

Pressefoto 2022: Das höchste der Gefühle

Polizei und Journalisten im Gespräch

Der BJV bei den Münchner Medientagen

Anwalt: „Die Arbeitszeiterfassung kommt“

www.bjv.de / www.djv.de

Der Umgang mit Selbstkritik

Wie Journalist*innen
aus ihren Fehlern
lernen können



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)	F Flughafen München (VK)	S Schwaben Netz (N) Sparkassenverband Bayern (F) St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg (U) StWN Städtische Werke Nürnberg (U)
B/C Bauindustrie Bayern/ Bayerischer Bauindustrieverband (VB) Bayerische Landesärztekammer (K) Bayerngas (E) Bayernhafen (VK) Bayernwerk (E) BMW Group (U)	G/H GVB Genossenschaftsverband Bayern (F) Hanns-Seidel-Stiftung (BW)	V VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft (VK) VdK Bayern Sozialverband (SK) Versicherungskammer Bayern (V) VGN Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VK)
D DIEHL Diehl Stiftung (U)	L/M LEONI AG LEW Lechwerke (E) LMU Ludwig-Maximilians-Universität München (BW)	W wbg Nürnberg Immobilien (U)
E Erdgas Schwaben (E) E-T-A Elektrotechnische Apparate (U)	N N-ERGIE (E) NÜRNBERGER Versicherungsgruppe (V)	Dank auch den Sonderinserenten: <ul style="list-style-type: none">• AFAG Messen und Ausstellungen GmbH• Akademie der Bayerischen Presse• Presse-Versorgung (Versorgungswerk der Presse)
	O/P/R OMV Deutschland (U)	



Kontaktbörse „Pressestellen“

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

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6x jährlich**, jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter www.bjv.de • **Planung/Abwicklung:** Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09 11 / 988 11 264, Fax 09 11 / 988 11 265, robert.macher@mediasued.de



Michaela Schneider
Leitende Redakteurin
Foto: Günter Schneider

Aus Fehlern lernen

Selbstkritik – das sei die Kunst, sich konstruktiv zu kritisieren, ist in der digitalen „Karrierebibel“ zu lesen. Und tatsächlich ist es ein ständiger Balanceakt, aus den eigenen Fehler zu lernen ohne sich selbst zu sabotieren. Das gilt für den Einzelnen, das gilt für den Journalismus als Branche. Journalismus bedeutet, die Welt – auch die eigene – ständig zu hinterfragen. Und auch Selbstkritik im konstruktiven Sinne verlangt nicht weniger, als seine Ziele ständig zu prüfen und diese gegebenenfalls zu verändern. Wir diskutierten für unsere Titelstrecke mit Medienwissenschaft-

ler*innen und Journalist*innen über Kritik und Selbstkritik, um herauszufinden, wie diese zu einem besseren Journalismus beitragen können. Wir blicken auf die Rolle der Leseranwält*innen in Zeitungsverlagen. Wir wollten wissen, wie man sich schützen kann vor Selbstzerfleischung. Und wir hinterfragen selbstkritisch, was geschieht, wenn mit Clickbaits zwar die Publikumsneugier geweckt wird, sich Journalist*innen aber gleichzeitig einer populistischen Sprache annähern. **Ab Seite 16**

Der *Donaukurier*-Redakteur Johannes Hauser holt mit seinem Foto „Das höchste der Gefühle“ den Gesamtsieg beim Wettbewerb Pressefoto Bayern 2022. Entstanden ist es in einem fahrenden Kettenkarussell in 90 Metern Höhe. **Ab Seite 6**

Unser BJV-Mitglied Till Mayer reist aktuell alle fünf, sechs Wochen in die Ukraine. Er sagt: Wer aus der Ukraine berichte und nie dort sei, wo Granaten pfeifen, könne sich kein ausreichendes Bild machen. **Ab Seite 28**

Zwei Streiktage lang gingen die Kolleg*innen des *Bayerischen Rundfunk* auf die Strafe. Ende November kam es schließlich doch noch zu einer Tarifvereinbarung. **Ab Seite 34**

Unser Titelbild

Die richtige Dosis Selbstkritik zu finden, ist kein Leichtes, auch nicht im Journalismus. Die freie Fotografin **Jana Margarete Schuler** experimentierte mit ihren zwei Models so ausgiebig wie selbstkritisch, um sich dem Thema zu nähern. Da ist auf dem Cover eine junge Frau zu sehen, vielleicht eine Journalistin. Sie nimmt die eigene Kritik an, ist zu Reflexion und Korrekturen bereit. So lernt sie für die Zukunft. Das zweite Motiv zeigt dann auf Seite 16 einen Mann im Zerstörungsmodus. Konstruktive Selbstkritik kippt, wenn Ideen ein ums andere Mal zerkaut werden, sich Potenzial nicht voll entfalten kann und kritische Stimmen jeden neuen Gedanken ausbremsen. Im Vorjahr hatte Jana Margarete Schuler beim BJV-Wettbewerb Pressefoto Bayern in der Kategorie „Newcomer Award“ gewonnen. Sie wolle mit ihren Bildern Geschichten über die unterschiedlichsten Menschen erzählen, schreibt die 29-Jährige auf ihrer Website. Als selbstständige Fotografin und Fotojournalistin arbeitet sie in Bamberg. Berufsbegleitend studiert sie Fotojournalismus und Dokumentarfotografie in Hannover. janamargarete.com



Jana Margarete Schuler
Foto: Katarina Vikulova

Kaleidoskop

- 4 Medienköpfe
- 5 Social Media auf Papier

Verband

- 6 „Die Kamera wusste nicht mehr, wo unten und oben ist“
Johannes Hauser holt Gesamtsieg bei BJV-Wettbewerb
- 7 Pressefoto Bayern 2022: Die Siegerbilder
- 15 Antrag Presseausweis

Titel

- 16 Selbstkritik vorleben
Stetiges Hinterfragen kann den Journalismus voranbringen
- 19 „Der Umgang mit Kritik will gelernt sein“
Tipps zu einer respektvollen Feedbackkultur
- 20 Nur einen Klick entfernt von der Konkurrenz
Clickbaits wollen emotionalisieren – und bergen Gefahren in sich
- 22 Pressestellen

Medienszene

- 26 „Organisation ist alles“
Über den Tellerrand: Ohne Aufnahmeleitung geht nichts
- 27 Der Vernetzer braucht weitere Unterstützer
Mutmacher: Marcus von Jordan und seine Plattform torial
- 28 Winter in der Ukraine
Der Journalist Till Mayer reist regelmäßig ins Kriegsgebiet
- 30 Unsere Tipps

Verband

- 31 Nachhaltig Hirnen
Auf ein Wort mit dem BJV-Vorsitzenden Michael Busch
- 32 Aus dem Verbandsleben
- 34 Tarifabschluss beim BR nach zwei Warnstreiks
Ab Januar 2,8 Prozent mehr Gehalt und eine Einmalzahlung
- 36 Doppelt hält besser
Officestory: Dennis Ballwieser ist Chefredakteur der Apotheken Umschau.
- 38 Pressefotografie ist keine Provokation
BJV-Kollegen diskutieren mit Polizisten über umstrittenen Einsatz
- 40 Klassentreffen mitten in den Krisen
Auch der BJV war bei den Medientagen 2022 dabei
- 42 Kopf hoch, Frust raus
Einige Einblicke in Workshops der FREItage 2022
- 43 Ideen für die Zukunft
Der DJV-Verbandstag blickte auf die Weiterentwicklung des Verbands
- 44 „Die Arbeitszeiterfassung wird kommen“
Betriebsrat und Anwalt für Arbeitsrecht blicken auf die „Arbeit 4.0“
- 46 Die BJV-Newcomerin: Hanna Resch

Zur Person

- 47 Jubilare
- 48 Nachrufe

Sagen Sie mal...

- 49 „Es gibt einen Bedarf, über Politik zu diskutieren“
Aber wie packt man auch mal schwerere Themen an?
Gloria Grünwald von egoFM hat einen Ansatz



Foto: Claire Langer

Katja Voigt-Kreutzer ist seit 1. November ganz offiziell für das Programm von *Bayern3* verantwortlich.

Kommissarisch war die vorherige Vize-Chefin der Popwelle das schon seit Sommer, nachdem Thomas Linke-Weiser innerhalb der ARD-Anstalt in die Stabstelle Hörfunk gewechselt war. Voigt-Kreutzers Stellvertreter ist Marc Schindlbeck.

Bert Habets (@BertHabets) ist neuer Vorstandsvorsitzender von *ProSiebenSat.1*. Der 54-jährige Medienmanager löste im Oktober überraschend CEO Rainer Beaujean ab. Noch überraschender: Habets arbeitete zwei Jahrzehnte für *RTL*, zuletzt an der Konzernspitze bis zur Trennung 2019.



Foto: Jan Homeyer

Konstanze Beyer steigt bei *RTLzwei* nach dem Abgang von Tom Zwiessler zur Programmche-

fin auf. Sie leitet seit 2016 die Abteilung „Wissen & Dokumentation“ und übernahm 2020 zusätzlich die Chefredaktion der Nachrichtenangebote. Die Programmdirektion teilt sich Beyer mit **Malte Kruber**; er kommt von *RTL* und verantwortet jetzt bei *RTLzwei* das Entertainment.

Hans-Peter Siebenhaar (@HPSiebenhaar) bindet sich fest an *Focus Money*. Chefredakteur Georg Meck schuf für den freien Wirtschaftsjournalisten die Position Chefautor und nimmt ihn als Mitglied an der Redaktionsspitze auf. Damit endet Siebenhaars kurzes Engagement bei der *Süddeutschen*, für deren Österreich-Angebot er schrieb.

Hakan Tanriverdi (@hatr), Spezialist für Cyber- und IT-Sicherheit bei



Good News: Die Nachrichten von *ProSieben, Sat.1* und *Kabel Eins* kommen von Januar an wieder direkt aus Unterföhring und werden nicht mehr in Berlin von Springers *WELT* produziert. Entsprechend rüstet sich die Seven.One Entertainment personell: Anchor-Woman der „*Sat.1* Nachrichten“ wird **Claudia von Brauchitsch** (48, Foto); sie moderiert bereits das Magazin „Akte“. Mit „Tagesschau“-Sprecherin **Karolin Kandler** für die *ProSieben*-, „Newstime“ und **Angela van Brakel** für die „*Kabel Eins News*“ verstärken zwei weitere Moderatorinnen die 60-köpfige Redaktion. Vom *ZDF* kommt Axel Storm als Washington-Korrespondent.

Foto: Sat.1/Christoph Köstlin

BR Recherche, recherchiert künftig für Papertrail Media, das Investigativ-Büro der früheren *SZ*-Journalisten Frederik Obermaier und Bastian Obermayer. Auch Tanriverdi, Jahrgang 1984, arbeitete bei der *SZ*. Neuer „Premiumkooperationspartner“ von Papertrail ist neben *Der Spiegel* das *ZDF*-Magazin „Frontal“.



Foto: WDR/Sebastian Ait

Karl Valks, seit drei Jahren Chef von *Sky Sport News*, leitet ab Januar 2023 die „Sportschau“ im Ersten. Der

WDR hat in dem 49-jährigen Sportjournalisten einen Nachfolger für Steffen Simon gefunden, der bereits im Mai als Mediendirektor zum *DFB* wechselte. Bei *Sky* war Valks seit 2005 fest tätig.

Kathrin Degmair, langjährige *BR*-Journalistin, leitet jetzt bei der *CDU* die Stabsstelle Strategische Planung und Kommunikation. Sie kommt von Boston Consulting. Bis 2019 stand die damals 41-Jährige dem Studio Franken des *BR* vor, wo sie intern angeeckt sein soll. Nachdem

ihr Vertrag nicht verlängert worden war, übernahm kommissarisch ihr Vorgänger Martin Wagner. Heutiger Studiochef ist Tassilo Forchheimer.



Foto: Daniel Grund, Hubert Burda Media

Kai Labinsky tritt zum Jahresende als Publishing-Chef und Verlagsgeschäftsführer bei Hubert Burda Media ab, um sich „neuen beruflichen Herausforderungen“ zu stellen. Er kam 1999 zu Burda und war seit der Neuaufstellung des deutschen Verlagsgeschäfts 2021 für Marken wie *Freizeit Revue, NetDoktor* und *Mein schöner Garten* verantwortlich. Burdas Geschäftsleitung schrumpft damit weiter; zum Jahreswechsel geht auch Marketing-Chef Burkhard Graßmann. Neuer Kopf im Burda-Vorstand ist ab Januar **Marc Al-Hames** (44) mit Zuständigkeit unter anderem für BurdaCommerce.

Markus Hinterberger (41) hat nach zwölf Jahren den Finanzen-Verlag verlassen und arbeitet jetzt als Chefreporter fürs *Handelsblatt* über Geldanlage und Märkte. Zuletzt war

er in München Chefredakteur des Monatsmagazins *Euro*.

Anja Suren wurde zur Unternehmenssprecherin der Looping Group befördert. Sie arbeitet bereits seit 2017 am Standort München. Zuvor war sie unter anderem für die internationale Innovationsplattform *DLD* von Hubert Burda Media tätig.

Io Görz (@IoGoerz) fängt am 1. April bei t-online als Trafficmanager*in regionale Reichweite an. Bislang arbeitet Görz als Chefredakteur*in *infranken.de*, dem Reichweitenportal des *Fränkischen Tag* (siehe „Sagen Sie mal“, 5/2022).



Foto: Erol Gurian

Isolde Fugunt (@fugunt) wird im Juni 2023 die journalistische Leitung der ifp übernehmen.

Geistliche Direktorin der katholischen Journalistenschule wird Sr. Stefanie Strobel. Fugunt, Jahrgang 1978, absolvierte während ihres Volos bei der *Schwäbischen Zeitung* selbst Kurse am ifp. Sie löst Schulleiter Bernhard Remmers ab, dessen zweite Amtszeit dann endet.

Anja Bonelli (@AnjaBonelli) führt die neue „Direktorat Plattform“ bei Ippen Media (*Münchner Merkur, BuzzFeed* etc.). Sprich: Sie soll die Weiterentwicklung von Ippens Plattformaktivitäten dirigieren. Ihr vorheriger Arbeitgeber war der Telefondienstleister *O2*. Neue „Direktorin Sales“ ist **Andrea Becher**.

Philipp Welte (60) wird fortan die Interessen der Zeitschriftenverleger vertreten. Der Burda-Manager löste Rudolf Thiemann (67) vorzeitig als Präsident des Medienverbands der freien Presse ab. Der *MVFP* hatte sich in diesem Frühjahr nach längerem Prozess reformiert und Thiemann erneut an die Verbandsspitze gewählt..

Senta Krasser



Klimakrise, Kostnix und eine kaputte Kultur

Von Thomas Mrazek

+++ „Die Klimakrise eskaliert und der Journalismus kommt nicht hinterher“, schlagzeilte Sara Schurmann (@SaraSchurmann) im September bei *Übermedien*: „Ob Newsticker zur Hitzewelle oder andere neue Formate: Viele Medien haben ihre Berichterstattung über die Klimakrise in den vergangenen zwei Jahren ausgebaut. Doch das Ausmaß haben die meisten Redaktionen noch immer nicht begriffen. Eine Bilanz.“ Die Journalistin und Trainerin Schurmann beschäftigt sich seit Jahren mit diesem Thema, selbstkritisch räumt sie aber auch ein: „Mir ist durchaus bewusst, dass meine Kritik zum Teil unfair ist.“

„Was kann es eigentlich Relevanteres geben, als das Überleben – oder das gute Leben – der Menschen auf unserem Planeten?“, fragte die Neurowissenschaftlerin und Mitgründerin des Online-Magazins *Perspective Daily*, Maren Urner (@PositiveMaren), bei der Jahrestagung des „Netzwerk Recherche“. Im Journalismus werde die aktuelle Lage nicht angemessen abgebildet, kritisierte Urner, wie die Redakteurin Inga Dreyer auf *Wissenschaftskommunikation.de* berichtet. Tröstlich: Die Kolleginnen erwähnen auch einige positive Beispiele, vor allem aus dem Online-Bereich.

bjvlink.de/klimakrise
bjvlink.de/wissenschaftskommunikation

+++ „Kostet nix, taugt was!“ So selbstbewusst reißt der *Berliner Tagesspiegel* (@TspCheckpoint) seinen kostenlosen „Checkpoint“-Newsletter an. Den gibt es von Montag bis Freitag ab 6 Uhr. Die kostenpflichtige Version mit allerhand Extras auch am Wochenende innerhalb des Tagesspiegel Plus-Abos steht für 14,99 Euro bereit. Auch andere Medien haben hervorragende Newsletter-Angebote, aber einen so flott geschriebenen und fein gestalteten Überblick wie die Kolleg*innen aus der Hauptstadt bieten andere kaum. Wie der seit 2014 angebotene „Checkpoint“ entsteht und wie sie dort mit ihren Newslettern „unfassbar viel mehr Menschen erreichen, als wir es zuvor je konnten“, erzählt Chefredakteur Lorenz Maroldt im Interview bei *Turi2*. Nebenbei entdeckt man

noch so praktische Werkzeuge wie den Inflationsmonitor, der laufend aktuell und grafisch übersichtlich zeigt, wie sich die Inflation in Deutschland entwickelt, welche Preise besonders steigen und welche moderat bleiben.

checkpoint.tagesspiegel.de
bjvlink.de/maroldt
bjvlink.de/inflationsmonitor

+++ **Gewalttätig zur vierten Gewalt:** Leider sind Angriffe und Drohungen auf Kolleg*innen in der zweiten Jahreshälfte wieder ein Thema. Mit dem „Einfluss von Gewalt gegen Journalist*innen auf Corona-Demonstrationen auf die Pressefreiheit in Österreich“ setzte sich der Student Frederik Hocke in seiner Abschlussarbeit an der FH Wien auseinander. Hockes Werk wurde mit einem Journalismus-Nachwuchspreis prämiert. In einer Multimedia-Reportage verdeutlicht der Master-Absolvent die problematische Arbeit in diesem Themenfeld akribisch und spannend, so kommen in Einspielern etwa betroffene Berichtersteller*innen zu Wort. Auch mögliche Lösungen werden erörtert. Die Verhältnisse in Österreich sind leider kein Deut besser als hierzulande. Der Autor dieser Kolumne hat selbst gut ein Dutzend Artikel zum Thema verfasst und über 2300 Links dazu gesammelt und weiß somit den Wert dieser akademischen Reportage zu würdigen.

bjvlink.de/gewalttätig
bjvlink.de/rechts-link

+++ **Kaputte Link-Kultur:** Sie finden in dieser Kolumne immer viele Links, für mich ist es seit 30 Jahren journalistischen Arbeitens selbstverständlich, den Leser*innen damit viel Nutzwert, Transparenz und womöglich weitere Erkenntnisse zu bieten – egal ob auf Papier oder Online. Das ist in unserer Branche aber nicht Gemeingut: „Vor ein paar Jahren dachten wir alle, dass sich Links zu Originalquellen in journalistischen Artikeln im Netz irgendwann durchsetzen würden. Doch bis heute wollen private und öffentlich-rechtliche Medienhäuser ihre Leser*innen entmündigen und einsperren

– zu Lasten eines zeitgemäßen Journalismus“, kommentiert Markus Reuter (@markusreuter_) bei *Netzpolitik.org* die „Kaputte Link-Kultur im Journalismus“.

bjvlink.de/link-kultur

+++ Als „**medienethisches Lehrstück**“ beschrieb ich im *BJVreport 4/2021* die Online-Berichterstattung zur Messerattacke von Würzburg im Juni 2021 der *Main-Post*. Die Redaktion wurde jetzt mit dem Journalistenpreis „Medien Spiegel“ ausgezeichnet. Auf „vielfältige Weise selbstkritisch und geduldig“ habe man seine Arbeit erklärt, lobte die Jury die Kolleg*innen.

bjvlink.de/lehrstueck
bjvlink.de/medienspiegel

+++ **Mit „Servus miteinander“**, grüßt der Kollege Peter Viebig (@vipraum) aus dem mittelfränkischen Mühlhausen jeden Donnerstag die Leser*innen seines Newsletters „Vipmail – News aus Franken“. Viebig ist seit fünf Jahren Rentner, doch ganz kann er von seinem Beruf nicht lassen. 36 Jahre arbeitete er bei der *Nürnberger Zeitung*, vom Redakteur für die Hausfrauenseite über das Lokale und in den letzten Jahren als Onliner. Seit sieben Jahren gibt es seine „Vipmail“, meistens wählt Viebig ein Dutzend Nachrichten aus dem Fränkischen aus, er möchte damit etwas für Leute anbieten, „die unsere Zeitungen nicht oder nicht mehr abonniert haben“ oder die einfach keine Zeit für längliche „Lesegeschichten“ haben. Rund 400 bis 500 Leser*innen erreicht er mit dem Newsletter und dem angeschlossenen Blog. In fast jeder Ausgabe findet sich ein wenig Medienkritik, vor allem an seinem Ex-Arbeitgeber: *Nordbayern.de* treibe „Niveau-Limbo“. „Ich fürchte, im Nürnberger Pressehaus merken sie gar nicht, wie sie wegen ein paar Klicks ihr gesamtes Ansehen in die Tonne treten“, mahnt Viebig. Trotzdem ist dieser Hobby-Newsletter im lauten Mediendröhnen eine kleine Erholunginsel.

vipraum2.de

„Die Kamera wusste nicht mehr, wo unten und oben ist“

Im Gespräch mit dem *Donaukurier*-Redakteur Johannes Hauser, dem Gesamtsieger des Wettbewerbs Pressefoto Bayern 2022

Von Michaela Schneider

Mit „Das höchste der Gefühle“ gewinnt *Donaukurier*-Redakteur Johannes Hauser, 48 Jahre, den Wettbewerb Pressefoto Bayern 2022. Entstanden ist das Foto beim Ingolstädter Volksfest im „Bayern-Tower“. Dabei handelt es sich um ein in einem Maibaum nachempfundenes Kettenkarussell in 90 Metern Höhe.

Für das Foto mussten Sie sich im fahrenden Kettenkarussell umdrehen. Wie kann man in so einer Situation fotografieren – und noch dazu so gut?

Johannes Hauser: Das Ganze brauchte erstmal Vorbereitung. Ich machte tagsüber Testfotos aus dem Kettenkarussell. Ich überlegte genau, welche Brennweite ich verwenden will, weil ich im Kettenkarussell keinen Objektwechsel vornehmen kann. Belichtungszeit, Blende und Co. stellte ich so ein, dass ich sicher sein konnte, dass man die Abendlichter sieht. Der Fokus war kein Problem, weil sich das Paar hinter mir relativ zu mir nicht bewegte. Ich drehte mich um, presste die Kamera auf die Rückenlehne und machte dann viele, viele Fotos. Die Fliehkraft war enorm, die Kamera wusste nicht mehr wo unten und oben ist und spielte mir die ganzen querformatigen Bilder im Hochformat aus.

Die Technik ist das eine... Wie belastbar ist ihr Magen?

Ich habe bei uns in der Redaktion den Ruf als derjenige, der gern irgendwo hochklettert. Es gibt kaum ein Baugerüst in Ingolstadt, auf dem ich nicht war. Einmal bin ich den Ausleger eines Baukrans vorgeklettert. Solche Sachen gehören bei mir dazu. Ich habe auch schon aus einer Leopardenstange raus fotografiert und aus der Achterbahn „Wilde Maus“.

Hatten Sie mit dem Pärchen im Kettenkarus-

sell vorher abgesprochen, dass Sie fotografieren?

Ich hatte mich den Beiden beim Einstieg vorgestellt als Fotograf des *Donaukurier* und angekündigt, dass ich mich während der Fahrt umdrehen will, um Fotos zu machen. Das Küsschen war dann eine spontane Idee der Beiden während der Fahrt.

Wie viel Zeit bleibt Ihnen im Redaktionsalltag fürs Fotografieren?

Ich bin beim *Donaukurier* angestellt als schreibender Redakteur. 2005 hatte ich dort mein Volontariat gemacht, wurde Redakteur und arbeite nun seit gut zehn Jahren in der Lokalredaktion in Ingolstadt. Diese ist dahingehend privilegiert, dass sie sich zehn Tage im Monat noch freie Fotografen leistet. An allen anderen Tagen muss der Redakteur selbst überlegen, wo er ein Foto herbeikommt. Ich fotografiere gerne und investiere Zeit in meine Fotos. Dafür, dass ich diese Freiheit bekomme, bin ich meiner Redaktion unendlich dankbar. Man schätzt bei uns trotz dünner Personaldecke gute Fotografie und ist sich bewusst, dass diese Arbeit und Zeit kostet.

Zudem setzen Sie immer wieder künstlerische Fotoprojekte um, unter anderem arbeiten Sie seit sieben Jahren an der Fotoserie „nach oben“. Welche Idee steht dahinter?

Die Bilder der Serie zeichnen sich dadurch aus, dass sie kreisrund sind. Ich verwende dafür ein Fischaugenobjektiv in der Extremstellung von acht Millimetern. Die Bilder entstehen, wie der Titel sagt, „nach oben“. Das heißt, ich lege die Kamera, dort wo es möglich ist, auf den Boden. Die Kamera nimmt dann über Fernauslöser oder Zeitauslöser die gesamte Raumkuppel über der Kamera auf. Dahinter steht für mich die Idee, durch die Perspektive einen neuen Zugang zu ermöglichen zu einem Ort, den

man vielleicht schon hundert oder tausend Mal gesehen hat. Ich machte zum Beispiel ein Foto vom Eiffelturm – und es gab Leute, die diesen auf dem Foto nicht erkannten.

Sie erhielten als erster Fotograf die Erlaubnis, im Sitzungssaal des Bundestags jenseits der Presstribüne zu arbeiten. Wie kam es dazu?

Ich schrieb, vielleicht etwas naiv, die örtlichen Abgeordneten an und fragte, ob es eine Möglichkeit gebe, für die Serie ein Foto von der Reichstagskuppel zu machen. Eine positive Antwort des CSU-Abgeordneten Dr. Reinhard Brandl erreichte mich in Sekunden. Allerdings hatte er sich mit der Zusage etwas aus dem Fenster gelehnt, im Plenarsaal besteht eigentlich ein Fotografier-Verbot. Meine Anfrage wanderte durch die Instanzen immer weiter nach oben, bis sie im Kunstbeirat des Deutschen Bundestags landete, den Vorsitz hatte damals Bundestagspräsident Norbert Lammert. Er entschied persönlich, dass am Verbot festgehalten wird, aber diese eine Ausnahme genehmigt wird.

Am Ende kaufte der Kunstbeirat mit dem Triptychon „Himmel der Demokratie“ drei Ihrer Arbeiten für die Kunstsammlung des Deutschen Bundestags an ...

Genau. Ich hatte für dieses Triptychon neben der Reichstagskuppel noch den ehemaligen Plenarsaal in Bonn fotografiert und die Paulskirche in Frankfurt als quasi erstes deutsches Parlament. Der Ankauf war für mich ein toller Erfolg. Seitdem bin ich ein bisschen intensiver hinter dem Demokratiethema her und habe zum Beispiel auch schon das Bundeshaus in Bern fotografiert und in Washington im Capitol ein „nach oben“-Foto gemacht. Beim Oval Office fragte ich an, bekam aber keine Antwort.



johannes-hauser-fotografie.de

PRESSE FOTO BAYERN 2022



Johannes Hauser, Gewinner des Wettbewerbs
Pressefoto Bayern 2022.

Foto: Conny Hammer



Pressefoto des Jahres 2022

Johannes Hauser: Das höchste der Gefühle

Nach der Corona-bedingten Auszeit findet 2022 wieder das Ingolstädter Pfingstvolksfest statt. Zum ersten Mal dabei: Der Bayern-Tower, ein Kettenkarussell, das einem Maibaum nachempfunden ist und bei dem sich die Passagiere in über 90 Metern Höhe um die zentrale Achse drehen. Am 4. Juni 2022 kommt dieses Paar sich und dem Himmel ein Stück näher.

Alle Texte: Maria Goblirsch



Sieger Kategorie Sport – Sonderpreis Sparkassenverband Bayern Christof Stache: Luftiger Salto

Über den Dächern der Stadt München lassen BMX-Freestyler bei den European Championships 2022 in München schwierigste Tricks spielerisch leicht aussehen. Der Isländer Ryan Henderson zeigt am 13. August auf der Rasenfläche des Olympiabergs einen Backflip. Im Hintergrund ist die Frauenkirche zu sehen.



Sieger Kategorie Kultur – Sonderpreis Bayerische Landesbank Sven Hoppe: Der Herbst trägt Maske

Carollina Bastos wärmt sich vor einer Probe des Märchenballetts „Cinderella“ im Münchner Nationaltheater auf. Dort ist die brasilianische Tänzerin bei der Premiere als „Herbst“ in den Vier Jahreszeiten zu sehen. Die Proben finden am 11. November 2021 unter strengen Auflagen statt. Aus der Serie „Staatsballett während Corona“.



Sieger Kategorie Bayern Land & Leute – Sonderpreis Bayernwerk AG Bernd Feil: Bis zum Mond

Es ist Vollmond-Nacht. Der Mond steht am 11. September 2022 scheinbar unmittelbar hinter dem Karussell im Skyline Park von Rammingen (Landkreis Unterallgäu). In den Gondeln des 150 Meter hohen „Allgäu-Fliegers“, der als höchstes Flugkarussell der Welt beworben wird, kann man in dieser Nacht bis zum Mond und zurück fliegen.



Sieger Kategorie Tagesaktualität – Sonderpreis Presseversorgung Daniel Karmann: Typisch Franke?

Bayerns Ministerpräsident Markus Söder (CSU) stammt aus Nürnberg. Und so weiß er, wie so mancher Gast von außerhalb Frankens über den Franken denkt... Und das stellt er auch gleich mimisch dar. Aufgenommen am 24. Mai 2022 in Ansbach.



Siegerin Kategorie Umwelt & Energie – Sonderpreis Bayernwerk AG Pia Bayer: Drohnen-Aussaat

Alles Gute kommt auch hier von oben: Drohnen-Pilot Manuel Ursel bringt am 21. Juli 2022 über einem Getreidefeld im unterfränkischen Memmelsdorf die Saat aus. Bei diesem Bodenschutzprojekt soll ein immergrünes Feld geschaffen werden, um Boden und Pflanzen zu befähigen, in Zeiten der Trockenheit mit weniger Wasser auszukommen.

Sieger Kategorie Serie – Sonderpreis Bayerischer Journalisten-Verband Sebastian Beck: Becoming Jesus

42. Passionsspiele in Oberammergau. Frederik Mayet ist nach 2010 erneut einer von zwei Jesus-Darstellern. Vor den Fotoaufnahmen für das offizielle Buch wird er am 20. März 2022 aufwendig gestylt.

In der Garderobe konzentriert er sich vor dem Auftritt.

Nur noch die Schuhe anziehen, dann ist das Kostüm fertig.

Mayet wartet darauf, dass das Blut eingetrocknet ist. Für einen Moment scheint er bereits in seiner Rolle zu versinken.

Nachdem ihm die Blutkrone aufgesetzt worden ist, föhnt die Maskenbildnerin das Gesicht mit dem Blick des gemarterten Heilands trocken.

Damit das Blut auch frisch aussieht, wird Mayet noch am Kreuz nachgeschminkt.





Siegerin Newcomer Award – Sonderpreis Presseversorgung Jana Islinger: Georgien im Aufbruch

Die Fotografin hat im April und Mai 2022 für eine Fotoreportage Georgien besucht.

In den späten 1950ern baute die sowjetische Regierung große Wohnsiedlungen in Tiflis, Georgien, die heute von verschiedenen ethnischen Gruppen der Mittel- und Unterschicht bewohnt werden. Die Freiheit, die Frauen in Europa haben, werden wir nicht bekommen, solange wir nicht Teil davon sind, sagt die 17-jährige Anastasia. Jamse, Marina und Uliga, Flüchtlinge aus Abchasien, leben seit dem Krieg in einem verlassenem Hotel. Renata vor dem Technoclub Bassiano in Tiflis.



Sieger Kategorie Europa – Sonderpreis Europäisches Parlament Florian Bachmeier: Auf der Flucht

Ankunft von Flüchtenden aus Cherson auf dem Parkplatz eines Einkaufszentrums in Saporischschja, Ukraine. Ihr Bus war sieben Tage unterwegs und wurde mehrmals von russischen Einheiten zurückgewiesen. Die Route führte schließlich über die so genannte Volksrepublik Donezk, wo die Insassen eine Scheinexekution erdulden mussten.



Beim Festakt im Maximilianeum wurden die Preisträger*innen des diesjährigen Wettbewerbs Pressefoto Bayern ausgezeichnet. Vordere Reihe (von links): Jana Islinger (Newcomer Award), Pia Bayer (Umwelt & Energie), Sven Hoppe (Kultur), Christof Stache (Sport), Florian Bachmeier (Europa) Hintere Reihe (von links): Sebastian Beck (Serie), BJV-Vorsitzender Michael Busch, Landtagspräsidentin Ilse Aigner, Gesamtsieger Johannes Hauser, Daniel Karmann (Tagesaktualität), Bernd Feil (Bayern Land & Leute).

Foto: James Albright

Ausstellungstermine 2023

Auch 2023 wird die Ausstellung „Pressefoto Bayern 2022“ durch den Freistaat touren.

Bis einschließlich 9. Januar ist sie noch im Kreuzgang des Bayerischen Landtags zu sehen.

Vom 7. März bis 23. April macht sie Station im Museum für Industriekultur in Nürnberg.

Als weitere Ausstellungsorte sind unter anderem geplant: Ansbach, Augsburg, Würzburg, Regensburg und München.

Mehr dazu unter bjv.de/pressefoto

Pressefoto Unterfranken 2022



Pressefoto des Jahres 2022 – Sonderpreis Bezirk Unterfranken Stefan Gregor: Grenzenlos

Erst war es die Corona-Pandemie, nun ist es der Ukraine-Krieg: Am 1. April 2022 sind die Regale im Aschaffener Kaufhaus des Sozialvereins „Grenzenlos“ leer. Es bilden sich lange Schlangen, die bis auf die Straße reichen. Wer einen „Grenzenlos-Pass“ vorweisen kann, darf dort bis zu zehn Artikel pro Tag für einen symbolischen Preis von je einem Euro kaufen. Aus der Serie „Grenzenlos“.

Presseausweis 2023 – Jetzt beantragen!

Einfach das Formular vollständig ausfüllen, unterschreiben und gescannt als PDF an presseausweis@bjv.de senden. Wir benötigen in diesem Jahr **dringend alle** persönlichen Daten. Bitte füllen Sie also **in jedem Fall die Pflichtfelder aus**. Und: nennen Sie uns Ihren aktuellen Arbeitgeber!

Unsere Datenschutzhinweise können Sie unter dieser Adresse online einsehen: <https://www.bjv.de/presseausweis>



ANTRAG PRESSEAUSSWEIS FÜR MITGLIEDER 2023

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

<input type="checkbox"/> Presseausweis	<input type="checkbox"/> KFZ-Schild 5,- €	<input type="checkbox"/> Vorhandenes Passbild verwenden	<input type="checkbox"/> Passbild anbei
--	---	---	---

Private Anschrift

Vorname *

Nachname *

Straße / Hausnummer *

PLZ / Ort *

Telefon / Mobil *

E-Mail *

Geburtsdatum *

Presseausweisnummer

Status

<input type="checkbox"/> angestellt	<input type="checkbox"/> freie/r Journalist*in	<input type="checkbox"/> Pauschalist*in	<input type="checkbox"/> 12a Status/ BR
-------------------------------------	--	---	---

***Pflichtfelder, bitte unbedingt ausfüllen.**

Arbeitgeber

Name

Straße / Hausnummer

PLZ / Ort

Telefon / Mobil

E-Mail

Angaben freier Journalist*innen

Medientitel, für die Sie hauptsächlich tätig sind:

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

Honorarnachweis der letzten 6 Monate) habe ich beigefügt. Mir ist bekannt, dass diese Nachweise die eigenverantwortliche Prüfung des Landesverbandes nicht ersetzen können. Mir ist bekannt, dass die in diesem Antrag gemachten Angaben zum Zwecke der Ausstellung eines bundeseinheitlichen Presseausweises elektronisch verarbeitet werden. Dies geschieht in Erfüllung der Verpflichtungen nach der „Vereinbarung zwischen dem Vorsitz der Ständigen Konferenz der Innenminister und -senatoren der Länder und dem Trägerverein des Deutschen Presserats e. V. über die Wiedereinführung eines bundeseinheitlichen Presseausweises“ vom 30.11./01.12.2016. Hiernach unterrichten sich die ausstellungsberechtigten Verbände wechselseitig über Fälle des Missbrauchs eines Presseausweises. Umfassende Informationen über die Datenverarbeitung bei der Ausstellung von Presseausweisen finde ich unter „Datenschutzhinweis“.

Ort, Datum

Unterschrift

Selbstkritik vorleben

Das stetige Hinterfragen der eigenen Arbeit kann den Journalismus auch und gerade in schwierigen Zeiten voranbringen. Ombudsleute versuchen bewusst, die Perspektive der Leser*innen einzunehmen.

Von Thomas Mrazek



Joachim Braun hat sich als Journalist auch damit einen Namen gemacht, dass er immer wieder Strukturen und Gewohnheiten in Redaktionen infrage stellte und veränderte. Beim *Nordbayerischen Kurier* leitete er von 2011 bis 2016 die Redaktion, seit 2018 arbeitet er als Chefredakteur der *Ostfriesen-Zeitung* in Leer. Wie geht er mit journalistischer Selbstkritik um? „Ich versuche permanent das zu hinterfragen, was ich selbst tue und das was die Menschen tun, die meiner Leitung anvertraut sind“, sagt der 56-Jährige. Maßstab sei für ihn dabei die Kommunikation mit den Leser*innen. Er beantworte jede Leser-Mail und spiegele sie in die Redaktion zurück.

Just am Tag des Interviews mit dem *BJVreport* kann Braun ein weiteres Beispiel für den Umgang mit Kritik in eigener Sache benennen. In seiner wöchentlichen Kolumne „OZ intern“ erwähnt er die Beschwerde eines ostfriesischen Politikers über einen Artikel auf der Kinderseite der *Ostfriesen-Zeitung*. Auf der von Volontär*innen betreuten Seite war ein – laut dem Politiker – verharmlosender Beitrag über die Protestbewegung „Die letzte Generation“ erschienen. Der Aufmachertext basierte auf einer dpa-Meldung, die wiederum nur eine Quelle hatte. Der Leser hatte mit seiner Kritik recht.

Braun schildert darauf in seiner Kolumne ausführlich, wie er damit umging: Die Agentur wurde auf den Fehler hingewiesen, und „auch intern wurden Gespräche geführt, um solche Fehler in Zukunft zu vermeiden“, schreibt er dort. Ebenso erfahren die Leser*innen: „Dass der Kollegin der Wochenbeginn verdorben war, weil sie eine (freundliche) Mail von mir bekam, sollte zu verschmerzen gewesen sein.“ Vorab hatte Braun der Volontärin die Kolumne zum Lesen gegeben, diese sei mit dem Text einverstanden gewesen.

Zu wenig Selbstreflektion

Wie ist es aus der Sicht der Medienwissenschaft mit der Selbstkritik im hiesigen Journalismus bestellt, will der *BJVreport* von Christian Schicha wissen. „Journalisten halten sich mit Medienkritik zurück, sowohl was die Kritik an anderen Medien als auch was die eigene Arbeit betrifft“, beobachtet der Professor für Medienethik an der Friedrich-Alexander-Universität in Erlangen. Reflektion oder Selbstkritik könne immer als „ein Zeichen von Schwäche“ ausgelegt werden. Das sei zwar menschlich verständlich. Aber speziell für den Journalismus halte er es für „extrem wichtig“, dass Fehler oder neue Erkenntnisse zu veröffentlichten Inhalten transparent gemacht würden. Sein Eindruck: Der Journalismus reflektiere zu wenig über sich selbst. Es gebe zwar wenige Orte, wo Medienkritik auf hohem Niveau betrieben werde – das

Magazin *Übermedien* etwa oder das *NDR-Magazin Zapp* –, aber schon bei den Medienteilen der Zeitungen lasse die Selbstreflektion nach. An und für sich sinnvolle Institutionen wie der Presserat, oder Initiativen wie Correctiv, Faktenchecks oder Ombudsleute hätten letztlich zu wenig Wirkung bei den Rezipient*innen. Wichtig sei, dass endlich ein Schulfach Medienkunde eingeführt werde, appelliert Schicha.

Mehr Diskurs wagen

Eine institutionalisierte Form der Selbstkritik sind die Ombudsleute. Bei manchen Medien werden sie auch als Leseranwalt/Leseranwältin oder Feedback-Redakteur*in genannt. Sie vermitteln zwischen dem Publikum und Redaktionen. Und sie kritisieren dann und wann auch ihre eigenen Kolleg*innen. Seit 2004 agiert Anton Sahlender als Leseranwalt bei der *Main-Post* in Würzburg. Der 73-Jährige übt die Tätigkeit auch im Ruhestand weiter aus, die Belege seiner Arbeit finden sich in rund 1000 Kolumnen (mainpost.de/leseranwalt). Selbstbescheiden sagt er, dass er damit etwas für seine Zeitung erreicht habe, was diese qualitativ ein wenig besser mache. Er konnte die Arbeit immer unabhängig leisten. Dies sei eine wichtige Voraussetzung, um in so einer Position erfolgreich agieren zu können.

Man müsse sich als Journalist*in in die Rolle des Publikums versetzen, das in der Regel „keine oder wenig Ahnung über unsere Arbeit“ habe. Daher setze er sich „immer zunächst die Brille des Lesers auf“. „Eine unserer großen Schwächen ist seit jeher, dass wir nie transparent gearbeitet haben“, sagt Sahlender, der seine Karriere 1971 mit einem Volontariat bei der *Main-Post* begann. Das sei zwar in den letzten Jahren besser geworden, etwa durch Transparenzportale. Aber diese würden selten attraktiv präsentiert, zudem kämen „Erklärungen häufig wie eine Rechtfertigung rüber“. Um diese Form von Selbstkritik in die Branche zu tragen, betreibt der Unterfranke mit knapp 20 weiteren Journalist*innen die Vereinigung der Medien-Ombudsleute, *VDMO* (vdmo.de).

Sahlender verweist auf eine aktuelle Studie der Universität Leipzig: Mehr als 85 Prozent von deutlich über einhundert digital und anonym befragten Journalist*innen aus Redaktionen, bei denen Ombudsleute beschäftigt sind, würden demnach anderen Medien-Häusern dies ebenfalls empfehlen. Vielmehr als 20 solcher bei Medien eingerichteten Institutionen gibt es aber bis dato nicht –der gute Gedanke kommt nicht so recht in der Branche an. Sahlender und seine Mitstreiter*innen beim *VDMO* würden sich wünschen, dass die Rolle der Ombudsleute verstärkt schon in der journalistischen Ausbildung vermittelt werde. Sehr erfreut und überrascht sei

„Der Journalismus reflektiert zu wenig über sich selbst.“

Christian Schicha, Professor für Medienethik an der FAU in Erlangen

man gewesen, als im Oktober der Verlag Nürnberger Presse per Anzeige die Stelle eines Leseranwalts (m/w/d) ausschrieb. Das habe es noch nie gegeben, weiß Sahlender.

„Wir sehen uns nicht in irgendeinem Elfenbeinturm, wir wollen nah am Menschen sein und dazu gehört, sich diskursiv mit allen auseinanderzusetzen“, sagt der Chefredakteur der *Nürnberger Nachrichten*, Michael Husarek. Dies mache die Leserkommunikation für alle in der Redaktion aufwändiger. Bisher unterstütze dies eine Kollegin an vier Tagen in der Woche, man wolle personell nachlegen. Die Geschäftsleitung stimmte daher dem Einrichten einer Stelle für einen Leseranwalt (m/w/d) zu. Husarek hofft, dass diese ab dem

zweiten Quartal 2023 besetzt sein wird. Er erwarte, dass der Kollege oder die Kollegin eine Brückenbauer-Funktion ausübe, „eine Vermittlungsrolle zwischen unserer Kundschaft und der Redaktion“. Aus dem intensiveren Leserdialog erhofft er sich auch, dass „neue Ideen an uns herangetragen werden“.

Selbstkritisch merkt Husarek an, dass „es sicherlich nicht immer die Stärke eines Chefredakteurs war, demütig in die Redaktion zu gehen. Es ist für mich etwas, an dem ich arbeiten möchte. Ich möchte mich deutlich intensiver dem Diskurs mit den Leserinnen und Lesern stellen – das ist eine Erwartungshaltung, die ich auch an die ganze Redaktion richten möchte.“ Einziger Kritikpunkt der Ombudsleute vom VDMO ist, dass das gewünschte Profil (bjvlink.de/leseranwalt) zu umfangreich sei: „Das kann einer nicht leisten“, sagt Sahlender.

Konsequente Selbstkritik kann sich für den einzelnen Journalisten oder die Journalistin lohnen – davon ist Medienethiker Schicha überzeugt: „Es resultiert einfach eine Form von Glaubwürdigkeit daraus.“ Klar gebe es im Journalismus schwere Arbeits- und Produktionsbedingungen, das heißt aber nicht, dass man mal „die eigene Rolle hinterfragen sollte“.

Eine Frage der Führungskultur

Als positives Beispiel nennt er *Die Zeit*, wo man sich regelmäßig hinterfrage. Schicha erwähnt auch das Buch „Die vierte Gewalt“ von Richard David Precht und Harald Welzer: „Auch wenn das zurecht kritisch rezensiert worden ist, kann es Denkanstöße für die Selbstkritik geben.“ Hilfreich seien überdies Studien etwa der Otto-Brenner-Stiftung, die sich kritisch mit dem Journalismus beschäftigen.

Ein Kollege, der als Redakteur bei einer bayerischen Tageszeitung arbeitet, will namentlich nicht genannt werden. Denn in seiner Redaktion sei Selbstkritik „eine

delikate Sache, gerade von Kollegen in den leitenden Positionen“. Konstruktive Anregungen würden „gerne mal als Majestätsbeleidigung“ aufgefasst. Der Journalist hält dies „gerade für uns im Medienbereich für tödlich. Wir leben doch von den Meinungen und Anregungen unserer Nutzer.“ Für sich selbst glaubt er im Laufe seines Berufslebens einen guten Weg gefunden zu haben: „Das Selbstzerfleischen bei marginalen Fehlern ist weniger geworden und ist einem abgeklärterem Machen-wir’s-nächstes-mal-einfach-besser-Gedanken gewichen.“

Wesentlich seien für ihn auch Impulse „wohlge-sonnener Kollegen, deren Meinung ich sehr hoch schätze.“

Wie wichtig die „psychologische Sicherheit“ für ein konstruktives Miteinander in Redaktionen

ist, weiß Christian Thiele, der seit 2009 als Coach agiert (positiv-fuehren.com). Zuvor arbeitete der gelernte Journalist in Führungspositionen in Medienhäusern, unter anderem beim Burda Verlag. „Zweifel, Bedenken, Widerspruch äußern zu können, macht Teams widerstandsfähiger, leistungsfähiger, lernfähiger“, weiß der Coach. „Führungs- und Organisationskultur haben darauf einen großen Einfluss. Da wo ein sehr klassisches Führungsverständnis im Sinne von Command-and-Control vorherrscht, ist psychologische Sicherheit wenig wahrscheinlich – und damit auch wenig Bereitschaft und Fähigkeit zur Selbstkritik“.

An eigenen Stärken freuen

Kann man es mit der Selbstkritik auch übertreiben? „Ja, absolut“, antwortet Thiele. „Gerade in diesen herausfordernden Zeiten, wo sich so viele Krisen überlappen, mit Auswirkungen von der Mikro- bis zur Makro-Ebene, von der Stromrechnung bis hin zur Sorge um Atomwaffenbeschuss, ist eh viel Negativität im Raum“, sagt der Coach. Er rät: „Immer wieder daraus ausbrechen zu können und sich selbst an eigenen Stärken und über Erfolg und Fortschritt freuen zu können, ist ein sehr wichtiger Gegenpol zum selbstkritischen Umgang mit der Verantwortung als Medienschaffender.“



Links zu diesem Text und weiterführende Beispiele: bjv.de/selbstkritik



Der Autor

Thomas Mrazek (@tmrazek) arbeitet als freier Journalist und Dozent in München sowie als Bildungsbeauftragter des BJV.

Foto: Stefan Gregor

„Der Umgang mit Kritik will gelernt sein“

Kolleg*innen geben Tipps zu einer respektvollen Feedbackkultur

Eine Zitatsammlung von Benedikt Frank

Die Arbeit von Journalist*innen wird ständig von vielen Seiten kritisiert: In der Redaktionskonferenz, in konkurrierenden Medien, in Leserbriefen, in Social-Media-Kommentaren. Ob die Kritik nun berechtigt ist oder nicht: Der Umgang mit ihr fällt nicht allen Journalist*innen leicht. Wie könnte ein positiver Umgang mit Kritik aussehen? Der *BJVreport* hat sich umgehört.

„Kritik wird häufig als Angriff auf die eigene Arbeit oder gar die eigenen Fähigkeiten verstanden. Doch es ist wichtig, die ersten Impulse von Ärger, verletztem Ego und Kränkung wahrzunehmen und dann beiseite zu legen, um sich der Kritik annehmen zu können. Dabei helfen kann die Frage: Was könnte ich beim nächsten Mal besser machen? Der Umgang mit Kritik will gelernt sein. Redaktionen müssen das noch viel mehr üben und praktizieren.“

Maren Urner, Medienpsychologin, Neurowissenschaftlerin und Mitgründerin des Online-Magazins für konstruktiven Journalismus *Perspective Daily*

„Wir haben strenge Abnahmeprozesse. Da ist eine gute Feedbackkultur sehr wichtig. Wir alle wissen, dass Kritik nie persönlich gemeint ist, sondern stets das Produkt besser machen soll. Und Kritik ist immer nur ein Vorschlag – den man annehmen kann, aber nicht muss.“

Janina Lückhoff, Teamlead der Factchecking-Redaktion
BR24 #Faktenfuchs

„Ernsthafter Umgang mit Kritik gehört in die journalistische Ausbildung. Pressefreiheit, stellvertretend wahrgenommen, trägt die freiwillige Verpflichtung in sich, selbst schwierigen Rückmeldungen offen zu begegnen. Wer das gelernt hat, wird Erfolge haben, die auf journalistische Glaubwürdigkeit einzahlen.“

Anton Sahlender, Vorsitzender der Vereinigung der Medien-Ombudsleute e.V. und Leseranwalt der *Main-Post*

„Einer der wichtigsten Gedanken ist es, als Journalist*in oder Medienhaus einzuräumen, dass man selbst Fehler machen kann. Fehler sollten natürlich nicht passieren, aber das werden sie trotzdem immer wieder. Wenn man sich nicht als unfehlbar betrachtet, ist man auch für Kritik empfänglich und kann sie nutzen, um seine journalistische Arbeit zu verbessern.“

Moritz Tschermak, Leiter des medienkritischen Watchblogs *BILDblog* und freier Journalist

„Ich versuche selbst, respektvoll zu kritisieren. Das erwarte ich aber auch von anderen. Wenn ich zum Beispiel über Feminismus schreibe, werde ich oft reflexhaft als ‚woke‘ und ‚links-grün-versifft‘ beschimpft. Damit befasse ich mich nicht. Über sachliche Kritik freue ich mich aber, denn sie bringt mich immer wieder dazu, Dinge noch einmal anders zu betrachten.“

Kathrin Hollmer, freie Journalistin und Kulturkritikerin, Vorsitzende der Nominierungskommission Fiktion des Grimme-Preises

„Ich nehme Kritik stets wahr. Auf schlechte Kritik antworte ich nie öffentlich und denke mir nur ‚So ein Dummkopf‘. Für positive und konstruktive Kritik bedanke ich mich.“

Curt Bernd Sucher, Theaterkritiker, Autor und ehemaliger Leiter des Studiengangs „Theater-, Fernseh- und Filmkritik“, Hochschule für Fernsehen und Film München

„Ich bin selbst schon öfter Ziel von Hass auf Social Media geworden. Über die Jahre habe ich mir darum ein dickes Fell zugelegt. Zwischen dem vielen Hass verbergen sich aber auch wertvolle Hinweise. Diese können neue Herangehensweisen aufzeigen oder sogar zu exklusiven Geschichten führen. Um unsere Kolleg*innen und den konstruktiven Austausch mit Leser*innen zu schützen, wird von unserem Moderationsteam konsequent blockiert, wer gegen unsere Kommentar-Richtlinien verstößt.“

Dunja Neupert-Kalb, Leitung Social Media *inFranken.de*

Nur einen Klick entfernt von der Konkurrenz

Clickbaits in Überschriften sollen neugierig machen. Gleichzeitig nähern sich Journalist*innen dadurch aber einer populistischen Sprache an

Von Ronja Goj

Sterben unter Ausschluss der Öffentlichkeit“ (*tagesschau.de*). Klick. „Deutschlands IT-Sicherheit – Haben Geheimdienste leichtes Spiel?“ (*BR24*). Klick. – Angela Merkel: „Ich werde mich nicht entschuldigen“ (*ntv.de*). Klick. Ihre Köder duften, betören, verführen. Sie fixieren den Blick der Leser*innen, fluten den Körper mit Gefühl und tricksen den Verstand aus. Lassen ihren Finger am Touchpad zucken. Klick. Sie schnappen blitzschnell zu. Die Rede ist von Überschriften, die mit Clickbaits arbeiten. Clickbait ist ein Sammelbegriff, für den es keine einheitliche Definition gibt. Nicht im Duden, nicht in der Literatur, nicht in der Forschung. Einige Quellen sind sich einig: Sie sollen neugierig machen, Erwartungen schüren, Fragen aufwerfen. Sie übertreiben, sensationalisieren, emotionalisieren.

Emotionalisieren – ja oder nein?

Doch, was passiert, wenn Journalistinnen und Journalisten emotionalisieren, in einer Gesellschaft, die aktuell hochemotionalisiert wirkt? „Ich würde Emotionen nicht verbannen. Sie können etwas Gutes sein, indem Medien Menschen erreichen, die sonst nicht zu erreichen sind“, erklärt Journalistikprofessor Klaus Meier von der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Journalismus müsse populär sein. Denn der Mensch ist nicht allein vernunftgesteuert, er vereint Emotion und Vernunft.

Dr. Claudia Paganini ist Professorin für Medienethik an der Hochschule für Philosophie in München: „Wir sollten die Vernunft nicht überstrapazieren“, sagt auch sie und verweist auf Studien aus der psychologischen Forschung und der Soziologie. Sie zeigen, dass Menschen wenig anspringen auf sachliche, vernünftige Argumente. „Wenn wir Emotionen komplett verbannen oder negieren, funktioniert das nicht. Es hat keinen Sinn permanent gegen etwas zu arbeiten, das der Mensch als Bedürfnis mitbringt.“ Medien dürften es jedoch auch nicht übertreiben und ins Sensationalistische abrutschen, sagt Meier. „Sie dürfen nichts aufbauschen, was keine Sensation ist. Sie dürfen nicht zu stark emotionalisieren, sodass der Kern der Nachricht nicht herüberkommt. Auch Polarisierung ist ein Problem.“ Es sei wichtig, einen gesunden Mittelweg zu finden.

Gleichzeitig wuchert in der Gesellschaft das Kraut des Populismus. Er nahm laut Veröffentlichung des „Statista Research Department“ zur „Verbreitung von Populismus von Wahlbe-

rechtigten“ von 2018 bis 2020 zwar tendenziell von mehr als 30 auf 20 Prozent ab. Doch addiert mit den Menschen, die „teils populistisch eingestellt“ sind, ergab sich ein Wert von über 50 Prozent unter den Deutschen. Wie gefährlich ist die Aussaat, wenn Journalistinnen und Journalisten mit ähnlichen Formulierungen spielen und sie sich in ihrer Sprache dem Populismus annähern? „Emotionen sind sehr gefährlich und die Nähe zum Populismus ist groß“, erklärt Paganini. Wo sie liegt, die Grenze zum Populismus? Das ließe sich wissenschaftlich nicht definieren, ergänzt Meier. „Sie ist erreicht, wenn dieses Phänomen von Emotionalisierung und Skandalisierung überzogen ist. Wenn das allein im Mittelpunkt des Artikels steht und die Information, Sachlichkeit, Ausgewogenheit keine Rolle spielt.“

Clickbait-Überschriften sind Marktschreier, die Aufmerksamkeit erregen wollen. Sie buhlen, ringen, wetteifern um Kunden, die nur einen Klick entfernt sind von der Konkurrenz auf dem Marktplatz Internet. Darum arbeiten Clickbaits psychologisch und nutzen die Informationslücke zwischen dem, was Menschen wissen und dem, was sie wissen wollen. Das lässt die Neugierde keimen, auf die Überschriften zu klicken, um den Artikel zu lesen und die Wissenslücke zu schließen. Diese Theorie geht zurück auf den Psychologen und Wirtschaftswissenschaftler George Loewenstein und gilt in der Literatur als Grundlage des Clickbaiting. Die Psychologie fungiert als Katalysator der Ökonomie. Je mehr Leser*innen den Artikel anklicken, umso mehr können Medienunternehmen für die Anzeigen verlangen.

Verstoß gegen Qualitätskriterien

„Das finde ich medienethisch problematisch, weil ich manipulierte oder manipulative Absicht habe“, sagt Professorin Paganini und sieht darin einen klaren Verstoß gegen die Qualitätskriterien von gutem Journalismus. „Wenn ich bewusst emotionalisiere, ist kein Bemühen vorhanden die Öffentlichkeit umfassend und gut zu informieren, damit die Bürger ihre Aufgabe in der Demokratie wahrnehmen können. Wenn mein Ziel ist, mein Produkt möglichst gut zu verkaufen, widerspricht sich das.“ Wenn in Folge gute Journalist*innen diejenigen seien, die keinen Job bekommen, oder das gute Medienunternehmen Konkurs anmelden müsse, laufe etwas falsch.

Doch die Printwerbeerlöse brechen ein. Sie fielen laut PWC „German Entertainment and Media Outlook 2021 – 2025“ zwi-

schen 2010 und 2020 von 1,9 Milliarden Euro auf 898 Millionen Euro. Das bedeutet ein Minus von 53 Prozent. Die digitalen Werbeerlöse bei Zeitungen und Zeitschriften konnten sich in diesem Zeitraum zumindest mehr als verdoppeln, von 95 auf 195 Millionen Euro. „Durch die Digitalisierung ist der wirtschaftliche Druck auf Redaktionen enorm gewachsen“, sagt Meier. Klicks. Klicks. Klicks. Sie zählen teils noch immer als Messgröße. Obwohl sie Nutzer*innenzahlen und Statistiken nur kurzfristig pushen, langfristig aber keine Kunden binden. Und im Ernstfall gar Leser verärgern und verscheuchen, weil diese enttäuscht sind. Meier betont: „Die Medien dürfen nicht überdrehen. Wenn sie dem wirtschaftlichen Druck zu stark nachgeben, können sie kurzfristig durch sensationelle oder übertrieben emotionalisierte Nachrichten Gewinne erzielen. Aber ich denke, dass sie mittel- bis langfristig keinen Erfolg haben werden.“

Doch der Medienwissenschaftler ist zuversichtlich. Es gehe nicht mehr wie früher allein um Massenclickbaits. Das Geld komme stärker von Nutzerinnen und Nutzern und immer mehr seien bereit, für journalistische Inhalte im Netz zu bezahlen. Das stützt die BDZV/Schickler-Trendumfrage für das Jahr 2022. Die schätzt, dass Abozahlen von E-Paper und Paid-Content weiter stark steigen. E-Paper um 14 Prozent. Paid-Content um 31 Prozent.

Trotzdem braucht es gesellschaftliche Unterstützung. Das fordern sie beide, Klaus Meier und Claudia Paganini. Die Gesellschaft müsse laut Paganini überlegen: „Was kostet guter Journalismus? Sind wir bereit das zu bezahlen?“ Meier ergänzt: „So, wie wir für Brot, Wasser, Lebensmittel bezahlen, müssen wir das Bewusstsein dafür stärken, dass wir für gute Informationen Geld bezahlen. Das ist eine Art Grundnahrungsmittel der Demokratie.“ Beide sind sich auch einig, dass es eine Finanzierung über öffentliche Gelde braucht – ohne, dass Politiker im Aufsichtsrat saßen und inhaltlich eingegriffen werde. Nur gekoppelt an Qualitätskriterien.

Lösungsideen

- Claudia Paganini: „Ein Ansatz könnte sein, dass Medien ähnlich wie Firmen ein Missionstatement auf ihrer Homepage veröffentlichen. Ein Absatz, der beschreibt, was das Anliegen des Blatts ist. Das trägt zur Transparenz bei.“
- Klaus Meier: „Stiftungsmittel wären eine Alternative. Wir müssen bei den Menschen, die viel Geld zur Verfügung haben, mehr Bewusstsein wecken, dass sie an Stiftungsmodelle für Journalismus denken.“
- Claudia Paganini: „Medienkompetenz gehört stärker in den Unterricht. Wir haben viel Nachholbedarf. Lehrpläne müssen geändert werden. Es braucht Schulungen für Lehrerinnen und Lehrer.“

Kommentar

Im Gedanken-Karussell

Von Ronja Goj



Ronja Goj Foto: Michael Keßler

Ich warte an der Kasse im Zeitschriftenshop. Mein Blick schweift über den Tresen. Darauf die Tageszeitungen. Er bleibt an der *Bild* hängen. „Grüne Autohasserin (36) kontrolliert jetzt VW“ schreien mir die Buchstaben entgegen. Ich starre auf die Überschrift. Frage mich, worin die Wertfreiheit in dieser Überschrift liegt? Gut, die *Bild* ist nicht die *ARD*. Doch ich lese sie in letzter Zeit öfter, diese Wertungen, diese Emotionalisierungen. In Zeitschriften, online, in privaten Medien und öffentlich-rechtlichen. Das sei doch nur ein Köder, mögen Sie als Kollegin und Kollege sagen. Ich weiß das. Ich schiele zur Dame neben mir, die ihren Lottoschein abgibt. Weiß sie das auch? Kennt sie den Unterschied zwischen diesem journalistischen emotionalisierten Artikel und der wertenden Aussage eines Influencers auf Insta?

Was macht es mit der Demokratie, wenn Journalist*innen sprachlich zu Populisten werden? In einer Gesellschaft, die aktuell in einem Dampfkochtopf zu stecken scheint, der bis an den Rand vollgestopft ist mit Gefühlen, die sich erhitzen, brodeln und überzukochen drohen. Und dann sind da Journalist*innen, die in ihrer Sprache mitheizen. Das Rädchen am Herd etwas höher drehen und die Flamme stärker züngeln lassen, weil die Ökonomie sie dazu zwingt.

Ich starre auf die Überschrift. Ist es nicht wahnwitzig, dem Journalismus die große Aufgabe zu übergeben, über die Demokratie zu wachen und ihm die Finanzierung selbst zu überlassen? Wie können Medien unabhängig berichten, wenn sie finanziell abhängig sind von Werbepartnern und Abonnent*innen? Und von Klicks.

Seit Wochen fahren diese Fragen Karussell in meinem Kopf. Vielleicht ist das Problem zu komplex. Vielleicht braucht es Lösungen auf verschiedenen Ebenen. Ich wünsche mir, dass wir uns unserer Verantwortung bewusst werden. Sprache ist Macht, sie beeinflusst und mobilisiert. Mit dieser Macht müssen wir verantwortungsvoll umgehen. Wir müssen aufhören, aus ökonomischen Gründen in Gebrüll zu verfallen. Weil nicht recht hat, wer am lautesten schreit. Ich wünsche mir, dass Journalist*innen das Finanzierungsproblem öffentlich machen, zur Debatte in der Gesellschaft. Und ich wünsche mir, dass wir gemeinsam daran arbeiten, neue Finanzierungsformen zu finden. Mein Gedanken-Karussell stoppt: Was wohl passieren würde, wenn in der Überschrift stünde „Redakteur X findet, dass eine grüne Autohasserin VW kontrolliert“? Und wenn mir eine Kundin an der Kasse erklärte, was Clickbaiting ist?

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.de**VERSICHERUNGS
KAMMER****Claudia Scheerer**
PressesprecherinTel.: 089 2160 3050
Mobil: 0160 58 27 868
claudia.scheerer@vkb.de**Stefan Liebl**
Stellvertr. PressesprecherTel.: 089 2160 1775
Mobil: 0151 64 91 20 73
stefan.liebl@vkb.deMaximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de

ENERGIE

**Dr. Christian Blümm**Bereichsleiter Marketing
und Kommunikationenergie schwaben gmbh
Postfach 10 15 26 | 86005 Augsburg
Bayerstraße 43 | 86199 Augsburg

Telefon +49 821 9002-360

christian.bluemm@energie-schwaben.de
www.energie-schwaben.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/stiftungfuerdemokratie
 www.youtube.com/HannsSeidelStiftung

www.hss.de

Im Dienst von Demokratie, Frieden und Entwicklung

N-ERGIE**Heiko Linder**
Leiter Konzernkommunikation**Michael Enderlein**
PressesprecherTelefon 0911 802-58071
E-Mail: michael.enderlein@n-ergie.de
Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg, www.n-ergie.de**Bitte beachten Sie folgende Termine**

Ausgabe BJVreport	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
6/2022	20. Nov.	01. Dez.	19. Dez.
1/2023	19. Januar	02. Februar	22. Februar
2/2023	09. März	23. März	13. April

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing BJVreport:
Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09 11 / 988 11 264,
robert.macher@mediasued.de**bayerngas****Dirk Barz**
Leiter Kommunikation & Marketing✆ +49 (0)89 7200-339
✆ +49 (0)89 7200-260
🌐 www.bayerngas.de
✉ dirk.barz@bayerngas.de📍 **Bayerngas GmbH**
Poccistraße 9
80336 München

ENERGIE

bayernwerk

Maximilian Zängl
Leiter
Unternehmens-
kommunikation
Pressesprecher

Bayernwerk AG
Lilienthalstraße 7
93049 Regensburg
T 09 41-2 01-78 20
F 09 41-2 01-70 23
M 0179-138 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



**Sparkassenverband
Bayern**

Eva Mang

Pressesprecherin
Vorstandsstab

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

VERKEHR



Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

Elisabeth Seitzinger
Pressesprecherin

Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg
Telefon 0911 271-3613
Telefax 0911 271-3152
E-Mail: elisabeth.seitzinger@stwn.de
www.vag.de

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 · www.vdk-bayern.de



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

Manfred Rupp
Tel. 0911 27075-43
manfred.rupp@vgn.de

Melinda Burmeister-Neuls
Tel. 0911 27075-49
melinda.burmeister@vgn.de

VGN · Rothenburger Straße 9 · 90443 Nürnberg
Fax 0911 27075-50 · www.vgn.de · info@vgn.de

**Werden Sie
Unterstützer**

Unterstützen auch Sie die Arbeit des Bayerischen Journalisten-Verband e. V. mit Ihrer Anzeige im Pressestellen-Verzeichnis und bieten Sie damit Journalisten den Service, Sie schnell zu finden! Angebote und Mediadaten erhalten Sie bei **Mediasüd, Robert Macher, Tel. 09 11/988 11 264**

UNTERNEHMEN



AUDI AG
Kommunikation
85049 Ingolstadt

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

Dirk Arnold
Leiter Kommunikation

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

Antje Maas
Unternehmen

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

Jörg Lindberg
Produkt, Technologie, Motorsport

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

UNTERNEHMEN

Leiter Communications

Thomas Bauer
OMV Deutschland GmbH
Haiminger Str. 1
84489 Burghausen
Tel. +49 (8677) 960-2200
Fax +49 (8677) 960-62200
Mobil +49 160 90762882
thomas.bauer@omv.com
www.omv.de



**BMW
GROUP**



Maximilian Schöberl
Konzernkommunikation und Politik
Telefon: +49(0)89-382-32446
E-Mail: Maximilian.Schoeberl@bmwgroup.com

Postanschrift
BMW AG
D-80788 München

Alexander Bilgeri
Strategie, Services, Media House,
Marktkommunikation Europa, China
Telefon: +49(0)89-382-19175
E-Mail: Alexander.Bilgeri@bmwgroup.com

Hausanschrift
BMW Haus
Petuelring 130
80788 München

Nikolai Glies
Kommunikation Konzern, Finanzen,
Vertrieb, Produkt, Technologie, Design
Telefon: +49(0)89-382-47712
E-Mail: Nikolai.Glies@bmwgroup.com

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

StWN

Städtische Werke Nürnberg GmbH

Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

Elisabeth Seitzinger
Pressesprecherin

Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg
Telefon 0911 271-3613
Telefax 0911 271-3152

E-Mail: elisabeth.seitzinger@stwn.de
www.stwn.de

DIEHL

Verw.-Betriebswirt (VWA)

Michael Prymelski
Generalbevollmächtigter Konzernkommunikation

Diehl Stiftung & Co. KG
Stephanstraße 49, 90478 Nürnberg
Telefon +49 947-2492
info@diehl.com, www.diehl.com



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

Dieter Barth
Leiter Unternehmenskommunikation,
Pressesprecher

Telefon: 09 11 / 80 04 - 139 Glogauer Straße 70
Telefax: 09 11 / 80 04 - 201 90473 Nürnberg
barth@wbg.nuernberg.de www.wbg.nuernberg.de



Wir gestalten LebensRäume.



THOMAS WEIMANN
Leiter Unternehmenskommunikation

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

www.e-t-a.de

LEONI

Dennis Hofmann
Leiter Konzernkommunikation
& Investor Relations
0911 2023 - 435
dennis.hofmann@leoni.com

Gregor le Claire
Konzernpressesprecher
0911 2023 - 226
gregor.leclaire@leoni.com

LEONI AG
Marienstraße 7
90402 Nürnberg
www.leoni.com
presse@leoni.com

Martin Adelhardt
Fachmedien Bordnetze
0911 2023 - 158
martin.adelhardt@leoni.com

UNTERNEHMEN

St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg



Fachkompetenz
mit Kopf, Herz & Hand

Anja Müller

Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon 0911 5699-201

Telefax 0911 5699-447

Mobil 0171 5659262

anja.mueller@theresien-krankenhaus.de

Mommensenstraße 24

90491 Nürnberg

www.theresien-krankenhaus.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

www.bauindustrie-bayern.de

MESSEN/AUSSTELLUNGEN

Ist Ihr Eintrag noch aktuell?

Bitte prüfen Sie Ihren Pressestellen-Eintrag in jeder Ausgabe. Text- und Farbkorrekturen, Logo-Änderungen erledigen wir gerne für Sie – nach Ihren Vorgaben und kostenlos!

Ihr BJV-Kontakt für Anzeigen und Pressestellen-Einträge:
Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09 11 / 988 11 264,
robert.macher@mediasued.de



Kathrin Redel
Pressereferentin

Juliane Heißer
Pressereferentin

**AFAG Messen und
Ausstellungen GmbH**

Messezentrum 1

90471 Nürnberg

☎ (0911) 9 88 33 - 555

☎ (0911) 9 88 33 - 245

✉ presse@afag.de

www.afag.de

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. 0171 7849276

Anschrift der Redaktion:

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

Redaktionsmitglieder:

Johannes Michel: jmichel@journalist-michel.de,
Maria Goblirsch: goblirsch@bjv.de
Thomas Mrazek: kontakt@thomas-mrazek.de

Autoren dieser Ausgabe:

Michael Busch (T), Michaela Schneider (T, F), Günter Schneider (F), Jana Margarete Schuler (F), Katarina Vikulova (F), Senta Krasser (T), Christoph Köstlin (F), Claire Langer (F), Jan Homeyer (F), Sebastian Arlt (F), Daniel Grund (F), Erol Gurian (F), Thomas Mrazek (T), Maria Goblirsch (T, F), Conny Hammer (F), Johannes Hauser (F), Christof Stache (F), Sven Hoppe (F), Bernd Feil (F), Daniel Karmann (F), Pia Bayer (F), Sebastian Beck (F), Jana Islinger (F), Florian Bachmeier (F), James Albright (F), Stefan Gregor (F), Benedikt Frank (T, F), Ronja Goj (T), Michael Keßler (F), Johannes Michel (T), Andreas Kurz (F), Tobias Tanzyna (F), Till Mayer (T), Oles Kromplias (F), Thomas Geiger (F), Michael Matjeka (F), Henry Lai (F), Jana Islinger (F), Udo Dreier (F), Rolf Sturm (F), Alexander von Spreiti (F), Anand Anders (F), Juliane Rummel (F), Anne Walzog (F), Marlen Piazza (F), Enric Mammen (F).

Gestaltung: Mediaservice Rudi Stix
Titelbild: Jana Margarete Schuler

Verantwortlich für Anzeigen:

Mediasüd Robert Macher, Tel. 09 11/988 11-264,
Fax -265 robert.macher@mediasued.de

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

Auflage: 7000 Exemplare
Erscheinungsweise: zweimonatlich

Redaktions- und Anzeigenschluss für Ausgabe 1/2023: 22. Januar 2023

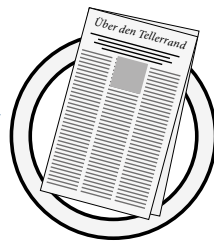
Erscheinungstermin: 22. Februar 2023

ISSN: 0947-8337

Copyright 2021 by BJV & Autoren

Druckerei:

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



Wie arbeiten Menschen, die im Hintergrund dafür sorgen, dass unsere Medien zuverlässig erscheinen? Wir blicken über den Tellerrand und erzählen ihre Geschichten

Über den Tellerrand geschaut

Organisation ist alles

Ohne Aufnahmeleitung geht gar nichts beim Fernsehen

Von Johannes Michel

Mittwoch, Mehrzweckhalle Kleineibstadt. Sarah Plutschinski besichtigt den Ort, an dem eine Woche später die Sendung „Jetzt red i“ des Bayerischen Rundfunks stattfinden wird. Eine Livesendung, die viel Vorbereitung verlangt. Wo kann der Ü-Wagen parken? Wie sollten die Kabel verlaufen? Gibt es schnelles Internet? Die nächsten zwei Tage wird Plutschinski dann im Home-Office verbringen, zahlreiche Telefonate führen, viele E-Mails schreiben. Denn es gilt in Erfahrung zu bringen, welches Personal zur Verfügung steht, wo die Mitarbeiter*innen übernachten können, ob Transporte gebucht und auch, welche Getränke und Snacks beim Catering bestellt werden müssen.

Nach dem Vorabbesuch am Aufnahmeort weiß die 28-Jährige, welches Material sie einpacken lassen muss. Dazu gehören zum Beispiel auch die Werbebanner mit dem Sendungsnamen, die später im Hintergrund zu sehen sind. Am Ende schreibt Plutschinski dann eine Produktionsmitteilung, den „Gipfel“ der Vorbereitungsarbeiten, wie sie erklärt. „Sie wird auch Dispo genannt und bildet komplett ab, was passieren wird, wer am Drehort ist, welche Technik eingesetzt wird, wer die lokalen Kontakte sind.“ Rund acht Seiten sind da schnell voll. Nicht immer klappt alles reibungslos, manchmal bleiben Rückmeldungen aus. Dann heißt es nachtelefonieren.

Am Dienstag wird dann in der Halle der Set aufgebaut, Sarah Plutschinski ist natürlich dabei. Am Tag der Livesendung, die am Mittwoch um 20.15 Uhr startet, ist sie um 11 Uhr da, betreut den Aufbau der Kameras, bereitet die Redaktionsarbeitsplätze vor und weist auch den Regisseur in die Örtlichkeit ein. Auch das Kamerapersonal bringt sie zusammen – bis zur Regiebesprechung um 17 Uhr. Dass da alle dabei sind, liegt ebenfalls in ihrer Verantwortung. Während der Aufnahmen selbst ist sie mittendrin, per Headset mit der Regie verbunden. „Ich bin dann der ausführende Arm des Regisseurs. Falls etwas passiert, ein Scheinwerfer nicht passt, Gäste umgesetzt werden müssen, bekomme ich diese Infos aufs Ohr.“ Ist die einstündige Sendung vorbei, ist noch nicht Feierabend. Die Kameras werden abgebaut, am Folgetag dann das



Sarah Plutschinski bei den European Championships.

Foto: Andreas Kurz

Bühnenset. Auch eine Nachbesprechung gibt es. Plutschinski war dann, den ersten Besichtigungstag mitgerechnet, vier Tage vor Ort.

Vielseitigkeit wie kaum wo anders

Ein wenig einfacher ist es, wenn im Studio aufgenommen wird, etwa bei der Abendschau. „Hier geht es mehr um die Inhalte, Setting und Rahmen stehen ja“, erklärt Plutschinski. Um 12 Uhr ist sie an einem Tag, an dem sie für die Abendschau die Aufnahmeleitung übernimmt, im Büro, schreibt die Tagesdispo, die Personal, Moderatoren, Schalten und so weiter enthält. Vier Stunden später gibt es dann eine Regiebesprechung, die Sendung startet um 17.30 Uhr. Während bei der Abendschau 15 bis 20 Personen zu koordinieren sind, sind es bei „Jetzt red i“ mehr als doppelt so viele. Deshalb gibt es bei großen Sendungen oft auch mehrere Aufnahmeleiter*innen – zum Beispiel jemanden, der am Drehort den Hut auf hat, und eine(n) Aufnahmeleiter*in, der oder die sich hauptsächlich um die Bürotätigkeiten kümmert.

Für Sarah Plutschinski ist die Aufnahmeleitung auf jeden Fall ein Traumjob. Ja, die Arbeit ist schwer planbar, Familie und Privatleben kommen manchmal recht kurz. „Und man muss auf

sich selber aufpassen, darf sich nicht überfordern.“ Demgegenüber steht eine Vielseitigkeit wie in kaum einem anderen Beruf: Arbeit an vielen verschiedenen Orten, große Veranstaltungen wie etwa der G7-Gipfel (Plutschinskis Highlight bisher, neben den European Championships) oder szenisches Arbeiten für Filme wie den Tatort. Diese Erfahrung durften schon Kolleg*innen von ihr machen, die ebenfalls über die AGM (siehe Infokasten) ihre Ausbildung machen. Mit Ablauf dieses Jahres endet Plutschinski Ausbildung und sie hat Stationen beim WDR, beim ZDF und schließlich beim BR hinter sich gebracht.

Und wie ist die Zusammenarbeit mit den Journalist*innen? Sie liefern die Inhalte, Plutschinski das Setting. „Ich muss also wissen: Um was geht es? Was wollen wir abbilden? Und stelle mir dann die Frage: Wie können wir das umsetzen? Das stimme ich dann mit der Regie ab.“ Als Aufnahmeleiterin ist Plutschinski damit nicht irgendein Teil des Teams, sondern die Schnittstelle mittendrin. Jemand, der nicht nur vorbeischaudet, sondern die Zügel in der Hand hält. Und gerade das sei ihr Ding, sagt sie.

Über die Ausbildung

Bei der Aufnahmeleitung läuft bei der Produktion einer Sendung alles zusammen. Hier werden alle Fachbereiche wie Kamera, Maske oder Ton koordiniert und Zeitpläne erstellt. Laut Bundesagentur für Arbeit gilt der Beruf als „Weiterbildungsberuf“. So erwerben künftige Aufnahmeleiter*innen ihre Kenntnisse meist durch verschiedene Vortätigkeiten in ähnlichen Bereichen und starten als Assistenz. Durch Weiterbildungen kann dann die eigentliche Position erreicht werden. Es gibt aber auch Ausbildungen bei den Sendern direkt oder im öffentlich-rechtlichen Bereich über die AGM (Ausbildungsgemeinschaft für Medienberufe) in Hamburg. Hier haben sich die öffentlich-rechtlichen Sender zusammengeschlossen und bilden aus, koordiniert vom NDR. Zwei Jahre lang finden im Rahmen der Ausbildung sowohl längere Seminarblöcke als auch die konkrete Arbeit bei drei Rundfunkanstalten statt.



Bei *torial* können Journalist*innen aus sämtlichen Fachbereichen ihre Werke und Dienstleistungen präsentieren.

Grafik: *Torial*

Der Vernetzer braucht weitere Unterstützer

So nützlich die Plattform *torial* sein mag: Eine Finanzierung ist schwierig

Von *Thomas Mrazek*

„Ich habe gerade ein Absageschreiben einer bayrischen Medieninstitution erhalten, der ich eine Kooperation mit *torial* angeboten habe“, erzählt Marcus von Jordan gleich zum Einstieg ins Telefonat. Er habe sich „saumäßig darüber geärgert“. Doch der 1971 geborene Bayer lässt sich durch Rückschläge nicht abbringen: „*torial* geht's trotzdem gut“, legt er nach und es klingt keineswegs nach aufgesetztem Optimismus. *torial* ist einfach sein Ding. Und wer den gelernten Landwirt, der seit 1998 in der Kommunikationsbranche unter anderem in Werbung und PR tätig ist, je bei Journalistenveranstaltungen erlebt hat, weiß, wie hartnäckig er sein kann. 2011 gründete er das Journalistenportal *torial* (*torial.com*), seit 2014 ist er auch Geschäftsführer und Teilhaber der August-Schwingenstein-Stiftung. Die Stiftung des *Süddeutsche Zeitung*-Gründer-Erben August Schwingenstein finanziert das gemeinnützige und werbefreie Portal, für Journalist*innen ist die Plattform kostenlos. Sie können dort ihre Werke und Dienstleistungen präsentieren, kurzum: Man kann sich die eigene Website auch sparen; technische Kenntnisse sind keine erforderlich. Rund 6000 freie Kolleg*innen nutzen das Angebot, laut einer Umfrage haben 65 Prozent von ihnen darüber schon Aufträge und Kooperationen akquiriert.

Doch ganz so rund läuft es nicht, die Stiftung verfüge nur über ein kleines Budget und kann sich den Betrieb auf Dauer nicht leisten, sagt Jordan. Seit April werben die in Utting am Am-



Marcus von Jordan

Foto: Tobias Tanzyna

mersee ansässigen Betreiber um Spenden: „Um den Betrieb und Ausbau des Netzwerks nachhaltig gewährleisten zu können, sollen Betriebskosten zukünftig auf freiwilliger Basis bei den Nutzer*innen eingeworben werden“, lautet das

Ziel. Bisher waren es rund 10.000 Euro, bis Mai 2023 sollen es rund 50.000 Euro sein. Daher bemüht sich Jordan, institutionelle Partner für das Projekt zu finden. „Wenn gar nichts gelingt, würden wir auch in Betracht ziehen, *torial* abzuwickeln, weil wir dann eben akzeptieren müssten, dass es nicht relevant ist“, sagt Jordan. Dann ergänzt er: „Dem stehen allerdings die positiven Aussagen vieler Nutzer*innen entgegen.“ Die Präsenz auf der Seite habe sogar schon zu „ethischen Feststellungen“ und zum Aufbau beruflicher Netzwerke geführt. Dringend notwendig wäre eine mobile Version der Seite, sagt Jordan, doch die würde zirka 50.000 Euro kosten. Auch eine spezielle Suchfunktion für Auftraggeber, wo sie Jobangebote oder Aufträge einstellen können, könnte das Angebot noch attraktiver machen, meint der 51-Jährige. Wird es *torial* auch über das Frühjahr 2023 hinaus noch geben? „Ich glaube schon“, sagt Marcus von Jordan am Ende des Telefonats mit fester Stimme.

Marcus Jordans Praxistipps

- Wichtig ist eine gute Verschlagwortung Ihrer Beiträge.
- Im Portfolio deutlich machen, was Sie potenziellen Auftraggeber*innen anbieten können.
- Präsentieren Sie ruhig einen Artikel, auf den Sie besonders stolz sind, an prominenter Stelle im Profil.
- Ein intensiver Blick auf die Profile anderer Kolleg*innen kann nicht schaden.
- Video „So funktioniert *torial*“, 1:28 Min.: bjvlink.de/torial-video

Winter in der Ukraine

Der Journalist Till Mayer reist aktuell alle fünf, sechs Wochen in die Ukraine, um zu berichten. Im Gastbeitrag gibt er sehr persönliche Einblicke in seine Arbeit

Ein Essay von Till Mayer

Meine November-Reise neigt sich dem Ende entgegen. Der erste Schnee ist in der Nacht gefallen. Während am Zugfenster eine gezuckerte Landschaft vorüberzieht, weiß ich, dass es für die Menschen in der Ukraine ein bitterer Vorboten dessen sein kann, was kommt: die Kälte des Winters. Putin lässt gezielt die Infrastruktur der Energie- und Wasserversorgung zerstören. Einschläge von Raketen und Kamikazedrohnen sind zum Alltag geworden. Die Folge sind kalte Wohnungen sowie eine stark eingeschränkte Versorgung mit Strom und oft auch Wasser im ganzen Land.

Als ich vor wenigen Tagen in Mykolajiw ankomme, kann ich mir selbst ein Bild von den Attacken machen. Ein Raketenangriff hatte in den frühen Morgenstunden ein Wohnhaus getroffen. Ein Teil des Gebäudes kollabierte. Feuerwehr, Zivilschutz und Rotes Kreuz sind mit ihren Helfer*innen vor Ort. Ein Bagger schaufelt Trümmer beiseite, ein Kran hebt eine tonnen schwere Betonplatte an. Abseits sägen Handwerker bereits Spanplatten zurecht, die in Fensterrahmen genagelt werden. Auch das Glas in den Nachbarhäusern ist durch die Druckwelle gesprungen. Es herrscht eine traurige Routine. Ein Mann in Uniform steht mit versteinertem Gesicht hinter einer Absperrung. Ein Angehöriger starb im Schlaf. Von seiner Wohnung ist nur noch Schutt übrig. Etwas abseits schaukelt ein Kind und schließt dabei die Augen. Es sind verstörende Bilder, die ich an diesem Tag mit meiner Kamera festhalte.

Seit Februar geht es für mich im Schichtsystem in die Ukraine. Alle fünf, sechs Wochen besuche ich für mindesten zwei Wochen ein Land, aus dem ich seit 2007 berichte. Damals war unvorstellbar, was heute in der Ukraine passiert. Oder doch nicht ganz? Den Krieg im Donbas dokumentiere ich seit 2017 mit meiner Kamera. Bis zur dritten russischen Invasion im Februar dieses Jahres waren es bereits gut ein Dutzend Reisen, die mich an die Front in die Ostukraine geführt hatten. Dort boten sich mir Bilder von endlos langen Schützengräben und Zerstörung. Der Krieg köchelte bis Februar 2022 vor sich



Seit Februar 2022 reist Till Mayer regelmäßig in die Ukraine.

Foto: Oles Kromplias

hin, aber er war zu keinem Zeitpunkt eingefroren. In Deutschland vergessen, verdrängt.

Ein weiterer Markstein von Putins imperialem Größenwahn, der Hunderttausenden in Tschetschenien, Syrien, der Ukraine und Georgien das Leben gekostet hat. Und von uns mit einer merkwürdigen Gleichgültigkeit hingenommen wurde. Was wir als Journalistinnen und Journalisten daraus lernen sollten? Mit langem Atem zu berichten.

„Kriege gehen weiter“

Kriege gehen weiter. Sie sind nicht beendet, wenn wir mit den Kameras abziehen. Den nächsten Konflikt groß aufziehen, um ihn dann wieder in die Vergessenheit sinken zu lassen: Das führt zu einer Kurzsichtigkeit. Gut geschriebene Hintergrundgeschichten überfordern die Leserin und den Leser nicht. Geschichten, die von Menschen berichten, fördern Empathie. Geschichten von Mut können Hoffnung geben, so schwer das Thema auch ist.

Viele Protagonistinnen und Protagonisten meiner Reportagen sind Menschen, die ich seit Jahren kenne. Sie lassen mich nahe an sich her-

an, weil sie mir vertrauen. Ich erlebe Nächte im Luftschutzkeller mit ihnen, teile ein Stück ihres Alltags im Krieg. Und weil ich das konstant mache, bin ich nicht nur ein flüchtiger Besucher für sie. Dass mein Kollege Oles und ich seit Jahren über den Krieg berichten, öffnet auch bei Militärs Türen, die sonst verschlossen blieben.

Nach Mykolajiw geht es für mich und meinen Kollegen nach Cherson. Wir sind in seinem Wagen unterwegs. Meine Anreise in die Ukraine erfolgt stets mit dem Flixbus. Über 30 Stunden dauern die Fahrten in der Regel nach Kyjiw. Dann geht es mit Oles weiter. Auf dem Weg nach Cherson gibt es mehrere Stellen mit Granatsplittern auf dem Asphalt. Die Metallteile sind vor allem für die Reifen gefährlich. Deswegen haben wir immer zwei Ersatzreifen dabei. Eigentlich hat Oles für solche Fahrten einen uralt SUV. Doch bei einem anderem Trip an die Front, zischte ein Granatsplitter folgeschwer in den Motorraum, andere brachten die Fenster zum Zerbersten und rissen Löcher in die Karosserie. Oles war zum Glück während des nahen Einschlags in einem Unterstand. Aber der Wagen ist seit Wochen in der Reparatur.

Cherson ist gerade befreit worden. Es ist belegend, was wir sehen. Die ukrainische Armee ist dabei, die strategisch wichtigen Plätze und Stellungen zu besetzen. Schwer bewaffnet und oft in Pickups donnern die Soldaten durch die Stadt. Die Menschen vor Ort empfangen sie wie Rockstars. Auf dem Hauptplatz werden ihnen Fahnen und Fähnchen für Autogramme entgegen gestreckt. Die Menschen feiern, während in der Ferne noch Explosionen zu hören sind. Auf

„Ukraine – Europas Krieg“

Till Mayers neuer Bild- und Reportagenband „Ukraine – Europas Krieg“ ist gerade im Erich Weiß Verlag erschienen. 2019 kam der Band „Donbas“ im gleichen Verlag heraus. Dessen Untertitel lautete noch „Europas vergessener Krieg“. Aus der Ukraine berichtet der Bamberger für die *Augsburger Allgemeine*, *Main-Post* sowie die Redaktionen mehrerer großer Regionalzeitungen.

demselben Platz demonstrierten die Menschen noch tapfer Anfang März, als Cherson schon unter russischer Besatzung war.

Wie tapfer wären wir?

Bis Tränengas-Granaten die Demonstrierenden auseinander trieben. Etwa zum selben Zeitpunkt rieten deutsche Intellektuelle und Philosophen den Menschen der Ukraine, sich in eine Diktatur zu ergeben, deren Soldaten gerade bombten, mordeten und vergewaltigten. So direkt sagten sie es natürlich nicht, aber es wäre letztendlich die Folge ihrer Forderungen gewesen. In Cherson frage ich mich, was wir in Deutschland bereit sind, für Freiheit und Demokratie zu opfern. Wären wir so tapfer, wie die Ukrainerinnen und Ukrainer? Warum überlassen wir in der Bundesrepublik viel zu oft die Straße den Feinden der Demokratie? Zuerst leugnen diese eine Pandemie weg, jetzt hofieren sie Putin und fordern den ukrainischen Opfergang für billiges Gas.

In der Ukraine zahlen Menschen mit ihrem Leben für Freiheit und Demokratie. Als ich von Cherson nach Kyjiw zurückkehre, treffe ich Sabyrzahn, der gerade für seinen Fronturlaub in der Hauptstadt ist. Sabyrzahn hat kasachische Wurzeln, wuchs aber in der Ukraine auf. Er erlebte als junger Ausländer die Ukraine als eine sehr offene Gesellschaft. Für die er nun zum Dank kämpft. Er war Protagonist einer Reportage im Sommer und kommt auch in meinem neuen Buch vor, das ich ihm mitgebracht habe.

Ich konnte einen Kampfeinsatz der Internationalen Legion im Oblast Saporischschja mit meiner Kamera festhalten. Das war möglich, weil ein Freund von mir ein guter Fürsprecher beim Kommandanten war. Es war ein harter Tag und eine harte Nacht. Wir gerieten unter Beschuss, und hörten die Granaten pfeifen. Aus der kleinen Einheit kam an diesem Tag ein Soldat ums Leben, drei waren verwundet. Darunter der 26-jährige Offizier George. George ging immer seinen Soldaten voraus, das bekam ich

schnell mit. Immer wieder kam es dabei zu Verwundungen, erzählt Sabyrzahn mir in Kyjiw. George fiel vor wenigen Tagen und Sabyrzahn trauert um einen Freund. Sabyrzahn ist 23. Er hat Splitter in seinem Körper, die er erst entfernen lassen will, wenn es sein Einsatz erlaubt. Obwohl ihn die Armee für die Operation freistellen würde.

Wenn Granaten pfeifen

Auch als Journalist geht man Gefahren ein. Meine sind sehr, sehr gering im Vergleich zu Sabyrzahn. Gerade ukrainische Kolleginnen und Kollegen nehmen ein viel höheres Risiko in Kauf, als ich es tue. Es gibt Fotograf*innen, die begleiten zwei Wochen lang eine kämpfende Truppe. Ihr Mut fordert mir allen Respekt ab. Aber wer aus der Ukraine berichtet und nie dort ist, wo Granaten pfeifen, kann sich aus meiner Sicht kein ausreichendes Bild machen. Und kann nur schwer verstehen, in welchen tiefen Winter die Ukraine geraten ist.

Anzeige



PRESSE-VERSORGUNG

Weil wir gute Nachrichten brauchen.



Verschwörungstheorien. Alternative Fakten. Gezielte Falschmeldungen. Guter Journalismus ist heute wichtiger denn je. Genau hinschauen. Kritisch hinterfragen. Fundiert und Unabhängig berichten. Wir von der Presse-Versorgung halten Ihnen dafür den Rücken frei! Mit maßgeschnei-

erten Lösungen für Medienschaffende: von der Absicherung gegen Berufsunfähigkeit bis hin zur privaten Altersvorsorge. Denn ohne Sicherheit keine Unabhängigkeit. **Jetzt Beratungstermin vereinbaren!** Ihre www.presse-versorgung.de

Der Bildungstipp



Tandem-Programm startet wieder durch

BJV-Mentoring: Nach einer pandemiebedingten Pause startet im neuen Jahr ab Februar endlich die Bewerbungsphase für die zehnte Runde des BJV-Mentorings. Das Programm richtet sich exklusiv an BJV-Mitglieder bis 35 Jahre. Das neue Mentoringteam bilden die stellvertretende BJV-Vorsitzende Andrea Roth, BJV-Schatzmeister Jürgen Schleifer und BJV-Bildungsbeauftragter Thomas Mrazek. Sie werden die künftigen Mentees dann gemeinsam betreuen. Mehr unter bjv.de/bjv-mentoring.

BSW-Webinare: Ab Februar startet die nächste BSW-Webinar-Runde. Neben bewährten Angeboten werden dann auch einige neue Themen angeboten. Und neu ist auch, dass es 2023 für Mitglieder spezielle Weiterbildungsangebote exklusiv zum Nulltarif geben wird. Das BSW-Programm 2023 wird zeitnah veröffentlicht unter bjv.de/seminare.

Ansprechpartner für Rückfragen und Anregungen ist der BJV-Bildungsbeauftragte Thomas Mrazek: mrazek@bjv.de und Telefon 0171 8360373.

Der Buchtipp



Sind Journalist*innen die „Buhleute“ im Roman?

Der aufopferungsvolle Wahrheitssucher. Die verständnisvolle Interviewerin. Der verwegene Kriegsberichterstatler. Die wirtschaftlich denkende Redaktionsleiterin. Der skrupellose Karrierist. Der schmierige Leichenfledderer. Wer Filme schaut und Romane liest, in denen Journalistinnen und Journalisten eine Rolle spielen, begegnet solchen Stereotypen zuhauf. Nur in welcher Qualität und Quantität eigentlich? Journalismus-Professor Frank Überall, zugleich aktiver Journalist und DJV-Bundesvorsitzender, macht sich auf Basis bisheriger Fachliteratur an eine „soziologisch motivierte Kategorisierung“ ran. 51 *Spiegel*-Bestseller, von Jussi Adler-Olsen über Michael Houellebecq bis Juli Zeh, hat er transkribiert und 1700 Fundstellen nach Codes (zum Beispiel finanzieller Status, ungesundes Berufsleben) sortiert. Eine Fleißarbeit – die

auch Fleiß bei der Lektüre von Überalls wissenschaftlicher Studie erfordert. Eine valide Bestätigung seiner Hypothesen findet er nicht immer, aber „klare Tendenzen“: Das von Fitzek & Co. vermittelte Bild des Journalismus sei überwiegend negativ. Als „Buhleute“ würden sie Journalist*innen gleichwohl nicht darstellen. Sie lieferten „tatsächlich realitätsnahe Beschreibungen eines spannungsgeladenen Berufs“. Das schreit nach weiteren, umfassenderen Analysen. Überall selbst will ja seine Arbeit als Desiderat verstanden wissen. *Senta Krasser*

„Wie die Presse sich aufführt. Die Darstellung des Journalismus in der Bestseller-Literatur“ von Frank Überall im Lit Verlag Dr. W. Hopf Berlin 2022, ISBN 978-3-643-15148-3 (br.), ISBN 978-3-643-35148-7 (PDF), 137 Seiten, 19,90 Euro.



Der Techniktip



Schnell mal per Sprachbefehl

Während viele Funktionen der Smartphones wirklichen Mehrwert bringen, dümpelt die Sprachsteuerung bei vielen Nutzerinnen und Nutzern dahin. Dabei gibt es einige Dinge, die mit Spracheingabe deutlich schneller gehen als per Hand. Beispiel: Aufgaben erfassen. Kleine Dinge zwischendurch, wie etwa nicht zu vergessen, nach der Mittagspause noch telefonisch etwas abzuklären, gehen im Alltag schnell unter. Solche Erinnerungen können ganz einfach per Sprachbefehl abgespeichert werden. Der Befehl könnte zum Beispiel lauten: „Erinnere mich in einer halben Stunde an Telefonat.“ Auch kleinere Rechenaufgaben wie „Was ist die Wurzel aus 196“ oder Umrechnungen („Wie viel sind 65 Zoll in Zentimetern“) können dem Smartpho-

ne per Sprache diktiert werden. Selbst Funktionen wie „Taschenlampe einschalten“ oder „Bluetooth aktivieren“ stehen hier zur Verfügung. Damit die Spracheingabe funktioniert, ohne das Smartphone in die Hand nehmen zu müssen, ist wichtig, dass es auf das Signalwort hört. Beim Google Assistant auf Android-Geräten lautet es „Hey Google“, bei Apples Siri „Hey Siri“. Diese Optionen müssen aber in den Einstellungen eingeschaltet sein. Android: Google App aus dem Menü öffnen, aufs Profilbild beziehungsweise die Initiale oben rechts tippen und „Einstellungen“ – „Spracheingabe“ wählen. Nun „Voice Match“ und „Hey Google“ aktivieren. Apple-Geräte: Die Option „Auf Hey Siri achten“ finden Sie im Bereich „Siri & Suchen“ in den Einstellungen.

Johannes Michel

Nachhaltig Hirnen

Ein Standpunkt von Michael Busch

Es war eine spannende Mannschaft, die da im April im Bayerischen Landtag zusammensaß. Der *Bayerische Rundfunk* war vertreten, *Radio ego FM*, die Universitäten München und Erlangen, *ProSiebenSat1*, aber auch Vodafone und Prime Video. Ebenfalls in der illustren Runde: der BJV.

Der Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, Thomas Schmiege, hatte eine Idee, für die er all diese Akteure in ein Boot respektive den Landtag geholt hat. Unter der Schirmherrschaft von Ilse Aigner ging es um ein im Grunde sowieso omnipräsentes Thema: Nachhaltigkeit. Die Vertreter*innen der unterschiedlichen Organisationen hatten es sich zum Ziel gesetzt, einen Nachhaltigkeitspakt für die Medien in Bayern zu entwickeln.

Warum war der BJV dabei? Ist das Thema nicht ausgelutscht? Beschäftigen sich nicht bereits viel zu viele Menschen damit? Nur ein Trend, den auch der BJV nicht verpassen will? Darauf antworte ich mit einem klaren Nein. Ich habe an der Entwicklung dieses Nachhaltigkeitspaktes aus mehreren Gründen teilgenommen. Einer der wichtigsten ist, dass Nachhaltigkeit in Medienunternehmen nur funktioniert, wenn sie nicht „von oben“ durch Diktat verordnet wird, sondern wenn sie „von unten“ gelebt und optimalerweise mitentwickelt wird.

Bei den Medientagen in München wurde das Ergebnis der Gespräche präsentiert: eine Broschüre, die auf 36 Seiten (natürlich der Nachhaltigkeit wegen auch digital erhältlich) die unterschiedlichsten Bereiche in Medienunternehmen abrufte, um zu überprüfen, wie nachhaltig sie aufgestellt sind. Und die Ideen liefert, wie das Thema Nachhaltigkeit im Medienunternehmen angegangen werden kann. Es ist tatsächlich gelungen, ganz unterschiedliche, relevante Akteure aus der Medienbranche zusammenzubringen. Sie konnten ihr gesetztes Ziel realisieren: aktiv an der Gestaltung einer nachhaltigen Medienwirtschaft mitzuwirken und ein branchenspezifisches Verständnis von Nachhaltigkeit zu entwickeln.

Im Grundgedanken des Schriftwerks ist zusammengefasst: „Dabei geht es in dieser besonderen, für die öffentliche Meinungsbildung relevanten Branche, um viel mehr als über den Klimawandel zu berichten oder im Unternehmen Energie einzusparen. Die Akteure des Nachhaltigkeitspaktes sind davon überzeugt: Nachhaltigkeit zu leben heißt publizistische Verantwortung wahrzunehmen. Das bedeutet, nach bestimmten Werten zu handeln und sich daran messen zu lassen. Glaubwürdigkeit, (Programm-)Qualität und vertrauensvolles Handeln sind dabei zentral.“

Wir als BJV übernehmen gerne die Rolle, diese Ideen weiterzugeben in die Medienhäuser, die Interesse an Nachhaltigkeit haben und diese (er-)leben wollen. Nicht von ungefähr hatten wir bereits zu Beginn des Jahres das Thema „Grüner Journalismus“ auch in einer Titelstrecke des *BJVreport* (Ausgabe 2022/1) aufgegriffen. Ich sehe es ein Stück weit als unsere Pflicht als Berufsverband und Gewerkschaft, das Thema intensiv zu behandeln. Denn Nachhaltigkeit ist mehr als die Solaranlage auf dem Dach oder der ökologische Bereich. Bei Nachhaltigkeit geht es um gerechte Löhne und Honorare, um gute Arbeitsbedingungen, um Tarife als Mindestlöhne in der Branche, um Diversität, um Wertschätzung, um Miteinander ...

Unsere Aufgabe wird es auch sein, Unternehmen, die sich nur per Unterschrift zu diesem Pakt bekennen, um ein Feigenblatt vorzuhalten, in die Pflicht zu nehmen.

Mehr zum Thema Medientage und Nachhaltigkeitspakt erfahren Sie auch ab Seite 40.



Michael Busch
ist Vorsitzender des Bayerischen
Journalisten-Verbands

Foto: Thomas Geiger

Bildjournalisten unter neuem Vorsitz



Der neue Vorstand der Fachgruppe Bildjournalisten (von links): Jim Albright, Ferdinand Dörfler-Farthofer und Dominik Bartl.

Foto: Michael Matjeka

Mit Ferdinand Dörfler-Farthofer (51 Jahre, Vater zweier Kinder) hat die Fachgruppe Bildjournalisten im BJV einen neuen Vorsitzenden. Der Betreiber der Bild- und Presseagentur Aktivnews aus Marktschellenberg im Berchtesgarden Land löst den freien Journalisten Thomas Geiger aus Hersbruck im Ehrenamt ab. Als Stellvertreter werden ihm mit Dominik Bartl (40), www.bjv.de/arbeitsgruppen_kp/nojs/user/361/xx und Jim Albright (64), Bildredakteur bei der *Fränkischen Landeszeitung*, zwei Kollegen mit Vorstandserfahrung zur Seite stehen.

Das Fachgruppentreffen fand erstmals hyb-

rid online sowie vor Ort im Nürnberger PresseClub statt. Aktuell zählt die Hauptfachgruppe Bildjournalisten 350 Mitglieder. Dörfler-Farthofers Ziele: Neumitglieder werben, die Kommunikation weiter intensivieren und die Gemeinschaft stärken.

Thomas Geiger (61) hatte nicht mehr kandidiert. Auch die bisherigen Vorstandsmitglieder Stefan Gregor, *Main-Echo* und André de Geare, *Nürnberger Nachrichten*, traten nicht mehr zur Wahl an. Im BJV ist Geiger seit weit mehr als drei Jahrzehnten, 1992 war er maßgeblich an

der Reaktivierung der Fachgruppe Bildjournalisten beteiligt. 2015 übernahm er deren Vorsitz, von 2017 bis 2019 kam der Vorsitz des DJV-Fachausschusses Bild dazu.

„Der BJV-Vorstand dankt Thomas Geiger herzlich für seine Arbeit als Leiter der Fachgruppe Bild, sowie dafür, weiterhin den DJV im Verwaltungsrat der VG Bild-Kunst zu vertreten, sowie für sein Engagement im BJV, unter anderem in der Jury des Wettbewerbs *Pressefoto Bayern*“, ist auf der BJV-Website zu lesen. Den neuen Vorsitzenden wünscht der Vorstand alles Gute und viel Erfolg. (mic)

WANTED

Der BJV plant im kommenden Jahr ein großes Event für Volontär*innen und Ausbilder*innen in München. Dafür suchen wir engagierte Menschen, die Lust auf Eventplanung haben, kreativ sind und sich gerne projektbezogen ehrenamtlich im BJV einbringen möchten. Wir suchen Wissende ebenso wie Suchende, wir suchen Neulinge und alte Hasen. E-Mail an info@bjv.de, Stichwort: Volo.

Öffnungszeiten der BJV-Geschäftsstelle

Die Geschäftsstelle des BJV ist von Dienstag, 27. Dezember, bis Freitag, 30. Dezember, geschlossen. Informationen zu einer Rechtsberatung im Notfall während dieser Zeit unter www.bjv.de. Dringende Anfragen sollten noch rechtzeitig in der Woche vor Weihnachten eingehen. Ab Montag, 2. Januar, ist die Geschäftsstelle wieder wie gewohnt geöffnet.

Der Vorstand unterwegs

We have a dream: Der Vorstand wäre in der Vorweihnachtszeit unterwegs, um jedem Mitglied einfach mal die Hand zu schütteln und sich für die Treue zum Verband und die Solidarität gegenüber den Kolleg*innen zu bedanken. Wir kämen ins Gespräch und diskutierten, was die engagierten Ehrenamtler*innen und hauptamtlichen Vertreter in der Münchener Geschäftsstelle noch besser machen könnten. Vielleicht würde der ein oder die andere auch sagen, dass alles so passt. Es bleibt ein Traum, weil dies bei vierstelligen Mitgliederzahlen kaum zu realisieren wäre. Daher sagen wir an dieser Stelle stattdessen von Herzen: Vielen, vielen Dank! Schöne Feiertage und einen guten Rutsch ins neue Jahr.

Michael Busch

„Nicht nur ein übles Foul“ BJV verurteilt Angriff auf Pressefotografen

Mit deutlichen Worten reagierte BJV-Vorsitzender Michael Busch in einem Facebook-Post, nachdem ein Pressefotograf bei einem Drittligaspiel (SpVgg Bayreuth gegen Dynamo Dresden) angegriffen worden war: „Hier von Fußball-Fans zu sprechen, geht an der Wahrheit deutlich vorbei. Sie outen sich als Gewalttäter, Randalierer und Diebe. Auf der einen Seite nutzen sie das verbrieftete Recht auf Versammlungsfreiheit, auf das gemeinsame Vergnügen einer sportlichen Veranstaltung. Auf der anderen Seite spielt die Pressefreiheit für sie offensichtlich keine Rolle. Dieser Vorgang war nicht nur ein übles Foul. Es war ein gezielter Angriff auf einen Journalisten, der sich auch als solcher zu erkennen gab.“

Im Auftrag des *Nordbayerischen Kurier* soll-

te der Pressefotograf den Polizeieinsatz und den Fanmarsch der Fußballfans aus Dresden in Bayreuth beobachten und fotografieren. Als die Dresdner Truppe auf dem Weg zum Stadion an ihm vorbeizog, wurde er bedrängt, gepackt und in die Menge der vorbeiziehenden Marschierer gezogen. Seine beiden Kameras wurden ihm von den Schultern gerissen, zu Boden geworfen und mit Füßen getreten. Die beiden Apparate waren nach dem Vorfall nicht mehr auffindbar. Im Nachdreh wandte sich der BJV mit einem Schreiben an SpVgg, Dynamo Dresden und die Polizei Oberfranken und forderte, künftig für einen besseren Schutz von Journalist*innen zu sorgen. Mehr dazu auch auf der BJV-Website: bjvlink.de/angriff_dd

(mic)

BJV bei Podium zum Rundfunk

Eine Sache stand für alle Teilnehmer*innen auf diesem Podium fest: Die Existenz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist von Demokrat*innen grundsätzlich nicht infrage zu stellen. Dass diese Selbstverständlichkeit zunächst öffentlich erklärt werden musste, hängt mit einem politischen Plakat aus CSU-Reihen zusammen (Hintergrundbericht im *BJVreport* 5/2022), auf das nun die Grüne Landtagsfraktion mit einer Podiumsdiskussion unter dem Titel „BR, ARD und ZDF: Darum brauchen wir sie!“ reagierte, um „zu einer Versachlichung der Debatte“ beizutragen. Auf dem Podium: die Sprecherin Kultur und Film der Grünen im Bayerischen Landtag und BR-Rundfunkrätin Sanne Kurz, der medienpolitische Sprecher der Grünen Bundestagsfraktion Erhard Grundl, BR-Intendantin Katja Wildermuth, der Senderchef von *ProSiebenSat.1* Daniel Rosemann, Filmproduzentin Regina Ziegler und der Vorsitzende der BJV-Fachgruppe Rundfunk und BR-Rundfunkrat Harald Stocker. Es moderierte Fabian Sauer. Der Journalist und Kommunikationsexperte kandidierte für die Grünen im Wahlkreis Bogenhausen.

Harald Stocker plädierte dafür, dass ARD und ZDF Inhalte finanzieren müssen, die nicht mit Werbung refinanziert werden können, und sprach sich für einen friedlichen Wettbewerb von privatem und öffentlich finanziertem Rundfunk aus. „Der öffentlich-rechtliche Rundfunk braucht gute Journalistinnen und Journalisten“, sagte Stocker. Er sprach seine Sorge über den Spardruck an, der dazu führe, dass nicht nur freie Journalist*innen immer stärker unter Druck gerieten, auch der dringend benötigte journalistische Nachwuchs suche sich zunehmend Karrieremöglichkeiten jenseits des öffentlich-rechtlichen Systems. Ausführlicher Bericht von Benedikt Frank unter: bjvlink.de/va_gruene_rundfunk

EU-Presseseminar: Blick auf Ukraine

„Ohne den Krieg hätte es den jetzigen EU-Kandidatenstatus der Ukraine nicht gegeben“, sagt Viola von Cramon Taubadel, Europaabgeordnete der Grünen. Dies sei schon 2013 der erklärte Wunsch der protestierenden Menschen auf dem Maidan gewesen. „Bitte verkaufe uns nicht nach Russland, unser Weg ist sicherlich im Westen“, lautete der klare Appell an den damaligen Ministerpräsidenten Wiktor Janukowjtsch. Die stellvertretende Vorsitzende der Ukraine-Delegation des Europäischen Parlaments (EP) war aus Bukarest per Video einem Presseseminar zugeschaltet, das die Fachgruppe Europa im BJV und das Europäische Parlament im Münchner Presseclub veranstalteten. Die Parlamentarierin betonte: Ohne die Aussicht auf eine Mitgliedschaft in der EU und ein Ziel vor Augen werde es für die Menschen in der Ukraine schwierig, den Kampf und den Krieg zu überstehen. „Es gibt den Soldaten in den Schützengräben wahnsinnig viel Kraft und Hoffnung. Sie brauchen unsere moralische Unterstützung.“

Zu aktuellen Themen der EU-Verbraucherpolitik informierte Malte Gallée, Bündnis 90/Die Grünen, und Deutschlands jüngster Abgeordneter im EU-Parlament. Der 29-jährige Abgeordnete aus Bamberg hatte am Vormittag den in Kooperation von BJV und EP beim Wettbewerb Pressefoto Bayern 2022 erstmals ausgeschriebenen Sonderpreis Europa übergeben. Praktische Informationen für die Pressearbeit zu EU-Themen stellte Thilo Kunzemann, EP-Pressereferent in Deutschland, vor. (mgo)

akadem!e
der bayerischen presse

2022

www.abp.de **Programm**

Seminare für Journalisten und PR-Profis

Aus unserem Programm

Präsenz-Seminare

- Redaktioneller SEO Manager (5 Tage)
- Fachtexte redigieren (2 Tage)
- Datenjournalismus (3 Tage)
- Erklärvideos und Tutorials mit dem Smartphone (2 Tage)
- Journalistische Textsorten (3 Tage)
- Pressesprecher:in (3 Tage)
- Recherche kompakt (1 Tag)

Webinare

- Photoshop CC (3 Tage)
- So gelingt Ihr Selbstmarketing auf LinkedIn (1 Tag)
- Multimedia Storytelling (3 Tage)
- Die Kolumne mit Anja Rützel (2 Tage)
- Digitale PR-Events (2 Vormittage)
- Agil arbeiten – effizient sein (1 Tag)
- Mehr Geld auf dem Konto – dank VG Wort (90 Minuten)

Die ABP bietet im Jahr mehr als 400 Präsenz-Seminare und Webinare an. Wir erweitern unser Programm laufend um neue Termine und neue Themen. Immer aktuell: www.abp.de.

Akademie der Bayerischen Presse

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

Do you like it? Bitte folgen Sie uns auf Facebook, Twitter und LinkedIn

Tarifabschluss beim *BR* nach zwei Warnstreiks

Ab Januar 2,8 Prozent mehr Gehalt und 3000 Euro Einmalzahlung

Von Maria Goblirsch

In sieben Runden rangen die Verhandler*innen der Gewerkschaften BJV, Verdi und Unisono mit dem *Bayerischen Rundfunk (BR)* um ein deutliches Plus. Gefordert waren vom BJV sechs Prozent mehr bei einer Laufzeit des Tarifvertrags von einem Jahr. Am Abend des 25. November kam es zu einer Einigung. Die Gehälter der Festangestellten und die Honorare der festen Freien (12a-ler) werden ab dem 1. Januar 2023 linear um 2,8 Prozent erhöht.

Positiv ist, dass sich die Gewerkschaften mit ihrer Forderung nach einer Einmalzahlung für alle *BR*-Mitarbeiter*innen in Höhe von 3000 Euro netto durchsetzen konnten. Eine solche Einmalzahlung hatten sich viele feste Freie und auch vor allem jüngere Mitarbeitende gewünscht, um die zum Jahreswechsel anstehenden Zahlungen schultern zu können.

Steuerfreie Einmalzahlung

„Das Besondere bei der Einmalzahlung ist, dass sie dank des Entlastungspakets der Bundesregierung steuerfrei und ohne Sozialversicherungsabzüge bei den Beschäftigten ankommt. Auch Teilzeitkräfte und Volontär*innen erhalten die 3000 Euro im vollen Umfang. Dies war uns besonders wichtig, da sie die Inflation kein bisschen weniger trifft“, erklärt BJV-Syndikusrrechtsanwalt Ulrich Lewandowski. Ein besonderes Anliegen war es dem BJV außerdem, dass der journalistische Nachwuchs künftig deutlich besser bezahlt wird. Hier ist es gelungen, die Vergütungen für Volontär*innen, Auszubildende, Praktikant*innen und Dual-Studierende überproportional zu erhöhen. Teilweise ergibt sich ein Plus von mehr als zehn Prozent. Der neue Tarifvertrag gilt rückwirkend vom 1. April 2022 bis zum 21.12.2023. Danach wird neu verhandelt.

Die Tarifeinigung, zu der zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses erst ein Eckpunktepapier vorlag, ist ein zäh errungener Kompromiss, der in einzelnen Punkten weit von dem entfernt liegt, was die Gewerkschaften unter anderem mit zwei Warnstreiks durchsetzen wollten. Doch mehr sei nicht drin

gewesen, heißt es aus dem Kreis der Verhandler*innen. „Trotz der derzeit hohen Inflationsrate konnte der *BR* nicht dazu bewegt werden, von der Vorgabe der KEF auch nur ein wenig abzurücken. Hier hatten wir eine Sackgasse erreicht“, erklärt die stellvertretende BJV-Vorsitzende Andrea Roth, die gemeinsam mit Geschäftsführer Dennis Amour und Justiziar Ulrich Lewandowski den Tarifabschluss ausgehandelt hat.

Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) hatte dem *BR* aufgegeben, sich an den Tarifabschluss für den öffentlichen Dienst der Länder zu halten. Und der sieht eine Lohnerhöhung von 2,8 Prozent ab Dezember 2022 vor. Hinzu kam, dass der am 16. November beim *Südwestrundfunk (SWR)* – der erste innerhalb der *ARD* – erzielte Abschluss auch nur eine Einkommenssteigerung von 2,8 Prozent ab Dezember 2022 vorsieht. Dies hatte eine gewisse Signalwirkung für die noch ausstehenden Abschlüsse beim *BR* und bei weiteren Sendern.

In keiner Weise rückte der *BR* zudem von seiner Forderung ab, befristete Arbeitsverträge ohne sachlichen Grund auf bis zu sechs Jahre vereinbaren zu können. Dies ist nun im neuen flächendeckenden Tarifvertrag so fest-

geschrieben. Die Gewerkschaften kämpften massiv dagegen, um die Ausbreitung prekärer Arbeitsverhältnisse zu verhindern. Nun erreichten sie immerhin, dass in den nächsten drei Jahren nicht mehr als 150 Mitarbeiter*innen einen solchen befristeten Arbeitsvertrag erhalten dürfen. Auch in der Arbeitsgruppe zum neuen Honorierungssystem gab es deutliche Fortschritte. Nachdem hier keine Einigung erzielt worden war, hatte der *BR* Fakten geschaffen und einseitig das neue System umgesetzt. Nun ist geplant, dieses ab dem zweiten Quartal 2023 als Tarifvertrag abzuschließen.

„Wir werden den *BR* weiter in die Pflicht nehmen, in der nächsten Tarifrunde mit einer deutlichen Erhöhung der Gehälter und Honorare ein Zeichen zu setzen“, stellt Tarifverhandlerin Andrea Roth klar. Es sei gelungen, dem *BR* bereits in dieser Runde einige wesentliche Leistungen abzurufen. Hier habe die große Beteiligung der *BR*-Mitarbeiter*innen an den beiden Warnstreiks eine bedeutende Rolle gespielt.

Der Tarifabschluss stand bis zum *BJVreport*-Andruck noch unter dem Vorbehalt der Zustimmung der Gremien auf Gewerkschaftsseite und beim *BR*.

Das sind die Eckpunkte des Tarifabschlusses mit dem *BR*:

- 3000 Euro netto für alle Mitarbeiter*innen (Arbeitnehmer*innen, 12a-Freie, Gagist*innen, Auszubildende, Volontär*innen u.a.) zusätzliche zur Gehalts-/Honorarzahlung im Dezember 2022
- 2,8 Prozent lineare Erhöhung ab 01.01.2023 (auch für 12a-Freie)
- Laufzeit: 21 Monate (1. April 2022 bis 31.12.2023)
- Keine Abschaffung der letzten Gehaltsstufe
- Überproportionale Erhöhung der Vergütungen für Auszubildende, (teilweise deutlich über zehn Prozent) für Volontär*innen, Hospitant*innen, Praktikant*innen, Dual- und Werkstudierende sowie Einführung einer vierten Vergütungsstufe für die Dualstudierenden zum 1. Januar 2023
- Tarifierung des neuen Honorierungssystems zum 1. April 2022: Cluster 4 werden mit einer Erhöhung von 0,3 Prozent zum 1.1.2023 übernommen und um 2,8 Prozent als Tarifwert erhöht. Zu diesem Zeitpunkt erfolgen außerdem Clustersprünge in die übernächste Stufe, maximal bis Cluster 4. Bei Umsetzung der Tarifierung zum 1. April 2023 weiterer Sprung von Cluster 3 in Cluster 4
- Weiterbildungshonorare für 12a-Freie werden ab dem 1. Januar 2023 auf 250 Euro erhöht
- Sachgrundlose Befristungen bis zu sechs Jahre möglich (im Zeitraum der kommenden drei Jahre bei maximal 150 Personen)



Oben: „Die Arbeit von uns allen ist hier mehr wert“, rief die stellvertretende BJV-Vorsitzende Andrea Roth den Streikenden zu.

Links: Zahlreiche feste und freie BR-Mitarbeiter*innen versammelten sich am 9. November beim ARD-weiten Streiktag vor dem Funkhaus München.

Rechts: Sechs Prozent mehr lautete die Forderung der Gewerkschaften.

Unten links: BR-Verwaltungsdirektor Albrecht Frenzel durfte nicht ans Rednerpult.

Unten rechts: Streikende vor dem BR-Studio Franken in Nürnberg.

Vier Fotos: Maria Goblirsch; Foto unten rechts: Henry Lai



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

Doppelt hält besser

Dennis Ballwieser ist mit Leib und Seele Arzt. Aber auch Chefredakteur der *Apotheken Umschau*. Deren Image als „Rentner-Bravo“ nimmt er mit Humor.

Von Senta Krasser



Wo kann ich den meisten Nutzen stiften? Dennis Ballwieser hat lange gebraucht, um eine Antwort zu finden. Erst mit 35 quittierte er den Dienst in der Klinik. Er findet, dass er mit den Kolleg*innen bei Wort & Bild während der Pandemie viel Nützliches tut. Mit Information und Aufklärung (was teils hier im Konferenzraum besprochen wird) erreichten sie über 25 Millionen Menschen monatlich in Print und online. Foto: Jana Islinger

Die erste Tat des Arbeitstages hat Dennis Ballwieser längst vollbracht, als er Besuch vom *BJVreport* bekommt. Um sechs in der Früh ging eine neue Folge „Ne Dosis Wissen“ raus. Was nicht heißt, dass der Chefredakteur der *Apotheken Umschau*, unter deren Dach dieser Podcast „für Health Professionals“ läuft, ein Ultrafrühaufsteher ist. Die News über die erste randomisierte Studie zum Effekt der Darmkrebsvorsorge hat er abends zuvor eingesprochen. Und so routiniert, wie ihm „Kolonkarzinom“ und „Koloskopie-Screening“ über die Lippen gehen, merkt man: Hier spricht nicht nur ein geübter Host. Ballwieser ist selbst ein Health Professional.

Anästhesist oder Journalist? Lange konnte sich der Chefredakteur von Deutschlands meistgelesenem Printmagazin zwischen den Professionen nicht entscheiden. Wirklich seeehr lange. Bis

zu seinem 35. Lebensjahr nicht. Deshalb hat er beides über viele Jahre parallel gemacht. Mit 16 schrieb der aus Hannover zugezogene Gymnasiast die ersten Stücke auf der „Jugendseite“ der *Süddeutschen Zeitung* und setzte das Schreiben

„Die Apotheken Umschau ist eine der letzten funktionierenden Wundertüten.“

Dennis Ballwieser

fort, als er in München Medizin studierte. Weil nach mehreren Anläufen die Aufnahme an die Deutsche Journalistenschule doch noch glückte, ging der Student mit MINT-Hintergrund zum Dekan, er müsse jetzt mal eine Pause vom Medi-

zinstudium nehmen, würde aber gerne wiederkommen. Die Gegenreaktion: Unverständnis. Egal. Den spannenderen Teil, wenn man Arzt werden will, also die Klinik, wollte sich Ballwieser auf keinen Fall entgehen lassen. Und noch ein Grund spielte rein.

Der damalige DJS-Leiter, Ulrich Brenner, begrüßte die 42. Ausbildungsklasse mit dem Satz: Herzlich willkommen, wir bilden Sie in die Arbeitslosigkeit aus. „Das war nicht böse gemeint, nur realistisch“, erinnert sich Ballwieser. Der vorherige Jahrgang war komplett nicht untergekommen. Alle mussten frei arbeiten, ob sie wollten oder nicht. Die Aussichten haben sich seither nicht wesentlich gebessert. Das beschäftigt Ballwieser, der inzwischen selbst als Dozent an der DJS lehrt, bis heute sehr. Die Lösung kann nicht sein, so wie er zwei Berufe zu erlernen. Mit Vehe-

menz tritt er deshalb dafür ein: „Journalisten müssen unternehmerisch denken und handeln, sich also mit der wirtschaftlichen Basis ihrer Arbeit beschäftigen.“ Gedruckt steht dieser Satz im Buch „Resilienter Journalismus“, das Stephan Weichert und *journalist*-Herausgeber Matthias Daniel im Juli herausbrachten.

Er selbst ist im August 42 geworden – und Journalist in gefestigter Position. Aber wieso eigentlich nicht Arzt? Die Kurzfassung: Nach der DJS-Phase Approbation, Promotion, Anästhesist am Klinikum der LMU. 2010 dann der Ruf zu *Spiegel Online*. Für ihn „ein irrsinniger Spaß“. Bis die Chefs Georg Mascolo und Mathias Müller von Blumencron vom Hof gejagt wurden, „wie man es schäbiger nicht hätte machen können“. Als auch der Nachfolger kurz nach dem Start gehen musste, bilanzierte Ballwieser: Das wird hier nichts auf absehbare Zeit. Und kehrte 2012 nach München zurück. In eine Doppelrolle.

Drei Wochen im Monat arbeitete er als Assistenzarzt, eine Woche bei „Wort & Bild“ in der Redaktion. Erste Kontakte dorthin hatte er bereits als DJSler im Praktikum geknüpft. Und dann musste sich der Dr. med. 2015 plötzlich entscheiden. Der Verleger Rolf Becker war gestorben, das Haus musste neu organisiert werden. Ballwieser bekam die Chance, als Geschäftsführer Verantwortung zu übernehmen. 2020 kam die Chefredaktion der *Apotheken Umschau* hinzu, die er sich, sharing is caring, mit der Germanistin Julia Rotherbl teilt. Also Happy End einer Berufssuche, auch noch an einem Ort, wo man es schöner kaum treffen könnte: in Baierbrunn, Bilderbuchgemeinde vor den Toren Münchens. Zum Verlagsanwesen gehört nicht nur jede Menge vom Altverleger gesammelte Kunst, sondern auch ein Bauernhaus aus dem 15. Jahrhundert, das dieser restaurieren ließ. Weniger fotogen: Ballwiesers Büro. Das teilt er sich mit dem Diplom-Volkswirt Andreas Arntzen, seit 2016 CEO von Wort & Bild.

Mit Tablet bei den Hühnern

Ein journalistentypischer Verhau ist das, in Ballwiesers Hälfte. Vor Papier und Kram ist die Tischplatte kaum zu erkennen. Bitte nicht fotografieren. In der anderen Hälfte: die blank geputzte Platte eines Kaufmanns, der einmal Hockey-Profi war. Beide Schreibtische sind seit Pandemiebeginn indes weitgehend ungenutzt. Ballwiesers Zweitarbeitsplatz ist der Küchentisch – wenn er sich nicht, wie sein Twitter-Profil verriet, sommers mit Stuhl und Tablet ins Gehege zu seinen Hühnern setzt.

Warum ich im BJV bin

„An der Deutschen Journalistenschule lernte ich Frauke Ancker, die damalige Geschäftsführerin des BJV, kennen. Sie verdeutlichte uns Journalisten und Journalistinnen die verantwortungsvolle Aufgabe und die Notwendigkeit, sich zu engagieren. An diesem Tag wurden viele Mitgliedsformulare unterschrieben. Bis heute bin ich der Überzeugung, dass man Interessen am besten im Verbund vertreten kann. Deswegen bin ich auch in meinem Zweitberuf als Arzt Mitglied bei der Gewerkschaft Marburger Bund.“

Die Voralpennatur gibt offenbar Kraft. Im Doppelpack mit Arntzen packte Ballwieser 2020 die „Agenda Gesundheit“ an. Ein Investitionsprogramm in „moderne Gesundheitskommunikation“, also neue digitale Formate, zu denen neben „Ne Dosis Wissen“ unter anderem fünf weitere Podcasts gehören. Die Redaktion arbeitet seither kanal- und titelübergreifend – und in reduzierter Besetzung. Gut 15 Stellen fielen weg, was der BJV kritisierte: Das Ausdünnen von Teams führe zu Arbeitsverdichtung und journalistischem Qualitätsverlust. Zwei Jahre danach? Ballwiesers Fazit: Die Qualität der Titel habe sich nicht verändert. Die Verzahnung Print und Digital funktioniere heute deutlich besser.

Nach außen glänzt die *Apotheken Umschau* mit ihrer tagesaktuellen Schwester *apotheken-umschau.de* tatsächlich in neuer Qualität. Sie ist das Hauptprodukt von Wort & Bild und überraschte im Januar mit Selbstironie: Zum 66. Geburtstag erschien als Heft-im-Heft die „Rentner-Bravo“, mit freundlicher Genehmigung der Bauer Media Group, die die Bravo ebenso lang herausgibt. Gesundheitscontent in Kategorien wie „Dr. Sommer“ („Impotent durch Radfahren?“) und mit den „Corona-VIPs“ Lauterbach, Drosten & Co. – hahaha, in der vorigen Winterwelle wirkte das wie beste Medizin.

Trotz Entertainment: Seriosität steht bei „Wort & Bild“ an erster Stelle. Es gilt die „Null-Fehlertoleranz“, was laut Ballwieser bedeutet: Alle Inhalte werden durch einen Fact-Checking-Prozess gejagt, „und zwar nicht nur einmal, sondern wieder und wieder und wieder“. QR-Codes unter fast allen Texten sollen transparent machen, woher die Information etwa über die neue Behandlungsmethode beim Knie-Ersatz stammt. Auch wenn das vermutlich nur ein Bruchteil der Leserschaft tut, findet er, dass man dieses „Mindestmaß an Transparenz“ gerade im

Gesundheitsjournalismus leisten muss, weil er Gesundheitsentscheidungen von Menschen direkt beeinflusst. „Im Zweifelsfall diskutieren sie mit ihrem Arzt oder ihrer Ärztin über Knie-Therapien, von denen sie bei uns gelesen haben. Das muss dann Hand und Fuß haben.“

Im November wagte Ballwieser mit seinem Team das Experiment: Themenheft zum Klimaschutz. Konsequenterweise in papierschonendem kleinerem Format. Nur Weißraum, aber nicht Text wurde eingespart. Die um 0,3 Prozent dezimierte Schrift kann Ballwiesers 100-jährige Großmutter noch lesen, und sie ist eine seiner wichtigsten Testleserinnen. Die kleinere Größe bleibt, das Monothematische ist aber kein Dauerkonzept. Die *Apotheken Umschau* soll bleiben, was sie ist: „eine der letzten funktionierenden Wundertüten, auch wenn sie nicht am Kiosk stattfindet“. Das Heft liegt gratis aus in Apotheken, die sie finanzieren. Neben Konkurrenzprodukten von Burda und Funke. Aber wie lange noch? Weiter gedruckt oder nur digital? Es wird beides geben, sagt der Chefredakteur. Parallele Existenzen, damit kennt er sich ja aus.

Hat er je bereit, sich gegen den Arztberuf entschieden zu haben? Ballwieser verneint, er würde es wieder tun, auch wenn ihm die Klinik häufig fehle. „Ich bin mit Leib und Seele Arzt.“ Was dem zweifachen Vater nicht fehlt: Wochenend- und Nachtdienste, überhaupt das Arbeiten unter körperlicher und psychischer Belastung, die schon vor Corona weit über die Grenzen des eigentlich Erträglichen hinausging. Seine „privilegierte Position“ sei ihm bewusst. Wer hätte gedacht, dass Journalismus so gesund sein kann?



Beliebtes Ruheplätzchen: das restaurierte Bauernhaus auf dem Verlagsanwesen.

Foto: Jana Islinger



Im Gespräch (von links): Die Journalisten Thomas Witzgall und Thomas Mrazek mit Polizeidirektor Andreas Belger und dem Leiter der Pressestelle des Polizeipräsidiiums Mittelfranken, Markus Feder.

Foto: Udo Dreier

Pressefotografie ist keine Provokation

BJV-Kollegen diskutieren im Nürnberger Polizeipräsidium über einen umstrittenen Polizeieinsatz bei einer Demonstration von Querdenker*innen

Von Thomas Mrazek

Am Abend des 20. August brodelte es in Thomas Witzgall. Anlässlich des 75. Jahrestags des Nürnberger Kodex hatten „Querdenker*innen“ zu einer Demonstration auf der Wöhrder Wiese in Nürnberg aufgerufen. Rund 2000 Personen nahmen teil. Witzgall, der das Portal *Endstation Rechts Bayern* (*endstation-rechts-bayern.de*) leitet, berichtete mit anderen Kolleg*innen darüber. Der Journalist, der seit 2009 regelmäßig solche Kundgebungen dokumentiert, ärgerte sich über die Arbeitsbedingungen an diesem Tag. Er protokollierte seine Erfahrungen in einem – wie er selbst sagt – „Rant“ bei Facebook (*bjvlink.de/witzgall-rant*).

„Wie viel Pressefreiheit ist übrig?“

Zu lesen war dort: „Ich durfte mich heute in Nürnberg durchgehend beleidigen, bedrängen, aus nächster Nähe abfotografieren und filmen lassen. Ich musste mehrfach meine Arbeit unterbrechen und zur Polizei, weil Impfgegner meinten, ich dürfe auf öffentlichen Versammlungen keine Fotos machen. Kollegen wurde auf der von der Polizei (!)

organisierten Presseführung bedrängt, umzingelt und zum Teil geschlagen, für die Polizei Mittelfranken waren das alles wechselseitige Wortgefechte und Provokationen. Wenn Fotos machen auf einer öffentlichen Versammlung schon eine Provokation ist, wieviel Pressefreiheit ist denn dann übrig?

Ich habe es satt, mit Polizeibeamten zu tun zu haben, die immer wieder über die Stöckchen der Impfgegner springen; Beamte die rechtlich nicht auf dem aktuellen Stand sind, die mir mitgeben, ich solle keine Porträtaufnahmen (was ich dürfte) machen, obwohl wir gerade ein paar Bilder durchgeschaut haben und zu sehen war, was und wie ich fotografiere (nebenbei ist das ein gravierender Eingriff in meine Recherche). Ich habe versucht, den Beamten zu erklären, dass es der Szene nicht um ihr Persönlichkeitsrecht geht, sondern darum zu verhindern, dass es ein pluralistisches Bild von der Versammlung gibt.“

Der *BJVreport* versucht nun konstruktiv mit Witzgalls Kritik umzugehen. Auf unsere Initiative hin ermöglichte der Leiter der Pressestelle

des Polizeipräsidiiums Mittelfranken, Markus Feder, für die BJV-Kollegen Thomas Mrazek (*BJVreport*) und Thomas Witzgall dort ein einstündiges Gespräch mit Polizeidirektor Andreas Belger. Belger war am 20. August Leiter des Führungsstabs. Er sagt vorab, dass der Polizeipräsident als „Marschrichtung“ ausgegeben habe, „dass wir als Polizei Mittelfranken versammlungsfreundlich – im Sinne des Rechtsguts der Versammlungsfreiheit – agieren und in diesem Sinne auch der Presse die freie Berichterstattung ermöglichen. Wir wollen sie unterstützen wo es notwendig ist, und wollen sie auf keinen Fall behindern.“

„Journalisten bestmöglich geschützt“

Pressesprecher Feder merkt zu den Ereignissen am 20. August überdies an: „Hier zu behaupten, dass kein Schutz vorhanden war oder dass der Weg zum nächsten Zufluchtsort sehr weit war, mag ein subjektives Empfinden sein. Die eingesetzten Beamten haben jedoch die Pressefreiheit der vor Ort befindlichen Journalisten bestmöglich geschützt.“

Doch was wissen eigentlich die bei Demonstrationen eingesetzten Beamten über die Arbeit der Presse? Die meisten seien Beamte der zweiten Qualifikationsebene, die ihre Ausbildung an den Standorten der Bereitschaftspolizei erhalten haben, erklärt Belger. Die Ausbildung sei modular aufgebaut. In jedem Ausbildungsabschnitt seien Themen dabei, die sich mit dem Umgang mit Presse beschäftigen. Gleich am Anfang der Ausbildung gehe es um die Rolle und Funktion der Medien.

Das Thema „Recht am eigenen Bild“ sei ein eigener Unterrichtsteil und werde kurz vor der Prüfung vertieft und nochmals wiederholt. Auch der Besuch einer Redaktion gehöre zu den Ausbildungsinhalten. In der Fortbildung gebe es zudem spezielle presserechtliche Lehrgänge, „hier ist aber nicht die Teilnahme jedes Polizeibeamten vorgesehen“. Auch bei Führungskräften sei der Umgang mit Medien immer wieder ein Thema in der Fortbildung. In der Ausbildung des Gehobenen Dienstes an der Hochschule des Öffentlichen Dienst seien Medien beim Einsatzmanagement ein großer theoretischer Block.

Ansprechpartner vor Ort

„In der Einsatzvorbereitung legen wir großen Wert darauf, dass bei derartigen Versammlungen – also wenn es etwa um das Thema ‚Querdenken‘ oder ‚Rechts/Links‘ geht – wo zu erwarten ist, dass es zu Problemen kommen könnte, unsere Pressestelle vor Ort vertreten ist“, erklärt Belger. Im Vorfeld könne man die Dynamiken einer solchen Versammlung nicht erkennen, daher sei es wichtig, dass Ansprechpartner*innen für die Journalist*innen da seien.

Es seien „immer wieder dieselben Fotografen, die bei der Szene bekannt sind und entsprechende Reaktionen hervorrufen“, ihr Verhalten werde von Demonstrationsteilnehmern als „Provokation“ empfunden, schildert Belger seine Erfahrungen. „Sie provozieren durch die Art und Weise wie sie ihre Fotos machen. Der Demonstrationsteilnehmer kann und will das nicht einschätzen, was das presserechtlich bedeutet.“ Dann komme es zu „unschönen Szenen“ gegenüber den Journalist*innen. Ein Nürnberger Fotograf sei als „Reizobjekt“ bekannt, berichtet Belger. Ihn musste man in der Vergangenheit bei Kundgebungen schon „aus der Schusslinie nehmen“, die Beschimpfungen gegen ihn seien grenzwertig, körperlich sei er bislang nicht angegangen worden, berichtet Belger.

Auch bei der Demonstration am 20. August kam es immer wieder zu Szenen, bei denen die Beamt*innen einschreiten und die Rolle der beteiligten Fotograf*innen klären mussten. „Das dauert natürlich ein paar Minuten – im Vergleich zur Versammlungsdauer von 13 bis 19 Uhr handelt es sich aber um eine sehr kurze Zeitspanne, in der keine Fotos gemacht werden

„Wir wollen die Presse unterstützen, wo es notwendig ist, und wollen sie auf keinen Fall behindern.“

Andreas Belger, Polizeidirektor des Präsidiums Mittelfranken

können. Die Beamten versuchen zudem immer, den Sachverhalt schnellstmöglich aufzuklären“, sagt Belger. Thomas Witzgall wendet ein: „Eigentlich müsste man den Leuten sagen, hier ist eine öffentliche Versammlung, sie zeigen Gesicht für ihre Inhalte, die [Fotograf*innen] verbreiten das – ob ihnen das gefällt oder nicht.“ „Genau das werde kommuniziert“, sagt Belger: „Das sind Pressevertreter, die hier ihren Job machen und da gehört auch dazu, dass sie fotografieren.“

Eine Frage, die bei Demonstrationen immer wieder eine Rolle spielt, ist der Einsatz von Presseausweisen. Werden auch andere Presseausweise als der von der Innenministerkonferenz anerkannte bundeseinheitliche und nur an hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten ausgestellte Presseausweis akzeptiert? Laut Belger ja, solange es sich um keinen offensichtlich selbst hergestellten beziehungsweise gefälschten Presseausweis handle. „Es gibt keine Rechtsgrundlage, einen von einem anderen Organ oder Verlag ausgestellten Presseausweis nicht anzuerkennen“, sagt der Polizeipräsidentenleiter.

Beim Journalisten-Verband sieht man dies kritisch, da einige Anbieter Presseausweise auch für branchenfremde Personen gegen Geld ausstellen.

„Suchen Sie den Dialog“

Den Hinweis, dass es Journalist*innen gebe, die gewisse Kundgebungen nicht mehr oder nur noch ganz kurz besuchten, weil es dort Ärger geben könnte, hört Belger mit Sorge. Es könne nicht sein, dass sich Journalist*innen nicht mehr auf Demonstrationen trauten, dann sei etwas falsch gelaufen. „Ich kann ihnen nur anbieten, den Dialog mit uns zu suchen. Vielleicht zu einem sehr frühen Zeitpunkt, damit wir wissen, wer in diesem Umfeld tätig ist und wir uns entsprechend vorbereiten können“, sagt er.

Podium „Übergriffe auf Journalist*innen“

„Noch steht es um die Pressefreiheit in Deutschland verhältnismäßig gut, aber man muss sich Sorgen machen“, fasste die Dozentin für Medien und Journalismus Dr. Carolin Raffelsbauer die aktuelle Lage zusammen. Verhältnismäßig gut steht es, weil Journalistinnen und Journalisten hierzulande keine erklärten Staatsfeinde sind, anders als in vielen autoritären Staaten weltweit. Sorgen muss man sich machen, weil diejenigen, die sich einen repressiven Umgang mit der Presse auch in Deutschland wünschen, die Sache immer wieder selbst in die Hand nehmen.

Der Bezirksverband München-Oberbayern des Bayerischen Journalisten-Verbands hatte gemeinsam mit den Fachgruppen Rundfunk und Online in den PresseClub München geladen, um sich dieser Sorgen anzunehmen. Auf dem Podium sprachen unter anderem auch

Thomas Witzgall, Leiter des Portals „Endstation Rechts Bayern“ und Andreas Franken, Leiter Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation des Polizeipräsidiums München, über die zunehmenden Übergriffe auf Journalistinnen und Journalisten – und darüber, wie ein besserer Schutz aussehen kann. Jürgen Schleifer moderierte. Dem BJV bot Franken an, bei einem gemeinsamen Jour Fix regelmäßig darüber zu sprechen, wie Journalist*innen besser geschützt und wie seine eigenen Leute besser für diese Aufgabe geschult werden könnten. Ein Angebot, auf das BJV-Geschäftsführer Dennis Amour gerne einging.

Mehr zur Podiumsdiskussion im Artikel von Benedikt Frank: bjvlink.de/va_uebergriffe
Zudem kann ein Mitschnitt über den Youtube-Kanal des PresseClubs München abgerufen werden.

Klassentreffen mitten in den Krisen

Die Münchner Medientage konzentrierten sich wieder mehr aufs Journalistische

Viel Fingerspitzengefühl bewiesen die Macher*innen der diesjährigen Münchner Medientage – sowohl bei der Auswahl der Themen als auch den 400 Panel-Teilnehmer*innen. Mit dem Motto „More relevant than ever“ setzten sie bei der 36. Auflage des größten Branchentreffs europäischer Medien ein optimistisches Zeichen in einer von Krisen und Unsicherheiten geprägten Zeit. Ein trotziges „Wir-sind-noch-da-und-wir-haben-noch-viel-zu-sagen“-Gefühl machte sich nach zwei Jahren coronabedingter Präsenzpause auf der Münchner Messe breit. Journalistische Themen wurden im Programm wieder stärker gewichtet als in den Vorjahren.

Ukraine: Interesse weiter nötig

Beim Eröffnungsgipfel aber gab es zunächst mahnende wie motivierende Worte für den Journalismus von Wladimir Klitschko, Bruder des Kiewer Bürgermeisters Vitali Klitschko. Der Krieg habe nicht erst am 24. Februar 2022 begonnen, sondern schon mit der Annexion der Krim 2014, so der Ex-Profi-Boxer. Das sei aber von westlichen Medien zu wenig thematisiert und die Gefahr unterschätzt worden. Das Interesse der Journalist*innen am Krieg in seinem Land dürfe nicht nachlassen: „In Kiew und in der Ukraine brauchen wir mehr Vertreter freier Medien“, appellierte Klitschko. Er lobte den Einsatz des *Bild*-Reporters Paul Ronzheimer. Der nahm ebenfalls an einem Panel teil und berichtete über seine Erfahrungen im Kriegsgebiet.

Slapp-Klagen nehmen zu

Dass auch hierzulande die Arbeit für Journalist*innen an Grenzen stößt, verdeutlichte das von der Medienjournalistin Sissi Pitzer, *Bayerischer Rundfunk*, moderierte Panel „Gemeinsam für die Pressefreiheit“. Die Zahl der Fälle nehme zu, bei denen die journalistische Berichterstattung verhindert werden soll, indem schon vor einer Veröffentlichung Anwaltsschreiben die Redaktionen erreichen. Ergo werden kritische Inhalte mitunter erst gar nicht recherchiert. Abhilfe könne die Idee eines Pressefreiheitsfonds schaffen, der mit finanziellen Mitteln Medien unterstützen soll, die Pressefreiheit zu schützen und durchzusetzen. Rechtsanwalt Benjamin Lück von der Gesellschaft für Freiheitsrechte stellte

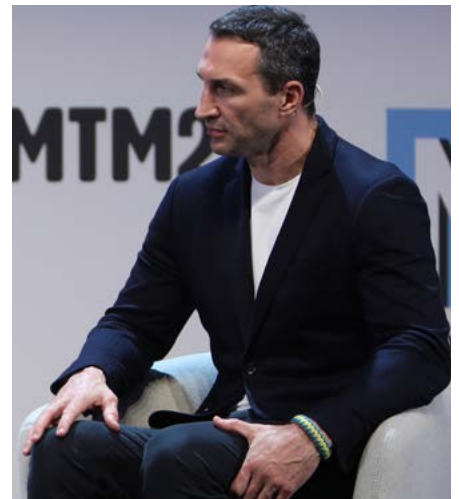
dieses Konzept vor. Mehr dazu unter: bjvlink.de/pressefreiheitsfonds

„Futter für den Watchdog“

Immer mehr limitiert ist der Journalismus auch, wenn es um tragfähige Geschäftsmodelle geht. Im Panel „Futter für den Watchdog – wie lässt sich Journalismus künftig finanzieren?“ wurde über neue Wege der Finanzierung gesprochen, es ging um Crowdfunding, Gemeinnützigkeit, Kleinzahler*innen oder Luxus-Abos. Interessante Einblicke bot das kürzlich in Konstanz gestartete Online-Magazin *karla-magazin.de*. Die Betreiber*innen konnten immerhin 100.000 Euro für den Start per Crowdfunding einwerben. Das reiche, um neun Monate den Betrieb zu finanzieren. Um danach weiterarbeiten zu können, nehme man Kontakte zu Stiftungen und Fördernden auf, berichtete der Gründer und Geschäftsführer Nik Volz. Ein Modell, das für Gründer*innen interessant sein kann, stellte Tina Dingel von der Plattform *Steady* vor: „Online-Medienschaffenden, die finanzielle Unterstützung von Leser*innen wollen, helfen wir dabei.“ Zu den Kunden zählen unter anderem die *Krautreporter* und der *Volksverpetzer*. Mehr unter: bjvlink.de/finanzierung

„Keine gewöhnlichen Jobs“

Und dann sind da noch die Menschen, die journalistische Inhalte produzieren: Möglichst kreativ, aber trotzdem günstig und auf allen Auspielkanälen sollen sie dies tun. „Keine gewöhnliche Branche, keine gewöhnlichen Jobs – Arbeiten in der Medienwelt“, lautete der Titel eines gemeinsamen Panels der Verlegerverbände BDZV und VBZV. Selbstkritisch schilderte Christoph Linne, Chefredakteur der *Nordsee-Zeitung*, das Erscheinungsbild seiner Branche: „Wir kommen wie Dinosaurier rüber.“ Längst habe man erkannt, dass sich Zeitungen beim Journalistennachwuchs „im Kampf um die besten Köpfe“ befinden. Er versuche in seiner Redaktion. „das eigene Feuer für den Journalismus an die Volontär*innen zu übertragen“. Henriette Löwisch, Leiterin der Deutschen Journalistenschule (DJS), beklagte unter anderem die in einigen Zeitungen vorhandene resignative Haltung „Früher war alles besser!“. „Da möchte kein gut ausgebildeter Journalist hin“, konstatierte Lö-



Wladimir Klitschko hob beim Eröffnungsgipfel die Bedeutung eines freien Journalismus für die Ukraine hervor.

Foto: Medien.Bayern GmbH, Alexander von Sprei

wisch. Mit dem 2020 von der DJS initiierten digitalen Regional-Fellowship habe man indes bei einigen Zeitungen (unter anderem *Nürnberger Nachrichten*, *Südkurier*, *Mittelbayerische Zeitung*) große Erfolge erzielt. Das Programm bringt Nachwuchsjournalist*innen mit qualitätsbewussten Regionalzeitungen zusammen.

BJV dabei beim Nachhaltigkeitspakt

Dass sich in den Medienhäusern einiges in naher Zukunft ändern muss, hat man auch bei der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) erkannt. Auf deren Initiative wurde nach einem halben Jahr Vorarbeit der „Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern“ auf den Medientagen gestartet. Der BJV gehört zu den acht Gründern (siehe auch Seite 31 und BLM-Website: bjvlink.de/nachhaltig). Allein, dass der Veranstaltungsraum bei der Präsentation überfüllt war, zeigte, dass großes Interesse in der Medienbranche am Thema besteht.

Rund 5000 Besucher*innen zählten die Medientage München in diesem Jahr, das sei „nur etwa 20 Prozent unter dem Niveau von 2019“ gewesen, teilten die Veranstalter*innen mit. 2023 findet die Messe vom 25. bis 27. Oktober statt. Die Medientage werden von der Medien.Bayern GmbH, einer Tochtergesellschaft der BLM, veranstaltet. (tm)

Wie junge Medienleute heute ticken

Viele Besucher*innen, viele Gespräche und viel Spaß am BJV-Stand

Von Thomas Mrazek

Im Ausstellerbereich war der BJV bei den Medientagen in die „Media For You: Die START INTO MEDIA Career-Erlebnismesse“ integriert. Bei der Premiere dieser Messe konnten sich Schüler*innen, Auszubildende und Studierende über die vielfältigen Karrierechancen in der Medienbranche informieren und sich in Kurz-Workshops ausprobieren. Organisiert hatte den für Besucher*innen kostenlosen Messebereich die Medien.Bayern GmbH.

An allen Veranstaltungstagen war das BJV-Team mit der Hochschulbeauftragten Anette Kolb und Kommunikationsreferent Benedikt Frank dabei, unterstützt wurden sie von den beiden Zeitungs-Volontärinnen der Medien-gruppe Oberfranken Julia Scholl und Verena Schultheiß. Alle Kolleg*innen waren von morgens bis zum späten Nachmittag unter Beschlag: Bei einem online über Kahoot angebotenen Quiz konnten junge Medieninteressierte am BJV-Stand ihre Kenntnisse über Medien beweisen. Belohnt wurden sie mit selbstverständlich nachhaltigen Werbemitteln des BJV: Wintermützen, Handschuhen und Powerbanks.

„Verklag mich doch!“

„Verklag mich doch! Was muss man als Kreative*r übers Recht wissen?“, lautete der Titel der zwei angebotenen Dialogrunden mit BJV-Geschäftsführer Dennis Amour auf der „Media-Idol For You“-Stage. Auch wenn sich das Themenangebot ernst anhörte, gab es bei dem Gesprächsformat viel zu lachen. Und zahlreiche Gespräche knüpften sich daran. Sehr gute Resonanz fand im BJV-Angebot auch der TikTok-Kurz-Workshop der DJS-Schülerin und BJV-Stipendiatin Cornelia Braun.

Am BJV-Stand beantworteten – neben der Quiz-Betreuung – die Kolleg*innen überdies viele Fragen: Wie sind die Arbeitszeiten im Journalismus? Wieviel verdient man? Wie komme ich überhaupt in den Journalismus rein? Warum lohnt sich eine Mitgliedschaft bei Euch? Muss ich in Deutsch eine Eins haben? Wie läuft ein Volontariat ab? Was muss ich digital besonders gut können? Wie sieht



Bei einem Quiz konnten junge Messebesucherinnen und -besucher beim BJV ihr Medienwissen unter Beweis stellen.

Foto: Benedikt Frank

Euer Arbeitsalltag aus? Ist die Zeitung nicht tot? Warum wollen die Leute nur ungern für Eure Inhalte zahlen? Was wird nach dem Volontariat aus Euch? Oder: Jetzt mal ehrlich: Hat der Journalismus überhaupt eine Zukunft?

Die Volontär*innen und die BJV-Mitarbeiter*innen hatten gute Antworten parat und bekamen live mit, wie junge Medieninter-

essierte heutzutage ticken. So einen regen Andrang, so viele Gespräche habe der BJV bei allen vorigen Medientage-Teilnahmen noch nie erlebt, resümierte Anette Kolb. Und auch die beiden Volontärinnen freuten sich über den spannenden Austausch: Es sei für sie „cool gewesen mal auf der anderen Seite zu stehen“.

Noch mehr von den Medientagen

- Rund 50 Pressemitteilungen (unter anderem Meldungen zu fast allen Panels): medientage.de/pressemitteilungen
- Drei Audio-Podcasts mit den Tages-Höhepunkten, jeweils knapp 40 Minuten: medientage.de/media
- Web3-Studie von XPLR: MEDIA in Bavaria: Was kommt auf die Medienbranche zu? bjvlink.de/web3
- Bedarfsstudie von Start into Media: Fachkräfte für die Medien – Was braucht die Branche? startintomedia.de/bedarfsstudie
- Building Trust: Ein User Insights Report des Media Lab Bayern: bjvlink.de/building-trust

Kopf hoch, Frust raus

In acht Workshops gab es bei den FREItagen Ideen für den Restart. Einige Einblicke.

Snackable Content

Die Aufmerksamkeitsspanne von Nutzer*innen in sozialen Medien ist gering. Umso wichtiger ist es, Infos mit „Snackable Content“ auf den Punkt zu bringen, sagt der freie Multimedia-Journalist und Trainer Bernhard Lill. Mit verschiedenen Apps lässt sich dieser auf dem Handy produzieren, ausprobieren lohnt!

Fotocollagen: Mit „Canva“ etwa lassen sich Collagen aus Fotos, Videos und Text basteln, die Anwendung taugt hervorragend um Insta-Stories zu produzieren. Vergleichbar ist die App mit „Creative Cloud Express“ von Adobe.

Bildbearbeitung: „Richtig viel“ kann laut Lill die Bildbearbeitungsapp „Snapseed“ – angefangen bei klassischen Werkzeugen über eine selektive Anpassung, um nur Bildausschnitte zu bearbeiten, bis hin zum Ändern von Perspektiven.

Comics: Fotos kann man in der App „Comica“ (nur für Android) einen Comiclook geben und mit Sprechblasen versehen. So lassen sich Bildergeschichten produzieren. Beim iPhone verweist Lill auf die Anwendung „Toon Camera“, hier lassen sich überdies Filme im Comiclook produzieren.

Bewegbild: Videos können laut Lill schnell und einfach mit der App GoPro erzeugt werden, zahlreiche Designvorlagen erleichtern die Arbeit. Wer GIFs produzieren will, kann sich „GifMe“ anschauen.

Musik: Etliche Kompositionen sind urheberrechtlich geschützt. Mit der App „BandLab“ lässt sich ohne musikalisches Vorwissen eigene Musik komponieren, indem man Rhythmen, Instrumente und kurze Loops kombiniert.

Pitchen: Im Aufzug zum Erfolg

Das Thema ist super, die Story geplant. Doch wie lassen sich Redaktionen davon überzeugen? Es braucht den perfekten Pitch, sagt Mareike Graepel, die unter anderem für *Deine Korrespondentin* und dpa arbeitet.

Der Elevator-Pitch: Er sollte nicht länger als eine gemeinsame Aufzugfahrt dauern und die Idee zum Thema, der Reportage oder der Serie in wenigen Sätzen perfekt und prägnant darstellen. „Niemand kann euch entkommen ... eben bis die Person, die euch das Thema ‚abkaufen‘ soll, aussteigen muss“, sagt Graepel.

Wie er gut wird: Ein Elevator Pitch muss sofort interes-

sant, prägnant und kommunizierbar, originell und offensichtlich sein. Er muss alle relevanten Informationen angeben, professionell sein und Struktur haben. Er sollte die Türen öffnen für Detailabspachen, das heißt: Es braucht eine gute Vorabrecherche, um auf Nachfragen Antworten zu haben. Das eigene Expertentum darf herausgestellt werden.

Das gilt es zu vermeiden: Werbung, Expertensprech sowie einen vermammelten Einstieg. Die Deadline (eine Aufzugfahrt!) darf nicht gerissen werden. Der Pitch sollte nicht lustlos wirken und man sollte nicht sich selbst, sondern das Thema in den Mittelpunkt stellen.

Das Handwerk der Akquise

Der Unternehmer Oliver Völzl, einst Quereinsteiger, blickt auf fast 20 Jahre Vertriebs Erfahrung. Auch freie Journalist*innen sollten Akquise und Vertrieb beherrschen, ist er überzeugt.

Kundenpotenzialanalyse: „Schaut über den Tellerrand und fragt Euch: Wer könnte Euer Kunde sein?“, rät Völzl. Er empfiehlt die Suche nach PR-Kund*innen im klassischen Mittelstand. Schon der Blick auf die Website zeigt, ob hier Profitexter*innen am Werk waren oder nicht. Wer Stellenbörsen im Netz durchforstet, wird auf viele Betriebe stoßen, die Unterstützung etwa im Marketing suchen.

Die Ertragszitrone: „Für Ertragsrosinen brauche ich Ertragszitronen“, sagt Völzl. Eine Veröffentlichung in der SZ koste Zeit und brin-

ge wenig Geld. Im Industrieunternehmen aber könne ein Texter mit eben dieser Veröffentlichung für sich werben.

Akquise in der Praxis: Akquise bedeutet für Völzl vorneweg Recherche zum Unternehmen und passenden Ansprechpartner*innen. Und dann heißt es, den Telefonhörer in die Hand zu nehmen und die Gesprächspartner*innen ans Telefon zu fokussieren mit Fangsätzen. Völzl wählt gerne einen charmanten Einstieg wie „Ich bräuchte ihre Hilfe“ und setzt im Gespräch auf Humor, Gefühlsbasis und Augenhöhe. Sprechen die Gesprächspartner*innen leise oder vielleicht auch bayerisch, passt sich Völzl an. „Seid lässig, lehnt Euch beim Gespräch zurück und lächelt“, rät er Journalist*innen.

Michaela Schneider

Ideen für die Zukunft

Der DJV-Verbandstag in Lübeck nahm sich viel Zeit für Fragen rund um die Weiterentwicklung des Verbands

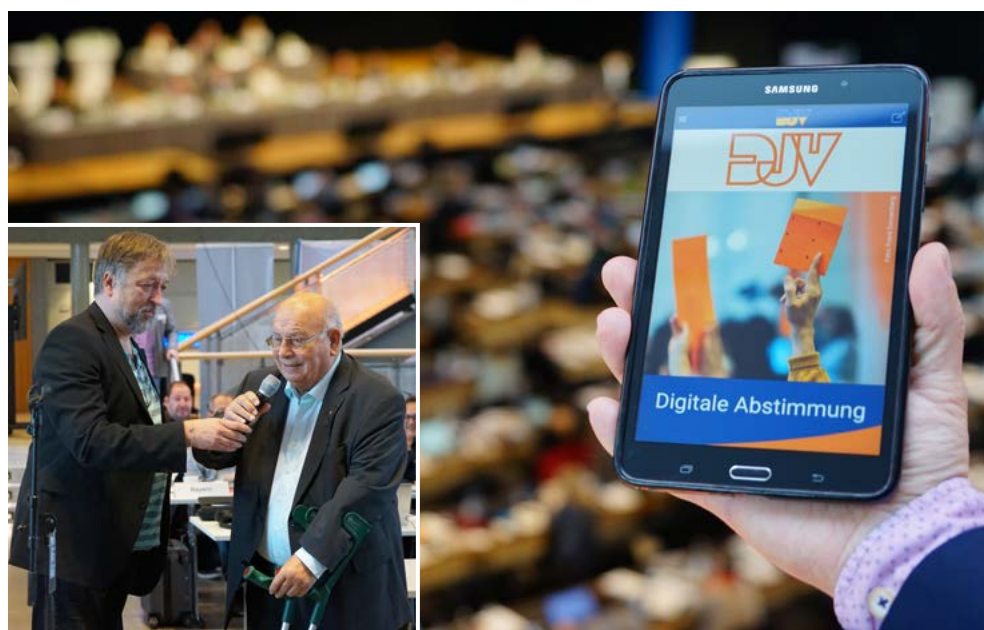
Von Johannes Michel

Endlich mal ein heller Veranstaltungssaal – mit Tageslicht! Die rund 200 Delegierten beim Verbandstag des Deutschen Journalistenverbandes (DJV) zeigten sich in Lübeck begeistert von den Räumlichkeiten in der Musik- und Kongresshalle (MUK). Und tatsächlich sollte es eine gelungene Veranstaltung für den Verband werden – aus bayerischer Sicht allerdings inklusive Wermutstropfen.

Ein bewegender Moment war ohne Frage, als BJV-Vorsitzender Michael Busch ans Mikrofon trat und darum bat, eine kurze Ehrung durchführen zu dürfen. Im Mittelpunkt des Geschehens: BJV-Ehrenmitglied Günter Weislogel. Vor 40 Jahren war er das erste Mal bei einem Verbandstag dabei, 1982 in Saarbrücken. „Er ist ein Kollege, der die Zukunft 40 Jahre lang gelebt hat“, sagte Busch. „Ich bin jetzt Vergangenheit – lebt ihr die Zukunft!“, rief Weislogel den Delegierten zu.

Die nämlich spielte eine große Rolle beim diesjährigen Verbandstag, denn die Zukunftswerkstatt, die unter anderem bei einem Workshop in Herne an ihren Ideen und Zielen für den Verband gearbeitet hatte, präsentierte erstmals Ergebnisse. Zentrale Fragen sind hier zum Beispiel die Gewinnung neuer Mitglieder, neue Finanzierungsmodelle wie Stiftungen, eine Weiterentwicklung des Verbandtags als „cooles Event“ und mehr Kooperation zwischen den Landesverbänden. Zukunftsträchtig war zudem, dass beim Verbandstag digital abgestimmt wurde. Das funktionierte einwandfrei, die langen Auszählungen der Stimmzettel blieben den Delegierten erspart.

Auch hatte der DJV klare Signale in Richtung Politik im Gepäck – die Delegierten appellierten an die medienrechtlich Verantwortlichen, den Anteil des Berlusconi-Unternehmens „Media for Europe MFE“ an *ProSiebenSat.1* dauerhaft auf unter 25 Prozent zu begrenzen. Darüber hinaus sollen die betreffenden Organi-



Das digitale Abstimmen funktionierte beim Verbandstag einwandfrei. Bewegend war der Moment, als BJV-Vorsitzender Michael Busch (links) Günter Weislogel ehrte, weil dieser vor vier Jahrzehnten erstmals an einem Verbandstag teilgenommen hatte.

Fotos: Michaela Schneider

sationen und Institutionen den Einfluss auf die journalistischen Inhalte sowie einen Eingriff in die redaktionelle Unabhängigkeit der zu *ProSiebenSat.1* zugehörigen Medienangebote durch Berlusconi aus Gründen der Staatsferne unterbinden. Ein weiteres Signal sendeten die Delegierten mit einem Dringlichkeitsantrag zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk: Die jüngsten Verfehlungen und Fehlentwicklungen, die aus einzelnen Anstalten bekannt geworden sind, dürften nicht zu einer Art Generalabrechnung mit der verfassungsrechtlich garantierten Rundfunkordnung werden oder zu tiefgreifenden Einschnitten in die Rundfunkfreiheit führen.

Bildungsreferat auf Bundesebene

Eine wichtige verbandsinterne Entscheidung war es, die Einrichtung eines hauptamtlichen Bildungsreferats auf Bundesebene auf den Weg zu bringen. Ziel soll es sein, flächendeckend und strukturell die Medienkompetenz in Deutschland zu stärken sowie weitere Bil-

dungsangebote für Journalist*innen zu entwickeln. Ebenso wegweisend: Für Studierende, Journalismusschüler*innen und Volontär*innen soll bald ein einheitlicher Mitgliedsbeitrag gelten – ein Vorschlag aus der Zukunftswerkstatt.

In den Deutschen Presserat sendet der BJV künftig nicht mehr zwei, sondern nur noch einen Vertreter. Sascha Borowski wurde wiedergewählt, Ralph Bauer nicht. Letzterer hatte sich bereits seit zwei Perioden im Presserat engagiert. Zunächst sah es nach einer klaren Wiederwahl aus, nachdem es für sieben Plätze sieben Kandidat*innen gab. Dann ließ sich Negin Behkam (DJV Berlin JVBB) aufstellen, um den Diversitätsgedanken zu fördern. Zuvor war kritisiert worden, dass sich unter den Kandidat*innen nur eine Frau befinde und sie „homogen weiß“ seien. Behkam wurde von den zu diesem Zeitpunkt anwesenden 180 Delegierten in den Presserat gewählt, Bauer landete auf Platz acht.

„Die Arbeitszeiterfassung wird kommen“

Der Würzburger Betriebsrat Josef Schäfer und Fachanwalt Mathias Wieland im Gespräch zur „Arbeit 4.0“. Die Pandemie hat manches verändert

Von Maria Goblirsch

Digitales und mobiles Arbeiten, der Einsatz künstlicher Intelligenz oder die Pflicht zur Erfassung der Arbeitszeit: Beschäftigte und Betriebsräte stehen nach der Pandemie vor neuen Herausforderungen. Was hat sich verändert? Wie sieht die neue Medien-Arbeitswelt aus? Das war Thema eines BJV-Betriebsräte-Seminars im Oktober in Kainsbach. Über die Ergebnisse sprachen wir mit zwei Experten.

Kommt die digitale Stechuhr? Die Nachricht, dass Arbeitszeit künftig auch in Redaktionen erfasst werden muss, hat so manchen verunsichert. Was ist Fakt?

Mathias Wieland: Der Gesetzgeber wird die Erfassung der Arbeitszeit regeln müssen. Daran wird bereits gearbeitet. Denn das jüngste Urteil des Bundesarbeitsgerichts, auch wenn bislang nur die Pressemitteilung vorliegt, sagt klar, dass es gesetzliche Aufgabe des Arbeitgebers ist, die Arbeitszeit zu erfassen. Die Arbeitszeiterfassung wird auch in den Redaktionen kommen. Daher ist jetzt der richtige Zeitpunkt, sich mit diesem Thema kreativ zu beschäftigen und als Betriebsrat Lösungen zu finden, die auf das eigene Medienhaus und die Bedürfnisse der Belegschaft perfekt zugeschnitten sind.

Josef Schäfer: Das sehe ich auch so. Wir bei der *Main-Post* haben seit sieben Jahren Erfahrung mit der Zeiterfassung und daraus kann ich sagen, dass es keinen Sinn macht, ein Modell 1:1 zu übertragen, das schon in einem anderen Haus existiert. Wichtig ist es, sich die Filetstücke herauszunehmen, die Gegebenheit vor Ort abzubilden, damit die Mitarbeiter*innen eine betriebliche Vereinbarung zur Zeiterfassung auch mittragen können. Worauf es ankommt, sind Flexibilität und die Sicherheit, dass jegliche Mehrarbeit auch tatsächlich erfasst, vergütet oder in Freizeit ausgeglichen wird.

Darf der Betriebsrat mitentscheiden, ob die Zeiterfassung eingeführt wird?

Wieland: Nein. Wie die Bundesrichter entschieden haben, hat der Betriebsrat hier kein Initiativrecht. Über das „Ob“ einer solchen betrieblichen Maßnahme entscheidet allein der Arbeitgeber. Aber bei der Frage des „wie“ ist der Betriebsrat mit im Boot. Etwa, wenn es um Fragen der technischen Einrichtung geht. Und da hat er viel Gestaltungsspielraum.

Setzt die Zeiterfassung nicht auch voraus, dass der Chef einer Belegschaft vertraut?

Schäfer: Absolut. Es setzt einen Vertrauensvorschuss voraus. Man muss den Kolleg*innen aber auch klar sagen, dass Betrug bei der Arbeitszeit ein Kündigungsgrund ist.

Ich muss die Arbeitsstunden im Homeoffice so korrekt erfassen, wie ich es im Unternehmen täte. Arbeitszeit ist Geld wert. Daher muss ich mein Arbeitszeitkonto genauso sorgfältig führen wie etwa das Girokonto. Also etwa auf Fehlbuchungen achten.

Bisher gibt es in nur wenigen Medienhäusern eine systematische Erfassung der Arbeitszeit ...

Schäfer: Das stimmt. In Bayern gibt es sie nach meiner Kenntnis nur bei der *Main-Post*, beim *Neuen Tag* in Weiden, dem *Fränkischen Tag* und bei *Nürnberger Nachrichten/Nürnberger Zeitung*. Viele Redakteur*innen haben da Scheu, fassen dieses Thema mit spitzen Fingern an. Ich habe den Eindruck, dass die Arbeitszeiterfassung bei den jungen Kolleginnen und Kol-

BAG: Arbeitgeber müssen die Arbeitszeit erfassen

Im konkreten Fall ging es vor dem Bundesarbeitsgericht (BAG) um die Frage, ob der Betriebsrat einer sozialen Einrichtung vom Arbeitgeber verlangen kann, eine digitale Stechuhr einzuführen. Damit wollte er die Überlastung der Beschäftigten verhindern. Die Richter verneinten ein solches Initiativrecht des Betriebsrats zur Einrichtung einer entsprechenden technischen Einrichtung (Beschluss vom 13.9.2022, Az.: 1 ABR 22/21).

Die Begründung des BAG hat es in sich und lautet: In Deutschland existiert bereits eine gesetzliche Verpflichtung zur Arbeitszeiterfassung. „Der Arbeitgeber ist nach § 3 Absatz 2 Nr. 1 Arbeitsschutzgesetz verpflichtet, ein System einzuführen, mit dem die von den Arbeitnehmern geleistete Arbeitszeit erfasst werden kann“, teilte das Gericht in einer Pressemitteilung mit (bjvlink.de/bag).

Das heißt im Klartext: Jede Arbeitnehmer*in muss die Möglichkeit haben, ihre

Arbeitszeiten aufzuzeichnen. Bisher mussten nach dem Arbeitszeitgesetz nur jede über acht Stunden hinausgehende Arbeitszeit an Werktagen und jegliche Arbeitszeit an Sonn- und Feiertagen dokumentiert werden, nicht aber die gesamte Arbeitszeit.

Das BAG legte seiner Entscheidung das so genannte „Stechuhr-Urteil“ des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) zugrunde. Darin hatte der EuGH bereits im Mai 2019 entschieden, dass die Mitgliedsstaaten die Arbeitgeber verpflichten müssen, ein „objektives, verlässliches und zugängliches“ System zu schaffen, „mit dem die von jedem Arbeitnehmer geleistete tägliche Arbeitszeit gemessen werden kann“ (bjvlink.de/eugh). Nur so könnten die Rechte aus der EU-Arbeitszeitrichtlinie wie die wöchentliche Höchstarbeitszeit oder Ruhezeiten erfasst werden. Seither prüft das Arbeitsministerium, ob und wie das Arbeitszeitgesetz geändert werden soll.

(mgo)

legen, die jetzt in den Beruf eintreten, stärker akzeptiert ist.

Auch die Arbeitswelt der Betriebsräte hat sich durch die Pandemie und die Digitalisierung verändert. Wie sieht die praktische Arbeit heute aus?

Schäfer: Neu ist nach Corona, dass Betriebsräte jetzt auch in hybriden und digitalen Sitzungen tagen können, was von Vorteil ist, wenn sich das Gremium aus Personen zusammensetzt, die aus unterschiedlichen Standorten kommen oder weiter weg wohnen. Aus der Praxis kann ich sagen, dass viele Betriebsräte nach wie vor in Präsenz tagen. Es ist halt im Betrieb einfacher, mal zu fragen, wie geht es Euch, was können wir für Euch tun? Aber da viele Kolleg*innen schon seit Monaten im Homeoffice sind, fällt es schwerer, an diese Menschen ranzukommen. Hier sind kreative Lösungen gefragt.

Wieland: Präsenzes Tagen und die Anreise sind ja nicht nur ein zeitliches Problem, das ist auch ein Kostenthema für den Arbeitgeber. Der ist allerdings nicht dazu berechtigt, ein bestimmtes Format für eine Betriebsversammlung oder die Sitzung des Betriebsrates zu bestimmen. Der Betriebsrat darf entscheiden, ob er in Präsenz, digital oder hybrid tagt. Aus eigener Kompetenz.

*Algorithmen werden heute in einzelnen Redaktionen bereits eingesetzt, um zu ermitteln, welche Inhalte besonders gut ankommen oder welche Bewerber*in zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen wird. Ersetzen Roboter uns bald am Arbeitsplatz?*

Wieland: Soweit ist es noch nicht. Aber Fakt ist: Der Einsatz künstlicher Intelligenz ist schon weit verbreitet. Wer sich eine teure Software zur Unterstützung in der Personalarbeit anschafft, hat weniger „lebendige“ Mitarbeitende. Hier finden Algorithmen Einsatz im Prozess von der Vorauswahl der Bewerber*innen bis zur Bearbeitung des digitalen Arbeitsvertrags. Aber ein Algorithmus ist immer nur so gut, wie man ihn „füttert“. Und hier stellt sich die Frage der Datensicherheit. Wer bekommt die Ergebnisse? Wer kann zugreifen? Was geschieht mit den Daten? Wie werden diese Prozesse überwacht? Also ob das wirklich eine Arbeiterleichterung ist, da möchte ich schon ein Fragezeichen setzen.



„Der Betriebsrat darf nicht über das „Ob“ der Einführung von KI mitentscheiden. Aber er hat bei der technischen Basis mitzubestimmen, wenn Software dazu geeignet ist, die Leistung oder das Verhalten der Beschäftigten zu kontrollieren.“

Dr. Mathias Wieland, Fachanwalt für Arbeitsrecht, Landshut Foto: Rolf Sturm



„Der erste Schritt kann sein, dass jeder seine Arbeitszeit über eine gewisse Zeit notiert. Gefühlt ist das eine Sache. Aber so sehe ich es Schwarz auf Weiß und mache mir bewusst, was ich an Lebenszeit für meinen Arbeitgeber investiere.“

Josef Schäfer, Betriebsrat bei der *Main-Post* Foto: Anand Anders

Schäfer: Wir spüren in den Medienhäusern mittlerweile sehr, dass das Nutzerverhalten im Internet direkte Auswirkungen auf unsere tägliche Arbeit hat und darauf, welche Themen wir auswählen sollen. Bei der *Main-Post* produzieren wir heute hauptsächlich für das Internet, es hat den absoluten Vorrang. Texte und Inhalte werden so konfiguriert, dass sie internettauglich sind. Und aus diesem Content, der im Internet vorhanden ist, wird dann die Printausgabe produziert. In der Tat sind die Internetinhalte stärker messbar, was die Wahrnehmung und Nutzung angeht. Es existieren also zahlreiche Daten, wie lange Nutzer*innen auf den Tex-

ten bleiben, wo sie ein- oder aussteigen, wie lange sie diese lesen. Daraus werden Schlüsse gezogen und es werden – zumindest ist das in unserem Haus so – Algorithmen hinterlegt. Die Dinge, die bei den Nutzer*innen besser ankommen, werden nach vorne gezogen, werden auf der Homepage besser platziert. Und alle Redaktionen und die Führungskräfte werden mit diesen Daten versorgt, die aus der Internetnutzung entstehen. Und natürlich mit der Maßgabe, wenn ein Thema gut ankommt, es weiterzuverfolgen, Nachfolgegeschichten zu produzieren, und, und, und ... Diese Entwicklung nimmt gerade zu.



Die Autorin

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

Foto: Stefan Gregor

In der Serie „Der BJV-Newcomer/Die BJV-Newcomerin“ stellen wir junge Verbandskolleg*innen vor, die uns als spannende, kreative und mutige Talente auffallen. Sie haben Tipps? Wir freuen uns auf Empfehlungen!

Hanna Resch

28 Jahre, Nahostexpertin und feste Freie beim *Bayerischen Rundfunk*, BJV-Mitglied seit August 2022



Foto: Juliane Rummel

Ausbildung: Ich habe an der Universität in Leipzig den Bachelor in Arabistik und Politischen Wissenschaften und am King's College London den Master in „Terrorism, Security and Society“ gemacht. Ende September habe ich mein Volontariat beim *Bayerischen Rundfunk* beendet.

Aktuelle Projekte: Ich bin im Moment vor allem an zwei großen Dokumentationen dran, die ich 2023 umsetzen will. Es wird um die Invictus Games gehen, eine paralympische Sportveranstaltung für Soldatinnen und Soldaten, die 2023 erstmals in Deutschland stattfinden werden. Außerdem übernehme ich weiter kleinere Aufträge beim *BR*.

Deshalb studierten Sie Arabistik: Die arabische Sprache begeistert mich, seit ich als Kind mit meinem Vater in Ägypten war. Auch die Geschichte und die Gesellschaftspolitik vieler arabischer Länder ist faszinierend. Ich bereiste privat viele Länder, studierte ein Jahr lang in Beirut, machte in den Nordirak eine Forschungsreise. Da steckt unglaublich viel drin, worüber wir in Deutschland nichts wissen.

So finanzierten Sie sich das Studium: Ich hatte wahnsinnig Glück, dass ich ein Stipendium der Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) hatte, das hat mir die Studienzeit finanziell unfassbar erleichtert.

Deshalb wollten Sie Journalistin werden: Ich studierte ein Sommersemester in Palästina und bekam als 19-Jährige einen der vielen Gazakriege mit. Bei einer Demonstration starben viele Menschen, in Deutschland aber wurde darüber nichts berichtet. Das war das erste Mal, dass ich mir dachte: Das muss man doch erzählen! Ich kam allerdings nicht auf die Idee, dass ich solche Geschichten erzählen könnte. Erst während meines Masters vor zirka vier Jahren motivierte mich eine Mitarbeiterin von Thomson Reu-

ters zu einem Praktikum. Ich wusste sofort: Wow, das ist es, das will ich machen!

Dort wollen Sie hin: Es gibt eine gute Chance, dass ich als Auslandsvertretung fürs *ARD*-Studio in Tel Aviv arbeiten kann. Auch besteht immer mal wieder die Möglichkeit, Geschichten zu machen, die im arabischen Raum spielen mit Bezug zu Bayern. Ich finde es ein bisschen schade, dass es das überhaupt braucht. Vielleicht besteht eines Tages ja die Möglichkeit, diese Geschichten um ihrer selbst willen zu erzählen, ohne dafür einen Kopfstand machen zu müssen.

Ihr prägendster journalistischer Beitrag: Die Explosion von Beirut 2020 hat mich auf jeden Fall geprägt. Mein Freund reagierte plötzlich nicht mehr auf Nachrichten. Ich setzte mich in den Flieger, suchte ihn und fand ihn wieder, er hatte überlebt. Diese persönliche Betroffenheit übertrug sich in einer Emotionalität auf den Beitrag. Gleichzeitig kamen meine Kenntnisse über den Libanon, die ich jahrelang gesammelt hatte, hoffentlich auch journalistisch rüber.

Ihre sonstigen Leidenschaften: Ich klettere, mache Kampfsport und meine neu entdeckte Leidenschaft ist die Akrobatik. Und ich liebe die Berge.

Für die BJV-Mitgliedschaft spricht: Als FES-Stipendiatin wurde mir bewusst, wie wahnsinnig wichtig es ist, ein Netzwerk zu haben. Mir war klar: Werde ich Journalistin, muss ich Teil eines entsprechenden Netzwerks werden und gleichzeitig genau die unterstützen, die sich für den Berufsstand einsetzen. Wenn es hart auf hart kommt, ist der Journalisten-Verband meine Anlaufstelle. Deshalb ist es für mich ein beruhigendes Gefühl und sehr wertvoll, dass es ihn gibt.

Michaela Schneider

„Es gibt einen Bedarf, über Politik zu diskutieren“

Aber wie packt man auch mal schwerere Themen an, damit sie das junge Radiopublikum interessieren? Gloria Grünwald von *egoFM* hat einen Ansatz.

Von Senta Krasser

Im Vorjahr „Beste Newcomerin“, heuer „Beste Informationssendung“ – Gloria Grünwald hat beim Deutschen Radiopreis für sich und ihren Sender *egoFM* doppelt Lorbeeren eingeheimst.

Sagen Sie mal, Gloria Grünwald, wie wird man zwei Mal in Folge Jurys Liebling?

Gloria Grünwald: Ich liebe meinen Job und versuche immer, einfach ich zu sein am Mikrofon. Das kommt nicht nur bei unseren Hörer*innen, den egos, gut an. Irgendwie ist das auch dem Grimme-Institut aufgefallen. (*lacht*) Allein für den Deutschen Radiopreis nominiert zu werden, war schon heftig.

Die Jury sieht in Ihrer Sendung „egoFM Reflex“ ein „sehr zeitgemäßes Lehrstück darüber, wie Medien den Blick nach vorne richten können“. Wow, das klingt groß.

Wir geben uns halt jede Woche sehr viel Mühe, die, na ja, eher trockenen Politikthemen unterhaltsam, aber dennoch informativ und gut recherchiert aufzubereiten und mit einem sehr kleinen Team trotzdem eine runde Sendung auf die Beine zu stellen. Ich weiß, dass wir uns da Großes vorgenommen haben, aber wir haben auch große Vorbilder.

Welche sind das?

Die Polit-Talks im Fernsehen muss ich jetzt nicht alle aufzählen. Daran haben wir uns ein bisschen orientiert. Was Deutschland und die Welt beschäftigt, damit beschäftigen wir uns auch. Wir versuchen aber über unterschiedliche Ausspielwege, knackige Rubriken und direkten Austausch mit den Hörer*innen frischen Wind reinzubringen. Am Feedback merken wir, dass es bei den egos einen Bedarf gibt, über politische, auch mal schwerere Themen zu diskutieren.

Midterms in den USA, Proteste in Iran, Organspende – nach welchen Kriterien wählen Sie das Thema Ihrer Sendung aus? Was Sie selbst interessiert oder die egos?

Ich hoffe, da gibt es eine Schnittmenge. Wie gesagt, ich mache das nicht allein. Wir sind zu dritt, Miriam Fischer, Simon Kerber und ich. Wir schauen sehr genau, welche Themen gerade

in den Nachrichten sind oder welche mehr Aufmerksamkeit verdienen. Und wir suchen immer danach, welchen anderen Blickwinkel wir zum Diskurs beitragen können – die ego-Perspektive sozusagen.

Heißt: Wenn Sie über den wachsenden Schuldenberg reden, blicken Sie darauf, wie folgenschwer all die Entlastungspakete und Sondervermögen eigentlich für zukünftige Generationen sind?

Genau. Für unsere Sendung über generationengerechte Finanzpolitik habe ich mich mit einem Makroökonom unterhalten, der einordnet, inwiefern Staatsschulden in der Zukunft zu Problemen führen können und welche Lösungsansätze es gibt, um dies zu verhindern. Ergänzend erklären wir in der Rubrik „egoFM Reflexikon“ den Begriff „Schuldenbremse“.

Und sowas wollen die egos freitagnachmittags wirklich hören, drei Stunden Politik am Stück, wo die Gedanken schon zur Wochenendparty schweifen?

Ich glaube, dass es gar nicht so schlecht ist, am Ende der Woche noch mal kurz und intensiv zu reflektieren: Was ist alles so passiert? Ich zumindest kann danach immer ganz gut abschalten und ins Wochenende gehen. Den egos geht's vielleicht genauso.

Wie ist „egoFM Reflex“ entstanden?

Die Idee für ein neues, politisches Format bei *egoFM* hatte Programmchef Fred Schreiber. Da ich mich nicht nur für Musik und Popkultur, sondern eben auch für Politik interessiere, haben wir uns zusammengesetzt und überlegt: Wie könnte so eine Sendung aussehen, die irgendwie die Lücke zwischen tagesaktuellen Nachrichten und den eher zeitunabhängigen Themenwochen bei *egoFM* füllen kann.

Nach dem ersten Reflex ein zweites Mal nachdenken: Immer freitags auf *egoFM* widmet sich Gloria Grünwald den Themen, die die Welt, sie selbst und auch die „egos“ genannten Hörer*innen beschäftigt haben. Ihr Ziel: die eigene Filterblase verlassen.

Foto: Anne Walzog





Gloria Grünwald

wurde 1993 in München geboren und arbeitet seit 2018 bei *egoFM* als Redakteurin und Moderatorin. An der Musikhochschule München absolvierte sie ein Masterstudium Musikjournalismus für öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk. Radiopraxis sammelte sie beim Aus- und Fortbildungsradios *M94.5* in München, im Auslandssemester an der University of Westminster in London, in Praktika beim

Bayerischen Rundfunk und *ARTE* in Straßburg sowie über Moderationen des Formats „Rockantenne Youngstars“ (*Antenne Bayern*). 2021 erhielt sie den Deutschen Radiopreis als „Beste Newcomer*in“ und 2022 für „*egoFM Reflex*“ als „Bestes Informationsformat“. Die Sendung läuft freitags von 12 bis 15 Uhr.

Foto: Marlen Piazza

Und wieso der Titel „Reflex“?

Man reagiert vielleicht erstmal reflexartig auf bestimmte Meldungen und Themen. Wir wollen dann aber dazu anregen, noch ein zweites Mal darüber nachzudenken und sich auf andere Perspektiven einzulassen, um gemeinsam die Filterblase zu verlassen.

Warum ist Ihnen das so wichtig?

Wir alle leben in Filterblasen, auch ich. Manchmal braucht es Input von Menschen, mit denen man sonst nicht in Berührung kommt. Gerade in Zeiten, in denen sich Standpunkte immer schneller und stärker verhärten, ist es wichtig, für andere Meinungen offen zu bleiben, solange sie keine Fakten verleugnen. Aus diesem Grund lassen wir bei „Reflex“ unterschiedliche Stimmen zu Wort kommen, sei es Expert*innen oder eben die egos, die uns per Sprachnachricht ihre Meinung dalassen können. Wir haben eine wirklich sehr starke Community, die intensiv Kontakt mit uns hält und fleißig mitdiskutiert.

Zur Sendung über feministische Außenpolitik meldete sich ein Oliver, er tue sich schwer, sich in diesem Begriff wiederzufinden.

Ich fand Olivers Feedback total gut, weil es wahrscheinlich die Haltung vieler Hörer*innen widerspiegelt, wenn es um den Begriff Feminismus geht. Den Gedanken dahinter – Gleichberechtigung aller Geschlechter – haben wir in der Sendung von einer Wissenschaftlerin, die zu feministischer Außen- und Sicherheitspolitik forscht, erklären lassen. Und ich hoffe, dass wir damit auch Missverständnisse und Vorurteile abbauen konnten. In der Sendung greifen wir aber nicht nur Nachrichten und Schlagzeilen auf, sondern checken auch aktuelle Twitter-Trends in der Rubrik „Hashtag“.

Apropos Twitter: Im Übernahmechaos hat *egoFM* den blauen Haken verloren. Schlimm?

Da müssen Sie die Kolleg*innen fragen, die sich um den Twitter-Account kümmern. Das mit Twitter ist so eine Sache, die man weiter beobachten muss. Elon Musk ist ja nicht gerade unumstritten. Für den direkten Draht zu den egos ist unsere eigene App zunehmend wichtiger. Sie können dort unter anderem bei der „Frage der Woche“ mitmachen.

Eine Frage lautete unlängst: Was würdest du deinem 15-jährigen Ich sagen? Ihre Antwort?

Das klingt jetzt klischeemäßig, aber ich würde sagen: Mach alles genau so, wie du es gemacht hast, inklusive der Schlangenlinien in deinem Lebenslauf.

Sie meinen die Erfahrung im schreibenden Journalismus?

Auch. Beim Stadtmagazin *MucBook* habe ich zum ersten Mal ausprobiert, Konzertberichte zu schreiben und Interviews mit Bands zu führen. Meine Leidenschaft fürs Radio kam dann auch über die Musik und den Musikjournalismus.

Welche Rolle spielt Musik bei „*egoFM Reflex*“?

egoFM ist ein Musiksender, deshalb spielen wir natürlich Musik, auch wenn sie nicht so sehr im Vordergrund steht wie zum Beispiel beim „*egoFM Kickstart*“, den ich auch moderiere. Dort stelle ich in der Rubrik „Kickstarter*innen“ jede Woche neue Bands und Artists vor. Bei „Reflex“ sind die Songs eher dafür da, zwischendurch aufzulockern, etwa ein längeres Interview. Als kurze Pause fürs Hirn sozusagen oder auch mal als humorvoller Kommentar. Die Sendung über die Regierungskrise in Großbritannien haben wir mit „London Calling“ von The Clash aufgemacht.

Ihre *egoFM*-Kollegin Sandra Gern, Deutsche Radiopreisträgerin 2020, gab im Vorjahr ihr Plattendebut. Welche Talente haben Sie?

(lacht) Wie Sie sehen, arbeiten bei *egoFM* viele Menschen, die für Musik brennen. Ich selbst spiele Klavier, singe und schreibe eigene Songs. Bisher habe ich noch nichts davon veröffentlicht. Vielleicht kommt das ja noch.

Aber Radiomoderatorin wollten Sie schon werden?

In der Abi-Zeitung fand ich neulich den Satz wieder, ich werde vielleicht mal Radiomoderatorin. Damals war dieser Berufswunsch aber noch gar nicht so konkret ausgereift.

Hörte Ihr 15-jähriges Ich schon *egoFM*? 2008 ging das Radio an den Start.

Es wäre gelogen, wenn ich sagen würde, ja. Erst später, als ich an der Uni war, habe ich *egoFM* in irgendeiner WG-Küche entdeckt.

Beim Ausbildungsradios *M 94.5* lernten Sie, wie Radio geht, bevor Sie sich dann 2018 bei *egoFM* bewarben, obwohl keine Stelle ausgeschrieben war. Es war zugleich eine unruhige Zeit für den Sender: Antenne Bayern wollte Anteile an *egoFM* übernehmen. Die Eigentümer-Verhältnisse änderten sich. Waren Sie beunruhigt?

Nein, ich hatte da Vertrauen: Ich fange jetzt hier an, und der Laden wird schon nicht gleich den Bach runtergehen. Das Geschäftliche nahm ich nur am Rande wahr. Ich stürzte mich auf meine Arbeit in der Redaktion.

Ihr Eigentümer Konrad Schwingenstein versprach, in *egoFM* als „Gegenentwurf zum Gute-Laune-Terror der meisten anderen Sender“ zu investieren. Jetzt schon drei Radiopreise für das Invest – hat sich offenbar gelohnt ...

Unsere Chefs haben sich natürlich ebenso gefreut wie das gesamte Team. Im Scherz haben wir gesagt, dass wir das jetzt jedes Jahr so machen, damit *egoFM* bundesweit immer mehr Menschen kennenlernen.



Die Autorin

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

Foto: Enric Mammen

Kontakt im Kleinformat



PRESESTELLEN BJVreport 6/2021 21

<p>ENERGIE</p> <p>bayerngas</p> <p>Dirk Barz Leiter Kommunikation & Marketing +49 (0)89 7200-339 +49 (0)89 7200-263 www.bayerngas.de dirk.barz@bayerngas.de</p> <p>Bayerische Gasnetze Pocstraße 9 80336 München</p>	<p>NETZE</p> <p>schwabennetz</p> <p>Cornelia Binesch Dien-Team Stabsstelle 01-4 Kommunikations- management Netz</p> <p>schwabennetz GmbH Postfach 90 24 91 88044 Augsburg Bayerstraße 45 89103 Augsburg Telefon: +49 (0) 821 45516-300 Telefax: +49 (0) 821 45516-399 www.schwabennetz.de</p>
<p>bayernwerk</p> <p>Maximilian Zangl Leiter Unternehmenskommunikation Pressesprecher</p> <p>Bayernwerk AG Lilienthalstraße 7 93049 Regensburg T 0941-2 01-78 20 F 0941-2 01-79 23 M 01 79-1 38 96 27 maximilian.zangl@bayernwerk.de www.bayernwerk.de</p>	<p>FINANZEN</p> <p>GVB Genossenschaftsverband Bayern</p> <p>Dr. Gerald Schneider Pressesprecher Tölknerstraße 22-24 - 80333 München Tel. 0 89/28 88-34 01 - Mobil: 0176/10 16 84 03 Fax 0 89/28 88-34 05 E-Mail: presse@gvb-bayern.de www.gvb-bayern.de</p>
<p>LEW Lechwerke</p> <p>Ansprechpartner für die Presse</p> <p>Ingo Butters Pressesprecher T +49 821 328-1673 ingo.butters@lew.de</p> <p>Lechwerke AG - Schaffelstraße 3 86152 Augsburg - www.lew.de presse@lew.de</p> <p>Luisa Rauensbusch Pressesprecherin T +49 821 328-1654 luisa.rauensbusch@lew.de</p>	<p>IHRE ANSPRECHPARTNER</p> <p>Kerstin Hebel Ansprechpartnerin B2C Telefon: +49 (0) 20307 1314 kerstin.hebel@interhyp.de</p> <p>Julia Meyer Ansprechpartnerin Corporate Telefon: +49 (0) 20307 1330 julia.meyer@interhyp.de</p> <p>Britta Barlag Ansprechpartnerin B2C Telefon: +49 (0) 20307 1325 britta.barlag@interhyp.de</p> <p>Caroline Schneider Ansprechpartnerin Österreich Telefon: +43 (0) 25307 10 151 caroline.schneider@interhyp.de</p> <p>interhyp AG Dorfstraße 34 80807 München www.interhyp-gruppe.de</p> <p>interhyp gruppe an der Sparkassenbank</p>
<p>N-ERGIE</p> <p>Heiko Linder Leiter Konzernkommunikation</p> <p>Michael Enderlein Pressesprecher Telefon 0911 820-28071 E-Mail: michael.enderlein@n-ergie.de Am Pfläzler 43, 90429 Nürnberg, www.n-ergie.de</p>	<p>Sparkassenverband Bayern</p> <p>Eva Mang Pressesprecherin Vorsitzende Karlsplatz 5, 80333 München Telefon: +49 89 2173-2000 Mobil: +49 170 2208491 E-Mail: emang@sb-muc.de</p>

Rubrikanzeige „Pressestellen“ im BJVreport

- Standardformat 86 x 60 mm quer
- Erweiterte Formate im Anzeigenraster nach Absprache möglich
- Buchung „Pressestellen“ immer für sechs Ausgaben
- Abrechnung in der Regel mit der ersten Veröffentlichung
- Grundpreis 1.450,- € zzgl. 19 % MwSt. für sechs Ausgaben
- 10 % Nachlass für BJV-Mitglieder
- 15 % Mittlerprovision für Agenturen
- Weitere Anzeigenformate: 1/1 Seite, 1/2 Seite quer, 1/4 Seite quer

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

Wann dürfen wir Sie im BJV-Report begrüßen?

Anzeigenmarketing BJVreport: Mediasüd, Robert Macher, Knogstraße 21, 90475 Nürnberg (Brunn),
Telefon 0911 / 98 81 12 64, Fax 0911 / 98 81 12 65, robert.macher@mediasued.de

AFAG-Termine

1. Halbjahr 2023

Netzwerke für
Geschäftserfolge!

Fachmessen



15. - 17. Januar 2023
HOGA Nürnberg
Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und GV
www.hoga-messe.de



18. + 19. Januar 2023
DCONex Essen
Fachkongress + Ausstellung Schadstoffmanagement
www.dconex.de



26. - 28. Februar 2023
GASTRO SUMMIT Friedrichshafen
Kongressmesse für Gastgeber
www.gastro-summit.de



15. + 16. März 2023
TI-Expo + Conference Frankfurt
Das Top-Event für die WKSBBranche
www.ti-expo.de



3. + 4. April 2023
GASTRO SUMMIT Hannover
Kongressmesse für Gastgeber
www.gastro-summit.de



23. - 25. Mai 2023
eltec Nürnberg
Die Fachmesse für Elektro- und Energietechnik
www.eltec-messe.de



28. + 29. Juni 2023
SicherheitsExpo München
Fachmesse für Sicherheitstechnik
www.sicherheitsexpo.de

Publikummessen



3. - 5. Februar 2023
afa Augsburg
Publikummesse für Lifestyle mit Bauen & Wohnen
www.meine-afa.de



22. - 26. März 2023
Freizeit, Touristik & Garten Nürnberg
Caravanning, Sport, Outdoor, Mein Haus
www.freizeitmesse.de

Special Interest Messen



22. - 26. März 2023
inviva Nürnberg
Aktivmesse für Alles, was das Leben bewegt
www.inviva.de



25. + 26. März 2023
Whisk(e)y Messe Nürnberg
THE VILLAGE-Treffpunkt für Whisk(e)y-Kenner und -Freunde
www.whiskey-messe.de



24. - 26. März 2023
Musik-Messe Nürnberg
Die Bühne für handwerklichen Instrumentenbau
www.musikmesse-nuernberg.de



AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Messezentrum 1 · 90471 Nürnberg
☎ (09 11) 9 88 33 - 7000
✉ info@afag.de · www.afag.de



Mitglied im Fachverband
Messen und Ausstellungen



Mitglied der Gesellschaft zur freiwilligen
Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen

