Vater eines Sohnes, der in seiner Freizeit gern Klavier spielt und Ski fährt. (ak)



## „Das Herz auf dem richtigen Fleck“

Daniela Albrecht kandidierte aus gesundheitlichen Gründen nicht mehr

Als ein sprühendes Energiebündel und meistens bestens gelaunt – so lernten wir im BJV die Niederbayerin Daniela Albrecht kennen. Als 31-jährige Redakteurin aus Passau löste sie 2007 im Bezirksverband Niederbayern/Oberpfalz Ernst Hauzenberger ab. Zuvor leitete sie bereits den Ortsverband Passau. In der Fachgruppe Tageszeitungen ist sie ebenfalls 2007 stellvertretende Vorsitzende geworden und war eine der Gründerinnen des Netzwerks BJFrau, als der heutigen Fachgruppe Chancengleichheit. In Aschaffenburg wurde sie 2013 zur BJV-Vize gewählt, das geliebte Amt, das sie mit viel Herzblut ausgeübt hat, gab sie nun zu



Für sie ende eine schöne und bewegende Zeit, verabschiedete sich Daniela Albrecht zu Tränen gerührt.

Foto: Thomas Geiger

Tränen gerührt ab. „Für mich endet eine schöne, bewegende Zeit“, sagte sie. Der Verzicht geschehe aus gesundheitlichen Gründen. Sie leide immer noch schwer an den Spätfolgen einer Covid-Infektion und habe sich bislang nicht erholt, erklärte die 45-Jährige. „Du hast dich enorm in den Verband

eingebraucht. Nie habe ich von dir ein Nein gehört, wenn es um Aufgaben ging“, würdigte sie Michael Busch. Andrea Roth umarmte sie mit den Worten: „Du bist wirklich der Mensch, der alles zusammengehalten hat. Du hast das Herz auf dem richtigen Fleck.“ Leidenschaftlich hatte Daniela Albrecht sich für

eine Schwerbehindertenbeauftragte im BJV stark gemacht und dieses Amt als erste übernommen, inzwischen haben andere Landesverbände nachgezogen. Albrecht will das Amt auch nach ihrem Ausscheiden aus dem geschäftsführenden Vorstand für den BJV weiterführen. Die Niederbayerin brachte sich intensiv in die Tarifarbeit ein, forcierte die Stärkung der Betriebsräte, beschäftigte sich mit Zukunftsfragen der journalistischen Ausbildung, arbeitete an Ideen, wie man den journalistischen Nachwuchs für den BJV begeistern könne und setzte immer vor allem auch auf die direkte Ansprache. „Und das alles neben der ganz normalen Arbeit als Lokalredakteurin“, betont Michael Busch.

An der Uni Passau studierte sie Germanistik, Psychologie und Politikwissenschaft. Ab 2003 volontierte sie bei der *Passsauer Neuen Presse*. Dort arbeitet sie als Redakteurin beim *Viechtacher Bayerwald-Bote*. (ak)

## Einer der Ruhigen, aber kein Stiller

Jahrzehnte wirkte Dietmar Schmidt im Aufnahmeausschuss. Jetzt ist er Ehrenmitglied im BJV

Hätte unser neues Ehrenmitglied nicht die fünfzig Jahre im Aufnahmeausschuss noch voll machen können? Nein, das wollte Dietmar Schmidt nicht. „Mit fast 82 Jahren ist es Zeit aufzuhören“, gab der ehemalige Pressesprecher der Ludwig-Maximilians-Universität München bekannt. So nüchtern dies klingt, so gerührt war er doch, als ihm BJV-Chef Michael Busch die Auszeichnung antrug. Vor dem Bildschirm im Homeoffice umarmte ihn zärtlich seine Frau Hannelore, damit er die Fassung bewahrte. 1973 wurde Dietmar Schmidt erstmals in den Ausschuss gewählt, in vier Geschäftsstellen, angefangen in der Bernheimer, dann Dachauer und Seidlstraße bis zur St.-Martin-Straße, hat er im Monatsrhythmus gewissenhaft die Aufnahmeanträge geprüft. 2003 übernahm er den Vorsitz von BR-Kommentator Bernhard Uecker. Schmidt gelang es, den radikalen Umbruch in der Medienbranche



Mit 100 Prozent der Stimmen ernannte die Mitgliederversammlung Dietmar Schmidt zum BJV-Ehrenmitglied.

Foto: Thomas Geiger

und ihren Berufsbildern nachzuvollziehen. Wo ist die Grenze zwischen Profis und Amateuren? Was grenzt ins Werbliche, was geht in Gefilde außerhalb des Journalismus? Schmidt legte Wert darauf, die Auswahl des Ausschusses persönlich im Landesvorstand vorzutragen. Ganz selten war ein Votum dabei, das nicht gepasst hat. „Sie waren immer ein Teamplayer. Sie waren einer der ruhigen Amtsträger im BJV, aber kein Stiller. Umso deutlicher war Ihre Stimme, wo Sie sich in die Debatte eingeschaltet haben“, würdigte ihn BJV-Chef Michael Busch. Für seine eigene Berufsgruppe, die Journalisten in Wirtschaft und Verwaltung, wie die Fachgruppe ursprünglich hieß, hat Dietmar Schmidt sich genauso stark gemacht. 17 Jahre lang bis 1996 im Fachgruppen-Vorstand. Und immer brachte er sich im Bildungs- und Sozialwerk sowie in der Fachgruppe Europa ein. (ak)

# „Jeder kann bei uns reinschauen“

Redaktionelle Transparenz, Newsdesk-Besuche, Zeitung in der Schule und Lehrerfortbildungen: Viele Medienhäuser leisten einen Beitrag zur Stärkung der Medien- und Informationskompetenz

*Von Michaela Schneider*



**MEDIEN-  
KOMPETENZ**

**W**ir dürfen nicht zusehen, wie andere das Thema Medienkompetenz besetzen, denn wir haben das Wissen und das Können“, appelliert BJV-Vorsitzender Michael Busch beim Bayerischen Journalistentag an die Verbandsmitglieder. Auch sein neuer Vize, Wolfgang Grebenhof, fordert auf, zu helfen, dass die Menschen wieder unterscheiden könnten, „was leeres Geblubber und was echter Journalismus“ sei. Große berechnete Worte, denn am Ende stehen und fallen im Extremfall Demokratien einhergehend mit der Fähigkeit ihrer Bürger\*innen, sich adäquat zu informieren, gute Quellen von schlechten zu unterscheiden, „Fake News“ zu erkennen und Kommunikationsstrategien zu durchschauen. Und es geht um die Daseinsberechtigung des Journalismus. Doch wie können Journalist\*innen zur Stärkung der Informationskompetenz beitragen? Der *BJVreport* suchte nach Praxisbeispielen.

Davon gibt es jede Menge, das ist die gute Nachricht. Nicht ganz so erfreuliche Ergebnisse indes lieferte im Frühjahr eine Studie der Stiftung Neue Verantwortung, die nach 4191 Online-Interviews, wenn auch nicht allzu überraschend, zeigte: In Sachen digitale Medienkompetenz ist quer durch alle Altersgruppen viel Luft nach oben. Schwer fiel zahlreichen Befragten die Unterscheidung zwischen Information und Desinformation, Information und bezahlten Werbeinhalten sowie tatsachenorientierter Berichterstattung und Meinung. Entsprechend fordern die Autor\*innen der Studie neben einer besseren digitalen Schul- und Erwachsenenbildung und einem klareren Plattformdesign transparentere journalistische Angebote.

### „Wir arbeiten nicht im Dunkeln“

Hier hat in vielen Redaktionen ein deutliches Umdenken eingesetzt. Marcel Auermann, seit Anfang 2020 Gesamt-Chefredakteur der Verlagsgruppe Hof, Coburg, Suhl und Bayreuth, rät im Gespräch mit dem *BJVreport* dazu, „Einblicke (zu) geben, wie Recherchen abgelaufen sind oder Themen angepackt wurden“. Werde ein Interview nicht persönlich, sondern per Email geführt, kennzeichne man dies in seinen Redaktionen konsequent. Auch sei wichtig, nicht allein die Abonnent\*innen zu erreichen, hier taugen Auermanns Erfahrung nach online strukturierte Formate wie Faktenchecks. Der Chefredakteur plädiert für Offenheit, vor allem auch um „Fake-News“-Vorwürfen entgegenzutreten: „Wir arbeiten nicht im Dunkeln. Jeder kann bei uns reinschauen.“ Corona kam seinen Plänen in die Quere, bei Leserstammtischen das direkte Gespräch zu suchen. So bald wie möglich aber wolle er die Idee wieder aufgreifen. Journalismus dürfe kein „closed job“ bleiben.

Wichtig ist dies vor allem, um vielleicht doch noch jene Menschen zu erreichen, die sich von klassischen Medien entfernt haben. „In der Erwachsenenbildung funktioniert ein defizitorientierter Ansatz nicht“, sagt Verena Weigand, stellvertretende Vorsitzende der Stiftung Medienpädagogik Bayern. Mit anderen Worten: Wer „Fake News“ oder Verschwörungstheorien glaubt, wird kaum einen Volkshoch-

schulkurs „Medienkompetenz“ besuchen. (Siehe auch Artikel „Wenn Frank schwurbelt“, Seite 14) „Hier liegt die Hauptaufgabe bei Ihnen, das müssen Journalistinnen und Journalisten machen“, appelliert Weigand.

Die Geburtsstunde des viel bemühten Medienkompetenz-Begriffs datiert in die 1970er Jahre, Medienpädagoge Dieter Baacke erklärte seinerzeit: „Medienkompetenz meint grundlegend nichts anderes als die Fähigkeit, in die Welt aktiv aneignender Weise auch alle Arten von Medien für das Kommunikations- und Handlungsrepertoire von Menschen einzusetzen.“ Etwas zeitgemäßer formuliert es Kathrin Demmler, Direktorin des JFF – Institut für Medienpädagogik: Medienkompetenz sei das, was Menschen können müssen und wollen, um in der Gesellschaft, die sich heute sehr digital abspielt, zurecht zu kommen. Journalist\*innen rät sie, „selbst ins Gespräch zu gehen und sich mittenrein zu begeben“ – und keinesfalls zu belehren, sondern zuzuhören, zu antworten und verständlich zu argumentieren.

Es braucht also vor allem den Dialog, ob über einen heißen telefonischen oder digitalen Draht in die Redaktion, über Formate wie die vielerorts etablierten Leseranwält\*innen oder über das neue Online-Format „Treffpunkt Redaktion“ der *Main-Post*: Einmal im Monat können Interessierte hier mit Mitgliedern der Chefredaktion auf einer Online-Plattform diskutieren und Fragen zur redaktionellen Arbeit stellen. Die Transparenz der journalistischen Arbeit spiele eine immer größere Rolle, es gehe auch um das Vertrauen in die Medienberichterstattung, erklärten die Würzburger Kolleg\*innen im Vorfeld. Etwas anders sieht der Ansatz in Augsburg aus, verfolgt werden ähnliche Ziele: In der Serie „Augsburger Allgemeine Live“ interviewt Chefredakteur Gregor Peter Schmitz mit Kollegen regelmäßig prominente Gesprächspartner\*innen vor Publikum (aktuell per Video), auch um journalistische Arbeitsweisen nachvollziehbar zu machen. Von allen

### „JFF – Institut für Medienpädagogik“

Wer sich mit Medienphänomenen und den komplexen Prozessen der Medienaneignung von Kindern und Jugendlichen beschäftigt, ist gut beraten, sich auf der Website des „JFF – Institut für Medienpädagogik“ umzuschauen. Ein interdisziplinäres Forschungsteam untersucht diese; eine Praxisabteilung entwickelt Projekte, um Teilnehmende darin zu stärken, kreativ mit Medien zu arbeiten und zu lernen, mit diesen souverän und selbstbestimmt umzugehen. „Wir können die Perspektive von Kindern und Jugendlichen liefern und zum Beispiel Einblicke geben, wie junge Leute online agieren“, sagt JFF-Direktorin Kathrin Demmler. Zum Beispiel analysierten JFF-Forscher\*innen die politische Meinungsbildung Jugendlicher in sozialen Medien, untersuchten die Glaubwürdigkeit von YouTube-Videos aus der Sicht von Zehn- bis Zwölfjährigen oder befragten im Zuge des aktuellen Projekts „Digitales Deutschland“ einen Querschnitt der Gesamtbevölkerung zu KI-Technologien. Mehr: [www.jff.de](http://www.jff.de)

Veranstaltungen gibt es Live-Streams und Podcasts. Apropos: Auch im Podcast „Nachrichtenwecker“ berichten Augsburger Redakteur\*innen von ihren Recherchen. Bewusst Gesicht zeigen Journalist\*innen bei der Mediengruppe Oberfranken. „Um zu zeigen, wie vielfältig wir sind, stellten wir in der Reihe „Wer ist eigentlich...?“ die Menschen unserer Redaktion vor. Vom Leitenden Redakteur bis zum Lokalberichterstatter erzählten diese von ihrem Alltag, ihren journalistischen Vorstellungen, aber auch den Wünschen gegenüber den Lesern“, teilt die Chefredaktion schriftlich mit.

Auch beim Verlag Nürnberger Presse liegen seit eineinhalb Jahren spannende Pläne in der Schublade. Wie dessen Unternehmenssprecherin Annika Peißker erzählt, sollen Newsdesk-Besuche, sobald es Corona zulässt, zentrales Element des Besuchsprogramms werden, das sich früher vor allem auf den Druckereirundgang beschränkte. Sowie so ist dem mittelfränkischen Traditionshaus Medienkompetenz lange schon ein Anliegen. Mit „Klasse!“ verweist Peißker auf den mehr als zwei Jahrzehnte alten Dinosaurier und das größte ureigene Medienkompetenz-Projekt des Verlags. Zielgruppe: Alle Jahrgänge in sämtlichen Schularten. Während früher mit gedruckter Zeitung gearbeitet wurde und Journalist\*innen in Klassenzimmer gingen, erhalten die Schulklassen nun ePaper-Zugang und komplett neu erarbeitete digitale Unterrichtsmaterialien.

### Schlauster Azubi im Mainviereck

Vergleichbare Angebote finden sich in vielen anderen Medienhäusern, „KLARTEXT“ als medienpädagogisches Vorzeigeprojekt des *Fränkischen Tags* etwa. Stefanie Sayle, Leiterin der Günter Holland Journalistenschule in Augsburg, benennt für die *Augsburger Allgemeine* „Zeitung in der Schule“ (ZISCH) mit pro Schuljahr rund 1000 beteiligten Schulklassen. Für die gymnasiale Oberstufe bietet das Verlagshaus zudem für die Dauer von eineinhalb Jahren ein P-Seminar „Zeitungsjournalismus“ an. Andere Häuser beteiligen sich an verlagsübergreifenden Angeboten. *Main-Echo*-Chefreporter Claus Morhart verweist etwa auf den „Medienführerschein Presse“, eine Initiative der bayerischen Zeitungsverlage mit

Unterrichtsmaterialien für Lehrkräfte. Und Morhart nennt eine weitere Kampagne. „Wir suchen die schlauesten Azubis im Mainviereck“ ist sie überschrieben, das *Main-Echo* kooperiert mit Handwerkskammer und Industrie- und Handelskammer. Um Auszubildende spielerisch an relevante regionale und globale Themen heranzuführen, schließen Unternehmen aus dem Mainviereck Abonnements für Auszubildende ab, gleichzeitig setzt die Redaktion einen Themenschwerpunkt „Ausbildung“.

Zweite große Medienkompetenz-Initiative der bayerischen Zeitungen gemeinsam mit der Bayerischen Landeszentrale für Neue Medien (BLM) ist der jährliche Lehrermedientag, 2021 wird die Fortbildungsveranstaltung virtuell und aus dem Studio der Mediaschool Bayern gestreamt. Und: Seit 2019 findet ein „Schülermedientag“ als Kooperation der Bayerischen Landeszentrale für politische Bildungsarbeit mit zahlreichen regionalen und überregionalen Medienhäusern statt, der sich heuer coronabedingt in eine erstmals bundesweite digitale Schülermedienwoche verwandelt hatte. Nicht zu verwechseln ist der vorab erwähnte „Medienführerschein Presse“ übrigens mit dem „Medienführerschein Bayern“ der Stiftung Medienpädagogik Bayern, die Materialien für den Elementarbereich, sämtliche Schularten wie auch die außerschulische Jugendarbeit entwickelt hat.

Keinesfalls unerwähnt bleiben sollte: Auch der BJV setzt sich an vielen Stellen für eine Stärkung der Medienkompetenz ein. BJV-Chef Michael Busch bringt im Medienkompetenz-Ausschuss der BLM wie im Vorstand des Mediencampus Bayern sein Expertenwissen ein. Der Verbandschef verweist auf häufige Hintergrundgespräche, unter anderem mit Parteien, sagt: „Als BJV sind wir anerkannt und werden wahrgenommen als Gesprächspartner.“ Der Verband beteiligt sich an klassischen Branchenevents wie den Münchner Medientagen, aber über die eigene Hochschulbeauftragte etwa auch an Eröffnungstagen von Universitäten, „wo wir auch Studierende medienferner Fächer erreichen“. Reicht das? „Nein, als BJV sollten wir künftig mehr noch in die Öffentlichkeit gehen. Wir haben die Experten der Medienkompetenz doch an Bord“, betont Busch.

### Medienkompetenzprojekte beim Bayerischen Rundfunk

Mit einem eigenem Referat Medienkompetenzprojekte engagiert sich der *Bayerische Rundfunk* seit Jahren, pandemiebedingt hat sich laut Detlef Klusak, Abteilung Presse, das Angebot derzeit ins Netz verlagert. Größte Veranstaltung ist der **ARD-Jugendmedientag** (heuer: 18. November). Das gemeinsame Projekt der ARD-Landesrundfunkanstalten entstand aus dem jährlichen *BR*-Jugendmedientag. 2020 nahmen laut Klusak mehr als 40.000 Teilnehmer\*innen aus ganz Deutschland teil. Beim **Schulradioprojekt TurnOn** oder **Young Reporters** lernen die Jugendlichen journalistische Techniken und, angeleitet von *BR*-Mediencoaches, wie man recherchiert und Fakten checkt. Unter dem Motto „**BR macht Schule**“ bietet das Referat Medienkompetenz ein umfangreiches Angebot an praxisnahen medienpädagogischen Fortbil-

dungen für Lehrer\*innen aller Schularten an. Ab diesem Schuljahr wird sich das Programm mit virtuellen Klassenbesuchen von Mediencoaches auch direkt an Schüler\*innen richten. Weiter verweist Klusak auf die **Initiative „so geht MEDIEN“** von *ARD*, *ZDF* und *Deutschlandradio*, federführend produziert wird sie vom *BR*. Seit Ende 2018 finden in mehreren *BR*-Studios **Hintergrund-Veranstaltungen für Volkshochschulen** statt, um im Gespräch mit Programmverantwortlichen Grundwerte der Berichterstattung wie Objektivität, Neutralität, Vielfalt oder Faktenbasiertheit zu vermitteln. Bei der Publikumsaktion **„Mitmischen! Programm machen beim BR“** lernen etwa 300 Menschen aus ganz Bayern, wie Nachrichten oder Beiträge entstehen. Geplant sind künftig **„Medienelternabende“** zum Medienkonsum von Kindern.

# Noch mal die Schulbank drücken

„Journalismus macht Schule“ macht Lust auf Medienbildung. Ein Erfahrungsbericht

Von Thomas Mrazek

**A**ls Journalist habe ich hunderte Lehrsituationen erlebt: Ob mit Studierenden an Hochschulen im In- und Ausland, mit jüngeren oder mit älteren Berufskolleg\*innen, ob mit Berufsgruppen wie Mönchen oder mit arbeitslosen Menschen; online wie auch vor Ort. An einer Schule war ich bis dato erst einmal zu Gast. Ich erinnere mich gerne an die Diskussion mit 80 Schüler\*innen an der Mittelschule Prien 2017 über die journalistische Arbeit. Eigentlich habe ich die Routine.

Trotzdem war ich vor dem gerade mal eineinviertelstündigen Online-Termin mit Schüler\*innen des Bayernkollegs Augsburg Mitte Mai nervös und demütig: Findet das Thema Journalismus überhaupt Anklang bei den Kollegiaten, informieren die sich nicht vorwiegend über Insta & Co.; kann online ein gutes Gespräch entstehen, werden die Zuhörer\*innen etwas mitnehmen? Das Bayernkolleg ist eine Einrichtung des Zweiten Bildungswegs, es ermöglicht Erwachsenen, die bereits im Berufsleben gestanden oder einen Haushalt geführt haben, in drei Jahren das Abitur nachzuholen. Neben einem kurzen Vortrag sollte ich vor allem mit den Schüler\*innen (Alter von zirka 18 bis 35) sprechen. Nach hinten raus hätten wir noch Zeit, sagte mir Armin Gomoll im Vorgespräch. Der 62-Jährige unterrichtet Deutsch und Geschichte an dem Kolleg. Unser Kontakt entstand über das Projekt „Journalismus macht Schule“ (JmS).

JmS ist eine offene Initiative von Journalist\*innen von *Süddeutsche Zeitung*, *Die Zeit*, *ARD-Anstalten*, *ZDF*, *CORRECTIV*, *Reporterfabrik*, *Lie Detectors*, *Netzwerk Recherche*, *Journalistenschulen* und *Universitäten*, Akteuren der *Lehrerfortbildung*, *Medienpädagogen*, *Medienanstalten* und *Institutionen der politischen Bildung*. Seine Ursprünge hat das JmS-Projekt bei der *SZ*, hier sind insbesondere die Aktivitäten in der *Medienbildungsarbeit für Jugendliche der Redakteure Klaus Ott und Tom Soyer hervorzuheben*. Im Sommer 2020 startete JmS mit seiner Website *journalismus-macht-schule.org*. „Mit Tipps und Tools für den Klassenraum wollen wir dazu beitragen, Medienwissen und praktische Kenntnisse zu vermitteln, besonders jetzt als Hilfe für den digitalen Fernunterricht“, hieß es damals.

Koordiniert wird das bundesweite Projekt von der *Hamburger Reporterfabrik*. Verantwortlich zeichnet dort *Jörg Sadrozinski*. Der Journalist, der von 2011 bis 2017 die *Deutsche Journalistenschule* in München und davor die *Redaktion von*

*tagesschau.de* leitete, ist überzeugt, dass „Medienkompetenz – insbesondere Nachrichten- und Informationskompetenz – heute so wichtig wie Mathe oder Biologie“ sei.

Wie einfach die Sache für alle Beteiligten sein kann, zeigt die JmS-Website: Die Anmeldung für Journalist\*innen, die an Schulen über ihre Arbeit sprechen möchten, ist in einer Minute erledigt. Schulen können sich ebenso unkompliziert mit Journalist\*innen vernetzen. Die Termine werden durch die Verantwortlichen in den Ländern koordiniert, in Bayern erledigt die *Bayerische Landeszentrale für politische Bildungsarbeit* das Matching. „Völlig unkompliziert“, lobt *Lehrer Gomoll* den Service von JmS. Mit viel Sachverstand und sehr übersichtlich aufbereitete Inhalte auf der JmS-Website dienen allen Beteiligten zur Vor- und Nachbereitung. Videos und

Hinweise zu Unterrichtsbesuchen zeigen Interessenten, wie solche Veranstaltung ablaufen können. Derzeit sind 600 Journalist\*innen bei JmS registriert, berichtet *Sadrozinski*. Potenzial sieht er darin, weitere Schulen in ganz Deutschland anzusprechen. Es käme auch auf die Offenheit der je-

weiligen Schulbehörden an, manche würden die JmS-Aktivitäten als Konkurrenz zu eigenen Vorhaben sehen. *Sadrozinski* sagt aber: „Ich bin sehr zuversichtlich, dass wir peu à peu alle überzeugen.“

## Der andere Blick

Offenbar überzeugt waren dann auch „meine“ Schüler\*innen und ihr Lehrer in Augsburg, wir verlängerten den virtuellen Besuch um eine Stunde. Zur Vorbereitung hatte ich ihnen neben einem Papier mit Basisinformationen inklusive Tipps von JmS drei von mir geschriebene Artikel gemailt, unter anderem über die Probleme von Journalist\*innen bei der Berichterstattung über Demonstrationen. Viel Diskussionsstoff, viele Fragen aber auch viele Erkenntnisse für mich – und ja, es hat mir sehr großen Spaß gemacht.

Einige Tage später berichtete mir *Gomoll*: „Ich habe ausschließlich positive Rückmeldungen erhalten. Besonders gut, so der einhellige Tenor, kam an, dass Sie mal einen ganz anderen Blick auf die Themen Journalismus und Schreiben ermöglichten.“ Dass wir im Herbst einen weiteren Schultermin in Präsenz in Augsburg planen – vielleicht sogar mit 80 oder 90 Schüler\*innen –, sehe ich als weitere Belohnung. Ob ich vor dem Termin wieder nervös sein werde? Ein bisschen Demut hat noch keinem Journalisten geschadet.

**„Medienkompetenz ist heute so wichtig wie Mathe oder Biologie.“**

Jörg Sadrozinski,  
Hamburger Reporterfabrik

# Wenn Frank schwurbelt

Medienkompetenz ist etwas Freiwilliges. Deshalb ist es so schwierig, vor allem auch bestimmte ältere Zielgruppen zu erreichen

Von Daniel Hinz

Jede\*r kennt einen Frank. Frank ist um die 50 Jahre alt. Frank ist dieser eine Onkel, Bekannte oder Freund, der irgendwie abgedriftet ist. Der auf Facebook schwurbelt, der auf „Anti-Corona“-Demonos pilgert. Der ARD und ZDF „Staatsfunk“ nennt. Frank ist reingefallen. Auf Desinformation und seinen verhängnisvollen Umgang mit Medien. Frank ist nur ein Beispiel, eine Persona. Wieso tun sich manche ältere Erwachsene so schwer mit der Medienkompetenz? Sind sie eine „verlorene Generation“? Und wie müssen wir Journalismus betreiben, um Menschen wie Frank zu erreichen?

Warum Medienkompetenz in dieser Zielgruppe so wichtig ist, zeigen aktuelle Studien. Ältere Erwachsene haben demnach Schwierigkeiten, Täuschungen zu erkennen und haben eher – im Vergleich zu jüngeren – mehr Vertrauen in andere Menschen. Vertrauen ist keine per se schlechte Eigenschaft. Geteilte Inhalte in sozialen Netzwerken von Bekannten und Freunden werden dadurch aber seltener hinterfragt. Zusätzlich wird in sozialen Netzwerken nicht so sehr auf die Quelle, die Herkunft der Information geachtet. Insgesamt besteht also die Gefahr, dass Unwahrheiten eher Glauben geschenkt wird.

## In der Informationskrise

Fast die Hälfte der Erwachsenen in Deutschland ist während der Corona-Pandemie im Netz auf Fake-News gestoßen. Expert\*innen sprechen deshalb von einer Informationskrise – weil Trolle oder Bots bestimmter Akteure gezielt Desinformation verbreiten. Claudia Riesmeyer ist Dozentin und wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Sie habilitierte im Forschungsbereich Medienkompetenz und ist Spezialistin für Medienpsychologie. „Medienkompetenz ist etwas Freiwilliges“, sagt Riesmeyer und legt damit das Problem offen. „Es ist eine große Herausforderung, Medienmündigkeit zu vermitteln. Natürlich gibt es viele Angebote in der Erwachsenenbildung. Aber Menschen, die einmal abgedriftet

sind, werden sich nicht so einfach in ein Seminar über Fake-News setzen.“

Lebenslanges Lernen ist gut und wichtig. In den Schulen wird Kindern bereits der Umgang mit dem Smartphone oder Laptop beigebracht. Neben technischen Fragen geht es hier auch um den Umgang mit privaten und intimen Daten im Netz. Erwachsene müssen sich diese Kompetenz selbst aneignen. Das Kultusministerium Bayern

erklärt auf Anfrage des *BJVreport*, dass „der Erwachsenenbildung eine hohe Bedeutung zukommt. In einer medial geprägten Welt ist ein aufgeklärter Umgang mit Medieninhalten und privaten Daten im Netz eine Schlüsselkompetenz für mündige Bürgerinnen und Bürger.“ Ja, natür-

lich. Es gibt Angebote von Institutionen wie den Bayerischen Volkshochschulen, es gibt Projekte zur Förderung der Medienkompetenz. Aber sie gehen an Menschen wie Frank vorbei, bei denen das Vertrauen in staatliche und mediale Institutionen verloren gegangen ist – die sogar misstrauisch sind.

Und: Es braucht nun einmal zunächst das Bewusstsein für die eigenen Schwächen, Zeit und Wille zum Wandeln, ehe man sich für ein Kompetenz-Steigerungs-Seminars entscheidet. Präventiv mögen diese Angebote taugen, aber als Nachbehandlung sind sie keine Lösung. Wie geht man mit Menschen wie Frank um?

**„Menschen, die abgedriftet sind, werden sich nicht so einfach in ein Seminar über Fake-News setzen.“**

Kommunikationswissenschaftlerin  
Claudia Riesmeyer

## „Smart Surfer“

Umgang mit Internet und Desinformationen im Netz: Das Projekt „Smart Surfer“ soll die Generation 50plus fit machen und richtet sich damit speziell an Menschen, die nicht mit Smartphone und Laptop aufgewachsen sind. In der Zusammenarbeit des Bayerischen Verbraucherschutzministeriums, der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), der Verbraucherzentrale Bayern und des VerbraucherServices Bayern können Kurse besucht werden. Außerdem gibt es passend zum Kurs ein Handbuch. Mehr Informationen gibt es unter [www.smartsurfer.bayern.de](http://www.smartsurfer.bayern.de).

Kommunikationswissenschaftlerin Riesmeyer beschreibt drei Möglichkeiten: Es bleiben lassen, Feuer mit Feuer bekämpfen oder mit journalistischem Scharfsinn. Möglichkeit Eins, *es bleiben lassen*, dürfte die problematischste Option und damit eine Nicht-Option sein. Sie würde bedeuten, dass wir als Gesellschaft einen großen Teil der Bevölkerung aufgeben. Und damit riskieren, auch diejenigen zu verlieren, die vielleicht noch auf der Kippe stehen.

### Mit journalistischem Scharfsinn

Dann gibt es Möglichkeit zwei, *Feuer mit Feuer bekämpfen*, die Brechstange, wenn man so will. Projekte wie zum Beispiel den „Volksverpetzer“. Ein Blog, das von sich selbst sagt, Fake-News aufzudecken. Vom Aufmerksamkeitsniveau ähnlich penetrant, „clickbaity“ wie rechte Verschwörungssiten, inhaltlich aufklärerisch, meinungsstark und faktenorientiert. Und dabei nie zimperlich. Spezialistin Riesmeyer sieht dieses Vorgehen nicht als Wunderwaffe an: „Wenn alle nur lauter schreien, entsteht eine Spirale. Die Gefahr liegt darin, dass dieses Hochschaukeln zu einer Spaltung in der Gesellschaft führen kann.“

Möglichkeit drei: *Journalistischer Scharfsinn*. Journalist\*innen sollten demnach noch transparenter arbeiten. „Es hilft schon, mal den Rechercheweg aufzuzeigen. Nicht jeder versteht, wie Journalismus funktioniert. Manche Menschen denken ja, dass Frau Merkel anruft und bestimmt, was morgen auf Seite eins steht“, sagt Riesmeyer. Zusätzlich sollten Journalist\*innen Verschwörungstheorien hartnäckig dem Faktencheck unterziehen. Wenn Menschen abstrusen Behauptungen wie Bill-Gates-Mikro-Chips-in-der-Corona-Impfung Glauben schenken, dann können und sollen Journalist\*innen dies entkräften. „Sich zurückbesinnen auf die Funktion, die der Journalismus in einer freiheitlichen Demokratie hat, nämlich Informationen bereitstellen, Kritik und Kontrolle üben“, plädiert Wissenschaftlerin Riesmeyer. Und ein weiterer Punkt ist ihr ganz wichtig: Kontakt zu den Leser\*innen, Zuhörer\*innen und Zuschauer\*innen suchen.

### Keine „verlorene Generation“

Expertin Riesmeyer lehnt es ab, von einer „verlorenen Generation“ zu sprechen. „Ich würde nie sagen, ich gebe jetzt auf. Ich werde immer sagen: Wir müssen dranbleiben. Vielleicht können wir nicht alle überzeugen, aber wir müssen ihnen im Gespräch und der Auseinandersetzung die Möglichkeit bieten, über ihre Meinungen nachzudenken.“ Auch Beispiel Frank soll man nicht verloren geben, sagt Riesmeyer. „Am effektivsten erreicht man die Menschen noch persönlich.“



#### Der Autor

Daniel Hinz (@danielhinz) ist Journalist in Ausbildung an der Deutschen Journalistenschule in München. Vom BJV erhält er ein Stipendium. Er schreibt frei, unter anderem für die FAZ.

Foto: David-Pierce Brill



## Aktuelle Seminare

Die ABP bietet Präsenz-Seminare an, zudem ein umfangreiches Webinar-Angebot. Es reicht von Kurzformaten (90 Minuten) bis hin zu mehrtägigen Kursen, thematisch von digitalen Tools bis zu gehirngerechtem Schreiben. Sie finden unser laufend aktualisiertes Gesamtprogramm unter [www.abp.de](http://www.abp.de).

### Einige Präsenz-Seminare:

- Social Media Monitoring (25.-26.11.)
- Online-Texten für Print-Profis (29.-30.11.)
- Online-Journalismus – der Crashkurs (06.-10.12.)
- Videos mit der Spiegelreflex (02.-04.11.)
- Multimedia Storytelling (01.-03.12., Kulmbach)

### Einige Webinare:

- Audio-Feintuning mit Adobe Premiere (26.10., 2,5 Std.)
- Change Kommunikation (27.-29.10., 3 Tage)
- Videos fast ohne Aufwand (10.-11.11., zweimal 4 Std.)
- SEO-Update – Die neuesten Entwicklungen (25.11., 1 Tag)
- Layout mit InDesign CC (17.-19.11., 3 Tage)
- Texten für Social Media (22.-23.11., 2 Tage)

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)

# „Verstehen, was hinter der Digitalisierung steckt“

Ein Lehrer und zwei Schülersprecher\*innen reflektieren Medienbildung in den Schulen

Von Johannes Michel



Nevio Zuber

Foto: Michael Weingast



Lorena Bulla

Foto: Alina Bulla



Michael Schwägerl Foto: Benjamin Schultheis

**W**ie steht es eigentlich um die Medienbildung junger Menschen? Was können Schulen leisten? Wo bestehen Defizite und Verbesserungsbedarf? Der *BJVreport* sprach mit Michael Schwägerl, dem Vorsitzenden des Bayerischen Philologenverbands, mit Nevio Zuber, stellvertretender Schülersprecher Bayern für Gymnasien, und mit Lorena Bulla, Schülersprecherin Bayern für Mittelschulen.

Nachdem Digitales den Alltag radikal durchdringt, ergeben sich ganz neue Chancen, aber auch Herausforderungen. Dass Veränderungen positiv sein können, hat die Coronapandemie gezeigt, in der Unterricht zwar nicht wie gewohnt, aber immerhin als Homeschooling überhaupt stattfand. Dafür braucht es aber bestimmte Voraussetzungen – und zwar längst nicht nur technische. Eine Schlüsselrolle kommt dabei dem richtigen Umgang mit Medien zu.

„Im schulischen Umfeld ist der Begriff ‚Medienkompetenz‘ in Bayern durch Kompetenzmodelle umrissen. So hat zum Beispiel jedes Gymnasium ein individuelles Mediencur-

riculum mit Blick auf alle Jahrgangsstufen. Denn natürlich muss die Medienkompetenz auch altersspezifisch gesehen werden – ein Unterstufenschüler braucht andere Themen und einen spielerischeren Zugang als ein Oberstufenschüler, mit dem man Themen wie Datenschutz oder Fake News kontrovers diskutieren kann“, erklärt Michael Schwägerl, Vorsitzender des Bayerischen Philologenverbands.

Einen wichtigen Baustein zur Ausbildung von Medienkompetenz sieht er im „Lernen am Vorbild“. Hier seien vor allem die Eltern gefragt, da ein Großteil der Mediennutzung in der Freizeit stattfindet. „In der Schule geht es darum, einerseits einen kompetenten produktiven Umgang mit Anwendungen zu üben und andererseits zu verstehen, was hinter der Digitalisierung steckt. Dazu müssen die Kinder Dinge selbst ausprobieren können und es muss ausreichend Zeit sein, anschließend über die Ergebnisse zu sprechen und diese gemeinsam zu analysieren.“

Denn, so Schwägerl weiter, ab einem gewissen Alter sei bei Kindern und Jugendlichen durchaus ein Bewusstsein für Gefahren im Umgang mit schützenswerten Daten vorhan-

## Richtlinie des Kultusministeriums von 2012

„Die Kinder und Jugendlichen sollen in der Schule Medien kennenlernen, Medien auswählen, analysieren und bewerten lernen, Medien anwenden und reflektieren lernen, die Möglichkeiten und Grenzen sowie die Gefahren von Medienangeboten einschätzen lernen, Medien im gesellschaftlichen Zusammenhang sehen lernen.

Ziel ist es, dass die Schülerinnen und Schüler dazu befähigt werden, Medien zu privaten und beruflichen Zwecken verantwortungsvoll und effizient einzusetzen. Sie sollen Mediennutzung und -einsatz in Hinsicht auf ihre individuellen Voraussetzungen und Bedürfnisse

dosieren und steuern können. So können sie die Vorzüge von Medien erkennen und für sich nutzen, aber auch vor gefährdenden Einflüssen geschützt werden. Schließlich sollen sie sich der Bedeutung und der Wirkung von Medien auf das Individuum und die Gesellschaft bewusst werden und lernen, mit ihnen kritisch, kompetent und reflektiert umzugehen.“

Bekanntmachung des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus im „Amtsblatt der Bayerischen Staatsministerien für Unterricht und Kultus und für Wissenschaft und Kunst“ aus dem Jahr 2012 [www.lehrplanplus.bayern.de/](http://www.lehrplanplus.bayern.de/)



den, auf der anderen Seite erlebe er aber auch eine unreflektierte Nutzung von Medien. Er spricht von einer konsumistischen Haltung, die leicht dazu führe, dass sich Jugendliche in der digitalen Welt zeitlich verzetteln. Daher müsse die Medienbildung bereits im Kindergartenalter starten, bevorzugt durch die Eltern.

Einen wichtigen Unterschied sieht Schwägerl bei der Umsetzung von Medienbildung: „Es geht dabei immer um diese zwei Aspekte: die Gestaltung des Unterrichts mit digitalen Medien und die Gestaltung des Unterrichts über digitale Medien.“ Konkret mangle es aber teilweise noch an der Ausstattung mit Geräten, um die in den Lehrplänen geforderten Inhalte überhaupt umsetzen zu können.

Wie aber beurteilen Schüler\*innen den aktuellen Bildungsstand in Sachen Medienkompetenz? Nevio Zuber ist stellvertretender Landesschülersprecher für Gymnasien und erzählt, dass im Schulalltag eine kritische Auseinandersetzung mit Informationen sehr früh gelehrt werde. Aus diesem Grund sei die Medienbildung seiner Generation ohne Zweifel gut. Das Heranführen an Recherche und das Auffinden seriöser Quellen finde insbesondere bei der Vorbereitung von Referaten statt, auch die Seminararbeit in der Oberstufe des Gymnasiums ist für Zuber ein essenzieller Bestandteil mit Blick auf ein mögliches späteres Studium. Quellen wie das Videoportal YouTube oder die Arbeit mit Office-Programmen am PC seien in der Schule heute gang und gebe.

### Oft schon eine Sucht

Das einzige wirklich große Problem, das mit dem bisherigen digitalen Wandel einhergegangen ist, sieht Zuber in der Ablenkung: „Man kann lange und ausführlich darüber diskutieren, welchen Mehrwert soziale Medien haben, es steht aber fest, dass Jugendliche in der heutigen Zeit häufig ja schon fast einer Sucht ausgesetzt sind. Instagram, Snapchat und Co. verleiten zu stundenlanger Handynutzung, was sich nicht nur auf das Lernen für die Schule und auf die Noten, sondern auch negativ auf das Privatleben auswirken kann.“

Ein wenig kritischer steht Lorena Bulla, Landesschülersprecherin für Mittelschulen, der Situation gegenüber. „Für mich gehört zum Thema Medienbildung viel Aufklärung. Ohne Aufklärung werden Kinder und Jugendliche im Netz allein gelassen und kommen nicht zurecht. Deshalb ist es ab dem ersten Kontakt mit Medien wichtig, auch die Kompetenz zu stärken.“ In den Mittelschulen komme das Thema Medienkompetenz in mehreren Fächern vor, es werde über Fake News und Quellen diskutiert, im Wahlpflichtfach Wirtschaft stehe die Arbeit mit Computern und Medien im Mittelpunkt. Positiv sei, dass der Unterricht digitaler werde, der Distanzunterricht während der Coronapandemie habe die Mediennutzung und damit auch die Medienbildung zwangsläufig gesteigert. Dennoch könnte ihrer Meinung nach mehr getan werden. „Auch wie man sich selbst in den Medien zeigt, wird jedem selbst überlassen. Dadurch passieren oft negative Sachen.“

### „Projekte auch in ländlichen Regionen“

Michael Schwägerl, Vorsitzender des Bayerischen Philologenverbands

„In den Unterricht in vielfältiger Weise eingebunden sind Journalist\*innen bereits. Wünschenswert wäre es, wenn mehr Medienprojekte auch in ländlicheren Regionen angeboten werden könnten. Oftmals konzentrieren sich viele Angebote auf die Ballungsräume. Es gilt zudem, den Wert von Qualitätsjournalismus herauszuarbeiten und zu zeigen, dass dieser Geld kostet. Wo ist der Unterschied zwischen einer Zeitung mit deren Internetangebot und kostenlosen Newsfeeds? Dazu braucht es eine intensivere Zusammenarbeit mit den Schulen, damit Journalisten auch vor Ort in die Diskussion mit Schülerinnen und Schülern einsteigen können und damit erlebbar werden. Wer steckt hinter den Nachrichten? Wie entstehen Nachrichten?“

### „Eine Frage der Vermittlung des Berufs“

Nevio Zuber, stellvertretender Schülersprecher Bayern für Gymnasien

„Journalisten sollten in meinen Augen in den Schulen präsenter werden, da sie einen unglaublich wichtigen Beruf in unserer Gesellschaft ausüben. Heutzutage wissen Schüler und Jugendliche leider häufig viel zu wenig über die journalistische Arbeit. Der Gedanke, dass für diesen Beruf das Fach Deutsch wichtig ist, was wiederum viele Schüler mit lästigen Deutschaufgaben verbinden, vergrault wahrscheinlich einige. Dabei ist Journalismus doch so interessant und auch spannend. Ich denke da gerade an investigativen Journalismus. Es ist also aus meiner Sicht nur eine Frage der Vermittlung des Berufs und dabei ist es wichtig, dass man in der Schule schon früh in Kontakt mit Journalisten kommt.“

### „Zeigen, was Medien wirklich können“

Lorena Bulla, Schülersprecherin Bayern für Mittelschulen

„Ich würde mir für die Mittelschulen eine bessere Aufklärung zum Thema Medien wünschen. Denn leider wurde die, in meinem Fall, vernachlässigt und erst so richtig im Fach Wirtschaft behandelt. Ich denke, dass die Schulen, aber auch die Regierung sich darüber mehr Gedanken machen sollten. Es wäre schade, wenn Schüler\*innen im Dunklen gelassen werden und wir nicht die Möglichkeit von Aufklärung durch Journalist\*innen nutzen können oder würden. Sie als Journalist\*innen können durch Artikel oder besser durch Workshops an Schulen viel erreichen. Aufklärung und Stärkung der Kompetenz wird immer wichtiger, um den Schüler\*innen zu zeigen, was Medien wirklich können und bedeuten.“

## Presseausweis 2022 – Jetzt beantragen!



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Sie finden den Antrag für die Ausstellung des Presseausweises 2022 auf Seite 19. Sie können das Antrag auch online unter [bjv.de/presseausweis](http://bjv.de/presseausweis) ausfüllen, ausdrucken und unterschreiben (eine Online-Signatur ist noch nicht möglich).

Bitte beachten Sie den unten stehenden Datenschutzhinweis.

Bitte senden Sie den unterschriebenen Antrag eingescannt per Mail an [presseausweis@bjv.de](mailto:presseausweis@bjv.de) oder ausgedruckt per Post zu.

Beachten Sie bitte Sie folgende Hinweise:

1. Füllen Sie bitte in jedem Fall die Pflichtfelder aus. Besonders hervorzuheben sei hier die E-Mail-Adresse.
2. Geben Sie bitte, wenn Sie festangestellt sind, Name und Anschrift des Arbeitgebers (Unternehmensbezeichnung inkl. GmbH, KG, etc.) sowie den Namen des Mediums (Titel der Zeitung bzw. Zeitschrift, Name des Senders etc.), für das Sie arbeiten, an. Sollten Sie freiberuflich tätig sein, genügt die Angabe „freie Journalistin“ oder „freier Journalist“. Sie helfen uns damit, unsere Mitglieder

zielgruppenspezifisch zu Veranstaltungen einzuladen.

3. Falls Sie ein Presse-/Kfz-Schild benötigen, kreuzen Sie bitte das dafür vorgesehene Kästchen an.

4. Wir bitten um Angabe der Hauptfachgruppe und Nebenfachgruppe.

Bitte senden Sie uns den ausgefüllten Antrag so bald wie möglich zurück, damit Sie Ihren neuen Presseausweis bis zum Jahresende erhalten können.

Ihr BJV-Team



## Datenschutzhinweis – auch das muss sein

### Information zur Verarbeitung personenbezogener Daten für den Antrag auf Ausstellung eines bundeseinheitlichen Presseausweises (Stand: 07.09.2018)

Wenn Sie sich mit einem Antrag auf Ausstellung eines bundeseinheitlichen Presseausweises an einen durch die Ständige Kommission beim Deutschen Presserat anerkannten Verband wenden oder dieser Verband Sie im Zuge der Antragstellung kontaktiert, verarbeitet der Verband im erforderlichen Umfang Ihre personenbezogenen Daten. Gemäß Art. 13 und 14 Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) gibt der ausstellende Verband Ihnen hierzu folgende Informationen:

#### Name und Kontaktdaten der Verantwortlichen

Bayerischer Journalisten-Verband e.V.  
St.-Martin-Str. 64  
81541 München  
Telefon 089 5450418-0  
Fax 089 5450418-18  
E-Mail: [info@bjv.de](mailto:info@bjv.de)

#### Kontakt Daten des betrieblichen Datenschutzbeauftragten

Den betrieblichen Datenschutzbeauftragten erreichen Sie unter folgender Adresse:  
Norbert Rauch  
Dr.-Daßler-Straße 57  
91074 Herzogenaurach  
Tel. 0700 2255 2827

#### Zwecke und Rechtsgrundlage der Verarbeitung

Der Verantwortliche verarbeitet die in Nr. 4 genannten Daten, um bundeseinheitliche Presseausweise an Journalist\*innen auszustellen. Im Einzelnen hat der Verantwortliche zu prüfen, ob der/die Antragsteller\*in eine hauptberufliche journalistische Tätigkeit ausübt. Dieses muss glaubhaft belegt werden. Hierbei sind die Bewertung der Kriterien für den Bezug von Presseausweisen (vgl. § 9 Abs. 1 der Vereinbarung) und

die Gewichtung der Gründe für die Verweigerung der Ausgabe oder für eine Entziehung von Presseausweisen (vgl. § 10 Abs. 2 der Vereinbarung) erforderlich. Dies geschieht im Einklang mit den Bestimmungen der DS-GVO und dem Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) für den Zweck der Vertragsbegründung, -durchführung, -erfüllung sowie zur Durchführung vorvertraglicher Maßnahmen. Wir verarbeiten die personenbezogenen Daten zu den vorgenannten Zwecken auf der Grundlage des Art. 6 Abs. 1 lit. b DS-GVO.

Zudem erfolgt ggf. eine Verarbeitung zur Wahrung berechtigter Interessen (Art. 6 Abs. 1 lit. f DS-GVO) unseres Verbandes, anderer ausgabeberechtigter Verbände und der Gremien des Deutschen Presserates (Ständige Kommission und Selbstverwaltungsgremium). Das berechtigte Interesse liegt vor, wenn die Ständige Kommission

oder das Selbstverwaltungsgremium nach § 10 Abs. 3 der Vereinbarung Missbrauchs-kontrollen und Schritte zur Vermeidung der Doppelbeantragung im Falle von Zweitbeantragungen durchführen.

### Art der personenbezogenen Daten

Wir verarbeiten Daten, die mit der Beantragung und Ausgabe des bundeseinheitlichen Presseausweises in Zusammenhang stehen. Dies sind die folgenden Daten:

- Vor- und Zuname, Titel
- Geburtsdatum
- Geburtsort
- Adresse
- Emailadresse
- Telefonnummer/Fax
- Staatsangehörigkeit
- Anrede/Geschlecht
- Mitglied/Nichtmitglied
- Bisherige Presseausweis-Nummer
- Art der Tätigkeit
- Ggf. Firma/Verlag, Institution, Verein

### Empfänger und Kategorien von Empfängern

Ihre personenbezogenen Daten werden innerhalb unseres Verbandes ausschließlich an die Bereiche weitergegeben, die mit der Ausstellung der Presseausweise beschäftigt sind. Eine Datenweitergabe an Empfänger außerhalb des Verbandes erfolgt nur mit Ihrer vorherigen Einwilligung, oder abschließend nach der Vereinbarung zwischen Presserat und Innenministerkonferenz aus den nachfolgenden Gründen:

- Auskunftspflicht des Verbandes gegenüber der Ständigen Kommission (§ 3 Abs. 2) in Bezug auf alle Angelegenheiten, die die Ausgabeberechtigung und das Verfahren der Ausstellung von bundeseinheitlichen Presseausweisen betreffen.

- Wechselseitige Unterrichtung der anderen anerkannten Verbände über Missbrauchsfälle (§ 7 Abs. 7).

Hierdurch sollen alle ausstellungsberechtigten Verbände über Missbrauchsaktivitäten informiert werden, um dadurch Rückschlüsse auf die Intensität ihrer Prüfverfahren ziehen zu können.

- Wechselseitige Unterrichtung der anderen anerkannten Verbände über Fälle der Ablehnung und Entziehung (§ 10 Abs. 3) Hierdurch soll dem hohen Missbrauchsrisiko begegnet werden, das durch eine Antrag-



Muster des bundeseinheitlichen Presseausweises

stellung bei unterschiedlichen ausstellungsberechtigten Verbänden entsteht. Es soll vermieden werden, dass Verbände Presseausweise ausstellen, deren Ausstellung bereits von anderen ausstellungsberechtigten Verbänden abgelehnt wurden.

- Anonymisierte Meldung zur Jahresstatistik seitens des Verbandes an das Selbstverwaltungsgremium und die Ständige Kommission (§ 14 Abs. 1).

### Dauer der Speicherung der personenbezogenen Daten

Die personenbezogenen Daten werden für die Dauer der Gültigkeit des bundeseinheitlichen Presseausweises bzw. sofern eine Mitgliedschaft beim Verantwortlichen besteht, für die Dauer des Mitgliedschaftsverhältnisses aufbewahrt. Nach Ablauf der Gültigkeit beträgt die Aufbewahrungsfrist der Daten maximal zwei Jahre.

### Betroffenenrechte

Nach Maßgabe von Art. 15 DS-GVO haben Sie das Recht, Auskunft über die zu Ihrer Person gespeicherten Daten einschließlich eventueller Empfänger und der geplanten Speicherdauer zu erhalten. Sollten unrichtige personenbezogene Daten verarbeitet werden, steht Ihnen gemäß Art. 16 DS-GVO ein Recht auf Berichtigung zu. Liegen die gesetzlichen Voraussetzungen vor, so können Sie die Löschung oder Einschränkung der Verarbeitung verlangen sowie Widerspruch

gegen die Verarbeitung einlegen (Art. 17, 18 und 21 DSGVO).

Darüber hinaus steht Ihnen ein Beschwerderecht zu bei einer zuständigen Datenschutzaufsichtsbehörde nach Art. 77 DSGVO, wenn Sie der Ansicht sind, dass die Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten nicht rechtmäßig erfolgt. Das Beschwerderecht besteht unbeschadet eines anderweitigen verwaltungsrechtlichen oder gerichtlichen Rechtsbehelfs.

Zur Wahrung Ihrer Rechte können Sie uns jederzeit unter den oben genannten Daten kontaktieren.

### Erforderlichkeit der Bereitstellung von personenbezogenen Daten

Die Bereitstellung personenbezogener Daten zur Vertragsbegründung, -erfüllung oder zur Durchführung vorvertraglicher Maßnahmen ist in der Regel weder gesetzlich noch vertraglich vorgeschrieben. Sie sind also nicht verpflichtet, die personenbezogenen Daten bereitzustellen. Allerdings ist die Bereitstellung personenbezogener Daten für die Ausstellung eines bundeseinheitlichen Presseausweises in der Regel unumgänglich. Hierfür bitten wir um Verständnis. Für die Ausstellung eines Presseausweises benötigen wir Ihre unter Nr. 4 aufgelisteten personenbezogenen Daten. Soweit Sie uns diese Daten nicht bereitstellen wollen, können wir leider keinen Presseausweis für Sie ausstellen.

# Antrag auf Ausstellung eines Presseausweises für Mitglieder

Bitte in **DRUCKBUCHSTABEN** ausfüllen und unterschrieben per Post oder per E-Mail an: presseausweis@bjv.de senden.

# 2022

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

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

## Mitgliederservice

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

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

## Foto

Bitte aufkleben oder per E-Mail an folgende Adresse schicken:  
[presseausweis@bjv.de](mailto:presseausweis@bjv.de)

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

### Status:

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

### Pflichtfelder bitte unbedingt ausfüllen!

#### Private Anschrift

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

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

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

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

### Hauptfachgruppe

(bitte nur eine Option ankreuzen)

- Auslandsjournalist\*innen
- Bildjournalist\*innen
- Chancengleichheit
- Europa
- Freie Journalist\*innen
- Junge Journalist\*innen
- Online
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Print
- Rundfunk privat
- Rundfunk ÖR
- Tageszeitungen
- Zeitschriften

### Nebenfachgruppe

(bitte nur zwei Optionen ankreuzen)

- Auslandsjournalist\*innen
- Bildjournalist\*innen
- Chancengleichheit
- Europa
- Freie Journalist\*innen
- Junge Journalist\*innen
- Online
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Print
- Rundfunk privat
- Rundfunk ÖR
- Tageszeitungen
- Zeitschriften

### Freiwillige Angaben

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

### Dienstliche Anschrift

Arbeitgeber	
Adresse	
Telefon	
Mobil	
E-Mail	

### Sonstige Angaben

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

Ort, Datum

Unterschrift Antragsteller/in

(keine elektronische Unterschrift)

VERSICHERUNGEN



**NÜRNBERGER**  
VERSICHERUNG

**Ulrich Zeidner**  
Leiter Unternehmenskommunikation

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

KAMMERN



BAYERISCHE  
LANDESÄRZTEKAMMER

Pressestelle

**Dagmar Nedbal**  
Leiterin der Pressestelle,  
Bayerisches Ärzteblatt,  
Internet

Bayerische Landesärztekammer  
Mühlbauerstraße 16  
81677 München  
Telefon: 089 4147-714  
Fax: 089 4147-713  
Mobil: 0172 7516157  
E-Mail: presse@blaek.de  
www.blaek.de



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



BLZK

Bayerische  
LandesZahnärzte  
Kammer

**Isolde M. Th. Kohl**

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

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

BILDUNG/WISSENSCHAFT



**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

ENERGIE



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

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

**Dr. Christian Blümm**

Bereichsleiter Marketing  
und Kommunikation

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

Corporate Communications Center  
Technische Universität München



**Fiorina Schulz**  
Abteilungsleitung

Arcisstraße 21  
80333 München  
Tel. +49 89 289 22391  
fiorina.schulz@tum.de  
www.tum.de

**Ulrich Meyer**  
Sprecher des Präsidenten

Arcisstraße 21  
80333 München  
Tel. +49 89 289 22779  
ulrich.meyer@tum.de  
www.tum.de

Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe BJVreport	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
6/2021	19. November	6. Dezember	20. Dezember
1/2022	23. Januar	3. Februar	23. Februar
2/2022	13. März	24. März	11. April

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing BJVreport:

Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09 11 / 988 11 264,  
robert.macher@mediasued.de

## ENERGIE

## bayerngas

**Dirk Barz**

Leiter Kommunikation &amp; Marketing

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

**Bayerngas GmbH**  
 Poccistraße 9  
 80336 München

## NETZE

**Cornelia Benesch**

Dipl.-Journ.  
 Stabsstelle GF-A  
 Kommunikationsmanagement 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

## bayernwerk

**Maximilian Zängl**

Leiter  
 Unternehmenskommunikation  
 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

## 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

## LEW

Lechwerke

Ansprechpartner  
 für die Presse

Lechwerke AG · Schaezlerstraße 3  
 86150 Augsburg · www.lew.de  
 presse@lew.de

Rufbereitschaft T +49 821 328-1651

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

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

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

## IHRE ANSPRECHPARTNER

**Kerstin Hebel**  
 Ansprechpartnerin B2B  
 Telefon: +49 (89) 20307 1314  
 kerstin.hebel@interhyp.de

**Britta Barlage**  
 Ansprechpartnerin B2C  
 Telefon: +49 (89) 20307 1325  
 britta.barlage@interhyp.de

**Julia Meyer**  
 Ansprechpartnerin Corporate  
 Telefon: +49 (89) 20307 1330  
 julia.meyer@interhyp.de

**Caroline Neider**  
 Ansprechpartnerin Österreich  
 Telefon: +43 (1) 2530710 151  
 caroline.neider@interhyp.de

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



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

VERKEHR



**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

UNTERNEHMEN



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



**Verkehrsverbund  
Großraum Nürnberg GmbH**

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



**THOMAS WEIMANN**  
Leiter Unternehmenskommunikation

E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH  
Industriestraße 2-8 // 90518 Altdorf  
☎ +49 9187 10-227 ✉ +49 9187 10-448  
@ Thomas.Weimann@e-t-a.de

www.e-t-a.de

UNTERNEHMEN



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

**Dirk Arnold**  
Leiter Kommunikation  
Telefon: +49 841 89-92033  
E-Mail: dirk.arnold@audi.de

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

**Jörg Lindberg**  
Produkt, Technologie, Motorsport  
Telefon: +49 841 89-43355  
E-Mail: joerg.lindberg@audi.de

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



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

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

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

Postanschrift  
BMW AG  
D-80788 München

Hausanschrift  
BMW Haus  
Petuelring 130  
80788 München

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  
anja.mueller@theresien-krankenhaus.de  
Mommensstraße 24  
90491 Nürnberg  
www.theresien-krankenhaus.de

## UNTERNEHMEN

**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

## VERBÄNDE

 **BAUINDUSTRIE  
BAYERN****Dr. Josef Wallner, Dipl.-Volkswirt**  
Wirtschaftspolitik | ÖffentlichkeitsarbeitBayerischer 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 **wbg**Nürnberg  
Immobilien

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

**Dieter Barth**  
Leiter Unternehmenskommunikation,  
PressesprecherTelefon: 09 11 / 80 04 - 139      Glogauer Straße 70  
Telefax: 09 11 / 80 04 - 201      90473 Nürnberg  
barth@wbg.nuernberg.de      www.wbg.nuernberg.de

Wir gestalten Lebensräume.

**Bayerischer Jagdverband e.V.****Isabel Koch**  
Leitung KommunikationHohenlindner Str. 12 | 85622 Feldkirchen  
Tel. 089 990 234-38 | Fax 089 990 234-38  
Mobil 0151 28836 926  
E-Mail isabel.koch@jagd-bayern.de  
www.jagd-bayern.de

## SOZIALES

SOZIALVERBAND  
**VdK**  
BAYERN**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 ErlebnisvolksfestSüddeutscher Verband reisender Schausteller  
und Handelsleute e.V. • Sitz Nürnberg  
Peter Budig • PressesprecherBayernstraße 100  
90471 Nürnberg  
T Büro: 0049.911.21 08 66 45  
T Mobil: 0049.179.59750 45  
F 0049.911.46 57 67info@sueddeutscher-schaustellerverband.de  
www.volksfest-nuernberg.de  
www.sueddeutscher-schaustellerverband.de

## MESSEN / AUSSTELLUNGEN

  
**AFAG**  
WIR MACHEN MESSEN**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**Corona in Lateinamerika**Infos, Experten und Fotos zur Situation  
Lateinamerikas zum kostenlosen Download:  
www.adveniat.de/presse





# Und jetzt kimmt Ihr!

## MUH, die Zeitschrift über „Bayerische Aspekte“ kann sich behaupten

Von Thomas Mrazek

„Ziemlich auf Kante“ sei man mal wieder gewesen, erzählt MUH-Redakteur und -Mitherausgeber Josef Winkler im Telefonat. Diesmal ging's nicht um die leidigen Finanzen, sondern um die kleinen Nöte beim geplanten Drucktermin für die 41. Ausgabe. Irgendwie hat's dann am Ende doch geklappt, berichtet Winkler erleichtert. 2009 gründeten Nicole Kling, Stefan Dettl und Winkler aus einer „Schnapsidee“ heraus das Magazin. Alle drei stellen auch heute noch die Herausgeber. Ein Heft für „bayerische Themen, von Unterhaltung bis Politik, von Kultur bis Geschichte, von Brauchtum bis Gesellschaft – das gab es noch nicht? Ja Herrschaftszeiten. Das müsste man probieren!“, beschreibt Winkler den Urknall.

Der 1972 geborene Oberbayer hatte immerhin schon 15 Jahre als Journalist beim *Musikexpress* auf dem Buckel. Seit dem ersten Heft hält er die redaktionellen Fäden in der Hand: „Ich bin wirklich sehr froh mit der MUH, es ist schön, wenn man in so einem Heft genau das machen kann, was man gerne will“, erzählte er schon 2012. Und es lief ja anfangs auch ganz gut, Belege dafür waren nicht nur stetig steigende Auflage-

zahlen, sondern auch Auszeichnungen wie eine Silbermedaille bei den LeadAwards 2012 oder der Bayerische Print Medienpreis im selben Jahr. Hunderte Autor\*innen, Fotograf\*innen, Gestalter\*innen haben im Laufe der Jahre immer wieder etwas beigetragen. Und Winkler bestätigt auch, dass es inzwischen „mehr als den warmen Händedruck und einen Schweinsbraten“ als Lohn gebe. Von den Honorarsätzen anderer Publikumszeitschriften sei man indes immer noch weit entfernt.

### Glückliche Partnerschaft

Große Existenzkrisen gehören seit jeher dazu. Bei aller Liebe und Wertschätzung musste man sich immer wieder die Frage stellen: Lohnt es sich finanziell überhaupt noch, können wir noch die persönliche Energie aufbringen, wieder ein weiteres Heft zu stemmen? Im September 2017 waren die erschöpften MUH-ler\*innen drauf und dran, sich mit dem Winterheft zu verabschieden. Doch zu dieser Zeit konnten sie eine – wie sich herausstellte – „glückliche Partnerschaft“ mit dem Münchner oekom Verlag eingehen. Dessen Gründer Jacob Radloff wirkt

seit 2018 als vierter Herausgeber in der MUH GmbH mit. Es sei „das Ende des Einzelkämpfertums“ gewesen, schreibt Winkler in der Jubiläumsausgabe. Doch dann kam Corona. Im Sommerheft 42/2021 startete man ein Crowdfunding unter dem Slogan „Bayern braucht die MUH. Und iatz kimmt Du!“: „Wir brauchen Geld. IHR Geld. Wir sind es nämlich nach zehn Jahren leid, allerweil knapp unterm Existenzminimum dahinzukrebsen, wir suchen den finanziellen Befreiungsschlag.“ Solidarität kam auch von Kolleg\*innen: „Bitte weitermachen!“, endete ein fünfminütiger Beitrag des BR-Magazins *Capriccio* im Juli ([bjvlink.de/capriccio](http://bjvlink.de/capriccio)). Die Bitten wurden erhört: Ende August konnten sich die MUH-ler\*innen über mehr als 50.000 Euro aus dieser Kampagne freuen. Jetzt wird es freilich von Seiten der spendablen Leser\*innen heißen: „Und iatz kimmt Ihr!“ Diesem Druck wird die MUH wohl gerne standhalten.



Rund 15.000 Exemplare beträgt die Auflage derzeit, 4000 Abonnent\*innen beziehen das Heft. MUH 42 erschien am 1. Oktober und kostet 8 Euro: [muh.by](http://muh.by)

## Abfindungsdeckelung bei 200.000 Euro

Eckpunkte des „Freiwilligen Sozialplans“ in Nürnberg festgeklopft

Der Verlag Nürnberger Presse (VNP) und der Betriebsrat haben sich auf einen „freiwilligen Sozialplan“ geeinigt. Das Haus, unter dessen Dach sich *Nürnberger Nachrichten* und *Nürnberger Zeitung* vereinen, will sich bis Ende März 2022 von 80 Mitarbeiter\*innen aus dem Gesamtkonzern trennen. „Die wesentlichen Eckpunkte des ‚Freiwilligen Sozialplans‘ entsprechen weitestgehend jenen des ‚Freiwilligenprogramms‘ für die Redaktion vor zirka 1,5 Jahren“, heißt es von Unternehmensseite. 30 Stellen wurden damals abgebaut. Allerdings liegt der Deckelungsbetrag für Abfindungen diesmal bei 200.000 Euro und damit 25.000 Euro niedriger als beim „Freiwilligenprogramm“. Dass diesmal von einem Sozialplan die Rede ist, liegt laut Unternehmen im größeren Umfang des Stellenabbaus begründet. Beim anvisierten Umfang von 80 Beschäftigten

handle es sich per Gesetz um eine Betriebsänderung. „Daher abgeleitet der Begriff ‚Freiwilliger Sozialplan‘, da uns die beidseitige Freiwilligkeit wichtig war“, informiert Unternehmenssprecherin Annika Peißker. Mit anderen Worten: Nur, wenn Arbeitnehmer wie Arbeitgeber zustimmen, kommt es zu einer Beendigung des Arbeitsverhältnisses. Redakteur\*innen würden beim jetzigen Stellenabbau nur in Einzelfällen betroffen sein, hatte Peißker bereits vor zwei Monaten betont. Es sei sehr wohl vorstellbar, dass Kolleg\*innen auf die Chefredaktion zugehen werden mit dem Wunsch, das Unternehmen zu verlassen, sagt nun Betriebsratsvorsitzender Udo Erhart. Dann werde dies im Einzelfall zu prüfen sein, betont Peißker. Der Geltungsbereich des „Freiwilligen Sozialplans“ erstreckte sich auf alle Kolleg\*innen des Verlags.

Michaela Schneider

## Delegierte müssen erneut gewählt werden

Außerordentliche BJV-Versammlung

Bei einer außerordentlichen Mitgliederversammlung wird der BJV am 21. Oktober um 18 Uhr die Wahl der Delegierten zum DJV-Verbandstag 2021 nachholen. Die Wahl im Zuge des Bayerischen Journalistentags musste für ungültig erklärt werden, weil sie nicht formgerecht ablief. Einberufen wurde nun eine rein virtuelle außerordentliche BJV-Mitgliederversammlung. Wer sich bereits für die vergangene Mitgliederversammlung registriert hatte, kann sich mit seinem schon angelegten Passwort über den Link [bjv.verband-digital.de](http://bjv.verband-digital.de) einwählen. Neu registrieren muss sich nur, wer dies nicht schon im Vorfeld des Journalistentags getan hatte. Eine entsprechende Email mit dem Zugangslink wurde an alle Mitglieder verschickt inklusive Anleitung zur Teilnahme an der Versammlung. (mic)

# Verleger-Monopoly in Ostbayern

Der Kauf der *Mittelbayerischen Zeitung* durch die Verlagsgruppe Passauer Neue Presse sorgt für Unruhe in der bayerischen Medienlandschaft

Von Thomas Mrazek

Dass die Verlagsgruppe Passauer Neue Presse in diesem Jahr weiter in Bayern expandieren wird, hatte sie bereits im Dezember 2020 anlässlich des Verkaufs ihrer polnischen Beteiligungen angekündigt. Dass ausgerechnet die Regensburger *Mittelbayerische Zeitung* (MZ) auf dem Einkaufszettel der Verlegerfamilie Diekmann stand, überraschte im Juli Branchenbeobachter mehr oder weniger. Zuletzt hatte die PNP-Gruppe 2017 den *Ingolstädter Donaukurier* gekauft.

Überraschend war die Nachricht auch für die Belegschaft der Regensburger, das Blatt hat mit dem branchenüblichen Aufwandschwund im Print-Bereich zu kämpfen, online fällt es aber immer wieder positiv durch vielfältige Aktivitäten (Podcasts, Videos, etc.) und versiert wirkende Verkaufsstrategien auf. Rund 400 Menschen arbeiten für den Verlag, der seit 2013 in einem der modernsten Verlagshäuser Bayerns residiert. Die *MZ* hat derzeit eine Auflage von 96.000 verkauften Exemplaren (IVW 2/2021), laut den Mediaunterlagen von 2020 werden in Regensburg Stadt und Land 36.000 Exemplare und am Samstag 42.000 Exemplare verkauft. Die PNP würde mit dem Zukauf – der noch unter dem Vorbehalt einer Zustimmung durch das Kartellamt steht – auf eine Auflage von fast 350.000 Exemplaren kommen. Damit würden die Passauer unter ihrer Verlagsleiterin Simone Tucci-Diekmann die Lokal- und Regionalberichterstattung „im Donau-Dreieck Passau-Regensburg-Ingolstadt dominieren“, beschrieb die *Süddeutsche Zeitung* die Ausgangslage. Der BJV-Vorsitzende Michael Busch sagte, dass

diese Konstellation „für die Medienvielfalt eine Katastrophe“ sei. Er bewertete die Übernahme „äußerst skeptisch“ und appellierte an die PNP-Verlagsleitung, sich ihrer Verantwortung gegenüber den Mitarbeiter\*innen bei der *MZ* bewusst zu sein und

hängigkeit der einzelnen Zeitungstitel“, appellierte er in einer BJV-Pressemitteilung.

## „Die Zeitung wird runtergerockt“

Die schlechten Erfahrungen, die die Kolleg\*innen in Ingolstadt beim Verkauf an die PNP-Gruppe gemacht hatten, belegen die Substanz dieses Appells. Aus Betriebsratskreisen der *Donaukurier* GmbH heißt es, dass man zum Kauf der *Mittelbayerischen* und über Konsequenzen für die Regensburger Belegschaft oder den *Donaukurier* wenig sagen könne. Für die Kolleg\*innen des *Donaukurier* seien die vergangenen fünf Jahre jedoch einschneidend und folgenschwer gewesen. In jeder Hinsicht. „Aus der bisherigen Erfahrung heraus, und dafür muss man kein Hellseher oder Insider sein, ist zu befürchten, dass es zu weiteren Synergieeffekten kommt.“

Die Formulierung eines Kollegen in der *Süddeutschen Zeitung*, dass der *Donaukurier* wie eine Festung geschleift worden sei, treffe zu, sagt ein Informant, der anonym bleiben möchte. Redaktionell hätten die Zulieferungen aus Passau nicht zur Qualität beigetragen. Auch sei die Zeitung insbesondere für junge Leute unattraktiv geworden, viele von ihnen verließen das Haus sogar aus Festanstellungen. Die Bewerberzahlen auf Volontariatsplätze seien stark zurückgegangen. Stellen von Kollegen, die in den Ruhestand gehen, würden nicht alle nachbesetzt. Auch im nach Passau ausgelagerten Vertrieb gebe es ständig Probleme, von geschlossenen Geschäftsstellen und Büros ganz zu schweigen. Man habe das Gefühl, die Zeitung werde regelrecht „runtergerockt“. „Wir wissen nicht,



Martin Balle war schon länger klar: Sollte die *Mittelbayerische Zeitung* an einen externen Mitbewerber verkauft werden, wolle er zügig eine eigene Zeitung auflegen. Gesagt, getan mit der neuen *Regensburger Zeitung*.

Screenshot: Thomas Mrazek

einen Abbau von Stellen sowie eine Verschlechterung der Arbeitsbedingungen zu unterlassen. „Erhalten Sie die journalistische Vielfalt und die redaktionelle Unab-

was der Plan dahinter ist. Die Unsicherheit ist groß.“ Die Ungereimtheiten im Verlag spüre natürlich auch die Leserschaft.

Bei der *Mittelbayerischen Zeitung* herrscht im Frühherbst indes noch Ruhe. „Ja,“ die Belegschaft sei von der Nachricht überrascht gewesen, sagt Klaus Sommer, Zweiter Betriebsrat des Blattes. Während seiner 40-jährigen Tätigkeit für die Zeitung habe es „in den letzten 30 Jahren aber immer wieder Gerüchte gegeben, dass die *MZ* verkauft wird, aber da-

## „Diese Konstellation ist für die Medienvielfalt eine Katastrophe.“

BJV-Vorsitzender Michael Busch

mit gerechnet hat keiner“. 75 Jahre stand die Familie Esser dem Haus vor. Vom Verleger Esser seien die Mitarbeiter\*innen Ende Juli per Mail über den Verkauf informiert worden. „Etwas in der Luft hängen wir“, sagt Sommer angesichts der Ungewissheit, wie es weitergeht. Zutiefst verunsichert sei bislang niemand: „Wir werden weiter eine gute Arbeit leisten“, gibt sich der Betriebsrat optimistisch. Die negativen Erfahrungen der Kolleg\*innen in Ingolstadt mag er nicht kommentieren.

## Balle: „Mittelfristig Nummer Eins“

Der Kaufplan der *PNP* wurde am Freitag, 30. Juli, verbreitet, eine Woche später kündigte der Straubinger Verleger Martin Balle den Start der *Regensburger Zeitung* am 7. August an: „Jetzt, nachdem die Stadt Regensburg über keine eigene Zeitung mehr verfügt, wollen wir aber in dieser Stadt ein umfangreiches redaktionelles Angebot machen.“ Seither erscheint die neue Zeitung von Montag bis Samstag mit einem Regensburg-Umfang von fünf bis sieben Seiten. Das Lokalblatt, das seinen Mantel aus Straubing erhält, kann sich durchaus sehen lassen. Erhältlich ist das Blatt an 170 Verkaufsstellen, auf einen aufwändigen Vertrieb verzichtet man ([idowa.de/regensburg](http://idowa.de/regensburg)). Bisher arbeiteten nur drei Journalist\*innen am Regensburg-Teil der *Donau-Post*. Inzwischen arbeiten fünf feste Redakteure und zwei Pauschalisten für die Zeitung, bestätigt Balle und ergänzt: „Wir suchen sogar neue, größere Räume in zentraler Lage; wir wollen auch unseren Anzeigenservice ausbauen – wir wollen mittelfristig in Regensburg

die Nummer Eins werden.“ Mit einer verkauften Mini-Auflage von 400 Exemplaren? Der Verleger antwortet gelassen: „Ja, aber das ist ja ganz gut in kurzer Zeit. Wir waren bei 50 Abonnenten und jetzt haben wir unter der Woche 300 Verkäufe am Kiosk und am Samstag 400.“ Im östlichen Landkreis Regensburg sei man mit einer Auflage von 5000 „schon recht stark“. Es sei aber noch ein langer Weg, es müsse erst noch etwas Mundpropaganda gemacht werden, bisher sei die Resonanz sehr gut.

Der BJV-Vorsitzende Busch hat ein ambivalentes Gefühl wenn es um den Verleger Balle geht, hinreichend beschrieben ist dies etwa in einer Schlagzeile des *BJVreport* 1/2021: *Straubinger Tagblatt* muss freier Journalistin 75.000 Euro an Honorar nachzahlen ([bjvlink.de/honorar](http://bjvlink.de/honorar)). Dennoch hält Busch das Agieren des Straubinger Verlegers in diesem Fall als „geschäftlich geschickt und mutig“. In Regensburg habe es seit jeher ein Defizit gegeben, die Stadt könnte zwei Zeitungen gut vertragen, wurde dem Verleger von Marktbeobachtern schon vor Jahren geraten. „Aber wir hatten ein gutes Verhältnis zum Kollegen Wunnike [Martin Wunnike, bisheriger Geschäftsführer der *Mittelbayerischen Zeitung*], da will man irgendwie friedlich bleiben“, beschreibt Balle seine Strategie. Die Entscheidung mit einer eigenen Zeitung in Regensburg aufzutreten, sei für ihn schon über Jahre klar gewesen: „Wenn die *Mittelbayerische Zeitung* mal an einen externen Mitbewerber verkauft wird, dann werden wir zügig eine eigene Zeitung auflegen“, lautete die Devise.

## Kein publizistischer Idealismus?

Jetzt sei es so, „dass Frau Tucci-Diekmann Zeitungen vor allem als Gelddruckmaschine sieht, eine spätkapitalistische Form Banknoten zu drucken – ich erlebe sie nicht als Mitbewerberin im Zeitungsmarkt“. Ob das Engagement in Regensburg für seinen Verlag denn lebensnotwendig gewesen sei? „Man muss das eigene Unternehmen weiterentwickeln, es war kein notwendiger aber ein logischer Schritt für uns“, erläutert der 58-jährige Verleger und verdeutlicht: „Regensburg ist mit dem Auto nur 25 Minuten von Straubing entfernt.“ In starken Wirtschaftsräumen präsent zu sein, sei für sein Haus einfach sehr wichtig.

Allianzen mit anderen sind aber auch wichtig. Mit dem *Neuen Tag* (Oberpfalz Medien) in Weiden arbeitet sein Verlag im Be-

reich der Beilagen und Anzeigen zusammen. „Entscheidend ist für uns, dass die Kollegin Vogelsang [Viola Vogelsang-Reichl ist die geschäftsführende Verlegerin der Oberpfalz Medien] mit uns arbeiten will und sich nicht auch noch von der *PNP* kaufen lässt.“ Was man in Ostbayern nicht brauche, sei „ein großer Zeitungsmoloch, der sich alles unter den Nagel reißt und der wenig publizistischen Idealismus hat“. „Wir halten zusammen“, bekräftigt Balle diese Kooperation und erwähnt, dass man zusammen auf eine Auflage von 220.000 komme, „da sind wir schon satisfaktionsfähig gegenüber denen, die hier versuchen, den Markt aufzumischen“. Der Straubinger Verleger ist sich sicher, dass die Heimatzeitung in gedruckter Form noch 20 bis 30 Jahre bestehen werde.

## Widerspruch beim Kartellamt

Auf die Frage, ob es in Bayerns Medienschauspiel in Zukunft auch Pleiten geben könnte, gibt sich Balle wiederum maliziös: „Ich weiß nicht, ob das Konstrukt, das die *Passauer Neue Presse* jetzt ist, auf Dauer lebensfähig ist. Mit viel Geld, mit viel Schulden im Bereich von über 100 Millionen Zeitungen zu kaufen – ob das klappt, da bin ich sehr neugierig.“ Für einen gut geführten Heimatzeitungsverlag werde es hingegen in den nächsten Jahren keine Probleme geben, ist sich der Verleger sicher. Jenseits seiner Pole-

## „Frau Tucci-Diekmann sieht Zeitungen vor allem als Gelddruckmaschine.“

Verleger Martin Balle

mik und seines Unkens über die Zukunft der *PNP*-Gruppe legte Balle auch einen Widerspruch gegen die Übernahme beim Kartellamt ein. Die Aussichten, dass diesem stattgegeben wird, seien jedoch gering. Der Straubinger Unternehmer wird sich auf publizistischem Felde gegen die Mitbewerberin wehren müssen.

Das Verleger-Monopoly in Ostbayern geht weiter, auf dem Spiel stehen dabei vor allem die Schicksale der Mitarbeiter\*innen und der Erhalt der Meinungsvielfalt. Sowohl der Betriebsrat als auch die *PNP*-Konzernleitung wollten sich zu den Anfragen des *BJVreport* nicht äußern.

# Die Radikaldigitalen von München

Beim rasanten Wachstum von Ippen Digital soll die Qualität nicht zu kurz kommen

Von Thomas Mrazek

„#WirIppendas“, ein Twitter-Hashtag aus dem Hause Ippen, der nicht ganz so gut trendet – vielleicht ist er zu klamaukig, vielleicht findet er einfach nicht die richtigen Zielgruppen. Aber das kann den Macher\*innen des Münchner Medienhauses egal sein, denn im Kerngeschäft, wo es auch Werbegeld zu verdienen gibt, verstehen die Onliner\*innen ihr Handwerk mittlerweile bestens und erreichen ihr Publikum. Während der Corona-Zeit ist das Ippen Digital-Angebot weiter gewachsen. Wachstum im heutigen Journalismus hört sich immer gut an, bei den Angeboten der Ippen-Gruppe hatten wachsende Zugriffszahlen indes nicht selten eine negative Konnotation: Stichwort Clickbait.

Wir sprachen mit Markus Knall, Chefredakteur von Ippen Digital. „Wir sind radikal digital“, hatte er 2020 in einem Interview verkündet, wo bleiben da die Zeitungskolleg\*innen? „Wo in Eurer Digitalstrategie bleibt Print?“, fragen tatsächlich in den letzten zwei Jahren die Kollegen unter anderem von *Merkur* und *tz* immer häufiger. Wir brauchen immer handwerklich topausgebildete Leute und wir brauchen auch klassische Blattmacher, da brauchen wir uns keine Illusionen machen: Wir werden auch noch sehr lange Zeitungen drucken“, sagt Knall, der selbst 2007 beim *Merkur* volontierte. Zugleich möchte er mit einem Mythos aufräumen: „Ich muss als Reporter in der Lage sein, jedes Produkt zu beliefern, das heißt aber nicht, dass ich alles können muss. Die eierlegende Wollmilchsau – einen Text zu schreiben, dann noch einen Podcast und ein Video zu produzieren – dieses Modell ist nicht eingetreten. Die Art, wie wir journalistische Inhalte distribuieren, ist aber eine ganz andere.“

Die Angebote der Ippen-Gruppe, die derzeit die viertgrößte deutsche Zeitungsgruppe ist, erreichten im Frühjahr über 250 Millionen Menschen, berichtete die *Wirtschaftswoche*, „von den Verlagen schaffen nur *Spiegel* und *Bild* mehr“. Ippen erreiche diese Werte mit einem „unübersichtlichen

Sammelsurium von Regionalzeitungen“, kommentierte Peter Steinkirchner in dem Wirtschaftsblatt die Erfolgsgeschichte. Unübersichtlich ist es tatsächlich. Aber zumindest versucht das Münchner Unternehmen seit einigen Monaten für mehr Ordnung in der Darstellung seiner Aktivitäten zu sorgen. Mit Johannes Lenz hat das Unternehmen einen Brand & PR Manager für die Außenkommunikation.

## Eigene Investigativ-Redaktion

Da ist zunächst die Zentralredaktion im Netzwerk von Ippen Media, sie betreut an neun Standorten (der neueste ist seit Sommer in Wien) knapp 40 Websites, erklärt Knall. „Da arbeiten rund 180 Redakteure. Wir verstehen uns als eine Redaktion, dazu gehört auch *Buzzfeed* in Berlin. In Frankfurt betreuen wir neun Websites: Die *Frankfurter Rundschau*, *Frankfurter Neue Presse*, die *HNA* in Kassel usw.“ Außerdem gibt es noch so genannte Partner: „Das sind in der Regel Fremdverlage wie zum Beispiel *Lensing* mit *Ruhr24* oder *Mannheim24*, die sind Teil des Netzwerks, laufen aber komplett auf eigene Verantwortung. Sie erhalten von uns die Technik, Content und unser Wissen.“ Rund 2000 Artikel werden über dieses Netzwerk täglich verbreitet, wobei hierzu auch *dpa*/*AfP*-Artikel zählen, berichtet Knall. Junge Zielgruppen versuche man mit Angeboten wie *Buzzfeed* und *Ingame* zu erreichen. *Buzzfeed* wurde im August 2020 von der Ippen-Gruppe übernommen. Aus diesem Portal rausgelöst wurde im Juni Ippen Investigativ ([ippen-investigativ.de](http://ippen-investigativ.de)) gegründet, das vierköpfige Team unter der Leitung von Chefredakteur Daniel Drepper ist bereits mehrfach preisgekrönt. Er sieht im Arrangement gute Chancen für den investigativen Journalismus: „Wir werden weiterhin als unabhängige Redaktion aufwändige Recherchen zu Problemen vorantreiben, die bisher keine oder zu wenig Aufmerksamkeit bekommen. Vor allem aber können wir in Zukunft noch stärker vom Netzwerkeffekt profitieren.“

Sind die Zeiten der wilden Clickbaits vorbei? „In den letzten zehn, 15 Jahren gab es Phasen von Exzessen, schlicht weil es für die Medien funktioniert hat. Inzwischen sind wir weiter und wissen, dass wir andere Mittel anwenden müssen, um Nutzer nachhaltig an uns zu binden. Unsere Qualitätsmaßstäbe sind deutlich höher als noch vor fünf Jahren“, sagt Knall. Um das Qualitätsmanagement zu verbessern, habe man vor eineinhalb Jahren einen Textchef eingestellt, „der sehr auf die Qualität der Überschriften achtet. Wir haben auch massiv nachgeschult, wir haben einen Art Director eingestellt, der auf die Bildqualität achtet. Wir setzen uns ständig mit dem Thema Qualität auseinander, wir führen etwa A/B-Testing durch, wir haben im Hintergrund Software-Programme laufen, um die Nutzerfreundlichkeit zu verbessern“, schildert Knall die Bemühungen seines Unternehmens, den Digitaljournalismus besser zu machen.

Auch die im Juli gegründete Ippen Digital Academy soll dazu beitragen, den Journalismus im eigenen Haus besser zu machen: „Die DNA der ID Academy ist die Vermittlung von medienwissenschaftlichem, publizistischem und technologischem Know-how“, schreiben die Kolleg\*innen. Ein Blick auf die angebotenen Termine zeigt, dass hier sehr sinnvolle und zeitgemäße Seminare und Workshops angeboten werden ([bjvlink.de/id-academy](http://bjvlink.de/id-academy)).

## Ein Luxusproblem

Ein bisschen hört es sich an, als habe Ippen Digital mit einem Luxusproblem zu kämpfen: „Es ist nicht so leicht so viele neue Mitarbeiter zu finden, wie wir sie suchen, etwa SEO-Redakteure, Social Media-Manager oder richtig gute Videoredakteure, Investigativ- oder Datenjournalisten“, teilt Knall mit, und weiter: „Wir haben knapp 40 Volontäre in den Redaktionen des Netzwerkes, wir bilden die Leute aus, die wir auf dem Markt nicht finden. Wir investieren viel Geld in Aus- und Fortbildung.“

# Im Nachhinein...

Das Fazit mal gleich am Anfang: Es ist Luft nach oben. Die erste hybride Mitgliederversammlung des BJV war ein Versuch. Ein Zwangsversuch. Denn Corona, bzw. die der Pandemie geschuldeten Auflagen, konfrontierten das Organisationssteam mit spannenden Herausforderungen. Wenn auch schnell klar war, dass vieles einer Versammlung in Präsenz sehr ähneln würde, stellten sich doch vor allem die vermeintlichen Kleinigkeiten als schwierige Hürden heraus.

Aber noch mal zu den Vorbedingungen. Heißt es sonst „Nach der Mitgliederversammlung ist vor der Mitgliederversammlung“, hieß es nach der Versammlung 2020 in Pullach: „Erst mal warten!“ Denn es war zu diesem Zeitpunkt nicht absehbar, wie die pandemische Entwicklung aussehen würde. Können wir eine Halle buchen? Welche Abstandsregeln sind einzuhalten? Besteht Maskenpflicht? Sind Übernachtungen erlaubt und haben entsprechend die Hotels alle wieder auf? Ich vermute, dass sich selbst das Orakel von Delphi bei diesen Fragen an den Kopf gegriffen hätte und aus der Planung ausgestiegen wäre.

Die Satzung gibt allerdings eine Mitgliederversammlung vor. Und das ist auch gut so. Sehr schnell war sich der geschäftsführende Vorstand einig: Die schlechteste aller Lösungen wäre, einfach zu warten, bis die Coronakrise beendet ist, um dann wieder durchzustarten. Immerhin handelt es sich bei der Mitgliederversammlung um das höchste Gremium im BJV.

Irgendwann fiel daher die Entscheidung, dass diese Versammlung hybrid stattfindet, trotz Wahlen eintägig, weil die Erfahrungen aus anderen Konferenzen zeigten, dass zweitägige Veranstaltungen am Bildschirm nicht wirklich funktionieren. Wie sich am Tag der Versammlung herausstellte, war diese Entscheidung „sportlich“ – und letztlich falsch. Doch wer konnte das ahnen?

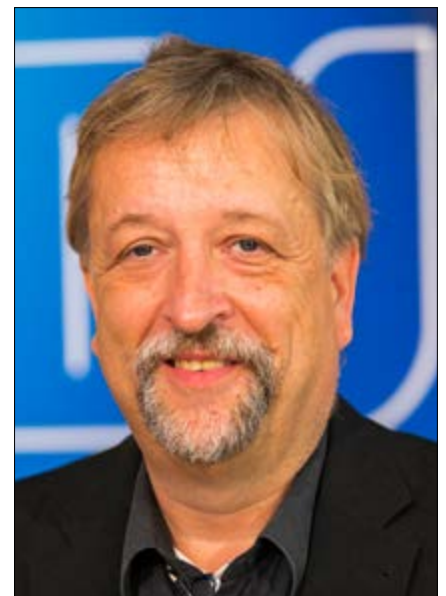
Zumal wir einen Dienstleister gefunden hatten, der großspurig versprach: „Alles kein Problem!“ Er sicherte Rechtssicherheit ebenso wie die Anonymität bei den Wahlen zu; ein straffer Ablauf sei ebenso wenig ein Problem, wie die schnelle Umsetzung, wenn es zu Änderungen bei den Wahllisten komme. Bei der Mitgliederversammlung zeigte sich, dass dies nur zum Teil

stimmte. Wobei, ich erinnere an meine Eingangssätze, es sich durchaus auch um einen Versuch handelte. Doch ausgerechnet bei der Delegiertenwahl für den Verbandstag des DJV in Bochum scheiterte das System oder der Beauftragte an den anstehenden Aufgaben. Das ist nun zu analysieren. Wie vieles andere auch.

Die Rufer, die gleich im Nachhinein auftauchten mit den Bemerkungen, dass der Versuch kläglich gescheitert sei, sehen allerdings ausschließlich die negativen Auswirkungen. Doch es gab auch Momente, die wir so nie entdeckt hätten, und die daher durchaus positiv zu bewerten sind. Digitale Wahlen zum Beispiel sind, wenn sie vernünftig laufen, schnell vollzogen. Das Ergebnis liegt binnen Sekunden auf dem Tisch, respektive eingeblendet auf den Bildschirmen. Oder das sensationelle Tagespräsidium: Beke Maisch und ihr Gatte Markus Hack führten souverän, entspannt, mit Humor durch die Sitzung und erst recht durch die Wartezeiten, um technische Unzulänglichkeiten zu überbrücken.

Nun doch noch ein zweites Fazit: Die erste hybride Mitgliederversammlung war sicher kein Erfolg, sie war aber auch kein Misserfolg. Wir müssen lernen und verbessern. Natürlich hoffe ich, dass wir wieder auf Treffen vor Ort bauen können. Aber wer würde die Hand dafür ins Feuer legen, dass es in Zukunft keine Einschränkungen wegen welcher Pandemie auch immer mehr geben wird?

Den konstruktiven Kritikern danke ich an dieser Stelle, denn sie unterstützen die Analyse der Versammlung. Jene, die nur krakeelen und mit dem Satz „Ich habe es schon immer gewusst“ Meinung machen wollen, sollten indes einfach mal über ihre Fehlerkultur nachdenken.



**Michael Busch**  
ist Vorsitzender des Bayerischen  
Journalisten-Verbands

Foto: Thomas Geiger

## Münchner Gerichtsreporter stehen Schlange

Kritik an Coronabedingungen

Im Münchner Strafjustizzentrum werden publikumsträchtige Fälle verhandelt. Gerichtsreporter\*innen müssen die Nacht über unter teils unwürdigen Umständen anstehen, um einen der wenigen freien Presseplätze zu ergattern. Im Prozess gegen Jerome Boateng vor dem Amtsgericht München waren das nur sechs Presseplätze bei rund 30 bis 35 Medien, die berichten wollten.

Normalerweise können sich Gerichtsreporter\*innen bei Prozessen von großem öffentlichen Interesse vorab akkreditieren und bekommen einen Platz zugewiesen. Melden sich zu viele, wird nach Eingang der Anmeldungen entschieden oder gelost. Jetzt gilt unter Corona-Bedingungen: Wer zuerst da ist, berichtet aus dem Saal. Die teilweise angebotene Tonübertragung in einen Medienraum kann nur eine Notlösung sein.

Der BJV kritisiert diese „Schlange-Regelung“ und wird sich im Gespräch mit dem Justizministerium für eine schnelle Änderung einsetzen. „Freie Berichterstattung sieht anders aus“, sagt der BJV-Vorsitzende Michael Busch. Die Öffentlichkeit sei darauf angewiesen, dass die Presse unabhängig über Gerichtsverfahren berichten könne. (mgo)

## Lichtblicke in der Bayerischen Landesbank

Beste Pressefotos aus 2020 bis Ende November in München

Zum dritten Mal gastiert die Ausstellung Pressefoto Bayern in der Galerie der Bayerischen Landesbank (BayernLB) in München. Auf zwei Etagen gibt es für die rund 100 Bilder im lichtdurchfluteten Raum ein außergewöhnliches Ambiente. Gezeigt wird dort außerdem die Sonderedition Pressefoto Bayern, die das jeweilige Siegerfoto aus 21 Jahren Wettbewerb Pressefoto Bayern auf Alu-Dibond-Tafeln abbildet – eine weiß-blaue Chronik spannender Ereignisse.



Eröffnung der Ausstellung in der Galerie der Bayerischen Landesbank: Sabine Ratschiller, Leiterin interne Kommunikation und Marketing der BayernLB, und der BJV-Vorsitzende Michael Busch. Foto: Maria Goblirsch

Eine gute Nachricht gab es zur Eröffnung: Die Bayerische Landesbank zählt von 2021 an zu den Sponsoren von Pressefoto Bayern, sie übernimmt das Preisgeld in der Kategorie Kultur in Höhe von 1000 Euro. Die Ausstellung ist von Montag bis Freitag, 10 bis 18 Uhr bis zum 30. November 2021 in der Briener Straße 20, 80333 München zu sehen. Die Bewerbungsfrist für den Wettbewerb Pressefoto Bayern 2021 läuft noch bis 18. Oktober. Weitere Infos unter [bjv.de/pressefoto2021](http://bjv.de/pressefoto2021). (mgo)

### Der Vorstand unterwegs

Es war ein außergewöhnlicher Termin: für Teile des Vorstandes ging es einfach mal ins Kino. Der Film „Hinter den Schlagzeilen“ feierte in München Premiere. Zusammen mit dem Regisseur und den Protagonisten gab es eine erste Bewertung im Kinosaal. Das hatte definitiv mit Journalismus zu tun – aber mal ganz anders. Und es hat ziemlich viel Spaß gemacht.

Ansonsten galt es kurz vor dem Ende der Wahlperiode die üblichen Arbeiten zu absolvieren: Es fanden etwa Sitzungen des DJV sowie Landesvorstandssitzungen statt. Wir nahmen an Ausschusssitzungen teil. Hintergrundgespräche waren zu führen. Von wegen in den Sommerferien ist es ruhiger. Ich habe den Eindruck, dass die Arbeit immer mehr wird und der Vorstand dauerhaft unterwegs ist. Und das ist gut so.

Michael Busch

## „Ausweiskontrolle darf keine drei Stunden dauern“

BJV-Chef Michael Busch übt deutliche Kritik am Polizeivorgehen

Mit deutlicher Kritik hat sich BJV-Vorsitzender Michael Busch über die Sozialen Medien an die Öffentlichkeit gewandt, nachdem ein Journalist der taz bei Protesten gegen die Automesse IAA in München im Umfeld einer Hausbesetzung zeitweise von der Polizei München festgehalten wurde. Er habe unberechtigt ein Haus betreten und stehe im Verdacht, Hausfriedensbruch begangen zu haben, teilte die Polizei in München mit.

Deswegen sei der Mann zur weiteren Sachbearbeitung ins Polizeipräsidium gebracht worden. Als Kritik laut wurde, tweetete die Polizei mit Blick auf den Vorfall: „Grundsätzlich schließt das Vorzeigen eines Presseausweises eine ganzheitliche polizeiliche Kontrolle nicht aus.“ In einer Pressekonferenz legte sie nach: Auch der Presseausweis schütze nicht davor, Straftaten begehen zu können.

„Wir fordern eine Aufklärung, warum hier ein Journalist festgehalten wurde, der im Umfeld der Aktivisten über deren Vorgehen be-

richtete“, forderte Busch über Facebook in seinem Beitrag „Journalismus kann nicht ‚ruhiggestellt‘ werden“. Es könne nicht sein, dass ein Journalist, der sich ausweist, davon abgehalten werde, über die Geschehnisse vor Ort zu berichten. Dieser Fall sei ebenso aufzuarbeiten, wie der Vorwurf von Kollegen und Kolleginnen, dass sie nicht arbeiten konnten, da deren Presseausweise mehrere Stunden durch die Polizei überprüft wurden. „Bei allem Verständnis für eine möglichen Überlastung der Polizei vor Ort, darf eine Ausweiskontrolle keine drei Stunden in Anspruch nehmen“, kritisierte der BJV-Chef.

Ein Gespräch der Münchener Polizei mit den Journalistenvertretern sei dringend notwendig, um sich auszutauschen und das Vorgehen aufzuklären. Journalist\*innen, die ebenfalls in ihrer Arbeit behindert wurden, können sich an den BJV wenden, der Verband wird das Gespräch mit der Polizei suchen.

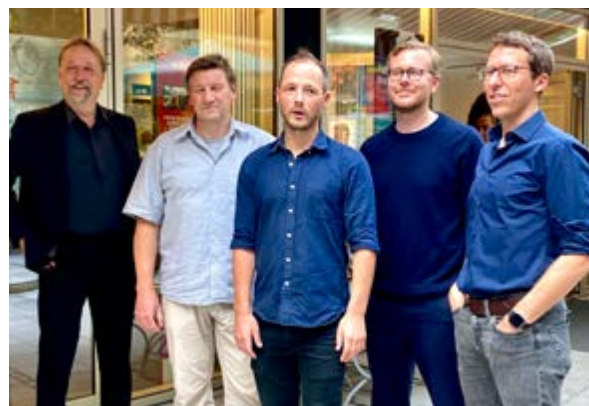
(mic)

## Packendes Plädoyer für den Journalismus

BJV dabei bei Kinopremiere von „Hinter den Schlagzeilen“

Der Dokumentarfilm „Hinter den Schlagzeilen“ untermauert die Bedeutung des Journalismus, er sei unheimlich facettenreich und sei zudem spannend wie ein „Tatort“. Der BJV-Vorsitzende Michael Busch, der seit kurzem als Verantwortlicher für die Volontärsausbildung beim *Fränkischen Tag* agiert, folgerte, dass der Film in die journalistische Ausbildung gehöre. In dem 90-Minüter, der Mitte September in deutschen Kinos Premiere feierte, wird die Arbeit des Investigativ-Ressorts der *Süddeutschen Zeitung* thematisiert, die für gewöhnlich streng geheim ist. Nach der Premiere im Münchner City Kino hatte Busch mit Regisseur Daniel Andreas Sager sowie den beiden Investigativ-Journalisten Frederik Obermaier und Bastian Obermayer vor Kinopublikum über den Film und den Journalismus diskutiert. Joachim Kühn vom RFF Real Fiction Filmverleih moderierte.

Sager hatte die SZ-Kollegen „mit viel Überzeugungsarbeit“ als Protagonisten für sein Projekt gewinnen können, dafür mussten sie einen Rollenwechsel vornehmen, im Film agieren sie als die Informanten. Ein Zuschauer, erklärte, dass er durch den Film erst erkannt habe, wie aufwändig und schwierig die Recherchearbeit für die Journalisten sei. Obermayer knüpfte an: Bei der *Süddeutschen Zeitung* habe man viele Jahre das Mantra vertreten: „Wir wollen die Welt aber nicht uns selbst erklären. Wir müssen aber genau das Gegenteil machen: Wir müssen viel mehr erklären, was und wie wir etwas machen – und darum ist es in diesem Film gegangen“. Busch stimmte



Vorfriede auf die Premiere (von links): Michael Busch, Joachim Kühn, Daniel Andreas Sager, Frederik Obermaier und Bastian Obermayer

Foto: Maria Goblirsch

dem Kollegen zu: „Wir brauchen sehr viel Öffentlichkeit.“

Thomas Mrazek



Ausführlicher Bericht: [bjvlink.de/hinter-schlagzeilen](http://bjvlink.de/hinter-schlagzeilen)

## „Orts-Geschichten“ in Erinnerung an Rainer Reichert

Nachträgliche Feierstunde zum Wettbewerb Pressefoto Unterfranken

Üblicherweise findet sie zum Jahresende statt, coronabedingt war dies im Winter 2020 nicht möglich. Deshalb luden der BJV-Bezirksverband Mainfranken und der Bezirk Unterfranken die Preisträger des Wettbewerbs Pressefoto Unterfranken nun nachträglich im Sommer zu einer Feierstunde ein. Den Wettbewerb 2020 gewonnen hatte die Würzburger Fotografin Silvia Gralla mit ihrem Foto „Glas-Kuss“. Das Bild zeigt ein Schauspieler-Pärchen, das sich durch eine Glasscheibe voneinander getrennt auf der Bühne küsst. Die Aufnahme drücke symbolhaft aus, was die Corona-Pandemie für die Gesellschaft bedeute: Abstand halten, Distanz wahren, aber auch fantasievolle Lösungen im Umgang miteinander finden, urteilte die Jury. Erstmals wurde 2020 ein Preis in der Kategorie „Orts-Geschichten“ vergeben, den Maria Goblirsch (München) in Erinnerung an

ihren 2019 verstorbenen Bruder, den Journalisten Rainer Reichert, ausgelobt hatte. Reichert hatte vor mehr als 25 Jahren den Wettbewerb „Pressefoto Unterfranken“ ins Leben gerufen. (pm)



Die Preisträger des Wettbewerbs Pressefoto Unterfranken und die Sponsoren (von links): Thomas Obermeier (Kategorie „Beste Serie“), Bezirkstagspräsident Erwin Dotzel, Björn Friedrich (Kategorie „Orts-Geschichten“), Karl-Josef Hildenbrand (Kategorie „Umwelt und Energie“), Stefan Hebig (Sparkasse Würzburg), Silvia Gralla (Foto des Jahres; Kategorie „Sport“; „Preis der Stadt Würzburg“), Martina Müller (Kategorie „Unterfranken – Land und Leute“), Torsten Meier, BJV-Vorsitzender Michael Busch, Daniela Kaiser und Marion Schäfer-Blake (Stadt Würzburg).

Foto: Florian Hiller

## „Gezielter Angriff“ auch auf die Presse

Tausende solidarische Reaktionen folgten

„Das ist ein gezielter Angriff auf ein demokratisches Organ – den Stadtrat und auf die Presse, der zeige, wessen Gesinnung diese Demonstranten sind“. BJV-Vorsitzender Michael Busch zeigte sich entsetzt über das Verhalten von Corona-Leugnern in Lichtenfels. Wie *Obermain Tagblatt* sowie *Fränkischer Tag* berichtet hatten, waren diese unter Missachtung der 3G-Regel in die Stadthalle Lichtenfels gedrängt und hatten im Sitzungssaal des Stadtrates Platz genommen, um AfD-Rätin Heike Kunzelmann zu unterstützen. Diese hatte eine Testung verweigert. Beim Sturm auf das Rathaus wurde auch ein Journalist bedroht. Er musste Polizeischutz anfordern, um ungehindert fotografieren zu können. „Es darf nicht sein, dass Journalist\*innen nur noch unter Polizeischutz fotografieren und berichten können“, sagte Busch und dankte der örtlichen Polizei für ihr Eingreifen. Nachdem der BJV auf Twitter und Facebook auf den Vorfall hingewiesen hatte, folgten tausende solidarische Reaktionen demokratisch gesinnter Nutzer\*innen. (tm)

Wie sie leben, wie sie arbeiten – der *BJVreport* besucht prominente Mitglieder in ihrem Büro. Unter [bjv.de/officestory](http://bjv.de/officestory) finden Sie alle bisher veröffentlichten Officestories

## Ein Europäer in München

Sieben Jahre berichtete Stefan Leifert fürs *ZDF* aus Brüssel. Jetzt probiert er Hierarchie als Leiter des Landesstudios Bayern. Und sein Team lernt mit ihm Twittern.

Von Senta Krasser



Von seinem Büro zur Live-Schalt im TV-Studio hat es Stefan Leifert nicht weit. Vom fünften in den sechsten Stock führt der Weg, und das Smartphone ist natürlich immer dabei, allzeit bereit zum Twittern. Egal, was man von der dortigen Debattenkultur hält, der München-Korrespondent des *ZDF* (mit 63.185 Followern!) glaubt, es ist eine Plattform, „auf der wir als Journalisten einfach sein müssen. Ob wir wollen oder nicht“. Fotos: Wolf Heider-Sawall

Als Ursula von der Leyen Mitte September im Europaparlament ihre zweite „Rede zur Lage der Union“ hält, hat Stefan Leifert seine Korrespondenzzettel in Brüssel bereits abgebrochen. Seit Juni leitet der *ZDF*-Journalist das Landesstudio in München. Das Gewusel von Diplomaten, Abgeordneten und hochrangigen Gästen im Hotspot der EU-Bürokratie, ist für ihn passé. Keine TV-Schalten mehr im Eiseswind vor dem Berlaymont, keine Hintergrundgespräche mehr in einer der Brasserien am Place Luxembourg. Stattdessen: Bier, Berge, Barock. Und mit Söder auf „Stadion-Tour“ zum SV Lohof in Unterschleißheim. Krass, die Umstellung, oder?

„Ich leide nicht unter Phantomschmerzen“, antwortet Stefan Leifert lachend auf die Frage, ob er denn nichts vermisst, und dabei zaubert ihm die ins Büro hineinflutende Septembersonne eine Art Heiligenschein ums Haupt. Sieben „aufregende Jahre“ als Brüssel-Korrespondent liegen hinter

ihm. Im Lauf der Zeit begann sich indes vieles zu wiederholen, „das trübt auf Dauer den Blick“. Allein sechs dieser Reden zur „State of the Union“ erlebte er live mit. „Die fehlen mir, ehrlich gesagt, nicht. Eher vermisse ich das kollegiale Umfeld. Brüssel ist alles andere als eine langweilige Bürokratenstadt, sondern quirlig, bunt und vielfältig.“

**„Der Journalismus kann von der Philosophie lernen, Entscheidungen zu begründen.“** Stefan Leifert

Gut, München, das angeblich größte Dorf der Welt, ist auch nicht ohne und für Leifert keine Unbekannte. Er hat hier studiert. Hier probiert er jetzt *ZDF*-Hierarchie. Die neuen Kolleginnen und Kollegen im Landesstudio Bayern sind, wie man hört, aus dem Häuschen: Sein Verstand ul-

trascharf, das Herz riesengroß. Humorvoll. Integrativ. Engagiert. Extrem ideenreich. Und so jung ist er auch noch... Die Liste der Adjektivsuperlative ließe sich noch fortsetzen.

1977 wurde Leifert im westfälischen Haltern am See geboren. Fünf Jahre nachdem das *ZDF* draußen in Unterföhring an der Medienallee ein Hochhaus im Stil des Brutalismus rechtzeitig bezogen hatte, um über die Olympischen Spiele an der Isar zu berichten. Der neue Leiter ist der siebte in der Studiogeschichte. Die neue Büroausstattung ist noch unterwegs. Zurück ließ ihm sein Vorgänger leere Regale bis auf eine Porzellantasse der Gemeinde Unterföhring und ein Buch. Offenbar meinte Jürgen Bollmann, dass Leifert „Die CSU. Bildnis einer speziellen Partei“ von Roman Deiningner gut gebrauchen kann. Kann er. Die Christsozialen sorgen nicht zuletzt dafür, dass München im *ZDF*-Kosmos das einzige Landesstudio mit einer bundespolitischen Bedeutung ist.



„Egal, wie man zur CSU steht“, erklärt Leifert, „sie verschafft München eine Sonderrolle, weil hier eine Partei ihren Sitz hat, die bei allen Entscheidungen in Berlin mitredet.“ Und so kam es, dass Leifert in seinen ersten Arbeitswochen bis zur Bundestagswahl sehr viel Zeit mit CSU-Wahlkämpfer Söder in zugigen Stadien (SV Lohof!) verbringen musste. Die ersten wirklichen Breaking-News-Situationen hatten allerdings weniger mit bayerischer Parteipolitik zu tun als mit Themen, die ihm quasi „auf dem Silbertablett“ serviert wurden, weil er sich darin „trittsicher“ fühlt.

Das Rücktrittsgesuch von Kardinal Marx habe das Potenzial, ein Kirchenbeben auszulösen, erklärte Leifert an seinem allerersten Tag im Landesstudiodienst in der Live-Schaltbe bei „heute“. Wer, wenn nicht er, hätte das besser einordnen können? Er ist studierter Theologe. Ein Professor an der Hochschule für Philosophie in München wäre vielleicht aus Leifert geworden, hätte ihn nicht seine Mutter auf die Schiene gebracht, „so was Brotloses“ wie seine beiden Studienfächer Theologie und Philosophie mit einer Journalistenausbildung am Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp) zu kombinieren. Fernsehen statt Print zog ihn, der für verschiedene Tageszeitungen frei gearbeitet hatte, bald in den Bann. Dem Fernsehen widmete er auch seine Doktorarbeit. Thema: die journalistische Ethik bei der Bildberichterstattung.

### „Ein Anschlag auf uns selbst“

Was darf man zeigen? Was ist Dokumentation von Zeitgeschichte? An welcher Stelle beginnt der Moment, wo man einen Menschen vor sich selbst und vor der Öffentlichkeit schützen muss? Eine schablonenhafte Antwort auf diese Fragen hat Leifert bis heute nicht gefunden. „Es gibt sie nicht, weil es immer Argumente für die eine und die andere Seite gibt, die man sorgfältig abwägen muss.“ Der Journalismus könne von der Philosophie lernen, Entscheidungen zu begründen. Soweit die Theorie. Und die eigene Praxis?

Leifert bringt das Beispiel von Slobodan Praljak, das ihn und die Redaktion des „heute-journals“ 2017 in ein Dilemma führte: Der wegen Kriegsverbrechen angeklagte Praljak nahm während der Urteilsverkündung vor dem Strafgerichtshof in Den Haag Gift zu sich und verstarb wenig später im Krankenhaus. Leiferts Position als zuständiger Korrespondent zu diesem öffentlichen Suizid war: Das kann man zeigen, wir sehen ihm ja nicht beim Sterben zu. Die Redaktion in Mainz meinte: Aber wir zeigen einen zu intimen Moment. Letztlich wurde entschieden, doch frü-

## Warum ich im BJV bin

„Als ich Student und freier Mitarbeiter in München war, geriet ich in einen Rechtsstreit mit einem Auftraggeber. Der BJV, bei dem ich damals Mitglied war, half mir aus dem Schlamassel. Seitdem weiß ich, was es bedeutet, rechtlichen Beistand in einer Konfliktsituation zu bekommen. Abgesehen davon schätze ich am BJV den Austausch unter Kolleginnen und Kollegen in einer Zeit, in der alle vor unglaublichen Herausforderungen stehen. Sich vernetzen zu können, finde ich unersetzbar. Deshalb war es für mich selbstverständlich, bei meiner Rückkehr nach München wieder in den BJV einzutreten.“

her abzubrechen. Sich im Zweifel für das Zurückhaltendere zu entscheiden, ist Leifert zufolge „eigentlich immer richtig – was nicht heißt, dass man nicht weiter gehen darf“.

Als erschütterndsten Moment in seiner Brüssel-Phase bezeichnet Leifert die Terroranschläge im Jahr 2016. Die U-Bahn-Station, die er sonst selbst nutzte, vom IS in Schutt und Asche gelegt. Am Flughafen Zaventem, wo er als Reporter hineilte, mit Leichen übersät. „Wir Journalisten sollten ja möglichst wenig Emotionen gegenüber dem haben, worüber wir berichten. Aber in dem Fall“, sagt Leifert nachdenklich, „ließen sie sich nicht ausschalten, weil es ein Anschlag auf uns selbst und unsere Lebenswirklichkeit war.“

Aber es gab auch, natürlich, erfreuliche Momente. Kurz vorm Abschied aus Brüssel kürtete ihn eine Kommunikationsagentur zum „Top-EU-Influencer“ und „Twitter-Gewinner Nr. 1“ (sein Ehemann Florian Eder, auch Journalist, landete auf Platz 11). Das stete Erklären in 280 Zeichen, es lohnt sich. So gehört denn auch zu Leiferts großen Überraschungen, dass er sich in diesem „unglaublich lauten Medium Twitter mit spröder EU-Kost und einer nüchternen Tonalität trotzdem Gehör verschaffen konnte“. Diese Strategie will er nun in Bayern fortzusetzen.

Seine Influencer-Power steckt Leifert nicht nur in den bisher vor sich hin dümpelnden Kanal @ZDFbayern. Er treibt auch das eigene Team zu mehr Aktion in den sozialen Netzwerken an. „Die müssen wir immer mitdenken“, findet Leifert. Längst reiche es nicht mehr aus, wenn das Hochwasser steigt oder ein Attentäter in Würzburg mit Messern tötet, in drei Stunden schaltbereit zu sein fürs „heute-journal“, wenn die Menschen als erstes im Netz Information suchen.

Deshalb ist für ihn oberste Aufgabe, die Workflows im Landesstudio so zu verändern, „dass wir nicht nur gut, sondern auch schnell sind, und zwar auf allen Plattformen des ZDF“.

Er selbst geht da mit gutem Beispiel voran. Wahrscheinlich ist, dass die Regenbogendiskussion um das Stadion in Freimann während der Fußball-EM auch dank seiner Tweets über München hinaus an Fahrt aufnahm und am Ende beim EU-Gipfel landete, wo über das ungarische LGBTQI-Gesetz gestritten wurde. Europa lässt Leifert auch in Bayern nicht los.

Innen- und Europapolitik könne man doch „kaum noch trennen“, sagt er. Auch geografisch nicht. In Bayern liegt die geografische Mitte der EU. Und das trotz Austritt des Vereinigten Königreichs. Das Zentrum der Staatengemeinschaft hat sich bloß von Westerngrund im Landkreis Aschaffenburg auf einen Acker in Gadheim bei Würzburg verschoben. Auf Leiferts Reiseplan steht: den EU-Mittelpunkt erkunden.

Überhaupt freut sich der Wahl-Münchner und begeisterte Bergsteiger, auch einmal über Politik-ferne Themen berichten zu können. In den Bergen drehen, die schöne Natur erkunden, auf 3000 Metern Höhe den Klimawandel an schmelzenden Gletschern aufzeigen – so was hätten weder Brüssel noch Berlin, wo er sieben Jahre im ZDF-Hauptstadtstudio arbeitete, zu bieten.

Leiferts beide Vorgänger, Ulrich Berls und Jürgen Bollmann, blieben übrigens bis zur Rente auf dem Münchner Studio-Posten. Die Aussicht, es ihnen gleich zu tun, schreckt den aktuellen Studio-Chef „überhaupt nicht“. Und meint's, natürlich, mit einem Augenzwinkern.



Wenn das der FC Bayern sieht: Schalke-Fan Leifert mit einem Diable-Rouge-Trikot, ein Geschenk des Brüsseler Teams.

## Der Junior übernimmt

Zwanzig Jahre lang leitete Ernst Müller-Meiningen als liberaler Raufbold den BJV

Von Alois Knoller

Er gilt als eine Legende der bayerischen Pressegeschichte und einer der herausragenden deutschen Journalisten in der Nachkriegszeit. „Sein Leben ist lebendige Nachkriegsgeschichte und gelebte Demokratie“, würdigte der einstige BJV-Vorsitzender Wolfgang Stöckel seinen Vorgänger Dr. Ernst Müller-Meiningen im Nachruf. Zwanzig Jahre, von 1951 bis 1971, sollte der versierte Jurist und scharfzüngige Leitartikler den BJV führen. Verbunden mit einer neuen Satzung übernahm er den Vorsitz in der außerordentlichen Mitgliederversammlung vom 19. Mai 1951.

Da hatte er seine erste „Rauferei“ mit den „Lizentiaten“ der *Süddeutschen Zeitung* bereits hinter sich. Kurz vorher versuchten nämlich die vier Herausgeber den Kauf ihrer Münchner Verlagsimmobilie durch Lohnkürzungen zu kompensieren. „Die Redakteure waren erst einmal perplex und bestimmten dann den Dr. Müller-Meiningen junior zu ihrem Sprecher“, erinnerte er sich. Seine kämpferisch-kritische Rede quitierten die hohen Herren mit Zwischenrufen wie „Lügner!“, „Demagoge!“ und „Kommunist!“ und beschlossen, den Aufmüpfigen fristlos zu entlassen. Doch flugs wählte ihn die Belegschaft zum Betriebsrat mit Kündigungsschutz und das angerufene Arbeitsgericht bestätigte die Blitzaktion als rechters.

### Eine Art „Wadlbeißer vom Dienst“

An den „Pfeffersäcken“, die mit ihrer Zeitung von der amerikanischen Besatzung quasi die Lizenz zum Gelddrucken erhalten hatten, sollte sich Müller-Meiningen jr. noch länger abarbeiten. Geiz und Neid hielt er ihnen vor. Die Titulierung „Gewissen des liberalen Journalismus“ traf voll auf ihn zu. Er nahm kein Blatt vor den Mund und fand sich im Lauf der Zeit als Multifunktionär wieder. Im Rundfunkrat von 1950 bis 1978 führte er zähe Positionengefächte gegen den zunehmenden Einfluss der Parteien auf den Personal- und Programmbereich beim *Bayerischen Rundfunk*. Eine Art „Wadlbeißer vom Dienst“ sei er gewesen, schrieb er in seinen Erinnerungen.

17 Jahre war er stellvertretender Vorsitzen-



Ernst Müller-Meiningen jr.

Foto: Fotoarchiv Otfried Schmidt/Süddeutsche Zeitung Photo

der und Vorsitzender des Richtlinienausschusses. Müller-Meiningen jr. war 1956 unter den Gründern des Deutschen Presserats, den Bundespräsident Theodor Heuss angeregt hatte. Bis 1970 verteidigte er Anstand und Moral im Journalismus. Dem Bayerischen Senat gehörte er von 1966 bis 1979 an. „Als Pressemensch und manchmal provozierende liberaler Zeitgenosse war ich im Senat unter vorwiegend sehr braven und soignierten Kollegen so etwas wie ein bunter Vogel“, beschrieb er sich selbst.

Der „Junior“ wurde als Sohn des späteren bayerischen Justizministers gleichen Namens am 8. Juni 1908 in München geboren. Er hat sich für die Sache der Journalisten in einem Ausmaß engagiert, wie es nur wenige Kollegen nachweisen können. So wurden seine Anregungen und Vorschläge ins immer noch liberale bayerische Pressegesetz von 1949 eingear-

beitet. Er war maßgeblich am Volksbegehren „Rundfunkfreiheit“ von 1973 beteiligt. Was ihn am meisten auszeichnet, ist sein liberaler Geist, sein Humor, sein freiheitlicher Sinn und seine Kampfbereitschaft, wenn es darum ging, eine freiheitliche Demokratie wachsam, mit Skepsis, aber auch mit Verständnis zu begleiten. Als „liberaler Raufbold“ ließ er sich einst titulieren, obwohl er doch eigentlich immer schüchtern war („Ich war von Haus aus eigentlich kein Redner“). Es ging ihm immer nur um die Sache, die er mit Leidenschaft vertrat. Im Rückblick räumte Müller-Meiningen freilich ein, dass sein Dissertationsthema „Die Beleidigung von Personen, die im öffentlichen Leben stehen“ „mir quasi Lebensinhalt werden würde“.

Schon sein Einstieg in den Journalismus, mit dem er „ursprünglich nichts im Sinn“ hat-

te, war ungewöhnlich: Ins Blaue hinein hatte Müller-Meinungen jr. im Oktober 1945 an die Amerikaner eine Denkschrift zu Maß und Vernunft in der Entnazifizierung gerichtet, die Kern seines Anfang 1946 erschienenen Buches „Die Parteigenossen“ werden sollte. Das darin enthaltene Hitlerporträt wurde in der *Süddeutschen Zeitung* abgedruckt, verbunden mit der Einladung von Herausgeber Franz Joseph Schöningh, doch mehr für die Zeitung zu schreiben.

### Sprachgewalt und Streitlust

Er sollte zu den herausragenden deutschen Journalisten der Nachkriegszeit gehören. 35 Jahre lang war er SZ-Leitartikler von Format und seine Kommentare zeugen von der Sprachgewalt eines gelehrten Juristen, von Streitlust, wie es altbayerischem Liberalismus entspricht, und von freiheitlichem Sinn, wie er ihn im republikanisch gesinnten Elternhaus erfahren hatte. Heuchelei, Profitgier und Eitelkeit waren ihm stets ein Gräuel – und Anlass zu bissigen Bemerkungen. Nicht einmal seine Vorgesetzten waren von seinen Spitzen sicher: Den knausrigen SZ-Lizenzträger und Gesellschafter Edmund Goldschagg titulierte er einmal als „Lord Bleistiftbewahrer“.

### „Ich war von Haus aus eigentlich kein Redner.“

Ernst Müller-Meinungen jr.

Früh hatte Müller-Meinungen jr. sich im Verband der Berufsjournalisten in Bayern engagiert. Sein langjähriger Münchner Weggefährte Karlheinz Lange erinnerte sich: „Unvergesslich sind seine Diskussionsbeiträge auf DJV-Verbandstagen in den fünfziger und sechziger Jahren, die einen großen Polemiker in voller Fahrt zeigten, gelegentlich zum Entsetzen unserer norddeutschen Freunde, aber immer brillant und von frappanter Logik. Pathetik, gar der Schwulst der aufgeblasenen Rede, aber auch Vereinsmeierei und Postenschieberei waren ihm dagegen stockfremd.“ Humorlose G'schafthuber und Geschäftsordnungsfetischisten nahm er „um der Sache willen“ notfalls zähneknirschend hin. Seinen direkten Nachfolger Franz Schönhuber, der ihn am 5. Juni 1971 beerbte, betrachtete er zunächst mit Belustigung, dann charakterisierte er ihn als „hemmungslos ehrgeizig, rhetorisch keineswegs unbegabt, Bürgermief hervorragend witternd, auf Emotionen instinktsicher ansprechend“.

Bis ins hohe Alter – er starb knapp 98 Jahre alt am 10. April 2006 – hat Ernst Müller-Meinungen jr. nichts an geistiger Brillanz und Schlagfertigkeit verloren. Der kämpferische Doyen mischte sich noch gerne ins Tagesgeschehen ein. Dass er auch im Alter noch zubeißen konnte, bewies er mit seinen Memoiren „Orden, Spießer, Pfeffersäcke“ (1989). Er war Träger des Wilhelm-Högner- und des Theodor-Wolff-Preises, der Ludwig-Thomas-Medaille und des Deutschen Journalistenpreises. Orden und Ehrenzeichen aber lehnte er konsequent ab.

2021

Dr. Georg Schreiber

## Medienpreis

Wettbewerb für Printmedien, Hörfunk, Fernsehen und Internet!

Zugelassen sind Beiträge junger Journalistinnen und Journalisten bis einschließlich 35 Jahre zu den Themen Gesundheit und Soziales, die zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember 2021 in einer in Bayern erscheinenden Zeitung oder Zeitschrift veröffentlicht oder von einem Rundfunksender mit redaktionellem Sitz bzw. einem Landesstudio in Bayern ausgestrahlt worden sind. Zugelassen sind in der Kategorie Online auch speziell für das Internet multimedial produzierte Beiträge auf allgemein zugänglichen Webadressen. Videos, die speziell für allgemein zugängliche Videoportale (wie YouTube) produziert werden, werden in der Kategorie Fernsehen berücksichtigt. Beiträge aus den elektronischen Medien außerhalb Bayerns müssen thematisch relevant für den Freistaat sein.

Im Printbereich wird zudem ein bundesweiter Sonderpreis ohne Altersbeschränkung vergeben.

Der Medienpreis ist mit insgesamt 30.500 Euro dotiert.

Informationen und Anmeldung:

Internet: [www.aok-medienpreis.de](http://www.aok-medienpreis.de)

● e-mail: [medienpreis@by.aok.de](mailto:medienpreis@by.aok.de) ● Telefon: 089 62730-184

AOK Bayern, Zentrale ● z. Hd. Frau Andrea Winkler-Mayerhöfer

● Carl-Wery-Str. 28, 81739 München

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



DJS.

# Im Herzen des Ruhrgebiets

Der DJV-Verbandstag 2021 findet in Bochum statt – oder digital an den Bildschirmen

Von Alois Knoller



Sollte eine Präsenzversammlung möglich sein, werden sich die Delegierten im RuhrCongress Bochum versammeln.

Foto: Andreas Wiese

Voriges Jahr ist er pandemiebedingt ganz ausgefallen. In diesem Jahr aber soll der DJV-Verbandstag auf jeden Fall wieder stattfinden. Ob es vom 7. bis 9. November jedoch eine Präsenzveranstaltung in der Ruhrmetropole Bochum geben wird oder eine hybride digitale Tagung, das ist noch nicht entschieden. „Wir planen im Moment beides“, informiert DJV-Sprecher Hendrik Zörner auf Anfrage des *BJVreports*. „Es hängt im Wesentlichen davon ab, ob wir bis dahin eine verschärfte Corona-Verordnung in Nordrhein-Westfalen kriegen.“ Die Entscheidung im Bundesvorstand wird wohl erst kurzfristig Ende Oktober getroffen werden.

Eine Delegiertenversammlung muss es auf jeden Fall geben. Denn es ist auch im DJV ein Wahljahr und der Bundesvorstand benötigt neue Mandate aus dem höchsten Beschlussgremium des Verbands. Inzwischen liegen ja auch Erfahrungen aus den Landesverbänden vor, wie eine Wahl rechtssicher auch in digitaler Form organisiert und durchgeführt werden kann. Nicht zuletzt hat auch der BJV in diesen Pandemiezeiten am 18. September seinen Landesvorstand auf digitalem Wege neu gewählt. Nach Auskunft von Hendrik Zörner wird der bisherige Bundesvorsitzende Frank Überall erneut kandidieren. „Auch andere Mitglieder des Bundesvorstands haben dies schon angekündigt.“ Freilich könnten

sich bis kurz vor dem Zusammentreten des DJV-Verbandstags noch neue Kandidaten für den Bundesvorstand melden.

## „Kein Pardon mit Gewalttätern“

Ein wichtiges, zentrales Thema der Antragsberatungen werde die Pressefreiheit sein, so der DJV-Sprecher. „Wir haben sehr heftige Übergriffe aus der Querdenker-Szene auf Journalistinnen und Journalisten erlebt. Dieser bedrohlichen Gewalt müssen wir entschieden entgegentreten.“ Auch wenn es im Moment wieder ruhiger geworden ist, gelte es, wachsam zu bleiben und wirksame Mittel zur Abwehr solcher Übergriffe bereitzustellen. „Die Lage kann sich jederzeit wieder verschlechtern“, sagt Zörner. Der Antrag des Bundesvorstands zielt darauf, die Pressefreiheit in Deutschland wieder in vollem Umfang herzustellen. „Es darf kein Pardon mit Gewalttätern geben. Die Bundesregierung hat leider nicht so viel zum Schutz von Journalistinnen und Journalisten getan, wie wir erwarten können. Die neue Bundesregierung muss dringend mehr Sensibilität für die Belange der Journalistinnen und Journalisten zeigen und mehr Aufmerksamkeit für die Bewahrung der Pressefreiheit. Wir werden sie an ihren Handlungen messen“, betont Zörner.

Sollte eine Präsenzveranstaltung möglich sein, versammeln sich die 250 bis 270 Teilnehmer\*innen im RuhrCongress Bochum. Nach derzeitiger Rechtslage reichen Nachweise nach der 3 G-Regel (geimpft, genesen, getestet) aus, der Abstand spiele bei derartigen Kongressen nicht die große Rolle. Würden sich die Hygienevorgaben allerdings bis dahin verschärfen, würde sich vor Ort nur ein Kernteam aus Bundesvorstand und DJV-Mitarbeitern einfinden, während die 200 Delegierten an ihren heimischen Bildschirmen den Verbandstag mitverfolgen. „Eine Videokonferenz ist nicht toll, aber inzwischen haben auch andere Organisationen und Parteien in dieser Form getagt“, erklärt der DJV-Sprecher.

Die Stadt Bochum bildet mit ihren gut 370.000 Einwohnern, darunter 56.000 Studierende, eines der Herzstücke des Ruhrgebiets. Der Kohlebergbau und die Stahlindustrie haben die Stadt groß gemacht, der Autobauer Opel unterhielt ein großes Werk. Heute sind die Ruhr-Universität sowie Firmen der Dienstleistungs-, Logistik- und Gesundheitsbranche die größten Arbeitgeber. Starke kulturelle Akzente setzen das renommierte Schauspielhaus, die Ruhrtriennale und das Musical Starlight Express. Muss man noch extra betonen, dass Liedermacher Herbert Grönemeyer beteuert: „Bochum ich komm aus dir! Bochum ich häng an dir!“

# VG Bild-Kunst darf Schutz vor Framing verlangen

Verwertungsgesellschaft streitet vor dem BGH um Vorschaubilder auf Online-Plattform

Von Maria Goblirsch

Es ist längst, etwa bei journalistischen Blogs, üblich: In einen Artikel wird ein fremder Beitrag, wie etwa ein Text, ein Foto oder Video aus YouTube, verlinkt, der dann beim Anklicken direkt auf der Website erscheint, ohne dass sich eine weitere Internetseite öffnet. Der fremde Beitrag ist in dem Artikel wie in einem „Rahmen“ (englisch: frame) eingebettet.

Dieses „Framing“ beschäftigte nun die Richter des Bundegerichtshofs. In der Sache ging es darum, ob die Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst die Nutzung von Fotos in einem Lizenzvertrag davon abhängig machen darf, dass wirksame technische Maßnahmen zum Schutz gegen das Einbetten von Werken getroffen werden.

Klägerin war die Stiftung Preußischer Kulturbesitz, zu der die Deutsche Digitale Bibliothek (DDB) gehört. Diese bietet eine Online-Plattform für Kultur und Wissen an, die verschiedene Einrichtungen der Wissenschaft miteinander vernetzt. Auf der Internetseite der Bibliothek sind über elektronische Verweise („Links“) digitalisierte Inhalte abrufbar, die in den Webportalen der Bibliothek gespeichert sind. Einige dieser Inhalte wie Werke der bildenden Kunst sind urheberrechtlich geschützt.

Die Stiftung verlangte nun von der VG Bild-Kunst den Abschluss eines Vertrages, der ihr das Recht zur Nutzung dieser Werke in Form von Vorschaubildern einräumt. Klickt der Nutzer auf eines dieser Vorschaubilder, so kommt er auf eine Objektseite der DDB, die eine vergrößerte Version der Vorschaubilder mit einer Auflösung von 330 x 330 Pixel enthält. Klickt man erneut auf diese Bilder oder nutzt die Lupenfunktion, zeigt sich das Bild in einem Fenster im Vordergrund („Lightbox“) in der maximalen Auflösung von 800 x 600 Pixel. Außerdem wird über die Schaltfläche „Objekt beim Datengeber anzeigen“ auf die Internetseite der zuliefernden Einrichtung verlinkt.

Die Verwertungsgesellschaft machte den Abschluss eines Lizenzvertrags davon abhängig, dass bei der Nutzung dieser Bilder „wirksame technische Maßnahmen zum Schutz gegen Framing“ angewendet werden. Die DDB sollte dafür sorgen, dass von urheberrechtlich geschützten Werken künftig keine Vorschaubilder mehr angezeigt werden.

Das verweigerte die Stiftung Preußischer Kulturbesitz und verlangte ihrerseits die Feststellung, dass die VG Bild-Kunst den Nutzungsvertrag auch ohne diese Klausel abzuschließen habe.

Am 9. September 2021 entschied der BGH: Eine Verwertungsgesellschaft kann Lizenzen davon abhängig machen, dass der Nutzer wirksame technische Maßnahmen gegen Framing ergreift (Az.: I ZR 113/18). In der Sache muss jetzt das Kammergericht Berlin, an das der Fall zurückverwiesen wurde, erneut entscheiden. Dabei sei, so der BGH, auf die „typische, auf Rechtswahrnehmung gerichtete Interessenslage der von der Verwertungsgesellschaft vertretenen Urheberrechtsinhaber“ abzustellen.

Eine komplizierte Materie. Die BGH-Richter waren bei ihrer Entscheidung davon ausgegangen, dass die VG Kunst-Bild technische Sperren gegen Framing nur dann verlangen könne, wenn das Einbetten von fremden Inhalten andernfalls eine Verletzung der Urheberrechte darstellte. Dazu legten sie den Fall dem Europäischen Gerichtshof (EuGH) in Luxemburg vor.

Der BGH wollte dazu vom EuGH geklärt wissen, ob es sich beim Framing um eine öffentliche Wiedergabe nach EU-Recht (Artikel 3 Absatz 1 der Richtlinie 2001/29) handle. Nach dieser Vorschrift müssen die EU-Mitgliedsstaaten sicherstellen, dass den Urhebern das ausschließliche Recht zusteht, „die drahtgebundene oder drahtlose öffentliche Wiedergabe ihrer Werke einschließlich der öffentlichen Zugänglichmachung“ zu erlauben oder zu verbieten.

Die Luxemburger Richter setzten daraufhin im März 2021 Grenzen für Internet-Links und entschieden: Framing ist erlaubt – aber nur dann, wenn der Erstanbieter des Inhalts keine technischen Einschränkungen vorgenommen hat. Der EuGH sieht die Einbettung von Fotos oder anderen Beiträgen als eine „öffentliche Wiedergabe für ein neues Publikum“ an. Dafür aber sei die Erlaubnis des Inhabers der Urheberrechte nötig, weil er sonst nicht in angemessener Weise an der Verwertung seines Werkes teilhaben könne.

Nach einem früheren Urteil des Bundesgerichtshofs zum Thema Framing konnten Urheber nichts gegen ein Framing unternehmen, wenn sie erst einmal der Nutzung ihres Werkes im Internet zugestimmt hatten (Urteil vom 9. Juli 2021; Az.: I ZR 46/12). Deshalb verlangte die Verwertungsgesellschaft nun die Einrichtung von Sperren gegen die Einbettung von urheberrechtlich geschützten Werken.

## Zu Lizenzvertrag verpflichtet

Muss die VG Bild-Kunst überhaupt einen Lizenzvertrag abschließen? Anders als unter Privatpersonen gilt für Verwertungsgesellschaften ein Kontrahierungszwang (§ 34 Verwertungsgesellschaftengesetz, VGG). Das bedeutet: Sie haben etwaigen Interessenten auf Verlangen Nutzungsrechte einzuräumen. Die Bedingungen müssen dabei nach dem Gesetz „insbesondere objektiv und nichtdiskriminierend sein und eine angemessene Vergütung vorsehen.“ Umgekehrt dürfte die VG Bild-Kunst keine so hohen Hürden für eine Nutzung aufbauen, dass diese unwirtschaftlich oder gar faktisch unmöglich wäre.

## „Verwertungsgesellschaften können Lizenz von Schutz vor Framing abhängig machen.“

Der Bundesgerichtshof



### Die Autorin

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

Foto: Stefan Gregor

## Der Podcast-Tipp



### Boomende Podcasts

Erfreuliches haben die Würzburger Kommunikationswissenschaftler\*innen Lutz Frühbrodt und Ronja Auerbacher zu berichten. Sie hatten den deutschen Podcast-Markt genauer untersucht. Eine kultivierte und respektvolle Kommunikation sei die Norm. Wut, Hass und Hetze seien nur am Rande gegeben, aus dieser Erkenntnis leitet sich auch der Titel der Arbeit ab: „Den richtigen Ton treffen. Der Podcast-Boom in Deutschland“, erschienen als Arbeitsheft bei der Otto Brenner Stiftung. Die Auswertung der deutschen Top-50-Podcasts der führenden Audiostreaming-Plattform Spotify ergab, dass immerhin zwei Fünftel der meistgehörten Podcasts in Deutschland sich mit Nachrichten, Politik und Wissen beschäftigten. Sehr optimistisch deutet Frühbrodt: „Hier hat sich eine neue Gesprächs- und Zuhör-Kultur entwickelt, die

zur Informiertheit der Bürger\*innen und damit zur politischen Meinungsbildung beitragen kann, gerade auch bei den Jüngeren.“ Auch zahlreiche Medienhäuser nutzen die Chance, mit Podcast weitere Ausspielkanäle auszuprobieren. Die qualitative Inhaltsanalyse von zehn populären Politik-Formaten ergab, „dass die journalistische Qualität dieser Podcasts zwar grundsätzlich sehr gut war, an einigen Stellen aber bemängelt werden muss: Fast alle ausgewerteten Podcast-Folgen wiesen unbelegte Aussagen auf“. Hier bieten die Autor\*innen knappe Handlungsempfehlungen an. Die zirka 140-seitige Studie ist kostenlos als Download erhältlich: [bjvlink.de/podcast-studie](http://bjvlink.de/podcast-studie). *Thomas Mrazek*

**Transparenzhinweis:** Der Autor ist als Lehrbeauftragter im Studiengang Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation von Professor Lutz Frühbrodt an der Hochschule Würzburg tätig.

## Der Buchtipp



### Wallraff reloaded

Die *Bild* dominiert die hiesige Medienlandschaft. Sie ist trotz Auflagenschwunds im Gedruckten immer noch die mächtigste Medienstimme des Landes, konstatieren Mats Schönauer und Moritz Tschermak, die Autoren des Buchs „Ohne Rücksicht auf Verluste“. Mit den vielfältigen Online-Aktivitäten und dem im August gestarteten *Bild TV* werde diese Rolle gefestigt. Unter der Leitung von Julian Reichelt sei das Blatt „wieder brutaler geworden, verbohrt, tendenziöser und menschenverachtender“. Die beiden Journalisten kritisieren im *Bildblog* (gegründet 2004 von den Medienjournalisten Stefan Niggemeier und Christoph Schultheis) fast täglich das Wirken der Boulevardzeitung und anderer Medien. Schönauer und Tschermak betreiben diese Arbeit mit einer immensen Akribie und Leidenschaft, freilich ohne dabei in Besessenheit zu verfallen. Ihre

vielfältigen Erkenntnisse haben sie jetzt zu Papier gebracht. Übersichtlich aufgegliedert in 14 Kapitel beschreiben sie aus unterschiedlichen Perspektiven die Arbeit der Bild und deren Folgen. Ob zu Themen wie Migration, Rechtspopulismus, Hartz IV, dem Sport oder dem Agieren von Chefredakteur Reichelt. Auch wenn die Publikation in einer völlig andersartigen Medienwelt als einst (1977) Günter Wallraffs *Bild*-Kritik „Der Aufmacher“ entstanden ist, ist „Ohne Rücksicht auf Verluste“ eine ähnlich wirkungsvolle Rezeption und Debatte zu wünschen. *Thomas Mrazek*

Mats Schönauer, Moritz Tschermak: *Ohne Rücksicht auf Verluste. Wie BILD mit Angst und Hass die Gesellschaft spaltet*. Kiepenheuer & Witsch, Köln, 2021, 334 Seiten, 18 EUR, ISBN 978-3-462-05354-8, [bjvlink.de/ohne-Rueksicht](http://bjvlink.de/ohne-Rueksicht)



## Der Techniktipp



### Doch nicht das letzte Windows!

Als vor rund sechs Jahren „Windows 10“ erschien und als kostenloses Update für alle Windows-7- und Windows-8-Computer zur Verfügung gestellt wurde, hieß es vom Unternehmen, Windows 10 werde das „letzte Windows“ sein. Also eine Version, die nie abläuft, sondern über die folgenden Jahre immer mit Aktualisierungen erweitert wird. Das Zitat findet sich vielfach im Internet. Nun hat sich Microsoft umentschieden. Ab 5. Oktober steht „Windows 11“ als kostenfreie Aktualisierung bereit, allerdings nur unter bestimmten Voraussetzungen: Der PC muss ein so genanntes „Trusted Platform Module“ (TPM) haben, mindestens in Version 2.0. Dieser Standard existiert seit dem Jahr 2014. Und: Windows 11

läuft, grob zusammengefasst, nur mit Prozessoren, die maximal drei oder vier Jahre alt sind. Eine genaue Liste gibt es auf der Webseite <https://www.microsoft.com/de-de/windows/windows-11> im Bereich „Minimale Systemanforderungen“. Mit dieser Politik schließt Microsoft aktuell einen Großteil der Windows-10-Nutzer von einer Aktualisierung aus. Ob das neue Windows 11 dann wirklich nicht installiert werden kann, wird sich zeigen. Sollte demnächst ein PC-Neukauf anstehen, warten Sie möglichst noch ein wenig, vielleicht bis Anfang 2022. Dann ist Windows 11 direkt vorinstalliert und muss nicht per Update eingespielt werden. Windows 10 wird noch bis Herbst 2025 mit Updates versorgt, es besteht kein Grund, schnell zu wechseln. *Johannes Michel*

# DREHMOMENT. DER PODCAST

Hören Sie mal rein unter:

[www.drehscheibe.org/podcast.html](http://www.drehscheibe.org/podcast.html)



Aus Lokalredaktionen für Lokalredaktionen

## 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, F), Stefan Gregor (F),  
Wolf Heider-Sawall (F), Julie Sawall, Senta Krasser (T), Jakob  
Berr (F), Frank Zauritz (F), Aljoscha Kostomlatsky (F), Daniel  
Hofer (F), Andrea Wolleschensky (F), Thomas Mrazek (T), Peter  
Endig (F), Alois Knoller (T), Thomas Geiger (F), Sachelle Babbar  
(F), Maria Goblirsch (T, F), Daniel Hinz (T), David-Piere Brill (F)  
Johannes Michel (T), Michael Weingast (F), Alina Bulla (F), Ben-  
jamin Schultheis (F), Florian Hiller (F), Otfried Schmidt (F),  
Andreas Wiese (F), Rainer Reichert (F), Jan Homeyer (F), Enric  
Mammen (F).

Gestaltung: Mediaservice Rudi Stix  
Titelbild: Wolf Heider-Sawall

### Verantwortlich für Anzeigen:

Mediasüd Robert Macher, Tel. 09 11/988 11-264,  
Fax -265 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 6/2021: 21. November 2021  
Erscheinungstermin: 20. Dezember 2021

ISSN: 0947-8337  
Copyright 2021 by BJV & Autoren

### Druckerei:

Himmer GmbH Druckerei & Verlag  
Steinerne Furt 95  
86167 Augsburg / [www.himmer.de](http://www.himmer.de)

## „Quoten sind im Privatfernsehen nicht alles“

Deshalb investiert *RTL ZWEI* in das Genre Dokumentation. Ein Gespräch mit Chefredakteurin Konstanze Beyer über die „gesellschaftliche Verantwortung“

Von Senta Krasser

Nicht nur mit liebestollen Insulanern will *RTL ZWEI* beim Publikum punkten. Mit dem „DokuLab“ fördert der Grünwalder TV-Sender jetzt auch dokumentarische Recherchen. Für die neue Ernsthaftigkeit ist Chefredakteurin Konstanze Beyer, 52, zuständig.

*Sagen Sie mal, Frau Beyer, wollen Sie RTL ZWEI in ein ARTE des Privatfernsehens umwandeln?*

**Konstanze Beyer:** (lacht) Das sind wir doch manchmal schon! Nur werden unsere Dokus und Reportagen nicht so wahrgenommen wie die auf ARTE. Aber keine Sorge, bei uns wird es neben dieser eher nachdenklichen Seite weiterhin auch die lautere, freche Unterhaltung geben. „Guilty Pleasure“ bleibt erhalten. Sonst würde in der TV-Landschaft etwas fehlen.

*Wer Trash-TV liebt, kommt also bei RTL ZWEI nach wie vor auf seine Kosten. Aber warum stecken Sie 100.000 Euro in die Förderung von Dokumentationen?*

Entstanden ist die Idee, als sich Programmleiter Tom Zwiessler und ich sorgten, was mit den vielen Autorinnen und Autoren passiert, denen in der Pandemie Projekte wegbrechen. Gerade die Recherche am Projektbeginn wird in den seltensten Fällen bezahlt. TV-Sender, und da nehme ich uns nicht aus, erwarten ein ausgefeiltes Exposee, weil sie sich ungern auf was Unsicheres einlassen. An diesem Punkt setzen wir an.

*Die Bewerbungsphase für das DokuLab ist abgeschlossen. Zufrieden?*

Überwältigt! 130 Einreichungen, aus denen unsere Jury neun Ideen auswählte – das hat uns wirklich umgehauen! Das DokuLab trifft also einen Nerv und kommt für viele Kreative da draußen genau zur richtigen Zeit. Das habe ich auch bei einer BJV-Veranstaltung erfahren, wo ich unser Recherchestipendium präsentieren durfte.

*Eine Stipendiatin, die nun über die Zeugen Jehovas forschen darf, gab offen zu, sie habe zuerst gezuckt: „RTL ZWEI hat ja so einen Ruf...“*

Wir sagen: Zu Unrecht. Images sind eben auch Vorurteile. Um die zu ändern, muss man

mit Fakten überzeugen. In Vorgesprächen kam die Sorge auf: Dürfen wir wirklich machen, was wir wollen? Oder steckt in *RTL ZWEI* der Wolf im Schafspelz? Da konnten wir schnell beruhigen: Wir geben nichts vor, wir erwarten kein bestimmtes Ergebnis.

*Sie gehen sogar so weit, dass Sie, falls aus einer Recherche keine RTL ZWEI-Produktion wird, die Rechte daran freigeben. So viel Altruismus? Im kommerziellen Fernsehen? Echt jetzt?*

Altruismus ist nett ausgedrückt. Aber es ist wirklich so! Wir haben es mit neun spannenden und sehr unterschiedlichen Themen zu tun: minderjährige Flüchtlinge, die vermisst werden und nach denen keiner sucht, Graffiti-Kunst, Anti-Asian-Hate, die Geschichte des Krieges als eine Geschichte der Drogen. Möglicherweise kommt heraus, dass wir das eine oder andere dann doch nicht realisieren werden, weil es nicht zu *RTL ZWEI* passt. Aber es ist uns wirklich ernst damit, solche Recherchen zu fördern.

*Haben eigentlich auch Sie gezuckt, als vor fünf Jahren der Ruf zu RTL ZWEI kam?*

Gar nicht. Die hier handelnden Personen, Tom Zwiessler und Senderchef Andreas Bartl, waren mir sehr gut bekannt aus unserer gemeinsamen Zeit bei *Pro Sieben*. Dort war ich sozusagen die Wissensfrau der ersten Stunde. Das Magazin „Welt der Wunder“ war mein Baby. Ich wusste, dass ich bei *RTL ZWEI* einen Gestaltungsspielraum bekomme, den mir woanders keiner bietet. Deshalb habe ich den Job mit großer Freude angetreten.

*RTL ZWEI bezeichnet sich als „Reality-Sender Nr. 1“ und pflegt diese Programmfarbe seit 20 Jahren. Was ist jetzt Ihre Aufgabe genau? „Public Value“*

Steckt in *RTL ZWEI* der Wolf im Schafspelz? Mitnichten, sagt Konstanze Beyer. Ihrem Sender hänge zu Unrecht ein zweifelhafter Ruf nach. Um die Vorurteile zu ändern, will sie „mit Fakten“ überzeugen – und einem Recherchestipendium. Auf den Münchner Medientagen sollen erste Ergebnisse aus dem DokuLab präsentiert werden.

Foto: *RTL ZWEI*/Jan Homeyer







### Konstanze Beyer

ist Chefredakteurin bei RTL ZWEI und leitet dazu seit 2016 die Abteilung Wissen & Dokumentation. Vor ihrer Tätigkeit beim Grünwalder TV-Sender arbeitete die 1969 im Erzgebirge geborene Diplom-Journalistin als Ressortleiterin Dokumentation, Wissen, Reportage bei *Servus TV* sowie als Produzentin für StoryHouse Productions (unter anderem „Galileo“). Von 1998 bis 2006 war sie Chefredakteurin bei der Welt der Wunder GmbH und entwickelte (mit Hendrik Hey) das erste Wissensmagazin im Privat-TV. Beyer studierte in Leipzig und München Kommunikationswissenschaft, Politik und Soziologie. Nebenher war sie für *Pro Sieben* im Einsatz als Volontärin, Redakteurin und CvD. Von 1988 bis 1990 volontierte sie bei der Tageszeitung *Die Union* in Dresden.

Foto: RTL ZWEI/Jan Homeyer

einbringen zwischen liebevolle Insulaner und eine platinblonde Pfälzerin mit Hang zum Exhibitionismus?

(lacht) Als ich zu RTL ZWEI kam, war der Begriff „Public Value“ zwar schon erfunden, aber er wurde noch nicht so inflationär benutzt.

Wieso inflationär?

Es wird derzeit auf alles das Etikett „Public Value“ geklebt. Das finde ich manchmal übertrieben. Warum sagt man nicht einfach: Wir machen mehr News? Oder: Wir stärken konkret diese oder jene Inhalte?

Und was machen Sie konkret?

Mein Auftrag ist, die Programmfarbe Doku/Reportage für den Sender passend zu machen. Es gab da schon mal einen Versuch mit der Reihe „Echtzeit“, die Fragestellungen aus verschiedenen Perspektiven beleuchtete. Leider wurde dieser Ansatz mit wöchentlich wechselnden Themen bei uns nicht gesucht. Inzwischen spezialisieren wir uns auf die Begleitreportage über einen langen Zeitraum. Auf Augenhöhe mit den Protagonisten, auf Augenhöhe mit unseren Zuschauern und mit weniger Expertentum. Einfach zeigen, was ist.

Da hat RTL ZWEI eine andere Herangehensweise als etwa ARTE. Welche Qualitätskriterien sind Ihnen heilig bei Ihren senderprägenden Sozialreportagen aus Brennpunktvierteln?

Als wir vor fünf Jahren mit „Hartz und herzlich“ dieses Genre einführen, war von Anfang an klar, dass es bei uns anders ausschauen würde und musste. Wir sind nicht diejenigen, die sich aufs Podest stellen, die Welt erklären oder genau wissen, wie sie sein sollte. Wir geben den Menschen Raum für ihre Gedanken und Gefühle, und das über Jahre. Und wir sind in Kontakt mit ihnen über die Ausstrahlung hinaus. Wenn uns jemand bittet, eine Folge nicht zu wiederholen wegen blöder Kommentare im Umfeld, verzichten wir darauf. Ein respektvoller Umgang ist uns sehr wichtig.

Ihre Kritiker vermissen diesen Respekt: In den „Armutspornos“ auf RTL ZWEI werde nur auf Elend und Verwahrlosung gestarrt und das Klischee des faulen Arbeitslosen befördert.

Ich finde das Wort „Armutsporno“ absolut zynisch und frage mich, ob die Leute, die sowas bei einem Glas Rotwein in ihrer Altbauwohnung schreiben, einmal darüber nachgedacht haben, wie verachtend das ist gegenüber jenen, die es nicht so gut haben.

Jenseits dieses Begriffs: Nehmen Sie die Kritik an?

Die Menschen zum Beispiel in „Armes Deutschland“ sind doch nicht erfunden. Auch sie sind ein Teil der Wirklichkeit. Es gibt nun mal nicht nur die unverschuldet in Not Geratenen. Auf der anderen Seite zeigen wir die alleinerziehende Mutter, die trotz Arbeit kaum über die Runden kommt. Tatsache ist: Es gibt kaum noch gesellschaftliche Tabus heutzutage. Armut ist eines.

Bayern taucht auf der RTL ZWEI-Landkarte des Elends nicht auf. Warum?

Vielleicht weil die Probleme in anderen Bundesländern größer, offensichtlicher sind? Was nicht heißt, dass Bayern frei von Problemen ist. Momentan recherchieren wir in einem Nürnberger Viertel für die Reihe „Hartz und herzlich“. Aber nicht, dass jetzt der Eindruck entsteht, wir würden nur Reportagen über Armut machen.

Sondern?

Natürlich hat Corona einiges verändert an Sehgewohnheiten und an dem, was das Fernsehpublikum sehen möchte. Ich habe den Eindruck, die Sehnsucht nach einer fröhlicheren Farbe ist groß. Das Leben ist ja auch schön. Deshalb haben wir gerade eine Reportagereihe über einen Campingplatz in Italien produziert. Wir haben schon bisher viele andere Geschichten erzählt und werden die Vielfalt der Themen gemeinsam mit renommierten Produktionspartnern weiter ausbauen.

Bringt Armut keine Quote mehr?

Quoten sind auch im Privatfernsehen nicht alles. Trotz des Erfolgs beim Publikum sind Formate wie „Hartes Deutschland“ bei den Werbekunden nicht sonderlich beliebt. Trotzdem: Wenn wir von der Wichtigkeit eines Themas überzeugt sind, machen wir es – wie zuletzt bei „Kriminell. Weggesperrt. Entlassen“, wo wir Ex-Strafgefangene begleiten.

Wie wichtig sind News für RTL ZWEI? Respektive: Werden Sie wichtiger, weil RTL und ProSiebenSat.1 ihre News-Dosis erhöhen?

Ich finde es großartig, dass in den gesamten Markt Bewegung gekommen ist. Wir selbst probieren gerade einen neuen Ansatz für junge Nachrichten auf unseren Social-Media-Kanälen aus. „Up2Day“ ist ein Pilotprojekt, das wir gemeinsam mit der MediaSchool Bayern realisieren.

Ihr früherer Arbeitgeber Pro Sieben ist dabei, seine Nachrichten zurück nach München zu holen. RTL ZWEI lässt in Köln produzieren. Bleibt das so?

Ein deutliches Ja! Sie sehen, was für ein Aufwand in Unterföhring betrieben werden muss für ein neues News-Headquarter – wobei spannend wird, ob nach Corona überhaupt noch so große Bürozentralen gebraucht werden. Wir bei RTL ZWEI konzentrieren uns auf die längere Form. Auf Reportagen und Dokus. Damit wollen wir unsere gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen.



### Die Autorin

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

Foto: Enric Mammen

# FREItage 2021 – online!

## Kreativ, kraftvoll, kompetent – Vom Krisen- in den Powermodus

Workshops, Information und Networking für freie Journalist\*innen

### noch am 22. und 29. Oktober 2021 im Netz

An diesen Tagen finden jeweils ab 14 Uhr zwei Workshops in Folge statt. Die Teilnehmer\*innen müssen sich also nicht zwischen den Workshops entscheiden, sondern können – wenn gewünscht – alle Angebote wahrnehmen.

### Themen und Referent\*innen

- **SEO für Journalist\*innen – So werden Ihre Inhalte im Netz gefunden**  
mit Markus Reiter
- **Gendersensibles Schreiben – Gut lesbar mit und ohne Stern**  
mit Sigi Lieb
- **Effective Writing – Schnell, flexibel und mit System auf den Punkt kommen**  
mit Silke Bicker
- **Instagram-Journalismus – Praktische Tipps fürs Storytelling**  
mit Selina Bettendorf

Detaillierte Informationen zu den FREItagen mit Anmelde­möglichkeit unter [bjv.de/freitag2021](https://www.bjv.de/freitag2021)



PRESSE-VERSORGUNG

# Nicht nur an sich selbst denken.

Mit Vorsorgelösungen, die nachhaltig denken.

Gehen Sie Ihre Vorsorge einfach nachhaltig an. In unseren Anlageentscheidungen vereinen wir ökologische Selbstverpflichtung, soziale Verantwortung und gute Unternehmensführung. Und all das zum Vorteil für Sie: z. B. 3,5 % Gesamtverzinsung bei der Presse Perspektive für 2021. Jetzt direkt Beratungstermin vereinbaren unter: [presse-versorgung.de](https://www.presse-versorgung.de)