

BJV-Wahlen erstmals digital

Dialekte beim *Bayerischen Rundfunk*

In Nürnberg droht weiterer Stellenabbau

Die Ära Hans-Eberhard Hess

[www.bjv.de](http://www.bjv.de) / [www.djv.de](http://www.djv.de)

## Verirrt im Bilder-Dschungel Brauchen Fotojournalisten Artenschutz?



# 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 091 81/29 99-477, Fax 091 81/29 99-479, [robert.macher@mediasued.de](mailto:robert.macher@mediasued.de)



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

## Die Welt verändernd

Das Foto eines toten Dreijährigen am türkischen Strand wird 2015 zum weltweiten Symbol für das Leid geflüchteter Menschen. Ein Mann stürzt bei den Terroranschlägen am 11. September 2001 aus einem der Türme des World Trade Centers. Bilder der ersten Mondlandung schreiben Geschichte. Pressefotos berühren, informieren – und manchmal verändern sie die Welt. Und dennoch fehlt es oft an Wertschätzung: Die Bebilderung scheint in vielen Publikationen heute beliebig, fest angestellte Foto- und Bildredakteur\*innen gibt es auch in bayerischen Verlagshäusern nicht mehr allzu viele. Liegt der Fotojournalismus im Sterben? Das *BJVreport*-Team machte sich an eine Bestandsaufnahme. Dafür sprachen wir unter anderem mit zahlreichen Fotojournalist\*innen, um vor allem auch herauszufinden, wie Pressefotografie in Zukunft aussehen könnte. Wir hörten Professor Lars Bauernschmitt, der die Studie „Bildermarkt 2021“ verantwortet. Wir begleiteten einen Fotojournalisten durch seinen Arbeitsalltag. Und wir beleuchteten die Bedeutung von Pressefotos als historische Zeitdokumente. **Ab Seite 8**

Wie die hybride BJV-Mitgliederversammlung am 18. September ablaufen könnte, haben andere Landesverbände bereits vorgemacht. **Seite 6**

Kommunikationsforscher\*innen haben die 30-jährige Entwicklung des privaten Rundfunks in Bayern erforscht. **Ab Seite 24**

Hans-Eberhard Hess prägte den BJV-Wettbewerb Pressefoto Bayern entscheidend mit. Er war ein strenger, oft auch ungeduldiger Juror. Einer, mit hintergründigem Humor. Ohne ihn wird der Wettbewerb ein anderer sein. **Ab Seite 32**

### Unser Titelbild

Technik und Handwerk allein machen noch lange kein gutes Pressefoto. Viel entscheidender ist, ob es mit einem Bild gelingt, Emotionen, Fragen und Neugier zu wecken. Und ob es für sich eine Geschichte erzählt. Im Technikdschungel gefangen wie auf unserem Cover sind Fotojournalist\*innen auch, wenn im digitalen Zeitalter soziale Netzwerke (irgend) ein Bild brauchen, dessen eigentliche Aussage aber in den Hintergrund rückt. Jana Margarete Schuler erzählt die Geschichte weiter – und will mit dem Titelstrecken-Motiv auf Seite 8 anderen Fotograf\*innen Mut machen, sich (wieder) aufs Wesentliche zu konzentrieren. Schuler hatte mit ihrer Serie „Im Lockdown“ in der Kategorie „Newcomer Award“ beim Wettbewerb Pressefoto Bayern 2020 gewonnen. Die 28-Jährige arbeitet als selbstständige Fotografin sowie Fotojournalistin in Bamberg und studiert Fotojournalismus und Dokumentarfotografie in Hannover. Sie beschreibt sich selbst als „visuelle Geschichtenerzählerin“. Mehr unter [janamargarete.com](http://janamargarete.com).



**Jana Margarete Schuler**  
Foto: Katarina Vikulova

### Kaleidoskop

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

### Verband

- 6 **Total digital**  
*Mitgliederversammlung mit Wahlen als hybride Veranstaltung*

### Titel

- 8 **„Du siehst das Bild und brauchst keinen Text mehr“**  
*Es erfordert ein neues Bewusstsein für den Wert der Pressefotografie*
- 12 **„Da verdiene ich mehr, wenn ich Burger brate“**  
*Lars Bauernschmitt zu den Folgen des Strukturwandels auf dem Bildermarkt*
- 14 **„Bilder sind ein zeitgeschichtliches Gedächtnis“**  
*Viele analoge Fotoarchive sind gefährdet*
- 16 **Vom Streben nach den Kleinigkeiten**  
*Pressefotograf Jim Albright lässt in einen veränderten Arbeitsalltag blicken*
- 18 **Pressstellen**

### Medienszene

- 22 **„Im Film ist der Franke immer der Depp“**  
*Kommen bestimmte Dialekte beim Bayerischen Rundfunk zu kurz?*
- 23 **Erneuter Stellenabbau in Nürnberg**  
*Verlag will sich von 80 Mitarbeiter\*innen trennen*
- 24 **Als die lokalen Radiopioniere „on Air“ gingen**  
*Studie zur Entwicklung des privaten Rundfunks in Bayern*
- 26 **Unsere Tipps**

### Verband

- 27 **Die fehlende Feier**  
*Auf ein Wort mit Michael Busch*
- 28 **Aus dem Verbandsleben**
- 30 **Der Zeitgeschichtesammler**  
*Officestory: Daniel Biskup hatte die prominentesten Menschen der Welt vor der Linse*
- 32 **Ein Fotoästhet und harter Kritiker**  
*BJV-Geschichte(n): Hans-Eberhard Hess prägte „Pressefoto Bayern“*

### Service

- 34 **Rechtstipp**  
*Der Eigentümer eines Kulturgutes entscheidet, ob fotografiert werden darf*

### Zur Person

- 35 **Jubilare**
- 36 **Nachrufe, Impressum**

### Sagen Sie mal...

- 37 **„Ich bin zum Glück nicht mehr eine Hanna“**  
*Professorin zu werden ähnelt einem Lottospiel. Den „Jackpot“ hat die Journalismus-Forscherin Karin Boczek geknackt.*



Foto: BR Raif Wilschewski

**Sylvie Stephan** (@sylvie\_stephan), seit dem Vorjahr Kulturchefin des BR, wechselt im Januar zu Arte, wo sie die Hauptabteilung Programmplanung für lineare und nichtlineare Angebote leiten wird. Außerdem wird sie beim deutsch-französischen Kulturkanal Stellvertreterin von Programmleiterin **Emelie de Jong**.

**Georg Meck**, Ressortleiter Wirtschaft sowie „Geld und Mehr“ bei der *Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung*, wird ab Oktober die Redaktion von *Focus Money* führen. Der 54-Jährige kehrt damit zur Focus-Familie zurück, wo 1994 seine journalistische Karriere begann. Bei Burdas Wirtschaftstitel folgt Meck auf **Frank Pöpsel**, 55, der nach 20 Jahren seinen Hut nimmt.



Foto: Ilona Haben

**Bettina Billerbeck**, bis Ende 2020 Chefredakteurin von *Schöner Wohnen*, ist jetzt für die *Luxusmagazine Madame* und *Monsieur* tätig als „Editorial Consultant“. Die 49-Jährige berät Chefredakteurin **Petra Winter**, deren Vize **Kerstin Holzer** geht „auf eigenen Wunsch“.

**Charlotte Haunhorst**, ehemals Redaktionsleiterin von *jetzt.de* bei der *Süddeutschen Zeitung*, wird spätestens zum vierten Quartal beim *Handelsblatt* als Digitalchefin und Mitglied der Chefredaktion von Sebastian Matthes anfangen.

**Bernadette Mittermeier** steigt bei der Looping Group am Standort München zur Chefredakteurin des Newsletters *Ping* auf. Ihre Vorgängerin **Kathrin Steinbichler**, die von der *Süddeutschen Zeitung* kam, widmet sich jetzt voll ihrer Aufgabe als Director PR & Communications.



Foto: Stefan Naumann

Gleich in zwei Kategorien waren Journalistinnen und Journalisten aus Bayern beim **Theodor-Wolff-Preis** erfolgreich: Das beste lokale Digitalprojekt setzten (v.l.n.r.) **Paul Nöllke, Sophie Anfang, Felix Müller, Emely Engels, Lukas Schauer** und **Jeanne Jakobs** für die *Münchner Abendzeitung* um. In ihrem Newsletter „München hat die Wahl“ zur Kommunalwahl in Bayern am 15. März 2020 verschickten sie an zehn Montagen das Wichtigste aus dem Rathaus. Den besten Beitrag zum Thema des Jahres „Corona – Leben im Ausnahmezustand“ schrieb **Elisa Schwarz** in der *Süddeutschen Zeitung*. Alle Texte der Preisträger\*innen sind nachzulesen unter [bjvlink.de/wolff](http://bjvlink.de/wolff).

Foto: BDZV/Zumbansen

**Christa Catharina Müller** (@alias\_ccm) hat bei *Meedia* als Vize-Chefredakteurin gekündigt. Erst vor einem halben Jahr trennten sich Verleger Timo Busch und Chefredakteur **Matthias Oden**. Fast das gesamte Personal, das für den Neustart des Branchentitels in München stand, ist nicht mehr an Bord.



Foto: Jakob Berr

**Tom Soyer** (@soyerthomas), 58, hat bei der *Süddeutschen Zeitung* die neu geschaffene Stelle eines Leseranwalts übernommen. Er gehört der SZ-Redaktion seit 1991 an. Seine neue Rolle hat sich aus seiner Tätigkeit als Leserredakteur der Lokalredaktion entwickelt. Soyer ist schon länger in der Vereinigung der deutschen Medienombudsleute aktiv.

**Aleksandra Solda-Zaccaro** (@SoldaAleksandra) spricht bei der Messe München für die IAA, die sich in diesem Jahr als Mobilitätsmesse neu erfinden will. Sie ist seit 2018 bei dem

Messe-Veranstalter als Leiterin Marketing & Communications tätig. Strategie-Chef **Holger Feist** übernimmt den PR-Bereich nun zusätzlich.

**Nadine Nordmann** und **Ulla Drewitz**, einst Chefredakteurinnen-Duo bei Bauers *Bravo* und *Joy*, haben *Generation Bold* gegründet. Das Beratungsinstitut mit Sitz in München will Generationenkonflikte lösen helfen.

**Thorsten Pütsch**, mehr als 20 Jahre bei *ProSiebenSat.1* tätig und zuletzt Senderchef von *Kabel Eins Doku*, hat in der Unternehmenskommunikation von Axel Springer in Berlin angeheuert. Die von ihm nach seiner *ProSieben*-Tätigkeit in Dießen am Ammersee gegründete Marketingagentur *Neue Helden* gibt es weiterhin.

**Horst Ohligschläger** wurde einstimmig zum neuen Vorsitzenden des Verbands der Zeitschriftenverlage in Bayern gewählt. Der 63-jährige Geschäftsführer der Roularta Media Deutschland (*Frau im Leben* u.a.) folgt auf **Waltraut von Mengden**, die

ihr Amt bereits im September 2020 vorzeitig niedergelegt hat.



Foto: Stefan Naumann

**Annette Schumacher** löst zum 1. Oktober bei der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien den bisherigen

Geschäftsführer **Thorsten Schmiede** ab, der dann sein Amt als neuer BLM-Präsident antritt. Die promovierte Juristin kommt von der Beratungsfirma *Hendricks & Schwarz*.

**Oliver Friedmann**, 36, ist für seinen Vater Johannes, 70, in den Herausgeberat der *Süddeutschen Zeitung* nachgerückt. Die Familie Friedmann hält 18,75 Prozent am Süddeutschen Verlag. Der promovierte Informatiker gehört jetzt auch dem vierköpfigen Vorstand der Deutschen Journalistenschule an. Sein Großvater hatte die DJS 1949 als *Werner-Friedmann-Institut* gegründet.

**Klaus Meier**, Professor für Journalistik an der KU Eichstätt, wurde zum 1. Juli Vizepräsident für Studium und Lehre. Er folgt auf Markus Eham, der in den Ruhestand geht.



Foto: Marion Ullmann

**Claudia Kundigraber** verstärkt die Pressearbeit der DJS. Die promovierte Politologin ließ sich selbst in der 30. Lehrredaktion ausbilden, bevor sie für *Frankfurter Rundschau* und *Südwest Presse* arbeitete. Neben ihrer Teilzeitstelle als DJS-Pressesprecherin ist sie als Coach und Trainerin tätig.

Senta Krasser

### So stimmt's

Wir hatten in Heft 3/2021 **Johannes Hauner**, den neuen Geschäftsführer für *Digitale Medien* bei der *Süddeutschen Zeitung*, versehentlich älter gemacht. Richtig ist: Hauner feierte jetzt den 38. Geburtstag.

# Weg mit dem „Weiter so“?

Viel müsste sich im Journalismus ändern. Doch manchmal lohnt sich auch Bewährtes

Von Thomas Mrazek

Alles künftig anders oder wenigstens besser zu machen: Wie oft hatte man sich in oder nach einer Krise diesem Vorhaben schon verschrieben. Weg mit dem „Weiter so!“. Und in unserer Branche ist es nicht anders. Ja, es liegt, Corona hin oder her, noch immer einiges im Journalismus im Argen. So geht's nicht weiter – oder doch? Was unserem Metier, was einzelnen Journalist\*innen Orientierung und Inspirationen gibt sind Kolleg\*innen, die sich mit Problemen aber auch Perspektiven im Journalismus auseinandersetzen. In den letzten Monate sind hierzu einige hörensweite Podcasts entstanden.

+++ Naheliegender fangen wir bei unseren DJV-Mitstreiter\*innen an, dort gibt es „Wir Journalisten – Der DJV-Podcast mit Paul Eschenhagen“. Eschenhagen leitet das Referat Digitale Kommunikation und ist stellvertretender Sprecher des DJV. Nach ersten Gesprächsrunden unter anderem mit dem DJV-Vorsitzenden Frank Überall und unserer Freien-Vertreterin Anne Weibert waren zuletzt die Kolleg\*innen Arndt Ginzel („Gewalt gegen Journalist\*innen“) und Ingrid Brodnig („Verschwörungserzählungen und Journalismus“) seine Gäste. Die Gespräche dauern zwischen 20 und 60 Minuten: [bjvlink.de/wir-journalisten](http://bjvlink.de/wir-journalisten).

+++ Die Redaktion des *journalist* bietet seit einigen Monaten den „Druckausgleich“-Podcast, „in dem junge Medienschaffende über die Herausforderungen des Berufseinstiegs reden und einen Gegenpol zu überschwänglichen Erfolgsgeschichten setzen“. Annkathrin Weis und Luca Schmitt-Walz sprechen dabei offen übers Scheitern, den Umgang mit Kolleg\*innen, Work-Life-Balance, die Selbstständigkeit, Selbstzweifel oder den Sinn von Social Media für unseren Beruf. Obgleich sich das Angebot explizit an Jüngere richtet, höre ich als Ü50-Mensch auch gerne rein: [journalist.de/podcast](http://journalist.de/podcast).

+++ Bereits 13 Folgen produzierten seit Februar dieses Jahres die Journalistinnen Geraldine Friedrich und Francoise Hauser von ihrem „Der Freien-Podcast“. Die Themen lauten unter anderem „Bücher schreiben im Eigenverlag“, VG Wort, „Das eigene Online-Magazin“ oder „Willkommen im Freigabe-Zirkus“, zuweilen sind



Das Fundstück

Innenminister Joachim Hermann spricht nach der Messerattacke in Würzburg mit Journalist\*innen. Dass die Ereignisse für die *Main-Post* eine Herausforderung waren, schildern Kolleg\*innen auch im Podcast. Foto: Silvia Gralla

auch Gäste dabei. Fein, dass die erfahrenen Kolleginnen uns an ihrem Wissen teilhaben lassen: [bjvlink.de/freien-podcast](http://bjvlink.de/freien-podcast).

+++ Unmittelbar ums Handwerk geht's bei „Wie haben Sie das gemacht?“, dem gemeinsamen Podcast von *Reportagen.fm* und der Reportageschule (Reutlingen). Hiervon gibt es derzeit bereits acht Folgen, hier eine Auswahl: Amonte Schröder-Jürs spricht mit Paul Gäbler über ihre bemerkenswerte halbjährige Recherche („Alle für einen“) für das *Süddeutsche Zeitung Magazin*; Anne Jeschke spricht mit Julia Friedrichs über die Recherche zu Friedrichs' Buch „Working Class“. Auch hier erhält man aus erster Hand interessante und inspirierende Einblicke: [bjvlink.de/wie](http://bjvlink.de/wie).

## Medienethisches Lehrstück

Nicht als Ratgeberpodcast gedacht sind die Mitte Juni gestarteten „Mordsgespräche“ der *Main-Post*. Die Würzburger Kollegen schrieben zur ersten Folge: „Der neue Podcast ‚Mordsgespräche‘ fasst nicht nur die detaillierte Berichterstattung, mit der die Redaktion einen solchen Fall begleitet, zusammen. Die Reporter lassen im Podcast außerdem ihre Erfahrungen und Gedanken mit einfließen, die sie während der Recherche des Falls erlebt und gedacht haben.“ Das war noch vor Freitag, 25. Juni. An jenem Tag erstach ein 24-Jähriger in der Würzburger Innenstadt drei Frauen und verletzte mehrere Menschen zum Teil schwer. „Messerattacke: So arbeitet die

Redaktion in Ausnahmesituationen“, betitelt am Sonntag darauf Ivo Knahn, stellvertretender Chefredakteur der *Main-Post*, einen Beitrag und schilderte das Handeln, aber auch die vielfältigen Fragen und Nöte seiner Kolleg\*innen: [bjvlink.de/messerattacke](http://bjvlink.de/messerattacke). Am darauffolgenden Dienstag produzierten sie eine Sonderausgabe ihrer „Mordsgespräche“, wobei sie Zweifel äußerten, ob die Wortwahl in diesem Fall die richtige sei. Im 53-minütigen Podcast sprechen Knahn und Reporter Tim Eisenberger mit Moderator Corbinian Wildmeister über verschiedene Aspekte. Zum Einstieg schildern sie den aktuellen Sachstand und wie sie das Geschehene erlebten. Sie geben Einblicke, wie in einer solchen Ausnahmesituation Entscheidungen getroffen werden: „Wann veröffentlichen wir Informationen? Welche Bilder zeigen wir? Wie schützen wir Opfer? Welche ethischen Fragen stellen sich bei der Berichterstattung?“ Auch kleine Fehler, die auftraten werden erwähnt: [bjvlink.de/podcast2506](http://bjvlink.de/podcast2506).

Binnen zwei Stunden hatte das Live-Blog zur Messerattacke rund 300.000 Zugriffe, berichtet Knahn. Dies kann man auch als Beleg dafür deuten, wie wichtig die von Journalisten verbreiteten Informationen im Gegensatz zu den millionenfach abgerufenen Seiten in den sozialen Netzwerken sind. Die Zeitung verzichtete darauf, Bilder und Videos des Täters zu zeigen. Kurz erwähnt werden im Podcast auch die journalistischen Leitlinien der *Main-Post*, die in dieser Situation hilfreich waren. Das Blatt ist eine der wenigen deutschen Zeitungen, die ihre journalistischen Leitlinien veröffentlicht haben: [bjvlink.de/leitlinien](http://bjvlink.de/leitlinien). Mit Anton Sahlender hat man zudem seit 2004 den dienstältesten Leseranwalt (wir berichteten: *BJVreport* 1/2019, PDF: [bjvlink.de/ombudsleute](http://bjvlink.de/ombudsleute)). Das dokumentierte Vorgehen der Kolleg\*innen bei dieser schwierigen Lage könnte als medienethisches Lehrstück dienen. Weiter so!



### Der Autor

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

Foto: Stefan Gregor

# Mitgliederversammlung 2021 – ziemlich digital

Nur wenige werden sich am Ort treffen, die meisten schalten sich am Bildschirm zu

Von Alois Knoller

Haarscharf vor dem ersten Lockdown hatte sich am 7. März 2020 der Bayerische Journalistentag in Pullach eingefunden. Dieses Jahr dagegen erzwingt die immer noch unsichere Pandemie-Lage einen hybriden Ablauf der Mitgliederversammlung am Samstag, 18. September. Nur eine Kernmannschaft wird an einem Ort im Raum München persönlich zusammenkommen. Alle anderen Teilnehmer\*innen können sich in die Versammlung digital einklinken. Auch die fälligen Vorstandswahlen werden digital stattfinden. Geschäftsführer Dennis Amour ist zuversichtlich, dass sich der gesamte Ablauf samt der Abstimmungen rechtssicher organisieren lässt. Die Einzelheiten werden gerade noch vereinbart.

## „Sie brauchen ein starres Gerüst“

Aus anderen Landesverbänden liegen zur digitalen Abwicklung wertvolle Erfahrungen vor, die auch in die bayerische Planung einfließen. So hat der DJV Nordrhein-Westfalen schon im zweiten Jahr seine Mitgliederversammlung hybrid abgehalten. „Es ging relativ problemlos“, berichtet Sabine Becker-Stils, die als Assistentin von Geschäftsführer Volkmar Kah intensiv in die Organisation einbezogen war. Freilich seien einige nötige Spielregeln zu beachten, damit die Versammlung sowohl rechtssicher als auch gut steuerbar ablaufen kann. Es tagt sich einfach anders, wenn mehr als 100 Teilnehmer digital an ihren Bildschirmen zugeschaltet sind und ein Tagungspräsidium neben der korrekten und effizienten Veranstaltungsleitung auch noch einen reibungslosen technischen Ablauf gewährleisten sollte. „Es muss eine Person anwesend sein, die sich ausschließlich auf die Technik konzentriert“, rät Becker-Stils. „Sie brauchen ein starres Gerüst, sonst entgleitet Ihnen die Tagungsleitung.“

NRW sorgte für eine strikte Disziplin während der Versammlung. Die Redezeit war generell auf drei Minuten begrenzt. Denn: „Die Leute sitzen zuhause im Garten oder auf der Couch und fangen an, endlos zu diskutieren“, erklärt die Assistentin die andersartige Konstellation. Jeder ist ja für sich, eine Rückmeldung aus der Gruppe findet kaum statt. Um geordnet zu debattieren,

müssen alle Mikrofone außer dem Sprecher stumm geschaltet sein („sonst werden Sie ganz irre“). Am besten verzichten alle anderen auch auf die Kamera. Wortmeldungen sind nur über einen Kanal möglich, die Hand zu heben im Bildschirm genügt nicht. Leicht würde jemand übersehen oder nicht namentlich im Protokoll festgehalten werden. Ein echtes Problem stellt zuweilen die mäßige Verbindungsqualität auf-

## „Die ganze Versammlung war ein ziemlich strammer Ritt.“

Heidje Beutel, Landesvorsitzende Thüringen

seiten der Teilnehmer\*innen dar, sodass man vom Wortbeitrag dieses Mitglieds schier nichts versteht.

Für die Wahlen legte NRW die Hürden besonders hoch. Um teilnehmen zu dürfen, war eine Zwei-Wege-Authentifizierung erforderlich. Zum Passwort also noch ein zusätzlicher, über SMS versendeter Code. Ausgesprochen kritisch ging die NRW-Geschäftsstelle an den Dienstleister des Wahltools heran. „Wir hatten 23 Angebote, aber viele konnten eine vollständige Anonymisierung der Wähler nicht garantieren“, erzählt Sabine Becker-Stils. Außerdem sollte das Tool in der Lage sein, parallele Wahlgänge zu bewerkstelligen und auch spontan genannte weitere Wahlvorschläge einzupflegen. Es lief noch die Wahl der Delegierten, während bereits die Abstimmung über die Vorstandsmitglieder begann. Letztlich entschied sich NRW für den Anbieter, der auch einen persönlichen Problemlöser stellte, denn nicht jedes Mitglied kommt auf Anhieb mit der Technik zurecht.

Auf der BJV-Mitgliederversammlung wird turnusgemäß nach zwei Jahren der geschäftsführende Vorstand wieder gewählt. Auch der Aufnahmeausschuss und wahrscheinlich das Verbandsgericht sind mit frischen Mandaten zu besetzen. Konkret wird der Schnupperbeitrag für neue Mitglieder. In den ersten zwölf Monaten sollen sie jeweils nur 9,90 Euro bezahlen, dann wechseln sie in die ordentliche Mitgliedschaft über – wenn sie nicht kündigen. Der DJV unterstützt das Modell, indem er nur

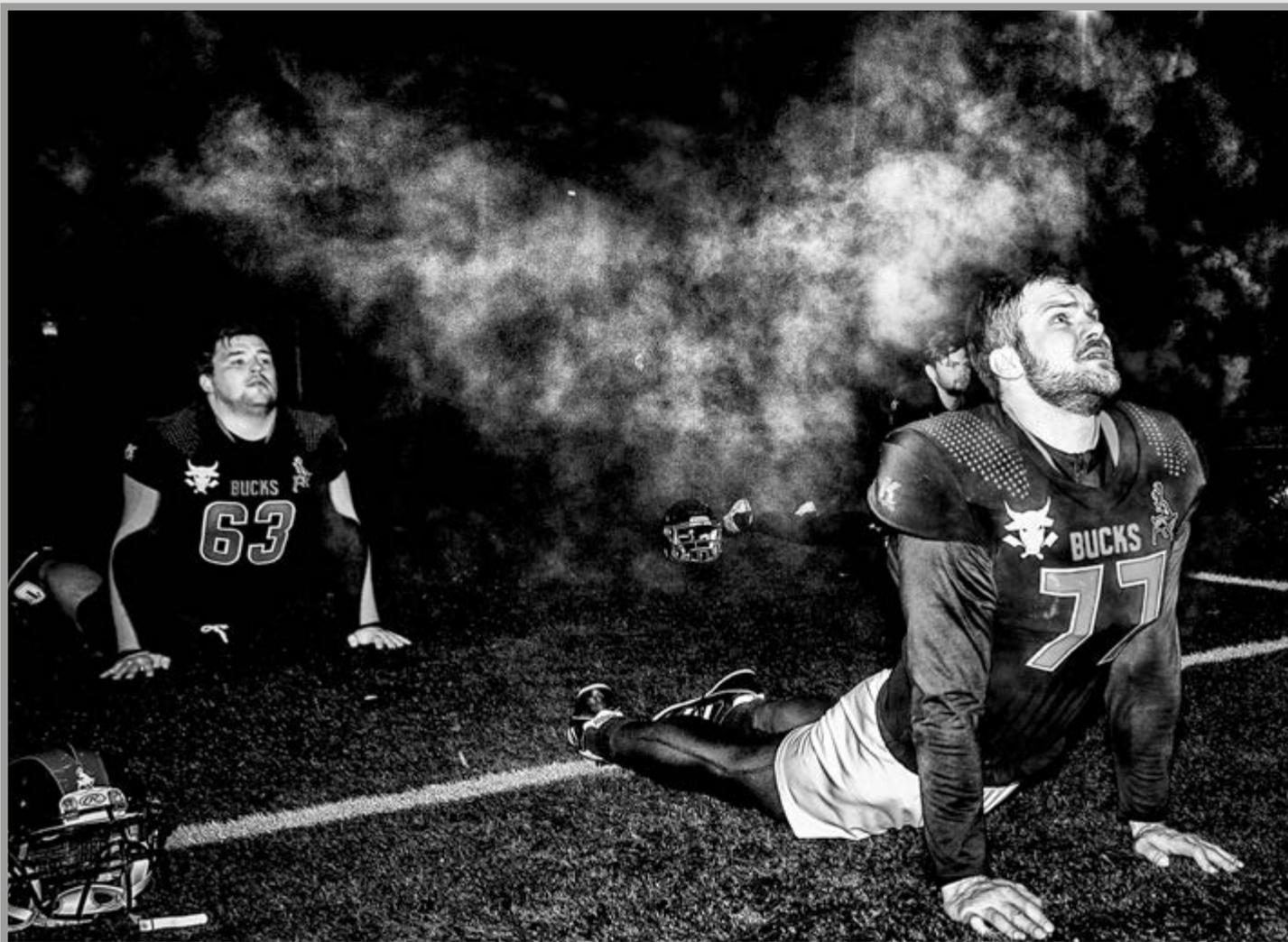
halbierte Abführungen von den Landesverbänden für die Schnuppermitglieder verlangt. Der BJV-Beitrag selbst bleibt stabil, sollte aber mehr auf prekäre Einkommenssituationen Rücksicht nehmen, wie sie pandemiebedingt vor allem für freie Journalist\*innen mangels Aufträgen entstanden sind. Eine Änderung der Satzung ist laut Geschäftsführer Amour erforderlich, um nach der gesetzlichen Übergangslösung weiterhin eine rechtssichere digitale Teilhabe an der Verbandsdemokratie zu ermöglichen. Schließlich soll die Verfassung des Verbandsgerichts an die Vorschriften angepasst werden. „Die Einladung wird satzungsgemäß mindestens vier Wochen vor der Mitgliederversammlung erfolgen“, kündigt Dennis Amour an. Darin werde man dann alle erforderlichen Angaben finden, über die momentan der Vorstand noch brütet. Selbst eine corona-konforme Wahl der Tagungsstätte für Vorstand, Tagungspräsidium, Antragskommission und Geschäftsstelle gestaltet sich nicht einfach: Pro Person werden zehn Quadratmeter beansprucht.

## „Ein bisschen andere Leute als sonst“

Mit weit weniger Aufwand kam die Thüringer Landesvorsitzende Heidje Beutel bei der Mitgliederversammlung 2021 zurecht. Vorstand und Zählkommission saßen im Landesbüro, an den Bildschirmen schalteten sich zwei Dutzend Mitglieder dazu. „Es waren ein bisschen andere Leute, als sonst dabei sind“, erklärt Beutel. Die ganze Versammlung sei „ein ziemlich strammer Ritt“ gewesen, in zwei Stunden war sie vorbei; sonst nimmt sie fünf Stunden in Anspruch. Verglichen mit einer Präsenz-Veranstaltung sei die Zoom-Konferenz „mitnichten ein Ersatz“ gewesen. Aber immerhin holt der Verband die Mitglieder beim digitalen Stammtisch alle zwei Wochen zusammen. Nun hofft Heidje Beutel, im Herbst doch die verschobene Jubiläumsfeier des DJV Thüringen als Fest mit den Kollegen feiern zu können.



Ordentliche Anträge zur BJV-Mitgliederversammlung sind spätestens zwei Wochen davor bei der Geschäftsstelle einzureichen. Mehr: [bjv.de/bjv21](http://bjv.de/bjv21)



# Pressefoto Bayern 2021

Der BJV sucht die besten Pressefotos des Jahres.  
Bis zum 18. Oktober können Fotografinnen und Fotografen,  
die hauptberuflich journalistisch tätig sind,  
Bilder in sieben Kategorien einreichen.  
Preise im Wert von insgesamt 11.500 Euro.

Infos und Anmeldeformular: [www.bjv.de/pressefoto2021](http://www.bjv.de/pressefoto2021)

Ein Wettbewerb des Bayerischen Journalisten-Verbandes e.V.

**BJV**

[facebook.com/bjvde](https://www.facebook.com/bjvde) [twitter.com/bjvde](https://twitter.com/bjvde) [instagram.com/pressefotobayern](https://www.instagram.com/pressefotobayern)

# „Du siehst das Bild und brauchst keinen Text mehr“

Schmuckbilder und Stockfotografie haben mit Fotojournalismus nichts zu tun. Echte Pressefotografie wird zunehmend selten. Es braucht ein neues Bewusstsein für ihren Wert.

*Von Michaela Schneider*



**E**s ist ganz entscheidend, dass sich Fotojournalisten auch als solche verstehen“, sagt Felix Koltermann. Ihr Job sei es längst nicht nur zu fotografieren, sondern auch zu recherchieren, Inhalte zu liefern und das Kerngeschäft Journalismus zu verstehen. Er fordert: Fotojournalisten gehören in die Newsrooms rein. Seit Herbst 2019 arbeitet der 41-Jährige als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Studiengang „Fotojournalismus und Dokumentar fotografie“ der Hochschule Hannover und leitet das vom Niedersächsischen Ministerium für Wissenschaft und Kultur geförderte Forschungsprojekt „Wandel bildredaktioneller Praktiken im digitalen Zeitungsjournalismus“. Koltermann nimmt kein Blatt vor den Mund: Fotojournalismus werde in Deutschland gerade in Zeitungsredaktionen nicht sehr wichtig genommen. Es gehe oft kaum mehr um Bildinhalte, sondern um „ein ansprechendes Layout mit Fotografie“. Hier mache sich auch der Einfluss des digitalen Journalismus und der sozialen Netzwerke bemerkbar, die per se (irgend)ein Bild brauchen. Zurückgegriffen wird immer stärker aufs kostengünstige Agenturmaterial und Stockfotos. Liegt echte Pressefotografie im Sterben?

Es gibt noch Lichtblicke – und gerade im Lokaljournalismus kann guter Fotojournalismus für Aufmerksamkeit sorgen. Das zeigte sich, als Ralf Lienert, Leiter Bildredaktion bei der *Allgäuer Zeitung*, einen der ältesten Bergbauern im Allgäu porträtierte, der entschieden hatte, seine letzten Kühe zu verkaufen, weil sich die Viehhaltung nicht mehr lohnt. Fotos zeigten den 87-Jährigen im Stall zwischen seinen letzten verbliebenen Tieren. Sie erzählten ohne Worte von der kalten Stimmung eines Bergmorgens, von Einsamkeit, Melancholie, Vertrautheit zwischen Mensch und Tieren, von einem zerbrechenden Lebenswerk und sterbenden Handwerk. Mancher Landwirt kritisierte zwar, dass die Zeitung statt moderner Betriebe einen so alten Stall zeige. Die positive Resonanz unter Kolleg\*innen aber war laut dem Fotografen gleichzeitig enorm.

Doch wie entstehen Pressefotografien von so authentischer Aussage? „Wenn Dich die Menschen kennen, beachten Sie Dich nicht mehr“, sagt Lienert, der seit 1980 für die *Allgäuer Zeitung* arbeitet. Auf die Alpe fuhr er eine Stunde vor Beginn der Stallzeit und unterhielt sich ausgiebig mit dem Älppler-Ehepaar. „Ich bat Kaspar Weber: Arbeite als wäre ich nicht da. Das funktionierte aber nur, weil ich schon vorher vor Ort war“, erzählt der 57-Jährige. Auf die Frage, was guten Fotojournalismus ausmache, gerät Lienert ins Schwärmen: „Du siehst das Bild und brauchst keinen Text mehr. Es setzt Kopfkino frei. Es muss eine Geschichte erzählen, die authentische Stimmung muss zurückkommen. Ein gutes Pressefoto muss Emotionen festhalten.“

## „Die Ernsthaftigkeit unseres Berufs wurde in Redaktionen noch nie gesehen.“

Thomas Geiger, Vorsitzender der BJV-Fachgruppe Bild

Mit anderen Worten: In Redaktionen braucht es ein Grundverständnis dafür, dass Pressefotografie mit netten, rasch geknipsten Schmuckbildern nichts gemein hat. Und es braucht die Bereitschaft, guten Fotojournalismus finanzieren zu wollen. Die Realität allerdings erzählt anderes und Unkenrufe, dass die Pressefotografie im Sterben liege, sind nicht unbegründet. Während die *Allgäuer Zeitung* nach wie vor fünf Fotojournalist\*innen in Festanstellung beschäftigt und als einer der wenigen verbliebenen Verlage überhaupt noch ein Fotovolontariat anbietet, um eigenen, fotojournalistisch ausgebildeten Nachwuchs heranzuziehen, arbeiten andere Häuser wie *Der neue Tag* in Weiden oder auch die *Mittelbayerische Zeitung* nur noch mit freien Fotograf\*innen.

Die *Nürnberger Nachrichten/Nürnberger Zeitung* verzeichnen immerhin noch sechs Festanstellungen, zusätzlich bestehen Pauschalverträge mit einer Sportfotoagentur und einer Blaulichtagentur. Auch die Redaktionen der *Augsburger Allgemeine* sind mit fünf Fotojournalist\*innen noch recht gut bestückt, allerdings schreitet der Stellenabbau voran: Gingen Fotograf\*innen in Ruhestand, wurde nicht nachbesetzt. Bei der *Main-Post* arbeiten, wie stellvertretender Chefredakteur Ivo Knahn informiert, ein festangestellter Fotograf sowie elf Fotografinnen und Fotografen, „die bei uns Tagesdienste und die herausragende Einzelthemen im gesamten Verbreitungsgebiet übernehmen. Sechs der Freien fotografieren hauptberuflich.“ Noch einen Kollegen in Anstellung beschäftigt auch die *Fränkische Landeszeitung* (siehe Feature zu Jim Albright's Arbeitsalltag, Seite 16+17), zwei sind es beim *Main Echo* und drei beim *Fränkischen Tag*.

## Hungerhonorare für Freie

Was zudem auffällt: Fotohonorare für freie Fotograf\*innen variieren selbst in Verlagen extrem – nicht nur innerhalb von Lokalredaktionen, sondern oft auch von Fotograf\*in zu Fotograf\*in. Mit einem Honorar von im Schnitt 50 Euro fürs Bild, spielen die *Nürnberger Nachrichten* in der eher oberen Liga mit, wenn auch trotzdem noch weit entfernt von den empfohlenen Honoraren der Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing (mfm). In anderen Häusern finden sich immer wieder auch unter zehn Euro fürs Bild auf Honorarlisten.

Dem Hungerlohn der Zeitungsverlage gegenüber stehen gleichzeitig hohe Ausgaben. Thomas Geiger, Vorsitzender der Fachgruppe Bild im BJV und selbst freier Fotojournalist, rechnet dies exemplarisch vor. Der „normale Fotojournalist“ kommt mit Blick auf Kamera- und PC-Ausrüstung, Bildprogramme und Internetpräsenz im Schnitt auf monatliche Kosten von rund 750 Euro, der Sportjournalist gar auf 1300 Euro. Noch nicht hineingerechnet hat Geiger in beide Fällen Ausgaben für Handy, Auto, Internet-Flatrates, Cloudkosten,

Büro- und Finanzsoftware, Speicherkarten, externe Festplatten, Drucker oder auch gelegentliche Zusatzkosten wie die Miete von Spezialoptik oder einer Blitzanlage. Wer als Freier oder Freie nicht etwa auch auf Hochzeiten, Messen oder für die Industrie fotografiert, kann heute vom Fotojournalismus allein in den seltensten Fällen leben.

### Im Idealfall im Team unterwegs

Doch das ist für Geiger noch nicht einmal das größte Problem, er sagt: „Die Ernsthaftigkeit unseres Berufs wurde in Redaktionen noch nie gesehen.“ Eine eigene Bildredakteurin, wie es sie etwa bei der *tz München* noch gibt, ist heute die Ausnahme. Und dass wenig aussagekräftige Fotos entstehen, hat oft auch damit zu tun, dass Redaktionen kaum Hintergrundinformationen zu den Aufträgen liefern. Im Idealfall, aber eben viel zu selten, sollten der textende und der fotografierende Journalist im Team zusammenarbeiten, rät Geiger. Auch neue technische Herausforderungen machen seine Arbeit nicht leichter. So kam es schon vor, dass der Fotojournalist für ein Onlineportal ein einziges Bild liefern sollte, das im extremen Querformat 1:8 auf der Website ebenso funktioniert wie im „Fast-Hochformat“ fürs Tablet. Andernorts sind Pressefotos so zu gestalten, dass sich Text einbauen lässt.

Entsteht der Eindruck, dass es kaum mehr um die eigentlichen Inhalte geht nach dem Motto „Hauptsache, es sieht schön aus“, kann Geiger nur den Kopf schütteln. Im Kolleg\*innenkreis erlebt er inzwischen großen Frust, weil gelungene Pressefotografie am Ende kaum gewürdigt wird. Er ist überzeugt: Falls der Fotojournalismus stirbt, dann geschieht dies wegen mangelnder Anerkennung durch Verlagsführungen, Redaktionen und Nutzer\*innen.

Leidenschaftlich forderte im Zuge einer Ausstellungseröffnung auch Kurt Tauber, Leiter des Deutschen Kameramuseums in Plech nahe Bayreuth, dass sich am Redaktionsdenken wieder etwas ändern müsse. Im Gespräch mit dem *BJVreport* appelliert er an Engagement, Wagemut und Berufsauffassung. Jahrelang hatte der heutige Ruheständler selbst als Redaktionsleiter in Pegnitz beim *Nordbayerischen Kurier* gearbeitet und in dieser Zeit zum Beispiel Fotos über zwei volle Zeitungsseiten eingeführt oder ganze Bildreportagen zum Fußballspiel des Tages veröffentlicht. Dass Redaktionen heute lieber Leserreporter\*innen knipsen lassen, dass sie auf Fotos der Einsatzkräfte warten statt selbst zum Unfall zu fahren oder den Polizeibericht mit einem sogenannten Symbolfoto bebildern: Dafür zeigt Tauber wenig Verständnis. Und er sagt: „Heute entstehen und erscheinen viele Fotos zufällig.“ Themen aber müssten auch mit Blick aufs Pressebild im Vorhinein geplant werden.

Dass es auch heute noch anders geht, zeigt sich im Gespräch mit Sophie Linckersdorff. Die 21-Jährige belegt im Studiengang Fotodesign an der Hochschule München den

Schwerpunkt Bildjournalismus und arbeitet seit geraumer Zeit regelmäßig unter anderem für die Bayernredaktion der *Süddeutschen Zeitung*. 2020 gewann sie beim Wettbewerb Pressefoto Bayern 2020 in der Kategorie „Bayern – Land und Leute“. Für die Münchnerin war im Studium schnell klar, dass sie sich in keinen inszenierten Welten wie dem Modejournalismus bewegen wolle. „Das bin ich nicht“, sagt sie, ergänzt: „Als Fotojournalistin gehst Du raus, tauchst in echte Welten ein, hast einen Türöffner zu ganz vielen, interessanten Menschen.“ Authentizität und Glaubwürdigkeit hält Sophie Linckersdorff dabei extrem hoch: Selbst, wenn sie gebeten werde, später einen Pickel zu retuschieren, erklärt sie Porträtierten, weshalb sie dies bei einer fotojournalistischen Arbeit niemals macht. Stichwort Authentizität.

Dass man – auch wenn es gut läuft – als freie Fotojournalistin nichts geschenkt bekommt: Dessen ist sich die 21-Jährige bewusst. Die Motivation und den Antrieb sich auf den Beruf trotzdem einzulassen, zieht Linckersdorff auch aus der Wertschätzung, die sie bei der SZ erlebt. In der Bayernredaktion sei sie fast immer im Team mit dem Autor oder der Autorin unterwegs, manchmal einen ganzen Tag lang ohne Zeitdruck. Bild und Text bereicherten sich, Fotos würden regelmäßig großformatig gedruckt.

Dass es bei der jungen Kollegin so gut läuft, hängt sicher auch damit zusammen, dass sie sich breit aufgestellt hat und neben Fotos auf Redaktionsbestellung auch Tonaufnahmen und Bewegtbild liefert. Außer einem externen Mikrofon sei dafür kein zusätzliches Equipment nötig, sagt sie. Multimediale Umsetzungen, Storytelling im Netz und „Longreads“ hätten enorm an Bedeutung gewonnen.

Felix Koltermann geht noch einen Schritt weiter und rät künftigen Fotojournalist\*innen ganze Projekte anzubieten, gegebenenfalls auch mit Text, und stärker noch innovativ nach neuen digitalen Formaten zu suchen. „Klassische Bildgeschichten gibt es zum Beispiel bislang kaum auf Insta“, sagt er. Und: „Bietet Euch nicht nur als Fotograf an, sondern als der Fotojournalist, der auch gute Texte mitliefern kann.“

## „Als Fotojournalistin gehst du raus, tauchst in echte Welten ein.“

Sophie Linckersdorff, Fotojournalistin



### Hinter der Recherche

Auch das *BJVreport*-Redaktionsteam machte zunächst den Fehler, dass in der Planungskonferenz Textjournalist\*innen unter sich blieben, um über die Cover- und Titelstreckengestaltung zu diskutieren. Die BJV-Fachgruppe Bild kritisierte dies zurecht, seitdem schalten wir einen Fotojournalisten oder eine Fotojournalistin zu. Eine klare Win-Win-Situation.

### „Hast du grad Zeit? Fahr schnell hin!“

„Es passiert mehr Unvorhergesehenes als früher“, sagt **Klaus Haag**, der für *Münchner Merkur* und *tz* fotografiert. Mit kurzfristigen aktuellen Änderungen und spontanen Ideen für Geschichten muss er rechnen. „Hast du grad Zeit? Fahr schnell hin!“ Dabei ist er einer, der sich schon auf dem Weg zum Termin überlegt: Was mache ich für ein Foto? Vor Ort versucht er aus den Mosaiksteinen, die er vorfindet, ein Bild zusammen zu fügen. Haag erzählt zudem: „Es gibt Kollegen, die sofort wieder weg müssen. Ich nehme mir allerdings – egal wie pressant es ist – die Zeit, wenigstens die Linien geradzustellen. Heute schickt man möglichst vor Ort schon mit Laptop die Bilder, damit die Kollegen gleich für Online planen können. Viele Kollegen machen sich selbst so einen Druck, aber zaubern kann niemand. Aber weil man vor Ort schneller ist, wird man von Termin zu Termin gehetzt. Dadurch verwischt die eigene Handschrift als Fotograf und man wird austauschbar. Ich habe das Glück, dass ich auch auf Reportage geschickt werde, wo ich mich fotografisch richtig austoben kann. Dabei ist mir wichtig, dass sich die Abgebildeten im Bild wiederfinden. Mit guten Bildern bleibt der Leser beim Artikel hängen. Wirklich traurig finde ich, dass in der Zeitung oft der Platz nicht da ist, ein schönes Foto groß genug auf die Seite zu bringen. Oder der Layouter schneidet weg, was für die Bildgestaltung enorm wichtig ist und das Bild zu einem Hingucker macht. Online will sowieso immer kleine Bilder – gleichzeitig für beide zu arbeiten haut eigentlich nicht hin. Immerhin hatte die Redaktion stets das Vertrauen: Der Haag bringt schon was g’scheits. Heute wollen die Kolleg\*innen gern draufschauen, welches Bild ich mache.“

### „Das Armenhaus des Bildjournalismus“

„Vielleicht ist das Lokale ja das Armenhaus des Bildjournalismus, es taugt weder zum Status noch zum Reichwerden“, meint **Annette Zoepf**, die frei in Augsburg arbeitet. „Aber ich mag’s einfach, weil ich dabei Kontakt zu den Leuten in meiner Stadt habe – quer durch den Gemüsegarten.“ Außerdem ist sie seit 26 Jahren sehr viel für kirchliche Auftraggeber unterwegs. In der Corona-Zeit mag die Eventfotografie stark zurückgegangen sein, aber Gottesdienste haben immer stattgefunden. „Dank meiner bewährten Arbeit – ich bemühe mich immer frühzeitig und auf korrekten Wegen um Akkreditierung und ich weiß, wie man sich diskret bewegt, und respektiere die Würde des Anlasses – durfte ich sogar zur Osternacht in der fast menschenleeren Hauskapelle des Augsburger Bischofs als Einzige fotografieren unter sehr beengten Umständen.“ Sie habe den Eindruck, man bemühe sich, sie nicht verhungern zu lassen. Auch die Lokalredaktion bemüht sich, Aufträge gerecht zu verteilen, auch wenn gespart werden muss. Leider ist die Stadtteilbeilage für die vertiefte Lokalberichterstattung verschwunden, für die sie sehr viel fotografiert hat. „Ich sehe eine große Wertschätzung in der Redaktion, inzwischen werden auch Bilder von uns Freien ganz selbstverständlich von der Zeitung archiviert. Bei Symbolbildern wird allerdings gern das Bild von angestellten Kollegen genommen“, so ihre Erfahrung. Durch Corona habe sich die direkte Abstimmung zwischen Fotografin und Reporter\*in vertieft, sodass man zielgerichtet zusammenarbeitet. Aktuelle Bilder schnell zu liefern, ist heute Standard: „Ich habe technisch das Bildersenden aufs Smartphone verlagert.“

### „Voller Spielraum zur kreativen Gestaltung“

„Die Wünsche der Auftraggeber haben sich vor allem dahin gehend geändert, dass die Anzahl der abzuliefernden Bilder zugenommen hat“, stellt **Daniel Karmann** fest, der als Freier in Nürnberg vorwiegend für *dpa* fotografiert. Das hat vor allem mit der Zunahme digitaler Präsenz der Medien zu tun. Für Print bleibt es dabei, die Thematik so gut wie möglich in einem Bild oder wenigen Bildern festzuhalten. Die Aufträge kommen meist recht kurzfristig und bestehen meist aus aktuellen journalistischen Themen quer durch diverse Kategorien (Reportage, Wirtschaft, Sport, Politik, tagesaktuelle Nachrichten ...). Karmann sagt: „In meiner Arbeit habe ich – immer den Umständen vor Ort entsprechend – vollen Spielraum zur eigenen kreativen Gestaltung der Bilder. Es gibt Pflichtbilder und die Kür. Beide sollten in der Auswahl vertreten sein.“ Am meisten verändert hat sich laut dem Fotojournalisten die Rechte-Problematik seit dem Inkrafttreten der DSGVO. Der Spielraum, um im öffentlichen Raum Menschen zu fotografieren, habe sehr abgenommen. Zum Positiven verändert habe sich, dass der Wunsch nach qualitativer (Presse-)Fotografie oft geäußert wird. Viele Medien fordern heute zusätzlich zu den Fotos auch Video. Karmann: „Je nach Termin ist es schon sehr anstrengend, sich 100-prozentig auf beides zu konzentrieren wenn man gute Arbeit abliefern möchte. Dafür, dass der Stellenwert des Bildes immer noch – ob gedruckt oder digital – der treibende Faktor des Informations-Konsums für jeden ist, hat die Fotografie auf der Honorierungs-Ebene nicht den angemessenen Stellenwert.“

### „Verständnis für eine unterschiedliche Ästhetik“

„Für mich ist es eine positive Entwicklung in der journalistischen Fotografie, dass der eigene Stil eine immer größere Rolle spielt“, urteilt **Jana Margarete Schuler**, freie Dokumentarfotografin in Bamberg. Während früher Fotografie doch oft als Handwerk verstanden wurde, sei heute ein Verständnis für die unterschiedliche Ästhetik der Fotograf\*innen vorhanden. Schuler sagt: „Es ist alles andere als egal, welchen Fotografen oder welche Fotografin man beauftragt. Jeder hat eine eigene Bildsprache, Bildbearbeitung und auch im Umgang mit Protagonisten gibt es große Unterschiede. So etwas wie ein ‚neutrales‘ Foto gibt es sowieso nicht – mit jeder Motivauswahl entscheiden wir als Pressefotograf\*innen, was wir zeigen möchten.“ Gleichzeitig steige der Anspruch an Flexibilität. Aufträge werden oft sehr kurzfristig erteilt. Schuler: „Manchmal herrscht die Vorstellung, man säße als selbstständiger Fotograf im Büro und würde auf neue Aufträge warten. Das ist selten so. Es gibt immer etwas zu tun, man ist viel unterwegs und es kann passieren, dass man in einer anspruchsvollen Fotoreportage das Mail-Postfach vernachlässigt. Dass diese Flexibilität überhaupt möglich ist, liegt auch am technischen Fortschritt, der kompaktes, hochwertiges Equipment ermöglicht. Wenn ich Geschehnisse einfange, ist es ein großer Vorteil, dass ich keine riesige Fotoausrüstung mehr mitschleppen und aufbauen muss. Zu viel Krimskrams ist einfach hinderlich: Ich möchte und muss schnell reagieren können, um gute Momente einzufangen.“

Alois Knoller

# „Da verdiene ich mehr, wenn ich Burger brate“

Lars Bauernschmitt zu den Folgen des Strukturwandels auf dem Bildermarkt

Von Maria Goblirsch

**E**r berichtet im Interview mit dem *BJVreport* von einem massiven Rückgang der Einnahmen von Bildjournalist\*innen während der Corona-Pandemie. Lars Bauernschmitt, Professor an der Hochschule Hannover.

*Sie haben zum vierten Mal die Situation auf dem Bildermarkt beleuchtet. Wie hart trifft die Corona-Pandemie Fotograf\*innen?*

**Lars Bauernschmitt:** Die Situation derjenigen, die überwiegend journalistisch fotografieren, ist bedenklich. Während Fotograf\*innen, die überwiegend werbliche Aufträge erledigen, im Jahr 2019 auf einen Jahresnettoumsatz von mehr als 93.000 Euro kamen, waren es bei den redaktionell arbeitenden nur 32.000 Euro. Im vergangenen Jahr sanken die Umsätze dann um fast ein Drittel auf 61.000 Euro werblich und unter 21.000 Euro redaktionell. Da verdiene ich mehr, wenn ich bei McDonalds Burger brate. Hier stellt sich die Frage, wer in Zukunft unter solchen Bedingungen noch journalistische Bilder liefern wird.

*Wo sehen Sie die Ursachen für diese Entwicklung?*

Die Zahl der Tageszeitungen hat sich seit 1992 um ein Viertel, die der Zeitschriften sogar seit 2011 um ein Drittel



Studienleiter Prof. Lars Bauernschmitt.

Foto: Angelina Vernetti

verringert. Die verkauften Auflagen sind seither um mehr als die Hälfte gesunken. Werbegelder wandern ins Internet oder zum Fernsehen ab. Es wird immer mehr Geld in Werbung gesteckt, aber eben immer weniger in die Printmedien, die bisherigen Hauptauftraggeber der Fotograf\*innen. So steigt der Kostendruck auf die Redaktionen, den diese auch an die Bildjournalist\*innen weitergeben. Die Zahl der redaktionellen Fotoaufträge sinkt, zudem steht immer weniger Zeit für einen Auftrag zur Verfügung. Das bedeutet, es gibt weniger Honorar. Und wegen der fallenden Auflagen und des steigenden Bildangebots sinken auch die Honorare für Archivbilder.

*Welchen Einfluss hat die Corona-Pandemie auf die ohnehin schlechtere Auftragslage?*

Die Corona-Pandemie hat Tendenzen verstärkt. Entwicklungen, die seit 30 Jahren ablaufen, wurden gepusht – im Positiven wie im Negativen. Die Arbeit im Homeoffice wird von vielen Bildredakteur\*innen positiv bewertet. Jahrelang gewünschte Arbeitsmodelle, die von den Verantwortlichen blockiert wurden, lassen sich jetzt umsetzen. Kritisch sehe ich dagegen die Entwicklung in der Herstellung und Beschaffung journalistischer Bilder. Fotograf\*innen haben deutlich weniger Aufträge während der Pandemie, weil Veranstaltungen ausfallen. Der Zugang zu Events wird beschränkt, es werden Pools gebildet. Hier müssen wir auch aufpassen, dass solche Pools in Zukunft nicht dazu genutzt werden, unerwünschten Medienvertreter\*innen den Zugang zu Ereignissen zu verwehren. Ein weiterer Punkt: Verlage versuchen, durch den Einsatz von Archivbildern die Kosten zu senken. Sie geben an Fotograf\*innen keine Aufträge mehr, bei denen man nicht weiß, wie lange sie dauern und was am Ende dabei herauskommt. Das ist dann eben auch keine visuelle Berichterstattung mehr, sondern nur eine Illustration des Geschriebenen.

*Welche Rolle spielen Stock- und Agenturfotos im Wettbewerb?*

Auch diese sind zunächst einmal von Fotograf\*innen hergestellt worden und werden honoriert, sind also eine wichtige Einnahmequelle. Kritisch sehe ich die Tendenz vieler Zeitun-

## Zur Person

Lars Bauernschmitt, Jahrgang 1963, ist seit 2008 Professor an der Hochschule Hannover und seit 2011 Sprecher des Studiengangs „Fotojournalismus und Dokumentar fotografie“. Er studierte Kommunikationsdesign an der Universität Gesamthochschule Essen (Folkwang Schule) und Wirtschaftswissenschaften an der Fernuniversität Hagen. Von 1993 bis 2008 war er Geschäftsführer der Fotoagentur VISUM. Seine Lehr- und Forschungsgebiete sind Visual Storytelling, multimediale Erzählformate sowie die Entwicklung des globalen Bildermarktes. 2020 leitete er gemeinsam mit Prof. Dr. Karen Fromm das Lumix Festival für Jungen Bildjournalismus.

gen und Zeitschriften, Fotos nur noch als Icons einzusetzen, die den Inhalt eines geschriebenen Beitrags auf ein Piktogramm reduzieren. Wenn Fotos in journalistischen Publikationen nicht mehr Informationen transportieren als der Wegweiser zur Toilette auf dem Flughafen, lassen Redaktionen die Chancen journalistischer Fotografie in sträflicher Weise ungenutzt.

*Stirbt der Beruf der Fotojournalist\*innen langsam aus?*

Nein, das glaube ich nicht. Aber Fotojournalist\*innen müssen stets ihre potenziellen Abnehmer im Blick haben und sich dem Markt anpassen. Der Bedarf an Bildern wird weiter bestehen, es ist nur die Frage, wer am Ende bezahlt. Wir erleben ja, dass journalistisch ausgebildete Fotograf\*innen in der PR-Branche extrem nachgefragt sind, weil sie authentische Bilder liefern, die ein Unternehmen glaubwürdiger erscheinen lassen. Werbung will niemand um ihrer selbst willen sehen. Ich suche Inhalte im Netz und nehme dafür Werbung in Kauf. Es werden also auch künftig Bilder und Texte benötigt, neben denen Werbung platziert werden kann. Hier können Fotograf\*innen neue Auftraggeber finden.

*Das verändert auch die Anforderungen an die Fotografierenden?*

Wir stecken mitten im Strukturwandel. Das Berufsbild wandelt sich, weil sich die Medien verändern. Der Medienkonsum verschiebt sich aus den analogen in die digitalen Medien. Mit dem Medienwandel verändern sich die Anforderungen an die Journalist\*innen. Sowohl an die, die bisher nur schreiben als auch an die, die bisher nur fotografieren. Wir erleben, dass sich die Berufsfelder immer mehr überlappen. Die Wort-Journalist\*innen sind selbstverständlich mit der Kamera unterwegs, Fotojournalist\*innen führen auch Interviews und liefern zum Bild auch kurze oder längere Texte.

*Was macht das mit den Kolleg\*innen, die bisher nur auf klassischen Ausspielwegen unterwegs sind?*

Die werden älter, verlassen langsam die Branche.

*Die Studie zeigt extreme Einkommensunterschiede zwischen männlichen und weiblichen Fotografen. Zwei Frauen verdienen danach zusammen nicht so viel wie ein Mann.*

Ja, auf den ersten Blick wirkt das schockierend. Schaut man sich die Zahlen aber genauer an, fällt auf, dass wenige Spitzenverdiener in der Werbebranche das Bild beeinflussen. Rechnet man das raus, sind die Unterschiede nicht mehr ganz so krass. Betrachtet man die letzten drei Jahre, ist zudem eine Annäherung zu beobachten. Während die durchschnittlichen Jahresnettoumsätze bei den Fotografinnen steigen, sinken sie bei den männlichen Konkurrenten. Aber wir wissen noch zu wenig über mögliche Ursachen des geringeren Verdienstes der Frauen. Eine mögliche Ursache könnte die bei Frauen höhere Belastung durch die Familienarbeit sein. Um hier mehr zu erfahren, haben wir für 2023 eine größere Erhebung geplant.

*Was müssen junge Fotograf\*innen heute können, um sich am Markt zu behaupten?*

Gesucht wird im Grunde genommen derselbe Typ Fotograf\*in wie vor 100 Jahren. Die neugierigen, offenen Geschichten-Finder\*innen und -Erzähler\*innen mit der Bereitschaft und der Lust, sich mit Menschen und ihren Lebenswirklichkeiten auseinanderzusetzen. Nur dass wir heute andere Techniken nutzen können, um diese Geschichten zu erzählen. Dass man sich mit Datenvisualisierung beschäftigt und überlegt: Bringt mir ein Bewegtbild mehr als ein Foto? Und wo ist ein O-Ton einfach viel prägnanter? Was sich ändert, ist, dass stärker im Team gearbeitet wird. Also: Der weiße männliche Fotograf, der in Springerstiefeln und im Full Metal Jacket über die Felder läuft, wird eher aussterben.

## Wie verändert Corona die Bildbranche 2021?

Die Arbeitsgruppe „image market – business trends“ hat unter Leitung von Professor Lars Bauernschmitt eine Befragung unter 30 Bildagenturen und 243 Fotograf\*innen durchgeführt, darunter auch DJV-Mitglieder. Überwiegend sind diese nicht angestellt tätig.

Das Fazit: Die Corona-Pandemie hat zu massiven Einbrüchen bei den Umsätzen geführt. Acht von zehn befragten Fotograf\*innen meldeten einen starken Rückgang der Fotoaufträge – und damit auch ein geringeres Auftragsvolumen. Der durchschnittliche jährliche Nettoumsatz lag um fast ein Viertel (23,7 Prozent) niedriger als vor der Pandemie. Nur etwas mehr als zwei Prozent dieses Umsatzverlustes konnten die Befragten durch staatliche Hilfen ausgleichen.

Bei den Bildagenturen verzeichneten 60 Prozent eine deutlich geringere Nachfrage nach Archivmaterial (Rückgang Jahresnettoumsatz 26,3 Prozent). Das Jahr 2020 war geprägt von Absagen. Fast drei Viertel (71,7

Prozent) meldeten aufgeschobene Projekte, über 66 Prozent der befragten Fotograf\*innen Projektabsagen. Über die Hälfte der Fotograf\*innen, die an der Studie teilnahmen, nutzte die Zeit seit Februar 2020 zur Weiterbildung. Ein Viertel der Befragten fotografierte verstärkt Archivbilder für die Vermarktung. Bei zwei von dreien nahm die Sorge um die eigene berufliche Zukunft während der Corona-Pandemie zu.

Alarmierend: Journalistisch arbeitende Fotograf\*innen sind von den Folgen der Corona-Pandemie besonders stark betroffen. Wie schon 2020 liegt ihr durchschnittlicher Jahresnettoumsatz bei 20.000 Euro und damit weit unter dem anderer Tätigkeitsfelder in der Fotobranche. Bei den befragten DJV-Mitgliedern lag 2020 der Anteil journalistischer Arbeiten am Umsatz im Schnitt nur noch bei 28,7 Prozent.

Der 33-seitigen Forschungsbericht kann nachgelesen werden unter [bjvlink.de/Bildermarkt2021](http://bjvlink.de/Bildermarkt2021)

## „Bilder sind ein zeitgeschichtliches Gedächtnis“

Viele analoge Fotoarchive sind gefährdet, findet sich kein Kooperationspartner

Von Daniel Hinz



Wolfgang Maria Weber fühlte die revolutionäre Dynamik und fotografierte, bevor sich die Tore der Stasi auf Druck der Demonstrant\*innen öffneten.

Foto: Wolfgang Maria Weber

**F**rüher Abend, Regen, den Atlantik im Nacken. 97 Menschen im zigarrenförmigen Ungetüm freuen sich auf die Landung in Lakehurst bei New York. Ein leises Zischen. Dann geht es schnell. Das Heck der 245 Meter langen Hindenburg steht nach wenigen Sekunden in Flammen. Der Zeppelin: Aufgelöst. 36 Menschen sterben, die Luftschiffahrt mit ihnen. Das Bild vom 6. Mai 1937 geht um die Welt. Fast jeder hat das Ereignis im Kopf, die Bilder der Flammen sind fest im kollektiven Gedächtnis verankert. Ähnlich wie das erste Bild vom Mond, Bilder des Mauerfalls oder Fotografien des Arabischen Frühlings.

Bilder scheinen eine unmittelbare Wirklichkeit zu vermitteln. Obwohl das Visuelle eine so starke Wirkung hat, gilt im (Print-)Journalismus als Wichtigstes die Schrift. Film- und Fernsehbranche kennen die Macht der Bildgewalt. Zeitungsverlage – so scheint es – weniger. Ist das tatsächlich so und wenn ja, wieso? Analoge Fotoarchive werden als Ballast empfunden. Weil Archivierung und

Digitalisierung aufwändig sind, landen ganze Bildarchive in der Tonne – und damit ein Stück Geschichte.

Auch für Fotograf\*innen ist das heikel. Ein Fotograf im Ruhestand, dessen gesamtes Bildmaterial aus Platzgründen weggeworfen wurde, sagt: „Ich habe geweint, als ich das gehört habe. Die haben mein Lebenswerk vernichtet.“ Ist das ein Einzelschicksal oder ein größeres Problem? Die analogen Bilder aus den Archiven verschwinden. Das Bild-Problem ist zumindest eines, das es bald nicht mehr in dieser Form geben wird: Die meisten Fotos entstehen inzwischen digital, landen direkt in einer Cloud. Vor 20 Jahren war das noch anders.

Einer der das gut weiß, ist Wolfgang Maria Weber. Er ist seit über 35 Jahren Fotograf. Zu seinen Auftraggebern gehören der *Spiegel* und andere Magazine. Er fotografierte schon für die *Süddeutsche Zeitung*, den *Stern*, und *Hörzu*. Ob Pápste, Franz-Josef Strauß, der Dalai Lama oder Arnold Schwarzenegger: Zahlreiche Promis und Politiker\*innen ließen und lassen sich von ihm ablichten. Seine Karriere

startete Weber im analogen Zeitalter. Er arbeitete mit seiner eigenen Dunkelkammer. An Abzügen hantierte er vier-, fünfmal. Solange, bis die Belichtung stimmte. Heute ist das ein Knopfdruck bei Photoshop. Und dieser aus der Zeit gefallene Aufwand in der Nachbearbeitung eines Bildes scheint sich wie ein nicht enden wollender Faden bis heute durchzuziehen, denn die Digitalisierung analoger Fotos ist zeit- und kostspielig.

Wie komplex die Digitalisierung ist, wissen auch die Archive. Das Fotoarchiv der *Süddeutschen Zeitung* lagert rund 550.000 historische Bilder.

Dazu gehören als Unterarchive auch die der *Münchener Neuesten Nachrichten*, der *Münchener Illustrierten* und ein Teilbestand des Berliner Scherl Verlags. Im

Jahr 2002 startete die Digitalisierung des Archivs im Pilotprojekt, seit Mitte der 2000er wird der Bestand systematisch aufgearbeitet. Das schließt das Scannen, die Klärung rechtlicher Aspekte und das Überprüfen auf Plausibilität ein.

Viele analoge Fotoarchive sind gefährdet, wenn sie nicht einen Kooperationspartner finden. Wie etwa beim *Spiegel*, dessen Bestand 2005 in die Deichtorhallen Hamburgs ging, doch das Drei-Millionen-Bilder-Museums-Projekt scheiterte. Aber es gibt auch Hoffnung: Gruner und Jahr hat 2019 sein Bildarchiv verschenkt. Die analogen Bildbestände des *Stern* – rund 15 Millionen Aufnahmen aus den Jahren 1948 bis 2001 – sollen digitalisiert und so der Nachwelt zugänglich gemacht werden. Dafür zuständig ist die Bayerische Staatsbibliothek. Die Vorbereitungen der ersten Phase sind nun abgeschlossen. Die ersten Negative von *Stern*-Journalist\*innen der 70er- bis 90er-Jahre werden jetzt digitalisiert und kategorisiert. Drei externe Firmen und fünf Mitarbeiter\*innen in der Staatsbibliothek kümmern sich darum. Im Frühjahr 2022 soll eine Datenbank mit den ersten hunderttausenden Bildern online gehen, das erste Teilprojekt mit rund zwei bis drei Millionen Bildern bis 2025. Wann alle 15 Millionen Bilder digitalisiert und kategorisiert sind, ist schwer zu sagen.

### Augenzeugen der Gegenwart

Pressefotograf\*innen begleiten als Augenzeugen der Gegenwart historische Ereignisse. Gerade in Krisenzeiten. Etwa während der Corona-Pandemie, man denke an die Bilder aus Bergamo – die Sarg-Karawane Mitte März 2020 –, an ausgelagte Pfleger\*innen und Ärzt\*innen, an überfüllte Intensivstationen. Ja, die steigenden Zahlen, das exponentielle Wachstum, all das kann Angst machen, die Dringlichkeit verdeutlichen. Aber der Mensch ist ein emotionales und soziales, und wenn man so will ein visuelles Wesen: Das tödliche Schicksal direkt vor Augen wirkt stärker als eine abstrakte Kommazahl. Fotograf\*innen dokumentieren und bieten Einblick in nicht-eindringbare Sphären.

## „Die Verlage sollten den Fotograf\*innen die Werke, die sie damals geliefert haben, anbieten.“

Wolfgang Maria Weber, Fotojournalist

Die Dramatik eines Moments eingefangen hat Weber in einem seiner bekanntesten Bilder, während der Besetzung der Leipziger Stasi-Zentrale am 4. Dezember 1989. Als junger West-Fotograf erhielt er einen DDR-Presseausweis, damals „halbwegs revolutionär“, sagt Weber. An diesem Abend, am Rande der Leipziger Montagsdemo ließen die Stasi-Funktionäre auf Druck der Demonstrant\*innen, viele Bürgerrechtler\*innen und West-Reporter\*innen in das Stasi-Gebäude. Dabei entstand das Foto, ein Stück Zeitgeschichte. „Das sind echte Highlights, die, je länger sie zu-

rückliegen, noch wertvoller werden. Das ist verrückt. Am Ende über die Situation und sich selbst halb historisch zu denken. ‚Huch, und da war es schon vorbei.‘

Man war dabei, als die gesamte Gesellschaft umgewälzt wurde.“

Natürlich ist nicht jedes Bild, das in Magazinen oder in Lokalzeitungen gedruckt wird, Dokumentation einer gesellschaftlichen Veränderung. Zieht man das Klischee des Kaninchenzuchtvereins heran, fragen sich Verlage nicht unberechtigt, ob es denn – ganz abgesehen vom individuellen Erinnerungswert – überhaupt einen historischen Wert hat, die Foto-Archive zu digitalisieren. Lohnt sich das?

Wenn sich die Verlage, aus Zeit- oder Geldmangel, bei einem Umzug gegen eine Fortführung des Archivs entscheiden, haben sie eine Verpflichtung, findet Weber: „Die Verlage sollten den Fotograf\*innen die Werke, die sie damals geliefert haben, anbieten. Sie sollten sich melden und sagen: Wir schließen unser Archiv. Wenn Sie wollen: hier in drei großen Kartons Ihre Abzüge.“ Aber auch jeder einzelne Fotograf und jede Fotografin solle sich überlegen, wie man mit den eigenen Bildern umgeht. Weber jedenfalls ist im Prozess. Und hat nach eigenen Aussagen bereits 13.000 Fotos digitalisiert – Reihenfolge nach Wichtigkeit – und online auf der Fotoplattform *fofotofinder.com* hochgeladen.

Ist das Wort fast schon parteiisch? Ein Ereignis in Worte zu fassen, erlebt eine Verzerrung, eine Art Schaden, sobald man vom Gesehenen ins Geschriebene wechselt. Aber auch Bilder zeigen nur Ausschnitte. Bilder sind wichtig. Ob Hindenburg, DDR-Geschichte oder Corona: Pressefotos beeinflussen, wie wir die Vergangenheit wahrnehmen, sie beeinflussen die Gegenwart und verändern die Zukunft. Und hoffentlich erleiden die analogen Foto-Archive nicht ein ähnliches Schicksal wie die Hindenburg.



#### 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

## Vom Streben nach den Kleinigkeiten

Pressefotograf Jim Albright lässt in seinen Berufsalltag blicken, der sich gewandelt hat

Von Johannes Michel



Etwa die Hälfte seiner Termine finde sehr spontan statt, erzählt Jim Albright.

Foto: Johannes Michel

**E**in Mittwochvormittag Ende Juni. Fotojournalist James Edward Albright Jr., den hier alle nur Jim nennen, empfängt in seinem Büro im Verlagshaus der *Fränkischen Landeszeitung* in Ansbach. Wobei: Büro trifft es nicht ganz. Vielmehr wirkt das Zimmer wie ein kleines Museum, ja ein Zeitdokument. Auf dem Schreibtisch das Buch „Mein Leben“ von Bill Clinton, an den Wänden Schwarz-Weiß-Fotos, die Szenen aus US-amerikanischen Militärkasernen zeigen, auf dem Regal ein ganzes Sammelsurium religiöser Gegenstände, von Heiligenfiguren bis zum Lourdeswasser. „Warum ich gerade die religiösen Sachen sammle, keine Ahnung“, sagt Jim und bittet Platz zu nehmen. Standesgemäß in einem alten Lehnstuhl. „Vor wenigen Tagen habe ich erst die Lichterkette von Weihnachten verräumt. Sie macht den Raum so schön hell.“ Bei genauerem Hinsehen findet sie sich im untersten Fach eines Regals.

Seit 1993, bald 30 Jahre, ist Albright Fotograf bei der *Fränkischen Landeszeitung* (FLZ). 1958 wurde er in Texas geboren und trat 1978 in die US-Armee ein. Dort war er

als Heeresjournalist und Fotograf aktiv, studierte zwischenzeitlich in den USA und kam nach Deutschland zurück – erst als Redakteur für verschiedene Armeezeitungen, dann wurde er zum einzigen festangestellten Pressefotografen der FLZ. „Glücklicherweise haben wir viele Redakteure, die auch gute Bilder machen können. Ich

hoffe aber natürlich schon, dass ich einen Nachfolger bekomme, wenn ich in drei Jahren in Rente gehe.“

Was die Arbeit in den vergangenen Jahren deutlich verändert hat, ist das Smartphone. Auf verschiedenen Kanälen, vom klassischen Messenger

bis hin zum Redaktionschat-Programm Stashcat, kommen Termine und Anfragen rein. „Etwa die Hälfte meiner Termine findet sehr spontan statt. Das sorgt zwar für Abwechslung, ist aber doch ein zweischneidiges Schwert. Denn man muss heute viel schneller reagieren als früher, als ein weniger konstanter Flow herrschte. Einiges bleibt dabei auf der Strecke, etwa der Austausch mit den Kollegen im Haus.“ Seinen Tag organisiert Albright auf einem kleinen Notizblock, wo er sich akribisch notiert, was wann und wo ansteht.

Dann geht es los. Erster Termin des Tages, eine Buchprä-

### „Vielseitigkeit trägt wesentlich zum Überleben bei.“

Jim Albrights Rat an den Nachwuchs

sensation: Vor 800 Jahren wurde Ansbach erstmals als Stadt urkundlich erwähnt. Die Bilder sind hier schnell im Kasten, weiter geht es zur nahe gelegenen Hochschule – ein Redakteur möchte etwas über die Hochschule schreiben und braucht begleitende Fotos. Was auffällt: Nach rund 30 Jahren im Einsatz kennt Jim in Ansbach fast jeden – und die Leute ihn. Immer wieder stehen kurze Gespräche an. An der Hochschule ist der Pressefotograf auch selbst als Lehrbeauftragter aktiv. „Meine Studierenden fragen mich gerne: Wird es in Zukunft noch festangestellte Fotografen wie Dich geben? Und ich sage ihnen: Ja, das wird gebraucht. Seid aber klug und stellt euch breit auf, denn schreiben können, fotografieren können und vielleicht auch noch Ahnung haben wie Webseiten programmiert werden oder wie ein Layout funktioniert, das können nicht viele vorweisen. Vielseitigkeit trägt wesentlich zum Überleben bei.“

### Immer wieder kommt was rein

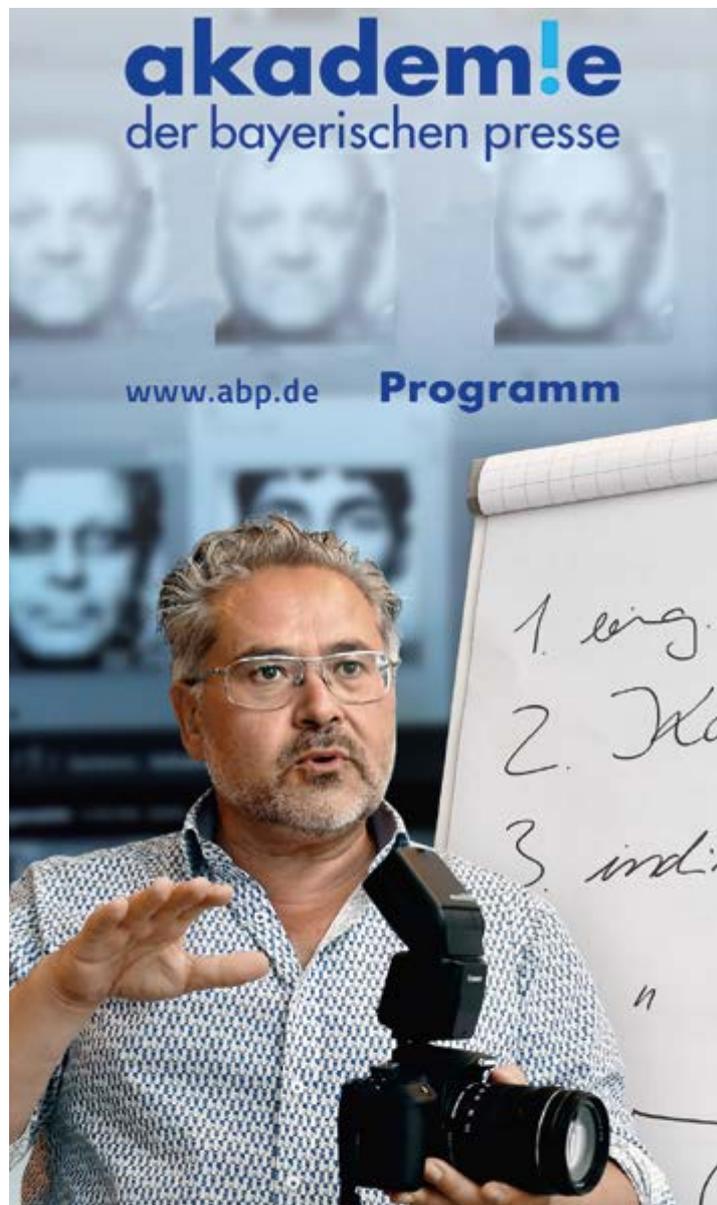
Albright schaut auf sein Smartphone. Erneut ist was reingekommen. Für einen historischen Artikel wird ein Foto aus der Kirche in Heilsbronn benötigt. Also geht es mit dem Auto weiter. „Die Redaktionen entscheiden, welche Fotos ich machen soll und was sie selbst abdecken können. Meistens bleiben für mich die eher schwierigen Situationen, beispielsweise bei schlechtem Licht. Oder Termine, bei denen sich der Redakteur zu hundert Prozent auf den Text fokussieren muss.“ Was für Albright auch ein ganz wichtiges Thema ist: Die eigene Sicht auf seine Arbeit hat sich verändert. Nicht mehr die großen Termine sind es, nach denen es sich zu streben lohnt, sondern eher Kleinigkeiten: „In solchen Situationen entstehen die besten Bilder – und natürlich auch die Kontakte, an die ich mich später gerne erinnere.“ Ein Treffen mit Künstler\*innen, Fotos vom Förster im Wald, ein Termin auf dem Bauernhof. Treffen mit Promis oder hochrangigen Politiker\*innen sind für Jim indes in den Hintergrund gerückt.

Nach einem Besuch im Hofgarten, wo gerade eine Außenbühne aufgebaut wurde, und diversen Baustellenbildern geht es zurück ins Büro. Die Bilder müssen auf den Computer übertragen und bearbeitet werden. Nicht zu vergessen: Daten sind zu sichern, damit nichts verloren geht. Nach einem interessanten Tag heißt es dann, gemäß einem Schild neben Albrights Bürotür: „You are leaving the american sector.“



Auf einem kleinen Notizblock, wird akribisch notiert, was wann und wo ansteht.

Foto: Johannes Michel



## 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:

- Datenjournalismus (01.-03.09.)
- Fernsehen machen – Crashkurs (06.-10.09., Kulmbach)
- Unternehmenskommunikation (06.-17.09.)
- Rhetorik kompakt (09.-10.09.)
- Das Radio-Interview (13.-14.09., Kulmbach)

### Einige Webinare:

- Moderieren von Online-Panels für Journalisten (24./25.08., zweimal 4 Std.)
- Gendern leicht gemacht (26.08., 1 Tag)
- Werbung auf Facebook und Instagram (07.-08.09., zweimal 4 Std.)
- Erste Schritte mit Adobe Premiere (21./22.09., zweimal 3 Std.)

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)

## VERSICHERUNGEN

**NÜRNBERGER**  
VERSICHERUNG**Ulrich Zeidner**  
Leiter UnternehmenskommunikationOstendstraße 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,  
InternetBayerische Landesärztekammer  
Mühlbauerstraße 16  
81677 München  
Telefon: 089 4147-714  
Fax: 089 4147-713  
Mobil: 0172 7516157  
E-Mail: presse@blaek.de  
www.blaek.deVER | SICHER | UNGS |  
KAMMER  
BAYERN

Ein Stück Sicherheit.

Maximilianstraße 53  
80530 München  
www.vkb.de**Claudia Scheerer**  
Pressesprecherin  
Tel.: 089 2160 3050  
Mobil: 0160 58 27 868  
claudia.scheerer@vkb.de**Stefan Liebl**  
Stellvertr. Pressesprecher  
Tel.: 089 2160 1775  
Mobil: 0151 64 91 20 73  
stefan.liebl@vkb.deBLZK |  
Bayerische  
LandesZahnärzte  
Kammer**Isolde M. Th. Kohl**Leiterin Geschäftsbereich Kommunikation  
Telefon 089 230211-130  
Telefax 089 230211-108  
E-Mail ikohl@blzk.deBayerische Landeszahnärztekammer  
Körperschaft des öffentlichen Rechts  
Flößergasse 1, 81369 München  
Internet: www.blzk.de, www.zahn.de

## BILDUNG/WISSENSCHAFT

  
Hanns  
Seidel  
Stiftung**Hanns-Seidel-Stiftung e.V.**  
Lazarettstraße 33 | 80636 München  
Tel. (089) 12 58-473 | E-Mail: presse@hss.de**Hubertus Klingsbögl**  
Pressesprecher www.facebook.com/HannsSeidelStiftung  
 www.twitter.com/HSSde  
 www.instagram.com/stiftunguerdemokratie  
 www.youtube.com/HannsSeidelStiftung

www.hss.de

Im Dienst von Demokratie, Frieden und Entwicklung

## ENERGIE

**Dr. Christian Blümm**Bereichsleiter Marketing  
und Kommunikation  
erdgas  
schwabenerdgas schwaben gmbh  
Postfach 10 15 26 | 86005 Augsburg  
Bayerstraße 43 | 86199 AugsburgTelefon +49 821 9002-361  
Telefax +49 821 9002-365christian.bluemm@erdgas-schwaben.de  
www.erdgas-schwaben.deCorporate Communications Center  
Technische Universität München**Fiorina Schulz**  
Abteilungsleitung  
(kommissarisch)  
Arcisstraße 21  
80333 München  
Tel. +49 89 289 22391  
fiorina.schulz@tum.de  
www.tum.de**Klaus Becker**  
Sprecher des Präsidenten  
(kommissarisch)  
Arcisstraße 21  
80333 München  
Tel. +49 89 289 22798  
klaus.becker@tum.de  
www.tum.de

## Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe BJVreport	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
5/2021	17. September	4. Oktober	18. Oktober
6/2021	19. November	6. Dezember	20. Dezember

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

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

ENERGIE



**Dirk Barz**

Leiter Kommunikation & Marketing

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

Bayerngas GmbH  
Poccistraße 9  
80336 München

NETZE



Dipl.-Journ.  
**Cornelia Benesch**  
Stabsstelle GF-A  
Kommunikations-  
management Netz

schwaben netz gmbh  
Postfach 10 24 12 | 86014 Augsburg  
Bayerstraße 45 | 86199 Augsburg  
Telefon +49 821 455166-360  
Telefax +49 821 455166-299  
cornelia.benesch@schwaben-netz.de  
www.schwaben-netz.de



**Maximilian Zängl**

Leiter  
Unternehmens-  
kommunikation  
Pressesprecher

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

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



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 Hebeler**  
Anspruchspartnerin B2B  
Telefon: +49 (89) 20307 1314  
kerstin.hebeler@interhyp.de

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

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

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

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



**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



**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

**VAG****Heiko Linder**  
Leiter Konzernkommunikation**Elisabeth Seitzinger**  
Pressesprecherin  
Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg  
Telefon 0911 271-3613  
Telefax 0911 271-3152  
E-Mail: elisabeth.seitzinger@stwn.de  
www.vag.de

## UNTERNEHMEN

**DIEHL**Verw.-Betriebswirt (VWA)  
**Michael Prymelski**  
Generalbevollmächtigter KonzernkommunikationDiehl 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**E-T-A**  
ENGINEERING TECHNOLOGY**Thomas Weimann**  
Leiter UnternehmenskommunikationE-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH  
Industriestraße 2-8, D-90518 ALTDORF  
Telefon 09187 10-0  
Telefax 09187 10-397  
www.e-t-a.deTelefon 09187 10-227  
Telefax 09187 10-448  
E-Mail Thomas.Weimann@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  
Haiminger Str. 1  
84489 Burghausen  
Tel. +49 (8677) 960-2200  
Fax +49 (8677) 960-62200  
Mobil +49 160 90762882  
thomas.bauer@omv.com  
www.omv.de**BMW  
GROUP**Rolls-Royce  
Motor Cars Limited**Maximilian Schöberl**  
Konzernkommunikation und Politik  
Telefon: +49(0)89-382-37446  
E-Mail: Maximilian.Schoeberl@bmwgroup.comPostanschrift  
BMW AG  
D-80788 München**Alexander Bilgeri**  
Konzernkommunikationsstrategie,  
Konzernaussagen, Kommunikationskanäle  
Telefon: +49(0)89-382-19175  
E-Mail: Alexander.Bilgeri@bmw.deHausanschrift  
BMW Haus  
Petuelring 130  
80788 München**Nikolai Glies**  
Unternehmens-, Produkt- und  
Innovationskommunikation  
Telefon: +49(0)89-382-47712  
E-Mail: Nikolai.Glies@bmwgroup.comTelefon: +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 UnternehmenskommunikationTelefon 0911 5699-201  
Telefax 0911 5699-447  
Mobil 0171 5659262  
anja.mueller@theresien-krankenhaus.deMommensenstraße 24  
90491 Nürnberg  
www.theresien-krankenhaus.de

UNTERNEHMEN



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](mailto:elisabeth.seitzinger@stwn.de)  
[www.stwn.de](http://www.stwn.de)

VERBÄNDE



**Dr. Josef Wallner, Dipl.-Volkswirt**  
Wirtschaftspolitik | Öffentlichkeitsarbeit

Bayerischer Bauindustrieverband e.V.  
Oberanger 32/VI | 80331 München  
Telefon +49 89 235003-33  
Fax +49 89 235003-71  
[j.wallner@bauindustrie-bayern.de](mailto:j.wallner@bauindustrie-bayern.de)  
[www.bauindustrie-bayern.de](http://www.bauindustrie-bayern.de)



Nürnberg  
Immobilien

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

**Dieter Barth**  
Leiter Unternehmenskommunikation,  
Pressesprecher

Telefon: 09 11 / 80 04 - 139      Glogauer Straße 70  
Telefax: 09 11 / 80 04 - 201      90473 Nürnberg  
[barth@wbg.nuernberg.de](mailto:barth@wbg.nuernberg.de)      [www.wbg.nuernberg.de](http://www.wbg.nuernberg.de)



Wir gestalten Lebensräume.



**Bayerischer Jagdverband e.V.**

**Isabel Koch**  
Leitung Kommunikation

Hohenlindner Str. 12 | 85622 Feldkirchen  
Tel. 089 990 234-38 | Fax 089 990 234-38  
Mobil 0151 28836926  
E-Mail [isabel.koch@jagd-bayern.de](mailto:isabel.koch@jagd-bayern.de)  
[www.jagd-bayern.de](http://www.jagd-bayern.de)

SOZIALES



**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](mailto:b.schubarth@vdk.de) • [www.vdk-bayern.de](http://www.vdk-bayern.de)

**Nürnberger Volksfest**

Bayerns zweitgrößtes Volksfest  
Frankens Erlebnisvolksfest

Süddeutscher Verband reisender Schausteller  
und Handelsleute e.V. • Sitz Nürnberg  
Peter Budig • Pressesprecher

Bayernstraße 100  
90471 Nürnberg  
T Büro: 0049.911.21 08 66 45  
T Mobil: 0049.179.59750 45  
F 0049.911.46 57 67

[info@sueddeutscher-schaustellerverband.de](mailto:info@sueddeutscher-schaustellerverband.de)  
[www.volksfest-nuernberg.de](http://www.volksfest-nuernberg.de)  
[www.sueddeutscher-schaustellerverband.de](http://www.sueddeutscher-schaustellerverband.de)



MESSEN / AUSSTELLUNGEN



**Kathrin Winkler**  
Pressereferentin

**Juliane Heißer**  
Pressereferentin

**AFAG Messen und  
Ausstellungen GmbH**  
Messezentrum 1  
90471 Nürnberg  
☎ (0911) 9 88 33-555  
☎ (0911) 9 88 33-245  
[presse@afag.de](mailto:presse@afag.de)  
[www.afag.de](http://www.afag.de)

**Corona in Lateinamerika**

Infos, Experten und Fotos zur Situation Lateinamerikas zum kostenlosen Download:  
[www.adveniat.de/presse](http://www.adveniat.de/presse)

# „Im Film ist der Franke immer der Depp“

Kommt der fränkische Dialekt im Programm des *Bayerischen Rundfunks* zu kurz?

Von Maria Goblirsch

„Fränkische Moderatorinnen und Moderatoren schalten ihren Dialekt ab, wenn sie auf Sendung gehen. Ich will nicht immer meine fränkische Heimat auf Boarisch erklärt bekommen. Das schlägt mir aufs Gemüt“, sagt Kilian Moritz. Der Würzburger Professor für Medienwissenschaften und Journalismus ist sauer. Er beklagt eine „massive und regelmäßige regionale Benachteiligung Nordbayerns in den Programmen des *Bayerischen Rundfunks*“ (BR).

Moritz (56) hat gründlich recherchiert und in den Sparten Fiktionales, Dialekte, Unterhaltung, TV-Serien und regionale Musik eine „Dialekt-Monokultur“ festgestellt. „Ich will keine Erbsen zählen. Aber wohin man auch schaut: Wenn Dialekte überregional verwendet werden, dann sind das immer oberbayerische. Dahoam ist dahoam. „Warum nicht mal dahemm is dahemm“, fragt er. Diversität sehe anders aus.

In seiner über 300 Folien umfassenden Dokumentation zählt er 23 „alpenländisch weiß-blau geprägte“ TV Serien auf, in denen überwiegend oder ganz im „Münchner TV Bairisch“ gesprochen werde. „Serien aus Franken, in denen authentisch nicht nur wenige Sätze im fränkischen Dialekt zu hören sind, kenne ich keine.“ Auch die im Programm des BR gespielte Volksmusik sei nahezu frei von fränkischen Klängen. Ihr Anteil betrage tagsüber über weite Sendestrecken meist gerade einmal drei Prozent, obwohl Franken ein Drittel des Sendegebiets umfasse.

## Kilian Moritz ist kein Querulant

Eine „überstarke Südlastigkeit“ ist nach Moritz' Recherche auch bei den Filmdrehs gegeben. So fiel 2019 an 1677 von 3967 Drehtagen die Klappe in München, an weiteren 1834 Tagen in Oberbayern, belegt die offizielle Statistik der Film- und Fernsehfonds (FFF) Bayern. Dabei gehe es um viel Geld, sagt der Journalistik-Professor. Die 3511 Drehtage haben der Hotellerie und Gastronomie in München und Oberbayern einen Umsatz von rund 28 Millionen Euro beschert. In Unterfranken fanden magere acht Drehtage statt. Kilian Moritz ist kein Querulant. Der in der Rhön aufgewachsene, aktive Musiker (Tuba, Kontrabass) kennt den öffentlich-rechtli-



Er wolle seine fränkische Heimat nicht immer auf Boarisch erklärt bekommen, sagt Kilian Moritz.

Foto: Aurelia Moritz

chen Sender gut. Er war von 1990 bis 2000 Redakteur und Moderator beim BR, zehn Jahre Fernseh-Musik-Chef beim *Hessischen Rundfunk*.

Seine Wertschätzung für den BR sei groß, sagt er. Dass der Sender journalistisch ausgewogen berichte und seriöse, aktuelle Informationen aus den Regionen liefere, stehe für ihn außer Frage. Deshalb kränkt es ihn, wenn seine Glaubwürdigkeit angezweifelt werde, „wenn es heißt, was der Moritz da recherchiert hat, ist nicht repräsentativ“. Begonnen hat sein Kampf für mehr Fränkisches im Unterhaltungsprogramm im Jahr 2019, als er für den Frankenbund eine Tagung über Fränkische Volksmusik vorbereitete. Eine Stichprobe hatte damals aufgedeckt, dass von 111 Titeln am Stück, die an einem Tag auf dem digitalen Radiosender BR *Heimat* gespielt wurden, kein einziger aus Franken kam. Seither hat der Unterfranke unzählige Briefe geschrieben, mit Programm-Verantwortlichen gesprochen und sich mit seinem Anliegen an die Intendanz und an 14 Rundfunkräte gewandt. Unterstützung erfährt er von Politikern, Heimatpflegern und Künstlern aus der Region.

Auf Anfrage teilte die Pressestelle des BR mit, Ziel sei es, die kulturelle Vielfalt Bayerns möglichst breit abzubilden. Das gelinge in weiten Teilen des Programms sehr gut, in anderen dagegen „noch nicht in dem Umfang, den wir

uns wünschen“. Eine prozentuale Aufteilung einzelner Genres auf einzelne bayerische Regierungsbezirke nach der Bevölkerungszahl mache keinen Sinn. „Ein solches mathematisches Vorgehen würde jeder kreativen Programmproduktion widersprechen.“ Liegt es vielleicht an der Bescheidenheit des Franken, dass er mit seinem Dialekt nur selten im BR-Programm auftaucht? Oder daran, dass zwar das Oberbayerische oftmals als charmant, das Fränkische aber eher als dümmlich empfunden wird? „Im Film ist der Franke immer der Depp“, zitiert Kilian Moritz den oberfränkischen Heimatpfleger und Historiker Günter Dippold.

## „Von sich aus zurückhaltender“

„Was mir auch auffällt, ist, dass der Franke von sich aus zurückhaltender ist als der Oberbayer, der es sprachlich gern mal krachen lässt. Bei den Franken ist da eine gewisse Scheu und Zurückhaltung. Ich habe noch nicht herausgefunden, woran das liegt“, sagt Tassilo Forchheimer, Leiter von BR *Franken* in Nürnberg. „Die Franken schaffen ihren Dialekt selbst ab“, lautet dazu eine der Thesen von Kilian Moritz. Es fehle ihnen am Selbstbewusstsein. Außerdem finde schon früh eine Art Konditionierung im BR statt. „Wenn Du auf Sendung sein willst, dann verkneif Dir lieber Dein Fränkisch.“

Dem widerspricht Frank Müller, Moderator auf den Wellen *BR 1* und *BR 2* und seit November 2020 Leiter des *BR*-Studios Mainfranken in Würzburg. Ein dialektischer Farbklang sei ausdrücklich gewollt. „Gerade im Hörfunk geht es darum, Nähe zum Hörer aufzubauen. Dabei ist der Farbklang der Stimme ein wichtiger Punkt.“ Anders sehe das im Informations- und Nachrichtenbereich aus – beispielsweise bei aktuellen Inhalten für die *ARD* – da sei Hochsprache ausdrücklich gewünscht.

Auch Tassilo Forchheimer ermuntert seine Reporter\*innen ausdrücklich, ihre regionale Färbung erkennbar zu machen. „Lasst das Fränkisch hören! Das wirkt authentischer. Wenn man die Leute draußen bei Interviews im Dialekt anspricht, bekommt man ganz andere Antworten, als wenn man in gestelztem Hochdeutsch fragt. Das überträgt sich dann auch auf die Beiträge.“ Er habe auch beobachtet, dass der

fränkische Dialekt seltener wird, sagt der gebürtige Oberpfälzer Frank Müller. In den Ballungsgebieten werde er kaum mehr gesprochen. „Bei uns im Studio Mainfranken sind fast alle Franken, aber einige reden halt kein Fränkisch. Aber da sollte sich am Mikrofon auch keiner verstellen, sonst klingt das nur unnatürlich.“

Seit 2017 setzt der *Bayerische Rundfunk* auf eine stärkere Regionalisierung. Aktuell berichten 54 Korrespondent\*innen von 28 Standorten aus, in Franken ist der *BR* an acht, demnächst an zehn Standorten präsent. „Qua Auftrag sollen wir für alle Menschen in Bayern Programm machen und Bayern in seiner ganzen Vielfalt abbilden. Deshalb haben wir noch mehr Ressourcen in die Regionen verlagert, um noch näher an den Menschen und ihren Geschichten dran zu sein“, sagt Thomas Hinrichs, *BR*-Programmdirektor Information. Ziel sei es, die „unterschiedlichen Lebenswirklichkeiten und Perspektiven

aus allen Landesteilen noch besser im Gesamtprogramm des *BR* abzubilden“.

Auch der Rundfunkrat des *BR* hat sich inzwischen im April mit der Thematik befasst und das wird wohl nicht das letzte Mal gewesen sein. Im Sommer und Herbst soll es nun zwei originäre Produktionen aus Franken geben. „Wir werden in diesem Sommer eine eigene TV-Volksmusiksendung aus Franken mit fränkischen Moderatorinnen und Moderatoren produzieren. Da spielen dann Begriffe wie die Kerwa-Musik eine Rolle, es wird viel mit dem hiesigen Brauchtum zu tun haben“, erklärt *BR*-Franken-Chef Tassilo Forchheimer. In Kooperation mit dem Studio Mainfranken werde im Herbst in Nürnberg außerdem eine Sendung rund um den Frankenwein produziert, mit Informationen und Unterhaltung – und mit fränkischen Moderatorinnen und Moderatoren.

## Erneuter Stellenabbau in Nürnberg

Verlag will sich über „freiwilligen Sozialplan“ von weiteren 80 Mitarbeiter\*innen trennen

„Wir wurden von der Ankündigung, dass sich der Verlag von weiteren 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern trennen wolle, alle überrascht. Der Gesprächsbedarf ist entsprechend hoch“, sagt Udo Erhart, Betriebsratsvorsitzender des Verlags Nürnberger Presse (VNP). Mitte Juli hatte die Geschäftsleitung eine Mitarbeiterversammlung einberufen und bekannt gegeben, dass sich das Unternehmen organisatorisch neu aufstellen werde – und kündigte gleichzeitig einen „freiwilligen Sozialplan“ als Personalmaßnahme an.

Bereits 2019/2020, als *Nürnberger Nachrichten* und *Nürnberger Zeitung* zu einer Zentralredaktion zusammengelegt wurden, hatte der Verlag über ein Freiwilligenprogramm 38 Vollzeitstellen in der Redaktion abgebaut. Über ein freiwilliges Altersteilzeitprogramm – dieses richtete sich an Mitarbeiter\*innen im gesamten Konzern – trieb er den Stellenabbau anschließend weiter voran. Inwieweit könnte die weitere Abfindungswelle erneut die ohnehin schon ausgedünnte Redaktion treffen? „In der Redaktion hat (...) der Umbau bereits weitgehend stattgefunden, neue Prozesse wurden eingeführt, neue Rollen etabliert. Vor diesem Hintergrund werden die Redakteur\*innen von der jetzt angekündigten Personalmaßnahme nur in Einzelfällen betroffen sein“, teilt Unternehmenssprecherin Annika Peißker gegenüber dem *BJVreport* schriftlich mit.

Peißker betont zudem: Das Prinzip der doppelten Freiwilligkeit bedeute ja auch, dass Mitarbeiter\*innen auf eigenen Wunsch Gebrauch vom freiwilligen Sozialplan machen könnten. Allerdings wirft diese Formulierung beim Betriebsratsvorsitzenden Erhart Fragen auf: „Für uns ist das ein nicht greifbarer Begriff. In einem ‚freiwilligen Sozialplan‘ sehe ich einen gewissen Widerspruch.“

### Kündigungen nicht ausgeschlossen

Peißker schreibt von einem „Programm zum Personal-Umbau“. Die Unternehmensbereiche des VNP sollen demnach klarer herausgestellt werden, inhaltlich wie strukturell. Wörtlich heißt es: „Bestehende Prozesse werden sich verändern, neue Anforderungen und Positionen entstehen, ebenso fallen Tätigkeiten und Stellen weg. Wo ein Stellenabbau erforderlich ist, setzt die Geschäftsleitung des VNP diesen so sozial verträglich wie möglich um.“ Betriebsbedingte Kündigungen wolle die Geschäftsleitung mit allen ihr zur Verfügung stehenden Möglichkeiten vermeiden. Allerdings schreibt Peißker auch: Sollte der freiwillige Sozialplan nicht das gewünschte Ziel erreichen, könnten diese in einem nächsten Schritt nicht ausgeschlossen werden.

Jetzt sind aber zunächst einmal die genauen Konditionen des freiwilligen Sozialplans mit dem

VNP-Betriebsrat zu verhandeln, abgeschlossen sein sollen die Verhandlungen bis Herbstbeginn, von Ende September war wohl in der Mitarbeiterversammlung die Rede. „Das ist der Wunsch der Geschäftsführung. Wir fangen bei null an, die Sommerferien stehen vor der Tür“, kommentiert dies Betriebsratsvorsitzender Erhart. „Die Aufhebungsverträge auf Basis des Freiwilligen Sozialplans können (Stand heute) bis 31. März 2022 abgeschlossen werden. Dabei werden die Austrittsdaten der jeweiligen Mitarbeiter\*innen individuell vereinbart, abhängig von ihrer derzeitigen Tätigkeit und den Prozessänderungen. Wir gehen aktuell davon aus, dass die Austritte spätestens bis zum 31. Oktober 2022 erfolgt sein werden“, schreibt Peißker.

Das Gerücht kursierte außerdem, dass der Verlag seine Gesellschaftsform ändern wolle und damit ein Ausstieg aus dem Flächentarif einhergehen könnte. Beides verneint Peißker und schreibt wörtlich: „Der VNP wird weiter im Tarif bleiben.“ Das begrüßt der BJV-Vorsitzende Michael Busch, warnt aber gleichzeitig davor, an der ohnehin schon ausgedünnten Redaktion personell erneut sparen zu wollen – auch in Einzelfällen. Der BJV rät Betroffenen, einen Abfindungsvertrag keinesfalls voreilig zu unterschreiben. Die BJV-Justiziarer beraten Mitglieder kostenfrei. *Michaela Schneider*

## Als die lokalen Radiopioniere „on Air“ gingen

Kommunikationsforscher Markus Behmer hat mit seinem Team die Entwicklung des privaten Rundfunks in Bayern bis in die Gegenwart erforscht

Von Michaela Schneider

Protokolle von mehr als 300 Medienratssitzungen, 109 Bände der BLM Schriftenreihe, Gesetze, Studien, Gutachten, Berichte: Markus Behmer, Professor für empirische Kommunikatorforschung an der Universität Bamberg, seine wissenschaftliche Mitarbeiterin Vera Katzenberger und fünf studentischen Hilfskräften arbeiteten sich in knapp drei Jahren durch Papierberge und sprachen mit mehr als 100 Pionier\*innen des privaten Rundfunks in Bayern. Anlass für das Großprojekt: Die Bayerische Landeszentrale für Neue Medien (BLM) hatte die Wissenschaftler\*innen beauftragt, die Entwicklung des privaten Rundfunks in Bayern in einem Forschungsprojekt aufzuarbeiten. Beim Lokalrundfunktag in Nürnberg wurde das 600 Seiten schwere Ergebnis vorgestellt: der Sammelband „Vielfalt vor Ort. Die Entwicklung des privaten Rundfunks in Bayern“.

*1985 beginnt die Geschichte des modernen privaten Rundfunks, als mutige Menschen sagten: Lasst uns Lokalradio machen! Welche Sorgen und Vorbehalte galt es aus dem Weg zu räumen?*

**Markus Behmer:** Gerade auch kritische Kräfte wie die Gewerkschaften oder die SPD hatten große Vorbehalte, dass die Einführung des privaten Rundfunk von der Staatsregierung, von der CSU und von Industrieinteressen getragen werde. Die Sorge stand im Raum, dass der private Rundfunk linientreuer berichten werde. Aber noch viel mehr fürchtete man, es entstehe reiner Kommerzrundfunk. Ganz unbegründet war dies nicht: Während man anfangs noch völlig unterschiedliche Programme produzierte, entwickelten sich bald Formatradios und man hörte im ganzen Land ähnliches, Privatrado wurde zunehmend kommerzieller. Und Vorbehalte hatte man auch, weil man in anderen Bundesländern versuchte, Bürgerradio zu installieren. Das hatte in Bayern den Ruch, dass es zu kritisch werden könnte.

*Aus den Anfangsjahren des privaten Rundfunks gibt es kaum Archivalien. Wo hakte es damals?*

Ich schrieb vor ein paar Jahren ein Buch über die Archivsituation des Rundfunks. Da ging es fast ausschließlich um die Situation der Öffent-



Kommunikationsforscher Professor Markus Behmer.

Foto: Jürgen Schabel

lich-Rechtlichen, weil wir feststellten: Es gibt sie nicht, die Archive der Privatradios. In wenigen Fällen existieren allenfalls Programmarchive, aber die Aufbewahrung des Materials war damals noch recht teuer und man überschrieb, was man nicht mehr brauchte. Fürs Archivieren war kein Bewusstsein da. Teilweise gibt es ein paar private Sammler, die bestimmte Sendungen aufzeichneten. In den 2000er Jahren wurde es etwas besser, weil man merkte, dass die Programme etwas wert sind und auch wiederverwendet werden können. Hier gibt es gerade auch beim lokalen Fernsehen Programmarchive, die aber oft nicht systematisch geführt wurden und für die Wissenschaft nicht zugänglich sind.

*Neben einer ausführlichen Dokumentenanalyse führten Sie 101 Interviews mit Zeitzeugen...*

Genau. Was uns beeindruckte, als wir diese Interviews führten, war zunächst einmal die Power der seinerzeit fast nur jungen Leute. Wir dachten, wir würden mit vielen alten Menschen sprechen. Das stimmte nicht, die meisten Pioniere sind heute Best-Ager und waren damals zwischen 20 und maximal 30 Jahren. Energie und Enthusiasmus haben sie auch heute noch – und

wir wurden mit großer Freude willkommen geheißen. Das waren weitgehend Radioleute, die haben ein großes Mitteilungsbedürfnis. Das war anstrengend – und toll. Mit den Interviews haben wir voraussichtlich zwei weitere Sachen vor: Wir wollen einen zweiten Band mit 10 bis 15 Interviews veröffentlichen. Und wir werden alle Interviews in eine Datenbank stellen, die auch für Journalist\*innen und Wissenschaftler\*innen zugänglich sein soll.

*Unter den Interviewten finden sich Namen wie Edmund Stoiber, Privatrado-Pionier Helmut Markwort oder Wolfgang Leikermoser. Gibt es Gespräche, die besonders hängen geblieben?*

Oft sind es die Anekdoten, die hängen bleiben. Inge Seibel zum Beispiel, Pionierin des Rundfunks bei *Radio Charivari*, erzählte, dass es für sie am Anfang unheimlich schwierig war, weil sie kein Bayerisch sprach. Verabschiedete sie sich mit einem „Tschüss“, hagelte es Beschwerden. Und Edmund Stoiber sagte zwar so gut wie kein „Äh“ im Gespräch, aber aus 60 angesetzten Minuten wurden 110 – und er antwortete auf fast keine Frage, holte immer weit aus. Nur als ich ihn kritisch fragte, wie das denn nun mit Leo Kirch gewesen sei und ob da bei ihm Verbitterung geblieben sei, meinte er, er habe Herrn Kirch ja kaum gekannt und ihn selten getroffen. Dann, plötzlich, springt er auf, haut mit der flachen Hand auf den Tisch, dass es nur so knallt, und schimpft, es sei eine Unverschämtheit, dass ihn Gerhard Schröder im Bundestagswahlkampf 2002 mit der Kirch-Affäre in Zusammenhang gebracht habe. Anschließend setzte er sich wieder hin und redete ganz ruhig weiter.

*Ihre Publikation umfasst fast 600 Seiten. Für diejenigen, die nicht so viel Zeit haben: Wie würden Sie 30 Jahre Privatradiogesichte zusammenfassen?*

Die BLM sagt immer, das sei eine riesige Erfolgsgeschichte – und die Zahlen geben das auch her, schaut man auf die Reichweite der Lokalsender, ihre große Vielfalt und ihre Beliebtheit bei der Bevölkerung. In 30 Jahren geschahen zudem

einige Wandlungen: Anfangs war zum Beispiel nur regionaler Hörfunk geplant, bis *Antenne Bayern* als bayernweite Rundfunkstation eingeführt wurde. Es wurde Zulieferung nötig, deshalb wurde die Dienstleistungsgesellschaft für Bayerische Lokal-Radioprogramme mbH & Co. KG (BLR) gegründet und beliefert die bayerischen Lokalradios seit 1991 mit Programminhalten. Auch die Musikformate wandelten sich und die technischen Voraussetzungen. Klingt nach einem großen Erfolg, aber nur positiv will ich das nicht stehen lassen.

*Ich bitte darum... Was hätte besser laufen können?*

Eigentlich hieß es, das regionale Fernsehen müsse sich nach 15 oder zwanzig Jahren selbst finanzieren, aber es ist bis heute auf Zuschüsse angewiesen. Auch gab es die Vision, dass der private Rundfunk Lokalität total erweitern, Diskussionen im lokalen Umfeld bereichern und den Diskurs mit der Bevölkerung herstellen werde. Das sehe ich nur sehr begrenzt. Die Stationen liefern zwar

neben Entertainment auch Information, aber weder auf dem Niveau des öffentlich-rechtlichen Rundfunks noch der Regionalzeitungen. Zudem ist mir der Blick auf die Personalsituation wichtig – diese ist seit 30 Jahren prekär. Der private Rundfunk ist Jobmotor, klar, es wurden viele neue Stellen geschaffen, vor allem für junge Leute. Aber trotzdem ist die Mitarbeiterzahl der Lokalradios seit Erhebung der Zahlen ab 1996 von 1800 auf 1600 Mitarbeiter zurückgegangen bei zunehmender Arbeitsbelastung. In den meisten Fällen wird untertariflich bezahlt. Ein Zehntel sind Praktikanten – und sie leisten oft unbezahlt volle Arbeit. Auch war der private Rundfunk anfangs zwar eine gute Startplattform für Frauen, die dann tolle Karrieren hinlegten. Heute allerdings sieht es folgendermaßen aus: Wir haben über zwei Drittel Praktikantinnen, 40 Prozent Redaktionsmitarbeiterinnen, und nur 26 Prozent Frauen in führenden Positionen.

*Geschichtsforschung betreiben wir auch, um es*

*künftig besser zu machen. Was können wir aus der Historie lernen?*

Wir können lernen, dass sich das duale System bewährt hat. Wir wissen heute, dass Rundfunk in der Fläche und vor Ort weiter wichtig ist. Wir haben gerade wieder in den vergangenen eineinhalb Jahren gelernt, dass es nötig ist, Relevanz zu beweisen, Informationen zu bieten und Service zu liefern, kurzum ein journalistisches Medium zu sein. Und der private Rundfunk muss sich neuen Gegebenheiten anpassen und neue Angebote wie Podcasts schaffen. Dafür ist Personal wichtig – gut ausgebildet und gut bezahlt.



Markus Behmers und Vera Katzenbergers (Hrsg.) Sammelband „Vielfalt vor Ort. Die Entwicklung des privaten Rundfunks in Bayern“ steht frei zugänglich im Netz: [bjvlink.de/privater](http://bjvlink.de/privater). Mehr zum Lokalrundfunktag in Nürnberg auch auf der Website des BJV: [bjvlink.de/infotainment](http://bjvlink.de/infotainment)

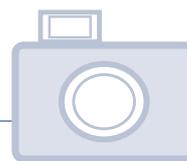
Anzeige



# Weil sich Krisen *nicht* im Kalender ankündigen.

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

## Der Fotojournalismus-Tipp



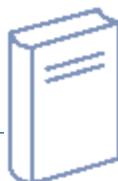
### Stipendien und Förderungen als Chance

Nur wenige freie Fotojournalist\*innen erhalten in Verlagen die Möglichkeit, größere Fotoprojekte umzusetzen. Eine Chance aber bieten hier verschiedene Stipendien- oder Förderprogramme, vorneweg die Publikations- und Projektförderungen der Stiftung Kulturwerk, die den kulturellen Auftrag der VG Bild-Kunst erfüllt. Einige weitere interessante Programme: Beim „Hannover Shots Fotostipendium“ werden Profi-Fotograf\*innen oder Hochschulabsolvent\*innen eingeladen, sich in Hannover fotografisch mit einem selbst gewählten spezifischen Thema auseinanderzusetzen. Die deutsche Akademie der Technikwissenschaften e.V. (acatech) finanziert eine Fotoreportage zum Thema „Technik und

Nachhaltigkeit“. Mit dem „emerge Visual Journalism Grant“ werden unter anderem fotojournalistische Langzeitprojekte gefördert, die sich noch im Entstehungsprozess befinden. Bewerben können sich Fotojournalist\*innen auch im Team bis maximal 35 Jahre. Die „Dokumentarfotografie Förderpreise“ der Wüstenrot Stiftung richten sich an Absolvent\*innen deutscher (Fach-)Hochschulen und Akademien im Fach Fotografie, die eine Examensarbeit im Bereich dokumentarische Fotografie abgelegt haben. Und das „Stern Stipendium junge Fotografie“ ermöglicht es Stipendiat\*innen bis maximal 35 Jahre, ein Jahr lang in Hamburg auf fester Vertragsbasis für den Stern zu arbeiten. Schwerpunkt: moderne Porträt- und Reportagefotografie.

Michaela Schneider

## Der Buchtipp



### Reif für eine Beziehung?

„Egal was sie tun, ihr Job ist es, eine Geschichte zu erzählen“, betont US-Internetpionier und Influencer-Legende Gary Vaynerchuck bei jeder sich bietenden Gelegenheit. „Das wird sich niemals ändern!“ Die Form des Storytellings dagegen sehr. Konventionelle Erzählmodelle stoßen online an ihre Grenzen. Das Publikum geizt hier vor allem mit Aufmerksamkeit und Zeit. Auf immer neuen, sich wandelnden Plattformen werden Geschichten kaum noch linear erzählt, dafür stark komprimiert, multimedial und interaktiv. Edutainment ist Trumpf, also die Vermischung von Information und Unterhaltungselementen. Und Nutzer\*innen werden plötzlich selbst aktiv.

Hinter emotionalen, einprägsamen und fesselnden Inhalten steckt zum Glück immer noch reichlich journalistisches Handwerk. Müller und Rajaram passen die Content-Strategien den neuen Genres und Formaten an. „Social Storytelling ist eine

prinzipiell endlose Konversation, ohne natürlichen Anfang oder definierten Endpunkt.“ Jede Plattform hat eigene Regeln und verlangt nach maßgeschneiderten Inhalten. Die Erzählenden gehen eine starke Beziehung mit der Community ein und müssen diese pflegen. Wie also funktionieren Hashtags, Memes, Toks oder Livestreams? Anhand unzähliger griffiger Beispiele und Praxistipps zeigen die Autoren, wie glaubwürdige und authentische Mikro-Stories entstehen, wie multimediale Elemente sinnvoll verbunden und – ressourcensparend und kosteneffizient – crossmedial verwertet werden. Ein überbordender Werkzeugkasten für alle, die sich professionell im Social Web tummeln.

Barbara Weidmann

Marie Elisabeth Müller, Devadas Rajaram: Social Storytelling. Rheinwerk Verlag Bonn, 2021, 336 Seiten, 29,90 EUR, ISBN 978-3-8362-7812-6



## Der Techniktipp



### Mögliche Defekte rechtzeitig erkennen

Im Arbeitsalltag bleiben oft Dinge auf der Strecke, die wichtig sind. Auch das Thema Datensicherheit gehört dazu. In vielen Computern und Laptops arbeiten noch immer klassische Festplatten, so genannte HDDs. Die neueren SSDs, die nicht mehr auf mechanischen Teilen basieren und damit den USB-Sticks oder Speicherkarten aus Digitalkameras ähneln, verschleifen zwar auch, allerdings ist diese Abnutzung kaum ein Thema. HDDs allerdings lassen nach einigen Jahren oft deutlich nach, im schlimmsten Fall droht Datenverlust. Um zu erkennen, ob sich der Zustand einer Festplatte verschlechtert, gibt es Tools wie CrystalDiskInfo. Der „Gesundheitszu-

stand“ einer Festplatte wird dabei in Prozent angezeigt. Wechselt die Farbanzeige auf Gelb, sollte die Festplatte zeitnah ausgetauscht werden. Nach dem Programmstart von CrystalDiskInfo lässt sich die eigene Sprache auswählen, wenn Sie bei der Installation nicht richtig erkannt wurde. Dazu in der Menüleiste auf den rechten Eintrag gehen und nach dem Ausklappen den ersten Punkt „A-N“ anwählen. Es erscheint ein weiteres Menü, in dem sich unter anderem die Sprache „Deutsch, [German]“ aktivieren lässt. Die kostenfreie Software für Windows kann unter [www.crystalmark.info](http://www.crystalmark.info) heruntergeladen werden, einfach unter Quick-Download den ersten Eintrag anklicken.

Johannes Michel

# Die fehlende Feier

Erstens kommt es anders, und zweitens als man denkt. Stimmt dieser Satz schon in „normalen“ Jahren, ist er in der jetzigen Pandemiezeit annähernd ein Dogma. Wir hatten uns den Sommer 2021 im BJV bereits ausgemalt. Ein großes Fest in den Räumen der Bayerischen Landesbank. Viele Gäste, vom Ehrenmitglied bis zum normalen Mitglied, von Wegbegleiter\*innen bis zu Freund\*innen unserer Gewerkschaft und des Berufsverbandes. Am 2. Februar 1946 wurde der BJV gegründet. 75 Jahre später gibt es unzweifelhaft, nach einem dreiviertel Jahrhundert Erfolgsgeschichte, mehr als einen Grund, dieses Jubiläum zu feiern.

Doch mit Corona kam alles anders. Hatte das Organisationsteam im vergangenen Jahr noch die Hoffnung, dass wir im Sommer ein Fest veranstalten können, musste in diesem Jahr geknickt festgestellt werden: Wird wohl nix. Die Idee vom kalten 2. Februar auf einen Tag in den Sommer auszuweichen, sollte nicht umgesetzt werden können.

Ja, wir sehen, dass gerade jetzt wieder Feste stattfinden, so mancher seinen runden Geburtstag in diesen Sommer geschoben hat und auch mancher Verein seine Feierlichkeiten zelebriert. Beim BJV werden die 75 Jahre indes leise begangen. Im *BJVreport* finden Sie unsere Verbandsgeschichte, bei den unterschiedlichsten Veranstaltungen weisen wir auf das besondere Jahr hin. Aber die große Feier? Die wird es nicht geben.

Nicht, weil wir nicht gerne feiern. So einige wissen um legendäre Zusammenkünfte. Nicht zuletzt die 70-Jahr-Feier in Regensburg mit den Ehrengästen Horst Seehofer, Django Asül und Heribert Prantl. Doch nun haben wir uns gegen ein Fest in dieser Form entschieden. Aus meiner Sicht, und das ist persönlich, ist es gar nicht die Angst vor einer wie auch immer mit griechischem Alphabet bezeichneten Variante, die für die Absage sorgte. Ich glaube, dass

man mit entsprechenden Abständen, den Masken und weiteren Hygienemaßnahmen sicher eine Veranstaltung auf die Beine hätte stellen können, die dem Anspruch einer 75-Jahr-Feier gerecht geworden wäre. Es gibt für mich zwei andere, entscheidendere Gründe.

Zum einen hatten wir im Kolleg\*innenkreis sowohl Erkrankte als auch Menschen, die in Zusammenhang mit Corona gestorben sind. Ja, es sterben immer Menschen und man dürfte nach diesem Gedankengang gar nicht mehr feiern. Ich glaube aber, dass es uns gut tut, jetzt innezuhalten und abzuwägen, ob das zusammenpasst.

Zum anderen halte ich einen weiteren Punkt für noch wesentlicher: Viele Kolleg\*innen kämpfen um mindestens ihre berufliche Existenz oder mussten diese schon aufgeben. Es ist nicht in Ordnung, wenn an einer festlich gedeckten Tafel diejenigen feiern, die die Krise einigermaßen gut überstanden haben, während andere derart existentielle Sorgen haben. Hier muss der BJV seiner ursprünglichen Idee verhaftet sein und sich solidarisch verhalten. Ich halte eine Feier für einen furchtbar unsolidarischen Akt.

Ich bin mir sicher: Die Zeit fürs Feiern wird wiederkommen. Dann wird halt mal das 78. Jahr gefeiert oder einfach so. Aber eben nicht heuer.



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

Foto: Stefan Gregor

# Starke BJV-Stimme im Personalrat

BR-Redakteur Stefan Straßer kandidierte erfolgreich



Foto: Johanna Schlüter  
Stefan Straßer

Eine massive Arbeitsverdichtung, befristete Arbeitsverträge, ein Recht auf Weiterbildung oder der Übergangstarifvertrag – selten war die Situation der festangestellten Journalist\*innen beim *Bayerischen Rundfunk (BR)* schwieriger, die Herausforderungen für die Personalrät\*innen und die Tarifpartner größer. Eine starke Stimme hat der BJV in den kommenden fünf Jahren in der Personalvertretung des BR: **Stefan Straßer**, Redakteur im BR-Studio Nürnberg, kandidierte für die „Freie Liste“ und wird die Interessen der Kolleg\*innen im örtlichen Personalrat Nürnberg und auch im Gesamt-Personalrat des BR vertreten.

Stefan Straßer erreichte in Nürnberg mit 130 von 142 Stimmen das beste Ergebnis. Bei der Wahl zum Gesamt-Personalrat schnitt er mit 739 Stimmen als Zweitbesten ab. Er engagierte sich bereits seit zehn Jahren im Personalrat beim BR Nürnberg und im Gesamt-Personalrat in München. Er will sich für mehr Transparenz beim crossmedialen Umbau des Senders einsetzen und

dafür, dass in diesem Prozess alle Kolleg\*innen mitgenommen und durch Weiterbildung befähigt werden, den neuen Aufgaben gerecht zu werden. Frau Ferlemann, Redakteurin bei BR Wissen und Bildung aktuell, wurde zur zweiten Nachrückerin für den Personalrat München und den Gesamt-Personalrat gewählt.

Der BJV hatte in diesem Jahr auf eine eigene Liste verzichtet und mit der „Freie Liste“ kooperiert, da er deren Werte teilt. Nur gemeinsam und über alle Ressort- und Berufsgruppen hinweg sei man stark genug, um gute Lösungen für aller Festangestellten im BR zu erreichen, lautete das Wahlmotto. Redaktion und Produktion sollten sich nicht bekämpfen, sondern gemeinsame Sache machen. Auch Kolleg\*innen aus den Klangkörpern (den Orchestern) des BR, aus Verwaltung und IT kandidierten auf dieser Liste. Im örtliche Personalrat in Nürnberg arbeiten sieben Kolleg\*innen, im Münchner 17, im Gesamt-Personalrat waren 11 Plätze zu vergeben. Der Personalrat im öffentlichen Dienst ist das Pendant zum Betriebsrat im privatwirtschaftlichen Unternehmen. (mgo)

## Der Vorstand unterwegs

Es gibt viele Aufgaben, die niemand im Vorstand gerne macht. Manchmal, weil sie anstrengend sind, weil die Anfahrt zu lange dauert oder weil unangenehme Gesprächspartner\*innen auf einen warten. Doch es gibt eine Aufgabe, die immer schwierig ist. Wenn liebgewonnene Kolleginnen und Kollegen, die dem BJV sehr eng verbunden waren, die oftmals sogar ein hohes Engagement für den Verband aufgebracht hatten, sterben, gilt es, diese auf ihrem letzten irdischen Weg zu begleiten. Oft ist es gewünscht, dass ein paar Worte an die Trauernden gerichtet werden: Über das Wirken des Verstorbenen, vielleicht etwas Persönliches. Der Vorsitzende war bei der Beerdigung von Hans-Eberhard Hess in Coburg. Eine Selbstverständlichkeit bei einem Menschen, der einer der Väter des Wettbewerbes Pressefoto Bayern ist.

Auch in solchen Fällen ist der Vorstand unterwegs – irgendwie leider und auf eine schwer zu beschreibende Art „gerne“.

Michael Busch

## Podium: Vom „Medienmäzen Google“

„Die erwartete Unabhängigkeit des Journalismus ist ein größeres Problem als die Allgemeinheit denkt“, sagte Leon Heyde, 21, bei einer virtuellen Podiumsdiskussion des Bayerischen-Journalisten-Verbands (BJV). Zusammen mit Moritz Schloms, 22, hatte Heyde den erstmals ausgeschriebenen Pressefreiheits-Preis des BJV für Jungen Journalismus erhalten. Gestiftet hatte den mit 1000 Euro dotierten Preis das Versorgungswerk der Presse. Heyde und Schloms erhielten ihn für ihr dreiteiliges Dossier „Wir können den moralisch sauberen Tod sterben oder wir machen unser Projekt“. Darin ging es um die von der Otto-Brenner-Stiftung herausgegebene Studie „Medienmäzen Google“ der Autoren Ingo Dachwitz und Alexander Fanta. Die im Oktober 2020 veröffentlichte Arbeit setzt sich kritisch mit der Unterstützung von Medienhäusern durch den Suchmaschinenkonzern auseinander. Mehr zum Podium im Artikel von Daniel Hinz unter [bjvlink.de/junger-journalismus](http://bjvlink.de/junger-journalismus).

## „Betrachtet Texte einfach mal mit der anderen Brille“

„Gendersensibler Journalismus ist mehr als die Diskussion um Satzzeichen“, sagt Katalin Vales. Die Journalistin aus Sachsen ist Mitbegründerin von *Genderleicht.de*, einem Projekt des Journalistinnenbunds. Unter dem Motto „Gendern im Journalismus? So geht’s!“ sprach sie mit Kolleginnen und Kollegen aus Bayern über die vielen Facetten des Genderns. Eingeladen zum Zoom-Vortrag hatte die BJV-Fachgruppe Online. „Gendern beginnt bei der Recherche“, betonte die

Journalistin. Überlegen sollte man sich, worüber man berichte, wen man fragen wolle, ob das Thema für Männer und Frauen und andere unterschiedliche Konsequenzen habe, ob man einen Experten oder eine Expertin heranziehen wolle und ob man – vielleicht auch unbewusst – Rollenklischees bediene. „Betrachtet Texte einfach mal mit der anderen Brille“, riet sie. Mehr ihrer Tipps im Artikel von Michaela Schneider: [bjvlink.de/gendern21](http://bjvlink.de/gendern21)

## Nur Mut – und als Freie ran an die Wirtschaftsthemen

„Alles ist Wirtschaft, alles ist ein Thema“: So lautete Lars Radaus Credo am Ende einer FREIstunde der Fachgruppe freie Journalistinnen und Journalisten im BJV. Radau, der seit vergangem August Geschäftsführer des DJV-Landesverbands Sachsen ist, hatte zuvor viele Jahre als freier Wirtschafts- und Medienjournalist für diverse sächsische und überregionale Medien gearbeitet. Nun berichtete er über seine einstigen Erfahrungen. Dass der Kreis der bayerischen Interessierten

überschaubar blieb, mag wohl auch daran liegen, dass sich selbst viele Freie mit dem berühmten „Bauchladen“ ohne entsprechendes Fachwissen nicht an die harten Wirtschaftsthemen wagen. Und eben hier machte Lars Radau Mut, sich immer auch zu überlegen, ob sich ein Thema aus einer anderen Perspektive nicht zusätzlich für Wirtschaftsredaktionen aufbereiten lasse. Mehr im Artikel von Michaela Schneider: [bjvlink.de/wirtschaft](http://bjvlink.de/wirtschaft).

## Facing Reality: Pressefoto Bayern in Nürnberg

Ausstellung noch bis 22. August im Museum Industriekultur

Rund 80 Bilder hingen schon einige Wochen an den Wänden im Galerieraum des Museum Industriekultur, doch die Ausstellungseröffnung „Pressefoto Bayern 2020“ in Nürnberg musste immer wieder wegen zu hoher Inzidenzzahlen verschoben werden. Am 10. Juni konnte Museumsleiterin Monika Dreykorn gemeinsam mit Thomas Geiger, Fachgruppen-Vorsitzender der Bildjournalist\*innen im BJV, endlich zur Pressekonferenz einladen. Beim Rundgang werde einem so richtig bewusst, was alles „in diesem ver-rückten Jahr passiert ist und was sich alles verändert hat“, sagte die Museumsleiterin. Da im Dezember 2020 die Preisverleihung im Bayerischen Landtag und die dortige Bildschau abge-



Endlich auch in einer Vor-Ort-Ausstellung zu sehen: Bayerns beste Pressefotos.

Foto: Maria Goblirsch

sagt werden mussten, ist Nürnberg die erste Station der Wanderausstellung. Wegen des späteren

Beginns gastiert Pressefoto Bayern dort bis zum 22. August. Die Ausstellung im Museum Industriekultur war Teil des 1. Fotofestivals Nürnberg 2021. Unter dem Motto „Facing Reality“ wurden an unterschiedlichen Standorten in Nürnberg gesellschaftlich relevante Themen und aktuelle Strömungen anhand von Fotos präsentiert. Organisiert wurde das Festival von der fotoszene nuernberg e.V., der BJV war einer von vier Kooperationspartnern. Nächste Station auf der Tour Pressefoto Bayern ist die Galerie der Bayerischen Landesbank in München ab Anfang September. Termine und Infos unter [bjv.de/pressefoto2020](http://bjv.de/pressefoto2020). Mehr zur Ausstellungseröffnung: [bjvlink.de/Nürnberg21](http://bjvlink.de/Nürnberg21) (mgo)

## Anne Webert will für Bundesvorstand kandidieren

Foto: Stefan Gregor



Anne Webert

Anne Webert, freie Journalistin aus Dießen am Ammersee, will im Herbst für den DJV-Bundesvorstand kandidieren. Die Delegiertenversammlung mit Wahlen findet heuer vom 7. bis 9. November in Bochum statt. Derzeit arbeitet Webert als Schriftführerin im geschäftsführenden Vorstand des BJV mit, ist Vorsitzende des Bundesfachausschusses freie Journalist\*innen und bringt sich als Stellvertreterin in der BJV-Fachgruppe Freie ein. Durch

ihr Engagement im Bundesfachausschuss habe sie gemerkt, dass sie ihre Kraft auf Bundesebene zielgerichtet einsetzen könne. Die 56-Jährige sagt zudem: „Ich will weiter eine große Stimme der Freien und ihrer Belange sein. Zudem müssen wir neue Strukturen und Abläufe innerhalb des Verbandes finden. Daran will ich noch intensiver mitarbeiten.“ Schon jetzt engagiert sie sich entsprechend in der DJV-Arbeitsgruppe „Change“. Der eine Posten schließt den anderen nicht aus: Im geschäftsführenden Vorstand des BJV will Webert, so dies die Mitglieder wünschen, weiter aktiv bleiben. (mic)

## Soloselbstständigenprogramm bis 31. Dezember verlängert

Das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst teilte jüngst mit, dass das Soloselbstständigenprogramm verlängert wurde: „Von 5. Juli bis zum 31. Dezember 2021 kann einmalig eine Finanzhilfe von bis zu 1.180 Euro monatlich für den Zeitraum Juli bis Dezember 2021 beantragt werden.“ Weitere Details auf der Website des Ministeriums: [bjvlink.de/soloselbststaendige](http://bjvlink.de/soloselbststaendige). Mehr Informationen zum Thema Corona & Journalismus zudem auf der BJV-Website unter [bjv.de/corona](http://bjv.de/corona).

## „Eine Atempause in Deutschland“

BJV plant Stipendium für junge Journalistin aus Belarus

„Wir wollen zwei jungen Journalist\*innen aus Belarus eine Atempause in Deutschland geben wie auch Zeit, sich über Journalismus auszutauschen“, sagt Andrea Roth, stellvertretende Vorsitzende des BJV. Geschehen soll dies im Rahmen zweier Stipendien, die der DJV-Landesverband Bremen und der Bayerischen Journalisten-Verband anbieten wollen. Roth steht zudem der „Kommission Europa im DJV“ voran und engagiert sich in der Europäischen Journalisten-Föderation (EJF). Dort hätten mit Blick auf die sich zuspitzende Lage in Belarus in den vergangenen Monaten zahlreiche Krisensitzungen stattgefunden. Im Februar ging die Polizei mit landesweiten Razzien gegen Journalist\*innen vor, auch die belarussische Journalistenvereinigung wurde gefilzt. Inzwischen will die Justiz dem Verband die

Rechtsgrundlage zu entziehen, Strafverfolgungen werden begründet mit der „Organisation und Vorbereitung von Handlungen, die die öffentliche Ordnung ernsthaft“ verletzen. Die Lage eskalierte weiter, als der Regimekritiker und Journalist Roman Protassewitsch im Mai nach einer erzwungenen Notlandung in Minsk festgenommen und inhaftiert wurde. Nach verschiedenen Solidaritätsaktionen, unter anderem auch vor dem belarussischen Honorarkonsulat in Würzburg, wollen der BJV und der Landesverband Bremen nun zwei Kolleg\*innen im Herbst für jeweils einen Monat nach Deutschland einladen. Anreise, Kost und Logis trägt der jeweilige Landesverband. Unterstützt wird der BJV dabei vom Europäischen Zentrum für Presse- und Medienfreiheit (ECPMF). (mic)

## Drei zusätzliche freie Tage, kein höheres Gehalt

Drei zusätzliche freie Tage für Redakteur\*innen an Tageszeitungen und Anspruch auf Ausgleichszahlungen bei coronabedingten Minder-einnahmen für arbeitnehmerähnliche Freie in Höhe von bis zu einem durchschnittlichen Monatshonorar aus dem Vor-Coronazeitraum: Darauf einigten sich im Juli die Gewerkschaften DJV und Verdi mit dem Zeitungsverlegerverband (BDZV). Gleichzeitig wurde der Tarifvertrag, der im vergangenen Jahr unter dem Eindruck der Corona-Krise abgeschlossen wurde, bis Jahresende verlängert. Gehälter werden damit das zweite Jahr in Folge nicht erhöht, um Kündigungen in Verlagen zu verhindern. Neue Tarifgespräche sollen dann im Herbst aufgenommen werden.

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

## Der Zeitgeschichtesammler

Daniel Biskup hatte die prominentesten Menschen der Welt vor der Linse und besonders oft Kanzlerin Merkel. Doch noch nie war er so viel unterwegs wie in der Corona-Zeit.

Von Senta Krasser



Ich übe eine organisierte Freizeitbeschäftigung aus – dieses Zitat von Karl Lagerfeld gefällt Daniel Biskup. Bis heute habe er nicht das Gefühl, dass er arbeite. Die Arbeitsatmosphäre bei ihm daheim tut ihr Übriges: Gearbeitet und gegessen wird am selben Ort. Das Esszimmer dient dem Augsburger Fotografen auch als Büro. Nicht im Bild: die diversen Fototaschen und Objektivköcher, die gegenüber der Zimmertür im Eck am Boden stehen.

Fotos: Annette Zoepf

Es könne sein, hatte Daniel Biskup vorab gewarnt, dass er den Termin für diese „Officestory“ kurzfristig verschieben müsse – falls er losmüsse, „um einen Präsidenten zu fotografieren“. Doch wir haben Glück. Macron hat sich zwar an diesem Junitag bei Merkel in Berlin angekündigt, die Biskup schon so oft fotografiert hat, dass er den Beinamen „Merkels Lieblingsfotograf“ weghat. Aber unsere Verabredung steht.

Pünktlich meldet er sich zum Zoomen aus Neusäß bei Augsburg. Genauer: vom heimischen Esstisch, der auch sein üblicher Arbeitsplatz ist, wie er verrät. Was eins seiner prominentesten Fotoobjekte betrifft, stellt er gleich mal klar: „Ich bin wirklich nicht ihr ‚Lieblingsfotograf‘.“ Er habe einfach das Glück, dass er „oft dabei sein durfte“, wo Angela Merkel war. Nur wenigen Fotograf\*innen dürfte indes die Ehre zuteilwerden, dass Deutschlands mächtigste Politikerin die eigene

Fotoausstellung eröffnet. 2011 war das, in Berlin, als die Kanzlerin im Deutschen Historischen Museum die Rede hielt zu „Über Leben“. Biskup zeigte dort mit dem früheren *Stern*-Fotografen Thomas Höpker Fotografien über die Umbrüche in Ost-Europa, die sowohl Merkel prägten als auch jenen Mann, der sie so oft porträtierten „durfte“.

**„Ob Putin, Trump oder der Papst, ich behandle jeden mit dem gleichen Respekt.“**

Daniel Biskup

Geboren und aufgewachsen ist Daniel Biskup in der alten Bundesrepublik, 1962 in Bonn. Früh interessierte ihn, was sich im Osten bewegte. Die Mauer fiel, und er war unter den ersten Wessis drüben. Fotografierte Wolf Biermann beim ersten

Konzert in der DDR. Den Bürgersturm auf die Stasi-Zentrale. Udo Lindenberg, der plötzlich am Potsdamer Platz aus dem Wagen stieg. „Alles Zufälle“, sagt Biskup heute, „die kann man nicht planen. Ich war zur richtigen Zeit am richtigen Ort.“

Die *Bild*-Zeitung titulierte ihn „Auge der Deutschen Einheit“. Noch so ein Titel, mit dem sich Biskup nicht anfreunden mag: „Ach, Schall und Rauch.“ Er habe Geschichte und Politik studiert. „Da war es keine große Transferleistung zu begreifen, dass da Geschichte passiert.“ Er selbst versteht sich als Dokumentarist und Chronist seiner Zeit: „Ich sammle Zeitgeschichte. Im Herzen bin ich Historiker.“

Das Sammeln ging Biskup auf Umwegen an. Mit 15 begann er eine Lehre als Postbote in Bad Godesberg, wusste aber bald, dass dieser Beruf nicht seine Zukunft ist. Er fand Gefallen daran, für die Gewerkschaftszeitung *Pillar-Box* zu

schreiben und zu fotografieren. Zum 18. Geburtstag schenkte ihm die Mutter eine Nikon FE. Eine Marke, der er treu bleiben sollte. Mit der Nikon Z6 filmt er auch.

Marken-Botschafter ist Biskup geworden. In seinem Haus sammeln sich die eigenen alten Apparate aus vier Jahrzehnten. Und jede Menge Fotomappen. Nur an den Wänden hängt kein einziger Biskup. Lieber umgibt er sich mit Werken anderer Künstler, die er persönlich kennt. Mit einer Ausnahme: Die eine der beiden Töchter wünschte sich ein Karl-Lagerfeld-Porträt von ihm in ihrem Zimmer, was Biskup mit Vaterstolz erfüllt.

Mit dem weiß bezopften Modezaren war er eine Nacht durch Berlin gezogen. Das Ergebnis dieser Tour erschien in der *Welt am Sonntag* und gefiel Lagerfeld so gut, dass er Werbung machte für Biskups Fotos. Die beruflichen Anfänge im Lokaljournalismus lagen da schon eine gute Weile zurück, sind ihm aber noch in bester Erinnerung.

Wie sein erstes Foto auf die Titelseite der *Augsburger Allgemeine* gelangte, hat Biskup oft erzählt, und diese Geschichte sagt einiges aus über die Chuzpe, die ihm eigen ist: Der DGB organisierte einen Sonderzug nach Nürnberg zur Demo gegen Arbeitslosigkeit. Im Politik-Ressort der AZ, wo man den fotografierenden Studenten bis dato nicht kannte, rief er an: „Ich bringe Ihnen Sonntag um zehn ein paar Bilder vorbei.“ Niemand nahm ihn ernst, die Redaktion war zu der frühen Stunde verwaist. Aber Überraschung, am nächsten Tag prangte sein Demo-Foto auf der Eins.

## Die Freiheit nie nehmen lassen

Es war der Beginn einer bis heute währenden Zusammenarbeit, die sich über die freie Mitarbeit hinaus aber nie verfestigte. Biskup will es so. Weder willigte er in das Angebot des CvD ein, „was Vernünftiges“ zu machen, sprich bei der AZ zu volontieren. Noch ließ er sich später bei der *WamS* anstellen. Die Freiheit, sein eigener Chefredakteur zu sein, wollte sich Biskup nie nehmen lassen. Insbesondere in Kai Diekmann, selbst versiert als Fotograf, fand er einen Förderer und Freund. Als der von der *WamS* in die *Bild*-Chefredaktion wechselte, nahm er Biskup als freien Fotografen für Sonderaufgaben mit. Das Blatt schmückte sich fortan mit ihm als „Bild-Star-Fotograf“.

Auch der jetzige AZ-Chefredakteur Gregor Peter Schmitz greift gern auf Biskups Dienste zurück – „sofern wir es uns leisten können“. So schickte er ihn 2018 für eine Beilage zur Landtagswahl auf Reisen. Und verbreitete später in ge-

## Warum ich im BJV bin

„Toi, toi, toi, ich hatte in meinem Berufsleben bisher extrem viel Glück. Ich bin dankbar, dass ich als freier Dokumentar-fotograf Wertschätzung und Akzeptanz erfahre, was heute nicht mehr selbstverständlich ist. Aber ich weiß natürlich, dass es andere Kolleginnen und Kollegen gibt, die in einer viel schwierigeren Situation stecken, weil ihre Verlage Redaktionen zusammenlegen, sie outsourcen oder Planstellen sparen und Etats von Jahr zu Jahr kürzen. Da hat der BJV heute eine noch stärkere Verantwortung für seine Mitglieder als vor 20, 30 Jahren, als es den Verlagen noch gut ging. Von daher kann ich nur raten: Mitglied im BJV zu sein, macht Sinn.“

selliger Runde: Hätte er gewusst, wie groß Bayern ist und entsprechend hoch die Spesen, dann hätte er Biskup nicht beauftragt. „Interessant, wie unterschiedlich da die Wahrnehmungen sind“, lacht Biskup, auf diese Schmitz-Anekdote angesprochen. Zu den Kunden seines aktuellen Großprojekts zählt jedenfalls auch die AZ.

Noch nie sei er so viel durch Deutschland gereist wie in den letzten 15 Monaten, erzählt Biskup. Den 12. März 2020 werde er ebenso wenig vergessen wie den 9. November 1989. Kurzfristig hatte er sich für die Pressekonferenz im Kanzleramt angemeldet, weil er „irgendwie das Gespür“ hatte, dass „große Veränderungen“ anstanden. Als Merkel den Satz sagte „Bitte verzichten Sie auf soziale Kontakte“, war ihm sofort klar, „dass hier etwas passiert, was ich unbedingt dokumentieren muss“. Wie schon beim Mauerfall oder der Perestrojka wartete Biskup nicht, bis er einen Auftrag bekam, sondern setzte sich ins Auto und fing einfach zu fotografieren an. In einem Autohaus die Windschutzscheibe als Spuckschutz. Leer gefegte Straßen im ersten Lockdown. Corona-Tester in Schutzanzügen. „Maske tragen“-Inschriften. Und immer wieder Titelseiten der Tagespresse.

Auf Instagram, für Biskup „die ideale Plattform“, präsentiert er sein „Coronatagebuch“ unter dem Hashtag *#neuenormalität*. „Und interessanterweise verdiene ich damit auch noch Geld.“ Bei Sammlern seien die Coronamotive in Größe 6 sehr beliebt. Auch diversen Redaktionen bietet er sie an. Mit dem Haus der Geschichte in Bonn ist eine Kooperation entstanden.

Natürlich trage er als Freier immer ein wirtschaftliches Risiko, sagt Biskup. Die Fotohonorare

seien in den vergangenen fünf, zehn Jahren, wenn man Glück habe, „allenfalls stabil geblieben“. Über die Jahre habe er sich aber „alternative Finanzierungsmöglichkeiten“ erschlossen: Fast jedes Jahr erscheint ein Fotobuch von ihm (dessen Auflage Mäzene vorfinanzieren). Er macht Ausstellungen, hält Vorträge. Man kann ihn für Hochzeiten buchen, so wie es Helmut Kohl tat, oder für Wahlkampffotos. Außerdem kaufen Museen und Unternehmen seine Bilder.

Eine richtige Fotoschule besuchte er nie. Weggefährterinnen wie unsere „Officestory“-Fotografin Annette Zoepf erkennen in Biskups Porträts indes „die alte Schöllhorn-Schule“, benannt nach dem inzwischen pensionierten Cheffotografen der AZ, Fred Schöllhorn. „Da gibt es ein paar Posen, die haben sich bis heute gehalten.“ Als Beispiel nennt Zoepf jenes Biskup-Foto, wo Merkel auf dem Sofa sitzend sich zur Kamera umdreht und im Hintergrund die Weite ihres Büros sichtbar wird. Der Mensch in seinem Umfeld, so was werde bei der AZ gerne genommen.

Das er „praktisch ein Kind dieser Zeitung“ ist, leugnet Biskup nicht. Das, was er in der Kommunikation mit Gemeinderät\*innen, Rotkreuzkolonnenführ\*innen und Bürgermeister\*innen gelernt habe, „kann man eins zu eins auf die große Welt übertragen“. Ob Putin, Trump oder der Papst, egal, jeden behandle er mit dem gleichen Respekt.

Und Merkel? Wird er sie auf den letzten Metern ihrer Kanzlerschaft begleiten? „Keine Ahnung, was da noch möglich sein wird“, antwortet Biskup. Die Kanzlerin habe kaum noch öffentliche Auftritte. Wenn, dann würden es wohl nur noch kurze Momentaufnahmen sein.

Im besten Fall: Momente für die Ewigkeit.



Merkels Lieblingsfotograf? Ach, nicht wirklich.

# Ein Fotoästhet und harter Kritiker

Hans-Eberhard Hess prägte den BJV-Wettbewerb Pressefoto Bayern von Beginn an entscheidend mit. Ohne ihn wird er ein anderer sein

Von Maria Goblirsch

„Gut ist ein Bild, auf das ich länger als vier Sekunden schaue. Es muss mich neugierig machen. Und am besten, es trifft mich in der Magenruhr und nicht im Kopf“, sagte Hans-Eberhard Hess 2019 auf die Frage, was ein perfektes Pressefoto ausmache. Er war ein strenger, oft auch ungeduldiger Juror.

Spätestens, wenn es darum ging, die Spreu vom Weizen zu trennen, schlug sein hintergründiger Humor durch. Dann konnte sein Urteil auch vernichtend ausfallen. Er hasste Hundefotos und anderen Tiercontent sowie bayerische Massenware: die jährlich wiederkehrenden bajuwarischen Dirndl- und Oktoberfestbilder oder Fußball – vor allem vom FC Bayern. Auch schlampiges Fotografierenhandwerk, unprofessionelle Bildausschnitte und die fehlende Story hinter einer Serie waren ihm zuwider.

Dann zog er die Augenbrauen hoch, schaute spöttisch in die Runde und fragte, ob dieses Foto vielleicht von irgendeinem Juror einen Punkt bekäme. Das hätte sich keiner sonst getraut.

## Spöttischer Blick in die Runde

Seine letzte Jurysitzung fand im vergangenen Jahr wegen der Corona-Pandemie nur digital statt. Es fehlten die persönlichen Gespräche zwischen den Abstimmungsrounds, die vertraute Stimmung unter den Juror\*innen, die Freude, sich nach einem Jahr Pause wieder in München zu treffen. All das wollte Hans-Eberhard Hess im Herbst 2021 nachholen. Dazu wird es nicht mehr kommen. Am 14. Mai verstarb der in Coburg geborene Bildjournalist und Blattmacher im Alter von 72 Jahren in München nach kurzer schwerer Krankheit und überraschend für alle.

Hans-Eberhard Hess war neben seinem langjährigen Freund Professor Dieter Leistner und Rainer Reichert, die den Wettbewerb Pressefoto Bayern im Jahr 2000 gegründet hatten, eine der prägenden Figuren. Lag die Organisation in den ersten zehn Jahren in den Händen von Reichert und dem jeweiligen Pressereferenten des BJV, so sorgte Hess mit seinen Kontakten in die Foto-community und mit seiner Erfahrung dafür, dass der Wettbewerb stetig an Profil gewann.

Er war, im besten Sinn vom Fach, so leicht konnte ihm keiner etwas vormachen. In Bamberg hatte er eine Fotografenlehre abgeschlossen, es folgten die Meisterprüfung an der Bayerischen Staatslehranstalt für Fotografie und ein Volontariat beim *Coburger Tagblatt*, für das er mehrere Jahre als Fotoreporter und Bildredakteur tätig war. 1977 wechselte Hess nach München und als Redakteur zum Verlag Laterna Magica. Seit 1986 leitete er das Magazin *Photo International*, das er ab 2006 im Eigenverlag herausgab.

Als berufenes Mitglied der Deutschen Gesellschaft für Photographie, als Verleger und Netzwerker, aber auch als kluger Beobachter und Gesprächspartner war Hess in der internationalen Fotoszene geschätzt. Das kam dem Wettbewerb zugute, wenn es galt, namhafte Mitglieder für die Jury oder Unternehmen wie die Leica AG oder CEWE als Unterstützer zu gewinnen.

Er war auf der Bühne zuhause, liebte das Theater und die Oper – und eigene Auftritte bei den Preisverleihungen für den Wettbewerb im Bayerischen Landtag oder bei Ausstellungseröffnungen etwa am Münchner Flughafen. Dann brillierte er als Meister des Smalltalks, philosophierte über die Ästhetik der Bilder, kritisierte aber auch die zunehmend schlechter werdenden Bedingungen für Pressefotograf\*innen.

„Gebt den Fotografen die geistige Freiheit, sich darzustellen! Gebt ihnen die nötigen Honorare!“, schrieb er im Vorwort des Katalogs Pressefoto Bayern 2011. Ein herausragendes Pressefoto brauche auch eine mutige Redaktion, die es publiziert. „Halten Sie die Leser nicht für einfältig. Sie wissen ein gutes Pressefoto zu schätzen.“

Die ersten Preisverleihungen im Landtag fanden unter der Schirmherrschaft von Landtagspräsident Alois Glück im Foyer des Nordbaus statt, später im Ausstellungsraum an der Westpforte, in den letzten Jahren im historischen Senatssaal. Ein Aufstieg im doppelten Wortsinn, wie Hess gern ironisch bemerkte. Mit Glück, Barbara Stamm und Ilse Aigner als Schirmherr\*innen stand er auf der Bühne und zeichnete Preisträger\*innen aus allen Regionen Bayerns aus.

Dabei wahrte er stets Distanz, gab wenig von

sich preis, war offen und doch verschlossen. Und er hatte Stil, konnte, wenn er wollte, ausgesprochen liebenswürdig und charmant sein. „Man kannte ihn, aber kannte man ihn eigentlich? Er liebte den Auftritt ebenso wie die Nebelkerze, die er als Selbstschutz pflegte – lieber ein bisschen ein Geheimnis bleiben“, beschreibt ihn der Historiker, Journalist und Kurator Hans-Michael Koetzle in seinem Nachruf für die Deutsche Gesellschaft für Photographie.

## Penibel bis ins letzte Komma

Sein Blick war kritisch, fragend, mitunter auch spöttisch, wenn er einen Beitrag – oder auch einen Gesprächspartner – unter Niveau befand. Er achtete stets auf Sprache, redigierte penibel bis ins letzte Komma und traute keiner Recherche, die er nicht noch einmal einer Prüfung unterzogen hätte. Mit ihm konnte man gut streiten, man musste aber stets auch wissen, über was und mit wem man sprach. Schnell entlarvte er Halbwissen oder oberflächliches Gerede.

Seine Gründlichkeit nutzte der Arbeit am Katalog immens. Nach den Jurysitzungen saßen wir noch viele Stunden über den Fotos, um eine Auswahl zu treffen. Das war sein Moment, eigentlich eine zweite Juryrunde. Da ging er mit seinem Blick für das Besondere noch einmal akribisch viele Fotos durch. Auch Katalog- und Ausstellungstexte sowie Layout und die Farbauszeichnung der Katalogbilder fanden stets erst nach gründlicher Nacharbeit sein Placet.

Der Wettbewerb Pressefoto Bayern wird auch 2021 stattfinden. Er wird ohne Hans-Eberhard Hess ein anderer sein.



## Hinter der Recherche

Die Autorin lernte Hans-Eberhard Hess im November 2011 kennen, als sie ihre Tätigkeit als Pressereferentin des BJV und damit als Organisatorin des Wettbewerbs Pressefoto Bayern begann. Sie arbeitete zehn Jahre lang mit Hans-Eberhard Hess an Preisverleihungen und Ausstellungen, an Katalog und Kalender.

Foto: Jim Albright



Bildarchiv Bayerischer Landtag, Foto Rolf Poss



Foto: Thomas Geiger



Foto: Thomas Geiger



Foto: Rolf Nobel



Linke Spalte von oben: **Preisverleihung 2015:** Im Gespräch mit Charlotte Knobloch, Präsidentin der Israelitischen Kultusgemeinde München und Oberbayern. Rechts Jurorin Vivian Balzerkiewitz, damals SZ-Fotoredakteurin. **Ausstellungseröffnung 2016:** Rundgang mit Landtagspräsidentin Barbara Stamm und der stellvertretenden BJV-Vorsitzenden Daniela Albrecht. **15 Jahre Pressefoto Bayern am Flughafen München:** Eröffnung der Sonderausstellung mit Hans-Joachim Bues, Leiter Unternehmenskommunikation (rechts) und dem BJV-Vorsitzenden Michael Busch.

Rechte Spalte von oben: **Preisverleihung 2018:** Moderation mit Sabine Knieling, Redakteurin *extra-radio* Hof. **Jurysitzung 2016:** Kritischer Blick des Vorsitzenden während der finalen Abstimmung. **Preisverleihung 2019:** Smalltalk mit Landtagspräsidentin Ilse Aigner und dem BJV-Vorsitzenden Michael Busch.

Foto: Jim Albright



# Mein Schloss, mein Park, meine Bilder?

Der Eigentümer eines Kulturgutes entscheidet, ob fotografiert werden darf

Von Maria Goblirsch

Gute Nachrichten kommen von der Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg (SPSG), die dort rund 300 Gebäude, tausende Kunstschätze sowie fast 800 Hektar historische Park- und Gartenanlagen betreut. Sie hat eine neue Foto- und Film-Richtlinie herausgegeben, die das Anfertigen und Nutzen von Aufnahmen ohne Genehmigung erlaubt. Auch die Veröffentlichung und die kommerzielle Verwertung professioneller Fotos durch Bildagenturen und Fotograf\*innen wird erleichtert.

So ist das Fotografieren und Filmen – ohne weitere Hilfsmittel, Technik und Personal – jetzt in den Außenanlagen der SPSG generell freigegeben. Das gilt auch für Aufnahmen innerhalb von Gebäuden, wenn sie „im Rahmen eines normalen Besuchs ohne Hilfsmittel und weiteres Personal“ (wie etwa Models) hergestellt werden. Ausnahme: Bereiche mit einem Fotografierverbot, wie etwa Sonderausstellungen oder besondere Leihgaben. Auch für die Nutzung und Verwertung braucht es keine Genehmigung mehr, solange sie redaktionellen, privaten, wissenschaftlichen oder gewerblichen Zwecken dient.

Das heißt im Umkehrschluss: Wer einen Dreh oder ein Fotoshooting mit Models, Protagonisten und zusätzlichem Personal sowie entsprechendem technischem Equipment (außen oder innen) plant, benötigt auch künftig vorab eine kostenpflichtige Genehmigung. Bei nicht privaten Filmaufnahmen geht die Stiftung automatisch davon aus, dass sie mit dem Einsatz von Technik verbunden – und daher nicht ohne schriftliche Zustimmung möglich sind (Neue Richtlinie unter [bjvlink.de/spsg](http://bjvlink.de/spsg)).

Wie sieht die Situation in den Parks, Schlössern und anderen Anlagen der Bayerischen Schlösser- und Seen-Verwaltung (BSV) aus? Dort ist das Fotografieren oder Filmen für Journalist\*innen ohne deren vorherige schriftliche Genehmigung nicht erlaubt.

Für die Veröffentlichung des Bildmaterials ist zusätzlich eine „Reproduktions-Genehmigung“ einzuholen. (Ausnahme: Aufnahmen der tagesaktuellen Berichterstattung). Die Prüfung nimmt bis zu zehn Werktagen in Anspruch, es fallen Gebühren an. Wie hoch die sind, richtet sich nach dem Aufwand. Fotoaufnahmen am Wochenende (Samstag/Sonntag) werden grundsätzlich nicht genehmigt.

Wird sich daran jetzt nach dem Berliner Vorbild etwas ändern? Möglicherweise. Auf Anfrage erklärte Pressesprecherin Franziska Wimberger: „Wir passen unsere Richtlinien laufend an, beispielsweise im Hinblick auf die Nutzung von Fotografien für private Social Media-Kanäle.“ Konkretes dazu ist noch nicht bekannt (Richtlinie unter [bjvlink.de/schlösser](http://bjvlink.de/schlösser)).

Mit der Genehmigung ist bisher eine Klausel verbunden, die an den Geldbeutel geht. Auf der Website heißt es dazu: „Der Bayerischen Schlösserverwaltung müssen Belegaufnahmen des entstandenen Fotomaterials zur Verfügung gestellt werden, die diese für interne Zwecke (zum Beispiel eigene Publikationen) entgeltfrei nutzen kann.“ Das bedeutet: Die staatliche Behörde veröffentlicht Bilder und Filme, die von und in ihren Objekten auf-

genommen worden sind, in Prospekten oder Bildbänden, ohne dafür etwas zu zahlen. Ausnahme: Tagesaktualität.

Diese Praxis wird nicht nur in Bayern geübt. Sie wird damit begründet, dass die Erlöse aus den Bildrechten oder aus Publikationen nötig seien, um die nach dem Haushaltsgesetz vorgeschriebenen Einnahmen in Höhe von 70 Prozent der Ausgaben zu erzielen.

Warum darf eine Stiftung wie die Preußische Schlösser und Gärten oder die Bayerische Schlösser und Seen-Verwaltung überhaupt die Fotorechte regeln? Verstößt das nicht gegen die Pressefreiheit? Sie kann sich auf das „Sanssouci-Urteil“ des Bundesgerichtshofs (BGH) berufen (Az.: V ZR 14/12). Darin entschieden die Richter, dass der Inhaber des Hausrechts bestimmen darf, wer sein (öffentliches) Grundstück betritt und auch darüber, ob Aufnahmen vom Grundstück aus gemacht werden dürfen.

In dem Fall hatte die Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Brandenburg einen Fotografen und zwei Fotoagenturen verklagt. Sie wollte ihnen verbieten lassen, dass sie die auf den von ihr verwalteten Anwesen entstandenen Fotos und Filme gewerblich nutzen. Für den schon erfolgten Verkauf von Material verlangte die Klägerin Schadensersatz. Der Fotograf hatte zuvor eine DVD mit Bildern von Parkanlagen, Schlössern und anderen historischen Gebäuden in Potsdam angefertigt. Diese hatten Fotoagenturen in einem Bildportal gegen Entgelt zum Download angeboten. Diese Aufnahmen waren außen und während der regulären Öffnungszeiten der Anlagen entstanden.

## Verwertung nur für bestimmten Zweck

Der BGH urteilte in diesem Fall gegen den Fotografen. „Der Eigentümer entscheidet auch dann allein über die kommerzielle Verwertung der von seinem Grundstück aus angefertigten Fotografien seiner Bauwerke und Gartenanlagen, wenn er vorher den Zugang zu privaten Zwecken gestattet hat.“ Doch wie steht es mit dem Urheberrecht der Fotoagentur? Das regelt zwar das Verwertungsrecht für die Aufnahmen Dritten wie etwa einer Redaktion gegenüber, argumentiert der BGH, wirke aber nicht im Verhältnis zum Grundstückseigentümer. Wenn man nun, um wieder auf die bayerische Regelung zu kommen, endlich eine Reproduktionsgenehmigung erhalten hat, darf man dann die Bilder wenigstens noch anderen Kunden anbieten? Nein. Die BSV stimmt der Verwertung immer nur für einen bestimmten Verwendungszweck zu. Sollen Fotos oder Filme darüber hinaus genutzt werden, muss das erneut genehmigt (und bezahlt!) werden.

## „Wir passen unsere Richtlinien laufend an.“

Franziska Wimberger, Pressesprecherin der Bayerischen Schlösser- und Seen-Verwaltung



### Die Autorin

Maria Goblirsch ist Juristin und freie Journalistin mit Schwerpunkt Medienrecht und Medienpolitik. [@MariaGoblirsch](mailto:@MariaGoblirsch); [goblirsch@bjv.de](mailto:goblirsch@bjv.de)

Foto: Stefan Gregor

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

# 12€ für die Zukunft\*

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

Nähere Informationen erhaltet Ihr unter [www.bjv.de](http://www.bjv.de)

 [facebook.com/bjvde](https://facebook.com/bjvde)  [twitter.com/bjvde](https://twitter.com/bjvde)

# BJV

Die Stimme der jungen Journalisten

Die Stimme der Journalisten in Bayern

## IMPRESSUM

### Herausgeber:

Michael Busch, 1. Vorsitzender  
Bayerischer Journalisten-Verband e.V.  
St.-Martin-Str. 64, 81541 München  
Tel. 089 5450 418-0, Fax -18  
info@bjv.de – www.bjv.de

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:  
Michael Busch, 1. Vorsitzender, busch@bjv.de  
Tel. privat 09135 7279350  
Tel. Büro 09132 745-022, Fax Büro 09132 745-29

### Anschrift der Redaktion:

Michaela Schneider, Joseph-Seitz-Straße 37,  
97076 Würzburg  
Tel. 0931 45461280, mobil 0151 27088064  
ich-schreibe@t-online.de  
Leitende Redakteurin:  
Michaela Schneider

### Stellvertreter:

Alois Knoller, alois.knoller@t-online.de  
Tel. 0821 777-2155, privat Tel. 0821 741000  
Redaktionsmitglied:  
Johannes Michel, jmichel@journalist-michel.de,  
Tel. 09547 8705594

### Autoren dieser Ausgabe:

Michael Busch (T), Michaela Schneider (T), Stefan Gregor (F),  
Jana Margarete Schuler (F), Senta Krasser (T), Ralf Wilschewski  
(F), Katarina Vikulova (F), Ilona Haben (F), Zumbansen (F), Jakob  
Berr (F), Marion Ullmann (F), Stefan Naumann (F), Thomas Mra-  
zek (T), Silvia Gralla (F), Alois Knoller (T), Maria Goblirsch (T, F),  
Angelina Vernetti (F), Daniel Hinz (T), Wolfgang Maria Weber (F),  
David-Piere Brill (F) Johannes Michel (T, F), Jürgen Schabel (F),  
Aurelia Moritz (F), Barbara Weidmann (T), Johanna Schlüter (F),  
Annette Zoepf (F), Thomas Geiger (F), Günter Distler (F), Boczek  
(F), Enric Mammen (F), Jim Albright (F), Thomas Geiger (F), Rolf  
Nobel (F), Rolf Poss (F).

Gestaltung: Mediaservice Rudi Stix  
Titelbild: : Jana Margarete Schuler

### Verantwortlich für Anzeigen:

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

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

**Auflage:** 8100 Exemplare  
Erscheinungsweise: zweimonatlich  
Redaktions- und Anzeigenschluss für  
Ausgabe 5/2021: 19. September 2021  
Erscheinungstermin: 18. Oktober 2021

ISSN: 0947-8337

Copyright 2021 by BJV & Autoren

### Druckerei:

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

## „Ich bin zum Glück nicht mehr eine Hanna“

Professorin zu werden ähnelt einem Lottospiel. Den „Jackpot“ hat die Journalismus-Forscherin Karin Boczek geknackt – mit einer Juniorprofessur in Eichstätt.

Von Senta Krasser

Unter dem Hashtag *#ichbinhanna* bündelt der wissenschaftliche Nachwuchs seinen Ärger über befristete akademische Stellen. An der KU Eichstätt-Ingolstadt hat Karin Boczek, 34, die neue Juniorprofessur für Digitalen Journalismus übernommen – vorerst bis 2024.

*Sagen Sie mal, Frau Boczek, sind auch Sie eine „Hanna“?*

**Karin Boczek:** Ich habe Glück, ich bin nicht mehr Hanna, weil ich mich in einem Zwischenstadium befinde. Für mich gibt es im Rahmen des Tenure-Track-Verfahrens einen vorgezeichneten Weg, der mir natürlich eine ganze andere Sicherheit bietet, als sie die vielen anderen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler haben, die unter *#ichbinhanna* twittern.

*„Tenure Track“ heißt was genau?*

Es ist die Perspektive auf eine Lebenszeitprofessur. Die KU hatte sich bei einem bundesweiten Wettbewerb erfolgreich um die Förderung von sieben solcher Tenure-Track-Professuren beworben. Ich bin die erste, die davon profitiert.

*Aber nicht lang. Ihr Vertrag endet am 30. April 2024.*

Ja, dann ist eigentlich Schluss. Wenn ich aber die Zwischenevaluation schaffe, schließen sich automatisch drei weitere Jahre an. Danach kann ich nach einer weiteren Evaluation die entfristete Stelle antreten. Friederike Herrmann, die die Professur für Journalistik und Kommunikationswissenschaft innehat, wird nämlich dann pensioniert.

*Perfektes Timing!*

Das kann man wohl sagen. Nach der Promotion ist das Zeitfenster für eine Bewerbung als Juniorprofessur sehr eng. Außerdem muss die Stelle für die vorzeitige Nachbesetzung auch inhaltlich passen. Ich bin jetzt in der Luxusituation, dass ich quasi eine sechsjährige Übergangszeit habe, um mich auf die neue Aufgabe vorzubereiten.

*Warum wollen Sie überhaupt Professorin wer-*

*den? Hat Sie das Volontariat bei der Neuen Westfälischen nicht ausreichend für den praktischen Journalismus begeistert?*

Die Volo-Zeit in Bielefeld hat mich dazu gebracht, sehr intensiv darüber nachzudenken, was man in Redaktionen ändern, beziehungsweise wie man konkret Innovationen vorantreiben kann. Online-Journalismus kam als ganz großes Thema auf, aber im Kollegenkreis gab es Beharrungstendenzen, ne, ne, das müsst ihr Jungen machen, damit wollen wir nichts zu tun haben. Da war für mich klar, das wird so nicht klappen, wenn manche denken, Online, das geht schon wieder weg.

*Also haben Sie weiter nachgedacht?*

Zwangsläufig, denn nach meinem integrierten Volontariat ging es erstmal wieder zurück an die Uni, um meine Diplom-Arbeit über Innovationsmanagement in Redaktionen zu schreiben. Darin habe ich die Frage vertieft: Wie müssen die Bedingungen für Veränderung im Journalismus sein? Warum schafft es die eine Lokalredaktion, viele Leute an Bord zu holen, und warum die andere nicht? Das hat mir so viel Spaß gemacht, dass ich peu à peu den Karriereweg als Wissenschaftlerin einschlug. Mit dem praktischen Journalismus habe ich dennoch nicht völlig abgeschlossen. Hier in Eichstätt betreue ich die Social-Media-Redaktion des Uni-Magazins *Einstein*. Ich stecke sozusagen tief drin in der tagesaktuellen Redakteursarbeit.

*Wo wollen Sie die inhaltlichen Schwerpunkte setzen? Ihre Juniorprofessur soll ja unter dem Oberthema stehen: „eine am Menschen orientierte digitale Gesellschaft“. Schließt das die Befassung mit Social-Media-Plattformen mit ein, über die Sie bereits viel geforscht haben?*

Dortmund, Mainz, Eichstätt: Die akademische Karriere hat die gebürtige Niedersächslerin Karin Boczek nach Bayern geführt. An der KU möchte sich die Juniorprofessorin auch dieser Frage widmen: Wie kann man Social Media am besten für den Journalismus nutzbar machen? Was Facebook betrifft, lohnt ihr zufolge der Blick nach Neuseeland.

Foto: Boczek





#### Karin Boczek

wurde 1986 in Hildesheim geboren. An der TU Dortmund studierte sie von 2006 bis 2011 Journalistik und Sozialwissenschaften mit integriertem Volontariat bei der *Neuen Westfälischen*. Praktika absolvierte sie unter anderem bei *Radio Bremen* und dem *NDR*. 2013 machte sie ihren Bachelor in Wirtschaftswissenschaften. 2019 promovierte sie zum Thema Vielfalt in der Nutzung von Expertenquellen. Im

selben Jahr trat sie eine Juniorprofessur an der Uni Mainz an. Im Mai 2021 wurde die Mutter einer Tochter zur Juniorprofessorin an der KU Eichstätt-Ingolstadt berufen.

Foto: Boczek

Absolut. Die digitale Gesellschaft, die auf diesen Plattformen partizipiert, besteht nicht nur aus den so genannten elite sources, also den Promis, den Schauspielern und den Politikerinnen, die jeder sowieso kennt. Ich will deshalb untersuchen: Wie kann man Social Media am besten für den Journalismus nutzbar machen? Möglichst ohne Probleme mit, wie wir in der Journalismusforschung sagen, dark participation. Also mit Hass, Bedrohungen, Falschinformationen, Trollen, Beleidigungen.

*Welchen Nutzen sehen Sie in Facebook für Redaktionen?*

Es gibt da ein spannendes Experiment aus Neuseeland. Die größte Newssite, *NZ Stuff*, war so genervt von Trollen und negativen Kommentaren, dass sie nichts mehr auf Facebook postete. Was zunächst nur als Test für einen Monat gedacht war, hält bis heute an, denn die Bilanz war, auch für mich überraschend, sehr positiv: Dem Traffic hat die Facebook-Abstinenz so gut wie gar nicht geschadet.

*Ist das auch ein hierzulande nachahmenswertes Modell?*

Zumindest taugt es als Inspiration, um als Redaktion in sich hineinzuhorchen: Was bringt uns Facebook eigentlich? Wie viel Reichweite generieren wir darüber und in welchem Verhältnis steht sie zu dem Aufwand, den wir betreiben müssen? Das Aufbereiten von Facebook-Posts und die Moderation von Kommentaren bedeuten Extra-Arbeit ...

*... und Extra-Nerven?*

Ja, genau. Wenn ich mich als Privatperson auf Facebook umschaue, komme ich mir vor wie am Wühltisch beim Aldi. Einfach nervig. Ich war schon oft kurz davor, meinen Account zu löschen. Natürlich hängt für Redaktionen sehr viel mehr dran, weil sie auf diesem Kanal bestimmte Zielgruppen erreichen. Deswegen sollte man die Entscheidung nicht leichtfertig treffen und immer lokale Faktoren berücksichtigen. Das Kein-Facebook-mehr-Experiment bei *@NZStuff* hat jedenfalls gezeigt: Lässt man Facebook weg, setzt man Potenziale frei für andere redaktionelle, auch Social-Media-Experimente.

*Hätte demnach Springer-Boss Mathias Döpfner zuerst nach Neuseeland schauen sollen, bevor er im Mai den überraschenden „Premium-Deal“ mit Mark Zuckerberg schloss und damit den Zorn der anderen Digitalpublisher und Zeitungsverleger im BDZV auf sich zog?*

(lacht) Ich fürchte, es hätte nichts geändert. Döpfners Geschäftsmodellvorstellungen, die hinter diesem Deal stehen, bleiben für mich, obwohl ich

mich relativ intensiv damit beschäftige, rätselhaft, muss ich ganz ehrlich sagen. Überhaupt waren seine Entscheidungen, was sein Verhältnis zu den großen Social-Media-Playern betrifft, bisher ziemlich wechselhaft.

*Döpfner muss irgendwo den finanziellen Vorteil in diesem mutmaßlich milliонenschweren Pressepartnerprogramm wittern. Wo wir grad beim Thema Finanzen sind: Wieso haben Sie auf Ihr Journalistik-Studium noch einen Bachelor in Wirtschaftswissenschaften draufgepackt?*

Weil ein betriebswirtschaftlicher Hintergrund hilfreich ist, um auch aus dieser Perspektive Innovationsmanagement im Journalismus beurteilen zu können. Schlicht gesagt: Neue Formate zu entwickeln und neue Zielgruppen zu erschließen, kostet Geld. Da ist medienökonomisches Wissen von Vorteil. Im kommenden Wintersemester werde ich deshalb einen Masterkurs in Redaktionsorganisation anbieten. Damit möchte ich den Studierenden ein Rüstzeug mitgeben, wie sie sich auch selbst organisieren können. Denn viele Journalistinnen und Journalisten arbeiten ja frei. Da sollte man schon Bescheid wissen, wie man sich als Freier gut aufstellt.

*Da Sie es immer wieder selbst thematisieren: Wie organisieren Sie eigentlich Ihre Professur mit dem Mutterdasein? Den #ichbinhanna-Tweets zufolge ist forschen und nebenbei ein Kind aufziehen für Wissenschaftlerinnen herausfordernder als für ihre männlichen Pendants.*

Ich bin seit Oktober aus der Elternzeit zurück und sehe auf meinem Karrierelevel nur sehr wenige andere Kolleginnen. Der Kinderanteil von Frauen in der Wissenschaft ist insgesamt deutlich geringer als der von Männern. Für Männer ist ein Kind offenbar gar kein Problem für die Karriere. Für Frauen schon. Im wissenschaftlichen Betrieb geht es leider sehr traditionell zu.

*Welche Lösung haben Sie für sich gefunden?*

Überleg dir, was du dir für einen Partner anschleppest, habe ich von Frauen oft als Rat gehört. Und daran habe ich mich gehalten (lacht). Mein Mann übernimmt sehr viel.

*Sie planen zum Wintersemester den Umzug von Dortmund nach Eichstätt. Sind die Bedingungen an der KU so, dass sich Beruf und Familie gut vereinbaren lassen?*

Es gibt einen Uni-Kindergarten, der sowohl den Lehrkräften als auch den Studierenden offensteht. Das hilft schon sehr, um beides unter den Hut zu bekommen. Eine gesicherte Kinderbetreuung ist allerdings nur der eine Aspekt. Die in der akademischen Lehre üblichen Kurzzeitverträge geben keine Sicherheit für die Familiengründung. Da müssen sich Strukturen ändern. Und es braucht, glaube ich, Vorbilder, die Kind und Karriere vorleben. Deswegen kommuniziere ich da auch sehr offen und bin für Kolleginnen ansprechbar, wenn sie wissen möchten, wie machst du's?



#### 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

**am 8., 15., 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 acht Angebote wahrnehmen.

### Themen und Referent\*innen:

- **Neue Bahnen im Gehirn – Wie die Neurowissenschaften überraschende Wege aufzeigen**  
mit Eveline Goodman
- **Meine Marke bin ich – Mit Personal Branding aus der Krise**  
mit Bettina Blaß
- **Selfpublishing – Wie wird ein Buch erfolgreich?**  
mit Matthias Matting
- **VG Wort & Co. – Zusätzliches Geld mit wenig Aufwand**  
mit Pascal Hesse
- **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

**Offline-Auftakt ist am FREItag, 1. Oktober 2021, der dezentrale Biergartentreff –**  
wie immer in vielen Städten Bayerns (separate Einladung mit Veranstaltungsorten folgt).

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

# AFAG-Termine

Netzwerke für  
Geschäftserfolge!

## Publikummessen



25. September - 3. Oktober 2021  
**Mainfranken-Messe Würzburg**  
Publikummesse für Lifestyle  
mit Bauen & Wohnen  
[www.mainfranken-messe.de](http://www.mainfranken-messe.de)



30. Oktober - 7. November 2021  
**Consumenta Nürnberg**  
Süddeutschlands größte Publikummesse  
für Lifestyle, Bauen & Wohnen  
[www.consumenta.de](http://www.consumenta.de)



2. - 6. Februar 2022  
**afa Augsburg**  
Publikummesse für Lifestyle  
mit Bauen & Wohnen  
[www.afa-messe.de](http://www.afa-messe.de)



9. - 13. März 2022  
**Freizeit, Touristik & Garten Nürnberg**  
Caravanning, Sport, Outdoor, Mein Haus  
[www.freizeitmesse.de](http://www.freizeitmesse.de)

## Special Interest Messen



8. - 12. September 2021  
**Americana Augsburg**  
Internationale Messe für Reitsport und  
Westernkultur. World Open Championship  
Westernriding. [www.americana.de](http://www.americana.de)



30. + 31. Oktober 2021  
**Gin+Tonic Messe Nürnberg**  
GINmarket-Treffpunkt für  
Gin- und Tonic-Freunde  
[www.gin-tonic-messe.de](http://www.gin-tonic-messe.de)



2. - 7. November 2021  
**Faszination Pferd Nürnberg**  
Das Indoor-Reitsportevent mit Fachmesse  
[www.faszination-pferd.de](http://www.faszination-pferd.de)



5. - 7. November 2021  
**Heimtier Messe Nürnberg**  
Angebote, Informationen und Show  
rund um die tierischen Freunde  
[www.heimtier-messe.de](http://www.heimtier-messe.de)



9. - 10. März 2022  
**inviva Nürnberg**  
Aktivmesse für alles, was das Leben bewegt  
[www.inviva.de](http://www.inviva.de)

## Fachmessen



17. - 19. Oktober 2021  
**HOGA Nürnberg**  
Die Gastgeber-Messe – Fachmesse für  
Hotellerie, Gastronomie und GV  
[www.hoga-messe.de](http://www.hoga-messe.de)



4. - 7. November 2021  
**iENA Nürnberg**  
Internationale Fachmesse  
„Ideen - Erfindungen - Neuheiten“  
[www.iena.de](http://www.iena.de)



4. + 5. November 2021  
**Innovationskongress  
Nürnberg**  
Innovationen Erfolgreich Managen  
[www.iena.de/kongress](http://www.iena.de/kongress)



19. + 20. Januar 2022  
**DCONex Essen**  
Fachkongress + Ausstellung  
Schadstoffmanagement  
[www.dconex.de](http://www.dconex.de)



9. + 10. März 2022  
**TI Expo/Konferenz**  
Das Top-Event für die WKS-Branche  
[www.ti-expo.de](http://www.ti-expo.de)



15. - 18. März 2022  
**GrindTec Augsburg**  
Internationale Fachmesse für  
Schleiftechnik  
[www.grindtec.de](http://www.grindtec.de)



26. - 29. April 2022  
**interlift Augsburg**  
Internationale Fachmesse für Aufzüge,  
Komponenten und Zubehör  
[www.interlift.de](http://www.interlift.de)



2022  
**Stone+tec Nürnberg**  
Internationale Fachmesse für Naturstein und  
Steintechnologie  
[www.stone-tec.com](http://www.stone-tec.com)



**AFAG Messen und Ausstellungen GmbH**  
Messezentrum 1 · 90471 Nürnberg  
☎ (09 11) 988 33-7000  
info@afag.de · www.afag.de



Mitglied im Fachverband  
Messen und Ausstellungen



Mitglied der Gesellschaft zur freiwilligen  
Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen



Änderungen vorbehalten!  
Stand: 26.7.2021