BJV report

Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

Ausgabe 5/2014

Presseausweis 2015 beantragen (S.22/23)
Tarif-Dammbruch in Nürnberg
Markwort und die Pseudonyme
Journalistenbüros als Gemeinschaft

www.bjv.de / www.djv.de

Der Hürdenlauf der Freien

Sie verdienen wenig, arbeiten viel und lieben ihren Job

Kontakt im Kleinformat

Rubrikanzeige „Pressestellen“ im *BJVreport*

- Standardformat 86 x 60 mm quer
- Erweiterte Formate im Anzeigenraster nach Absprache möglich
- Buchung „Pressestellen“ immer für sechs Ausgaben
- Abrechnung in der Regel mit der ersten Veröffentlichung
- Grundpreis 1.300,- € zzgl. 19% MwSt.
- 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 ca. 9.000 BJV-Mitglieder sowie Mitarbeiter in Unternehmen und Einrichtungen aus vielen Bildungs-, Wirtschafts- und Sozialbereichen, die Presse- und Kommunikationsarbeit betreiben.

Wann dürfen wir Sie im BJVreport begrüßen?

Anzeigenmarketing *BJVreport:* PETER **&** WERBUNG, Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg, Telefon 0911 4245930, Fax 4245959, info@pundwag.de

Ungeklärte Schuldfragen

Michael Busch
ist Vorsitzender des Bayerischen Journalisten-Verbands
Foto: Veronika Vogelsang

„Die Presse ist schuld am Rücktritt von Staatskanzleichefin Christine Haderthauer." Der Satz ist falsch. Nicht grammatikalisch, mehr inhaltlich. Denn der Satz ist unvollständig. Richtig wäre: „Die Presse ist schuld am Rücktritt von Christine Haderthauer, weil die Presse ihre demokratische Wächterfunktion wahrgenommen hat." Wobei die Frage der Schuld auch damit nicht endgültig beantwortet ist.

Wie so oft werden Ursache, Entwicklung und Folge durcheinander gewürfelt. Von den Betroffenen und Haderthauerfreunden oft als gewollte Inszenierung. „Die Presse ist schuld", skandieren vor allem die Speichellecker, die nun ihre Nibelungentreue zur Familie Haderthauer in den sozialen Netzwerken ausleben. Und CSU-Volksvertreterin sowie Kanzleichefin a.D. Haderthauer? Bedankt sich artig bei diesen Fürsprechern und schimpft mit auf die Medien, die wieder einmal eine Politkarriere zerstört haben sollen.

Sie reiht sich ein zu den Guttenbergs, Wulffs und anderen Politgrößen, die nicht verstanden haben, dass es neben der eigens geschaffenen gesetzlichen Vorgabe auch noch eine moralische Verantwortung gibt. Genau diese hat Haderthauer mit ihrem Tun verletzt, ihre Vorbildfunktion in der Demokratie in Frage gestellt.

Welche Rolle spielt die Presse jetzt? Ist sie „schuld"? Die Kolleginnen und Kollegen haben lediglich ihre gesetzlich verankerte Aufgabe wahrgenommen. Sie haben nachgefragt bei Sachverhalten, die Haderthauer bei einer Anfrage des Landtages nicht beantwortet hat. Sie haben aufgedeckt, dass Haderthauer mit der Wahrheit großzügig umgegangen ist, indem sie das ein oder andere nicht offenlegte oder gar bestritt. „Die Presse ist schuld", versucht Haderthauer unterschwellig in die Gesellschaft zu implementieren, indem sie versucht zu erklären, dass einseitig berichtet worden sei. Das ist schlichtweg falsch. Die Kolleginnen und Kollegen haben über die Seehoferschen Unterstützungsversuche ebenso berichtet wie über die Haderthauerschen Kritiker. Die haben im Übrigen Rücktrittsforderungen gestellt, nicht „die Presse".

Und bitte, nicht wieder das Argument, dass die Zeitungen sich mehr einem spendierten Bobby-Car widmeten, denn der eigentlichen Geschichte. Das ist ein plumper Ablenkungsversuch, statt einer gewollten Aufklärung. Haderthauer hat kein Bobby-Car bekommen? Nein, richtig. Aber sie verweist auf das eingestellte Verfahren beim Ex-Bundesminister Friedrich. „Das interessiere aber keinen mehr", wirft sie pauschal der Presse vor. Warum auch? Friedrich hat sich gar nicht unter Druck setzen lassen. Er hat moralisch anständig gehandelt und die Verantwortung für sein Handeln übernommen – ganz ohne Pressedruck.

Bei einem Punkt muss man Haderthauer allerdings dankbar sein. Sie hat gezeigt, wie wichtig eine funktionierende Presse in einem Staatsgebilde, selbst in Bayern, ist. Denn eines ist klar: Die anderen Überwachungs- und Überprüfungssysteme, speziell die staatlichen, haben kläglich versagt. Und daran ist sicher nicht die Presse schuld!

M. Busch

Zahlen sind (nicht) alles

Michael Anger
Leitender Redakteur
Foto: Thomas Geiger

Aus sieben einzelnen Artikeln besteht diesmal unser Leitthema, die Situation der freien Journalistinnen und Journalisten. Das bedeutet eine Menge Zahlen, Namen, Beispiele, Schilderungen, Verweise. Wir haben die DJV-Umfrage ausgewertet, beleuchten die Honorarsituation, reden über soziale Absicherung und Rechtsschutz, bieten Einblicke in das Innenleben von Aussteigern und glücklichen „Weitermacherinnen". Eine Menge Infos sind das, aber wir wollten viele Aspekte beleuchten, Positives und Negatives benennen, KollegInnen zu Wort kommen lassen. Wer aufmerksam liest, wird Tipps und Anregungen finden. Eines können wir nicht bieten: die Anleitung zum problemlosen Freien-Dasein. Wir bieten die Bausteine zur Selbstanalyse. Die Schlussfolgerung daraus muss jeder für sich selbst ziehen. Wir drücken die Daumen . . . **Seite 8**

„Nur" sieben Onliner sollen von der Gründung einer tariflosen Firma der Nürnberger Zeitungen betroffen sein. Und das nicht mit persönlichen Nachteilen, versichert Verlegersohn Toni Schnell im Interview. Trotzdem ist es ein Dammbruch in der Noris: Erstmals sind tarifliche Errungenschaften, und damit bis zu einem gewissen Grad die Gewerkschaften, außen vor. Das Interview beantwortet nur die wichtigsten Fragen und ist, den Zeitabläufen geschuldet, kurz. Der BJVreport wird sich aber noch lange mit dem Haus Nürnberger Presse befassen. **Seite 22**

„Fünf oder sechs" Pseudonyme hat *Focus*-Gründer Helmut Markwort genutzt. Das bestätigt er erstmals offiziell im Interview mit dem *BJVreport*. Das Gespräch, das nur bei uns vollständig zu lesen ist, hat im Vorfeld viel Staub aufgewirbelt, die Mitgliederzeitschrift des BJV wurde zitiert, was uns natürlich freut. Keine Freude haben wohl etliche Berufskollegen an Markworts journalistischem Verständnis: unter Pseudonym über Fußball schreiben, obwohl man FC Bayern-Aufsichtsrat ist, oder nur, um den Ruf als Chefredakteur nicht zu gefährden. Übrigens, laut Markwortscher Sittenlehre darf nicht jeder Nobody ein Pseudonym verwenden. **Seite 45**

Inhalt

Titel

Hürdenlauf für Freie 8
Jeder zweite Journalist arbeitet heute als Freier. Der Weg zum erfolgreichen Unternehmer gleicht einem Hürdenlauf. Dennoch sind der von vier Freelancern mit ihrem Beruf zufrieden

„Mit Selbstausbeutung ist kein Blumentopf zu gewinnen" 10
Warum Ralph Beuth aus dem Journalismus ausgestiegen ist

Was Freie heute verdienen (sollten) 12
Wer für Zeitungen arbeitet, muss es sich leisten können

Jeder Freie in die Künstlersozialkasse 14
Was alles zur sozialen Absicherung sinnvoll ist

Was der BJV für freie Journalisten tut 15
Sie stellen den überwiegenden Anteil der Rechtsschutz-Fälle

„Du musst wollen" 16
Es geht: genug Aufträge, ausreichend Honorar, Zuversicht

Der Journalist als Unternehmer 18
FREItag bot Anregungen für viele Geschäftsmodelle

Verband

Leidenschaftlich, wild, kreativ 20
Der Bezirksverband Augsburg-Schwaben erfindet sich gerade wieder neu

Beruf im Bild 21

Medienszene

Verhandlungen mit BJV abgelehnt 22
Interview mit Toni Schnell zur Tarifflucht in Nürnberg

Formular-Antrag für Presseausweis 2015 23

Der Krieg hat uns 24
Tutzinger Tagung zeigt die Probleme der Kriegsberichterstattung aus vielerlei Perspektiven

Service

Rechtstipp 25
Promifoto – Gerichte uneins

Technik 26
Foto-Apps fürs Smartphone

Netzschau 28
„Bullshit im Sekundentakt" gefällt bestens

Rezensionen 29

Der arme Freie?

Nein, was Carl Spitzweg malte, muss nicht das unausweichliche Schicksal der Geistesarbeiter-Branche sein. Journalisten und Journalistinnen sitzen an ordentlichen Schreibtischen mit Laptops und beschirmt werden sie von Presseversorgung, Urheberrecht und BJV. Dafür muss die Kollegenschaft ein bisschen was tun. Was – das erfährt man ab **Seite 8**

NÜRNBERGER Nachrichten

NZ NÜRNBERGER ZEITUNG

Tarifflucht

Stets galten *Nürnberger Nachrichten* und *Nürnberger Zeitung* als beispielhaft für die Einhaltung der Tarifverträge. Das soll für die Online-Tätigkeiten nicht mehr gelten. Und darüber verhandeln will man nicht. **Seite 22**

Wir im BJV

Die Zeit und die Betriebsräte 40
Kainsbacher Herbstseminar befasste sich mit Zeitmanagement und Arbeitszeiterfassung

Zusammen ist man weniger allein 41
Auf Dauer sind nur wenige Freiberufler glückliche Einzelkämpfer

Biergartentreff der FG Freie 42

In modernen Medien über Vergangenheit diskutieren 42

Zur Person

Jubilare 39

Kurse der ABP 43

Nachrufe 44

Sagen Sie mal

„Ich täusche eine Fülle von Autoren vor“ 45
Focus-Legende Helmut Markwort begann schon früh, unter fremden Namen zu schreiben

IMPRESSUM

Herausgeber:
Michael Busch, 1. Vorsitzender
Bayerischer Journalisten-Verband e.V.
St.-Martin-Str. 64, 81541 München
Tel. 089 5450418-0, Fax -18
info@bjv.de – www.bjv.de

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:
Michael Busch, 1. Vorsitzender,
busch@bjv.de
Tel. privat 09135 727 9350
Tel. Büro 09132 745-022
Fax Büro 09132 745 -29

Anschrift der Redaktion:
Michael Anger, Albert-Preu-Straße 12
95444 Bayreuth
Tel. 0921 515018, mobil 0160 96457518
m.anger@t-online.de
Leitender Redakteur:
Michael Anger, m.anger@t-online.de
Stellvertreter:
Alois Knoller, alois.knoller@t-online.de
Tel. 0821 777-2155, privat Tel. 0821 741000
Redaktionsmitglied:
Senta Krasser, senta@krasserjournalismus.de,
Tel. 0174 1799682

Autoren dieser Ausgabe:
Michael Busch (T,F), Veronika Vogelsang (F), Stefan Geiger (F), Rolf Poss (F), Manuel Birgmann F), Maria Goblirsch (T), Martin Semmler (F), Günter Schneider (F), Bernhard Weizenegger (F), Bene Müller (F), Thomas Mrazek (T), Johannes Michel (T,F), Barbara Weidmann-Lainer (T), Kira Brück (T), Clara Wildenrath (F), Marion Trutter (T), Till Stegmeier (T), Christian Silinsky (F), Günter B. Kögler (F), Thomas Schumann (F), Eberhard Wolf (F), Jim Albright (F)

Gestaltung: Eberhard Wolf
Titelbild: Eberhard Wolf

Verantwortlich für Anzeigen:
Peter&Werbung
Allersberger Straße 185/F
90461 Nürnberg
Tel. 0911 4245930, Fax 0911 4245959,
info@pundwag.de

Anzeigenvorlagen (CMYK) per Mail (PDF) an info@pundwag.de oder nach Absprache per Post direkt an die Druckerei, aber bitte stets mit dem Vermerk „BJVreport“

Auflage: 9000 Exemplare
Erscheinungsweise: zweimonatlich

Redaktions- und Anzeigenschluss
für Ausgabe 6/2014: 21. November

Erscheinungstermin: 20. Dezember

ISSN: 0947-8337

Copyright 2014 by BJV & Autoren
ISSN: 0947-8337

Druckerei:
Kessler Druck + Medien GmbH & Co. KG
Michael-Schäffer-Straße. 1
86399 Bobingen / www.kesslerdruck.de

Vorstand unterwegs

Der Sommer hat sich beim Vorstand bemerkbar gemacht. In den Ferien standen fast keine Termine an. In Deggendorf galt es, die **Ausstellung Pressefoto Bayern** zu eröffnen. Hintergrundgespräche wurden mit Mitgliedern des **Wirtschaftsausschusses des Bayerischen Landtages** geführt sowie mit dem Direktor der **Akademie für Werbung und Marketing,** Matthias Lung. Die **Gesamtvorstandssitzung des DJV** war dann der „erste große Termin" nach den Sommerferien. In Fulda wurden die bayerischen Interessen vertreten. Nebenbei nahmen Vorstandsmitglieder an einer **Skype-Konferenz der Freien** sowie deren Stammtischen teil.

Termine

3./4. November
DJV-Verbandstag, Weimar
10. – 28. November
Ausstellung Pressefoto Bayern im Landratsamt Lichtenfels
12. November
BJV-Orts- und Bezirksverband besucht um 19 Uhr Tessloff-Verlag, Nürnberg
17. November
Fachgruppe Online/BSW Seminar: Vor der Kamera: Aufsager und Moderation, BJV-Geschäftsstelle
22. November
Fachgruppe Online/BSW Seminar: Multimedia für Einsteiger: Der richtige Dreh mit der Videokamera, BJV-Geschäftsstelle
25. November
Preisverleihung Pressefoto Bayern im Landtag, München
27. November
Seminar: Userfreundliche Texte und Websites II: Schnell mal drauf geschaut – der Website-Check, BJV-Geschäftsstelle
9. Mai
Bayerischer Journalistentag - BJV Mitgliederversammlung, Augsburg

Der BJV – täglich für Sie im Netz

www.bjv.de

Twitter
twitter.com/bjvde

Facebook
facebook.com/bjvde

Newsletter
www.bjv.de/newsletter

Siegerbild am Ort des Geschehens bewundert

Ausstellung Pressefoto Bayern 2013 in Deggendorf – Jury wählte Gewinner 2014 aus

Große Aufmerksamkeit genießt überall in Bayern seit Jahren die Ausstellung der besten Pressebilder. Inzwischen hat die Jury über die Sieger 2014 entschieden. Foto: Manuel Birgmann

„Momente des Innehaltens und des Nachdenkens verschaffen dem Betrachter die Fotos von Bildjournalisten." Dies stellte Vorstandsmitglied Stefan Swihota bei der Eröffnung der Ausstellung Pressefoto Bayern 2013 in der Sparkasse Deggendorf fest. Das Siegerbild ist eine Luftaufnahme von Armin Weigel und zeigt den Deggendorfer Stadtteil Fischerdorf. Nur noch die Dächer ragen aus der braun-gelben Flut des sommerlichen Hochwassers in Niederbayern hervor.

„Wir wollen mit dieser Ausstellung zeigen, welche hervorragende Arbeit unsere Pressefotografen Tag für Tag leisten, damit Sie in der Zeitung, in Zeitschriften oder im erfahren können, was in der Welt passiert", erklärte die stellvertretende BJV-Vorsitzende Daniela Albrecht in ihrer Begrüßung. Leider träfen Profi-Fotografen heute vielerorts keine fairen Bedingungen mehr an und erhielten für ihre Bilder nur noch Dumpinghonorare.

Zum vierten Mal in Regensburg

Er beneide die Fotografen, gestand Wolfgang Brun, Vorstandsmitglied des Presseclubs Regensburg, bei der Eröffnung der Ausstellung im Donau-Einkaufszentrum der Domstadt. Als Printjournalist brauche er „die berühmten 1000 Worte", um das Wesentliche eines Geschehnisses so zu beschreiben, wie es oft ein einziges Bild tue. Der Geschäftsführer des Einkaufszentrums, Thomas Zink, hob hervor, „dass wir die vom Bayerischen Journalisten-Verband eingerichtete Ausstellung bereits zum vierten Mal präsentieren". Darauf sei er stolz. Diese Ausstellung ist ab 10. November in Lichtenfels zu sehen.

Siegerehrung 2014 Ende November

Inzwischen hat eine Fachjury wieder aus Hunderten eingesandter Bilder die besten bayerischen Pressefotos des Jahres 2014 ausgewählt. Bekannt gegeben werden die Sieger bei der Preisverleihung am 25. November im Maximilianeum unter Schirmherrschaft von Landtagspräsidentin Barbara Stamm. Bereits zum 15. Mal veranstaltet der BJV diesen Wettbewerb, mit dem die Arbeit professioneller Pressefotografen in den Blickpunkt gerückt und für Wertschätzung beim Leser und bei den Verlagen geworben werden soll. Für das Pressefoto des Jahres und die Sieger in sieben Kategorien sind Preise in Höhe von insgesamt 10.000 Euro ausgelobt.

Pressefoto Unterfranken

Seit bereits 20 Jahren veranstaltet der BJV-Bezirk Mainfranken seinen regionalen Wettbewerb Pressefoto Unterfranken. Er lief zeitlich parallel. In Unterfranken sind 4250 Euro als Preisgeld ausgelobt.

Donaukurier ohne Chefredakteur

Der *Donaukurier* in Ingolstadt hat keinen Chefredakteur mehr, jedenfalls nicht bis Redaktionsschluss des *BJVreports*. Im Impressum steht hinter dem bisherigen Vizechef Stefan König die Bezeichnung „Redaktionsleiter". Der Verlag bestätigte einen Bericht von *meedia*, wonach man sich vom bisherigen Chefredakteur Gerd Schneider getrennt habe. „Im besten Einvernehmen", wie Stefan König gegenüber der *Süddeutschen Zeitung* erklärte.

Gerüchte behaupten hingegen, dies sei, auch für Schneider, völlig unerwartet geschehen. Sachliche Gründe gebe es nicht. Der *Donaukurier* hatte laut IVW rund 84 000 Exemplare Auflage im zweiten Quartal. Dies ist sogar mehr als im Quartal zuvor.

Medientage sollen weiblicher werden

Bei den Münchner Medientagen sollen Frauen deutlich eine aktivere Rolle spielen. Dafür will sich Geschäftsführer Christopher Tusch einsetzen. Dies habe er in einem Gespräch zugesagt, so Gisela Goblirsch-Bürkert, Vorsitzender der Fachgruppe Chancengleichheit-BJFrau gegenüber dem *BJVreport*.

Mit einem offenen Brief an die Medientage hatten die BJV-Fachgruppe, der Journalistinnenbund, ProQuote und *webgrrls.de* wegen mangelnder Frauenpräsenz beim Medienkongress protestiert. Unter anderem schrieben die Kolleginnen in ihrer Protestnote: „Die Zeiten der Alibi-Frauen sind vorbei: Wir fordern eine paritätische Besetzung der Podien! Wir und die Kolleginnen, die sich in unseren Netzwerken engagieren, haben keine Lust mehr auf Männer, die glauben, die (Medien-)Welt erklären zu können."

Der offene Brief wurde in sozialen Netzwerken und bei Mediendiensten stark verbreitet. Die Geschäftsführung war umgehend zu einem Gespräch mit den Verfasserinnen bereit. Dabei betonte Christopher Tusch, dass sich die Medientage zu 80 Prozent aus eigener Kraft finanzieren müssten. Die Hälfte der Panels werde von Firmen und Organisationen veranstaltet, denen man natürlich bei der Auswahl der Diskutanten oder Vortragenden keine Vorschriften machen könne. Die Medientage hätten sich auch in der Vergangenheit stets um mehr weibliche Mitwirkende bemüht. *ma.*

VG Wort hofft auf Einigung

Die Verwertungsgesellschaft Wort hofft darauf, sich mit den Herstellern von PC und Druckern außergerichtlich zu einigen. Diese müssen rückwirkend für Geräte, die zwischen 2001 und 2007 in Deutschland verkauft wurden, eine Urheberrechtsabgabe zahlen. Das hat der Bundesgerichtshof in Karlsruhe in einem Grundsatzurteil entschieden. Seit 2008 wird eine solche Abgabe bereits gezahlt. Der IT-Branche und den Druckerherstellern drohen damit Nachzahlungen in Millionenhöhe an die VG Wort. Wann und in welcher Höhe die Urheber davon profitieren, lässt sich noch nicht sagen, betont Pressereferentin Angelika Schindel.

Premium-Vorsorge für Medienschaffende

Presse-Versorgung

Hürdenlauf für Freie

Jeder zweite Journalist arbeitet heute als Freier.
Der Weg zum erfolgreichen Unternehmer gleicht einem Hürdenlauf.
Dennoch sind drei von vier Freelancern mit ihrem Beruf zufrieden.

Von Maria Goblirsch

Freie Journalistinnen und Journalisten bekommen weit weniger Honorar als sie eigentlich verdienen. 2180 Euro brutto * waren es im Schnitt pro Monat – und damit nicht einmal die Hälfte der Gehälter von Redakteuren (5000 Euro im 15. Berufsjahr), Berücksichtigt man den Inflationsausgleich, ist das Durchschnittseinkommen der Freien seit 2008 sogar real um rund acht Prozent gesunken.

Dabei sind die Freien bestens ausgebildet, aus Überzeugung frei, mit Elan im Beruf unterwegs und dabei alles andere als unglücklich. Nach wie vor sind viele freie Journalisten mit ihrem Beruf zufrieden, obwohl immer weniger auch gut davon leben können. Das zeigt die neueste DJV-Umfrage „Freie Journalisten“ (siehe auch bjvlink.de/Downloads).

Die repräsentative Studie, an der sich auch Freie aus Bayern beteiligten, räumt mit Vorurteilen auf und hält einige Überraschungen bereit. So arbeiten 2014 erstmals mehr Frauen (54 Prozent) im freien Journalismus als Männer, vor sechs Jahren waren es noch 45 Prozent.

Und: Die Freien haben ihren Auftraggebern etwas zu bieten: Sie sind „hochgradig akademisiert“, wie es im Statistik-Jargon heißt. Neun von zehn freien Journalisten (96 Prozent) besitzen die (Fach-) Hochschulreife, drei von vier Freien haben zusätzlich ein (Fach-) Hochschulstudium abgeschlossen. Rund 40 Prozent absolvierten ein Redaktions-Volontariat.

Doch diese Bildungsabschlüsse schlagen sich mitnichten in der Bezahlung nieder. Verdienen Akademiker in anderen Berufsbereichen im Schnitt ein Drittel mehr als Nichtakademiker, so wird die bessere (Aus-)Bildung im freien Journalismus in keiner Weise honoriert. Freie Journalisten arbeiten nach der DJV-Studie im Schnitt für 14 Euro Netto-Gewinn pro Stunde, Journalistinnen für rund 11 Euro. Ihr monatlicher Verdienst entspricht damit eher dem einer Reinigungskraft als dem eines diplomierten Germanisten oder Juristen. Nicht wenige rutschen auf Hartz IV-Niveau ab (siehe unser Einkommens-Spiegel auf Seite 11).

Erst im zweiten Leben frei?

Auch das ist neu: Die Berufsgruppe der Freien wird immer älter. Nach der aktuellen Umfrage des DJV sind nur noch sieben Prozent aller Freien unter 30 Jahre alt (1998 waren es noch 18 Prozent). Vielleicht schrecken die Negativ-Schlagzeilen von Dumpinghonoraren an Tageszeitungen und sinkenden Auftragszahlen die Jungen ab, den Schritt in die Selbständigkeit zu wagen? Oder ist die Konkurrenz der erfahrenen Kollegen, die über Fachwissen und potentielle Auftraggeber verfügen, zu groß? Dafür spricht, dass jeder vierte Freie zwischen 31 und 40 Jahre alt ist. Die Mehrzahl der Freien (38 Prozent) ist sogar noch zehn Jahre älter.

Die Ursachen für die veränderte Altersstruktur nennt die Freien-Studie nicht. Doch lässt sie den Schluss zu, dass viele Freie zunächst eine klassische Ausbildung zum Redakteur und mehrere Berufsjahre als Festangestellte hinter sich gebracht haben, bevor sie sich aus freien Stücken oder aufgrund äußerer Zwänge wie Stellenabbau oder der Schließung ganzer Redaktionen für eine freiberufliche Existenz entschieden.

Bei den Frauen ist es häufig der Spagat zwischen der journalistischen Tätigkeit und der Kindererziehung, der sie nach einer Karriere in der Redaktion bewusst zum Wechsel in eine freie Existenz motiviert. Frauen sind in der Altersgruppe bis 40 Jahre besonders oft vertreten.

Sie haben sich in ihrem Fachgebiet einen Namen gemacht, verfügen über Netzwerke und potentielle Auftraggeber (nicht selten aus der „alten“ Redaktion) und können sich die Zeit als Freie besser einteilen. So berichten acht von zehn Frauen mit Kindern im Haushalt, dass sie wegen der Kinderbetreuung weniger arbeiten.

Ganze 15 Prozent der weiblichen Freien schafft die Doppelbelastung, ohne den Umfang ihrer Aufträge einzuschränken (bei den Männern arbeitet nur jeder zweite weniger für die Kindererziehung). Die Kehrseite der Medaille: Frauen, die ihren Kindern zuliebe weniger arbeiten, verdienen im Schnitt auch weniger als ihre freien kinderlosen Kolleginnen – rund 1519 Euro bei 31 Wochenstunden (anstelle von 1836 Euro bei 43 Wochenstunden).

Familie und Gedöns – kein Vorurteil?

Bei den von den Freien betreuten Themengebieten erfüllen sich Gerhard Schröders inzwischen geflügelten Worte von „Familie und Gedöns“: Freie Journalistinnen bearbeiten überdurchschnittlich oft die eher „weichen“ Gebiete Gesellschaft, Kultur, Bildung und Freizeit (60 Prozent). Ihre Kollegen dagegen sind häufiger in Politik, Finanzen und Wirtschaft, Motor und Verkehr, IT, Software und Sport tätig (58

Illustration: Eberhard Wolf

* monatliches Betriebsergebnis nach Abzug von 30 Prozent Betriebsaushaben und vor Steuern

Prozent) – wo das Einkommen mit 2289 Euro im Monat bei 44 Wochenstunden deutlich höher ausfällt.

Die Studie zeigte aber auch: Das Arbeitsspektrum der Freien ist vielfältig und erfasst viele Bereiche gleichzeitig. Nur wer als Freier breit aufgestellt und in mehreren Sparten kompetent ist, setzt sich auch in der wachsenden Konkurrenz am Markt durch. 67 Prozent der Freien bezeichnen sich 2014 als Wortjournalisten, 37 Prozent als Wort- und Bildjournalisten (2008 waren es erst 27 Prozent). Jeder Dritte ist auch in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig.18 Prozent der Befragten rechnen sich dem Bereich Hörfunk zu, 16 Prozent arbeiten im Bereich TV und Video. Pure Fotojournalisten sind noch 13 Prozent der Freien, 12 Prozent rechnen sich zu den Multimedia-Journalisten.

Große Differenzen gibt es beim Einkommen in den unterschiedlichen Medienbereichen. Freie mit Zeitungen als wesentlichem Auftraggeber kommen dank der miserablen Zeilen- und Bildhonorare im Schnitt nur auf 1395 Euro monatlich, Freie an Publikums-Zeitschriften auf 2275 Euro. An Rundfunkanstalten können feste Freie rund 3000 Euro monatlich (und im Einzelfall auch deutlich mehr) verdienen. Bei den freien Bildjournalisten packt einen die nackte Wut: Nach der DJV-Freien-Umfrage kommen sie bei 48 Wochenstunden gerade mal auf 1573 Euro monatlicher Verdienstes – vor Steuern. Und das bei den immensen Ausgaben für die Ausrüstung.

Jeder Dritte hat einen Zweitjob

Rund ein Drittel der Freien arbeitet schon immer frei. Ein weiteres gutes Drittel hat sich bewusst für den Wechsel in die Selbständigkeit entschieden. Sie bringen ihre Erfahrung und ihr Wissen als Kapitel ein, was sich auch in der Honorierung niederschlägt, die abhängig von der Altersstufe ist. Berufseinsteiger verdienen nach der neuesten Erhebung besonders wenig, am meisten erlösen Freie zwischen 51 und 60 Jahren.

Deutlich mehr als die Hälfte der Freelancer arbeiten, um ihr Haupteinkommen zu erzielen, aus Überzeugung als Freie und wollen das auch dauerhaft tun – dagegen geben 40 Prozent an, sie verdienten i hr Haupteinkommen frei, weil keine Festanstellung in Sicht sei. Paradiesische Zustände erlebt immerhin jeder fünfte Freie, der angibt, „nicht so sehr wegen des Geldes zu arbeiten, sondern weil ihm die Arbeit gefällt“. Und zwei Prozent sind frei tätig, weil ein anderes Einkommen, Rente oder Sozialleistungen nicht zum Leben reichen.

Wenn sich das Bild von der „Freiheit, die ich meine“ (aus dem Lied von Max von Schenkendorf, 1815) wirtschaftlich als Trug erweist, denken die wenigsten Freien an Aufgabe. Fast jeder Dritte übt neben der hauptberuflichen Arbeit als Journalist lieber noch eine andere Tätigkeit aus, viele als Autor, Dozent oder Trainer in der Medienarbeit. Oder als Lehrkraft in einem vor dem Journalismus erlernten Fachgebiet.

Betrachtet man die Arbeitsbedingungen, so haben sich die Anforderungen erhöht. Die Teilnehmer der Studie be-

Wichtige Internetadressen

Nachfolgend einige Links und Internet-Adressen, unter denen spezielle oder wichtige Informationen für freie JournalistInnen zu finden sind.

Die Freien-Umfrage des Deutschen Journalisten-Verbandes **bjvlink.de/Downloads**

faire-zeitungshonorare.de
mit „Vergütungslandkarte“ und „Zeilomat“ zur Berechnung des Honorars

Honorare nach den Vergütungsregeln Bild unter **bjvlink.de/bildhonorare**

Zuschüsse zur Renten- und Pflege- und Krankenversicherung
www.kuenstlersozialkasse.de

Anfragen und Infos zum Zuschuss zur privaten Altersvorsorge
Telefon 089 51412-42 oder per E-Mail an **avw@vgwort.de**

Haftpflichtversicherungen mit Sondertarifen
www.djv.de Rubrik Service / Versicherungen

Riester-Rente und Kapital-Lebensversicherung
Telefon 089 851041 oder **allianz.scherer@allianz.de** und unter **www.presseversorgung.de**

Arbeitslosenversicherung
www.freiwilligearbeitslosenversicherung.de

Prioritätenliste Versicherungen für Freie
www.djv.de/uploads/media/Freie.pdf

Juristen der BJV-Geschäftsstelle
Telefon **089 54504180**

Seminare des Bildungs-und Sozialwerks
www.bjv.de/termine

DJV-Handbuch für Freie
bjvlink.de/handbuch

Fachgruppe Freie, Ansprechpartner, aktuelle Veranstaltungen und Termine
www.bjv.de/arbeitsgruppe/fg-freie-journalisten

richten, dass der Stress zugenommen habe. Gleichzeitig sei die Arbeit aber auch interessanter geworden. Einige beschreiben ihre Sorge um die eigenen Aufträge, weil immer mehr Arbeit in die Redaktionen gewandert sei.

Und: Auch wenn immer wieder mangelnde Solidarität unter den Freien etwa bei den Zeilenhonoraren beklagt wird, sehen die Befragten kaum ein Konkurrenzverhältnis zu anderen Freien. Sie fühlen sich auch nicht durch die Redaktionen kontrolliert oder bei der Arbeit isoliert. Jeder Zweite Freie fühlt sich von den fest angestellten Kollegen im beruflichen Alltag unterstützt (53 Prozent).

Freie Journalisten arbeiten meist alleine

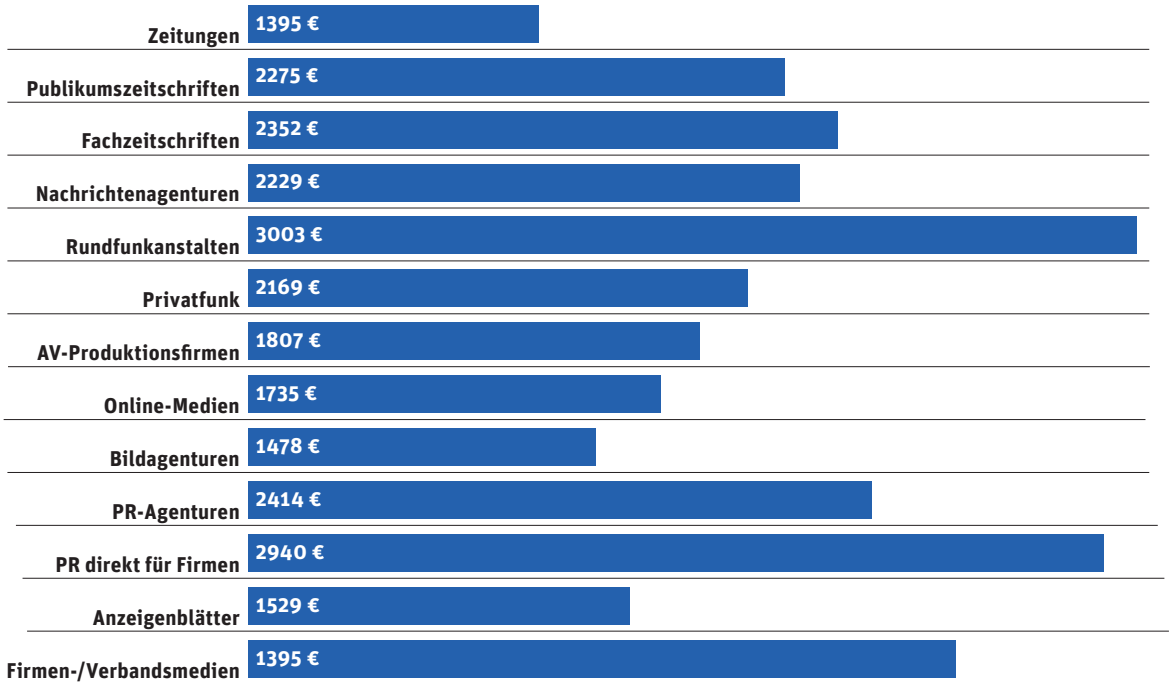
Neun von zehn Freien arbeiten alleine (89 Prozent), rund acht Prozent sind in einer Bürogemeinschaft tätig. Und ganze drei Prozent geben an, in einem Netzwerk oder temporär vernetzt zu arbeiten. Anspruch auf bezahlten Urlaub hat nur jeder fünfte freie Journalist. Dabei steht die freiwillige Selbstausbeutung auf der Tagesordnung: Jeder Dritte nimmt wenig Urlaub, jeder Achte gar keinen. Auch nicht besser: Jeder sechste Freie arbeitet im Urlaub. Sonntagsarbeit ist bei rund 16 Prozent der Freien jede Woche angesagt. Bei jedem fünften Freien immerhin noch drei Mal im Monat. Weniger als drei Prozent der Befragten halten den Sonntag arbeitsfrei.

Kaum Freizeit oder Urlaub. Miese Honorare oder Existenzsorgen. Und dennoch macht Freelancern ihre Arbeit Freude, die meisten sind verblüffend glücklich. In der DJV-Umfrage wurden die Teilnehmer aufgefordert, sich auf einer Zufriedenheits-Skala von vier Stufen einzuordnen. Danach ist im Jahr 2014 fast jeder dritte Freie (31 Prozent) mit seinem Beruf sehr zufrieden, weitere 42 Prozent sind zufrieden – macht satte 73 Prozent positiver Antworten. Nur knapp jeder Fünfte zeigte sich unzufrieden (19 Prozent), rund acht Prozent sind sehr unzufrieden. „Das Maß der (Un-)Zufriedenheit scheint in erster Linie von der Höhe des Einkommens abzuhängen“, stellt der stellte der Deutsche Journalisten-Verband in seiner Freien-Umfrage fest. Wer sehr zufrieden ist, verdient auch gut, wer sehr unzufrieden ist, kommt auf ein geringes Einkommen von nur 1130 Euro im Monat. Auch in interessanter Aspekt: Deutlich mehr Männer sind unzufrieden mit ihrer Arbeit. Sie stellen nur 45 Prozent der Freien, aber doch 54 Prozent der Unzufriedenen…

Bayern liegt bei den Honoraren auf Platz 6

An der DJV-Umfrage haben auch 269 Freie aus Bayern teilgenommen. Das sind zu wenige, um repräsentative Aussagen machen zu können. Aber die Antworten zeigen doch einige interessante Unterschiede zu den bundesweiten Ergebnissen auf. Martin Semmler, Vorsitzender der Fachgruppe Freie Journalisten im BJV, hat verglichen und sagt: „Wenig überraschend war, dass die bayerischen Kolleginnen und Kollegen mit 2051,87 Euro Brutto-Einkommen im Monat etwas über dem Bundesschnitt liegen. Arbeitet doch mehr als die Hälfte von ihnen (54 Prozent / im Bund 41,43 Prozent) überwiegend überregional. Auch fachjournalistisch arbeiten mehr als bundesweit (70,52 Prozent / im Bund 64,61 Prozent)“.

Und: Zwei Drittel der Freien machen sich erst später im Berufsleben selbstständig. Daraus zieht Semmler den Schluss, dass der BJV seine Angebote in der Weiterbildung noch stärker an diesen Existenzgründern ausrichten wolle. „Gefragt sind nach der Umfrage vor allem Steuerinfos und Unterstützung bei Buchhaltung, Abrechnung und betriebswirtschaftlicher Beratung. Aber auch Unterstützung bei der technischen Ausstattung.“



Abhängigkeit schadet

Die DJV-Studie zeigt die Verdienstsituation bei Kollegen, die sich hauptsächlich an ein einziges Medium gebunden haben. Am besten verdienen Freie bei den öffentlich-rechtlichen Medien, am wenigsten ist bei Zeitungen zu holen.

Was Freie heute verdienen (sollten)

Wer für Zeitungen arbeitet, muss es sich leisten können

Von Maria Goblirsch

Die Zahl der freien Journalisten, die für Tageszeitungen arbeiten, geht deutlich zurück. Verdiente 2008 noch mehr als jeder Zweite (54,6 Prozent) sein Geld überwiegend in der Zeitungsredaktion, so sind es 2004 nur noch 46 Prozent. Die Ursachen liegen klar auf der Hand: Bei den Zeitungen werden die niedrigsten Honorare bezahlt. Und: Immer weniger Aufträge in Bild und Text werden noch an Freie vergeben.

Das schlägt sich in nackten Zahlen nieder: Wer für die Zeitung arbeitet, steht beim monatlichen Einkommen mit 1395 Euro pro Monat ganz unten in der Rangliste der medialen Tätigkeitsbereiche. Sogar bei Bildagenturen (1478 Euro) und Anzeigenblättern (1529 Euro) lässt sich heute mehr verdienen als bei der Zeitung, belegt die aktuelle DJV-Freien-Umfrage.

Außerdem tragen auch Kooperationen zwischen Zeitungen zum Honorarschwund bei. So liefert die Würzburger *Main-Post* Mantelmaterial nach Bayreuth und Bamberg, hat selbst eine Kooperation mit der Mutter *Augsburger Allgemeine*. Der Bamberger *Fränkische Tag* beliefert wiederum zwei Ausgaben der *Coburger Neuen Presse* mit Lokalberichten. Es gbt eine ganze Reihe weiterer Kooperationen, bei denen nicht immer alle Autorenrechte bedacht oder abgesprochen werden. Der Beitrag des freien Mitarbeiters erscheint zwar weiterhin in mehreren Blättern, wird aber nur noch einmal statt vorher bis zu drei Mal bezahlt. Das trifft vor allem Freelancer in der Region, wo es keine alternativen Blätter gibt, mit denen sich der Verlust kompensieren ließe.

Im Schnitt arbeitet jeder Freie statistisch gesehen 41 Stunden pro Woche – er kommt also mit seinen Zeitungshonoraren auf einen Stundenlohn von 34 Euro, den er noch versteuern muss. Dazu kommen Beiträge zur Künstlersozialkasse und für andere Formen der sozialen Absicherung.

Nur jeder Zehnte wird nach den Vergütungsregeln bezahlt

Ein Grund für die miesen Zeilenhonorare ist, dass sich viele Verlage nach wie vor nicht an die seit 2010 geltenden Gemeinsamen Vergütungsregeln für freie Journalisten an Tageszeitungen halten. Diese legen Mindesthonorare fest, die Verleger und Gewerkschaften in jahrelangen Verhandlungen ausgehandelt haben. Doch in der Praxis zahlen die Verleger ihren freien Autoren und Bildjournalisten weiter Dumpinghonorare, die ihnen die Schamesröte ins Gesicht treiben müssten.

Die in der Provinz durchaus üblichen Bildhonorare unter fünf Euro oder Zeilenhonorare im einstelligen Cent-Bereich sind für eine journalistische Arbeit nicht angemessen, sondern eine schlichte Unverschämtheit. Nur knapp jeder Zehnte Freie wird heute nach den Vergütungsregeln honoriert, 68 Prozent verneinen dies (und 22 Prozent können es nicht einschätzen).

Auch aus Rückmeldungen von Mitgliedern geht hervor, dass die Mindestsätze nur von wenigen Tageszeitungen umgesetzt werden. Doch kaum zu glauben: Die Verlegervertreter weisen das zurück und behaupten, die Vergütungsregeln würden selbstverständlich praktiziert.

Selbst die Gerichte halten die Zeilenhonorare einzelner Blätter für viel zu niedrig. Sie haben 2013 in drei Fällen Zeitungen zu erheblichen Honorar-Nachzahlungen an freie Journalisten verurteilt. Erstmals hat ein Landgericht dabei die Vergütungsregeln an Tageszeitungen als Grundlage für angemessene Honorare genommen und einen Verlag zu einer Honorar-Nachzahlung verurteilt. Und die Richter haben die Vergütungsregeln sogar als Messlatte für Zeiten herangezogen, in denen sie noch nicht verabschiedet waren.

Verlage zu hohen Nachzahlungen verurteilt

Der erste Fall spielte sich in Bonn ab. Ein Freier hatte von März 2009 bis Januar 2011 rund 400 Beiträge für die Regionalausgaben des *Bonner Generalanzeigers* geliefert und dafür jeweils ein Honorar von 25 Cent pro Zeile erhalten. Das sei unangemessen niedrig, urteilte das Landgericht Köln im Juli 2013 und verurteilte den Verlag des *Generalanzeigers*, die Bonner Zeitungsdruckerei und Verlagsanstalt H. Neusser GmbH, zu einer Nachzahlung von rund 10.600 Euro plus Zinsen. Die Richter hielten ein Honorar von 56 Cent pro Zeile für angemessen – also fast doppelt so viel, als zunächst gezahlt wurde. Zusätzlich musste der Verlag dem freien Mitarbeiter nachträglich Fahrtkosten in Höhe vom 30 Cent pro Kilometer ersetzen.

Im zweiten Fall muss der *Bonner Generalanzeiger* noch tiefer in die Tasche greifen: Hier wurde der Verlag zur Zahlung von rund 38.400 Euro plus Zinsen an einen freien Journalisten verurteilt. Schließlich verurteilte das Landgericht Mannheim im August 2013 die *Pforzheimer Zeitung* dazu, einem freien Journalisten fast 47.200 Euro Honorar zuzüglich Zinsen nachträglich zu zahlen (Az. 7 O 308/12). Der Mitarbeiter war von 2001 bis 2011 für die Redaktion tätig gewesen und hatte Texte geschrieben und Fotos geliefert. In den letzten zwei Jahren hatte er dafür 33 Cent pro Zeile erhalten. Zugestanden hätten ihm aber zwischen 62 und 68 Cent.

„Die Urteile zeigen, dass es sich durchaus lohnt, sich zu wehren“, sagt BJV-Geschäftsführerin Jutta Müller. Auch in Bayern ignorierten viele Verlage die Mindesthonorare. Der BJV sucht daher geeignete Fälle für Musterprozesse, unterstützt Mitglieder, die sich gerichtlich gegen Dumpinghonorare wehren wollen und gewährt für eine solche Klage Rechtsschutz.

Wer wissen will, welche Zeilenhonorare bei seinem Auftraggeber fällig wären, kann dies im Internet herausfinden. Die Website *faire-zeitungshonorare.de* bietet neben einer „Vergütungslandkarte“ auch einen „Zeilomaten“, mit dem das Honorar berechnet werden kann, zusätzlich Termine und Informationen für Freie. Die Honorare nach den Vergütungsregeln Bild finden Sie unter *bjvlink.de/bildhonorare.*

Zweitverwertung wird immer seltener vergütet

Auch die Zweitverwertung und weitere Nutzungen von Beiträgen oder Bildern werden nur bei neun Prozent der befragten Freelancer extra vergütet, bei knapp jedem fünften nur teilweise (19 Prozent – 2008 waren es noch 38 Prozent). Erfolgt eine Zweitvergütung, liegt sie nach der DJV-Umfrage im Schnitt bei 40 Prozent des Ersthonorars.

Ein interessanter Aspekt der Umfrage: Knapp ein Drittel der Befragten aus allen Mediengattungen gibt an, dass ihren Honorarforderungen überwiegend entsprochen wird (2008: 41 Prozent). Ein weiteres Drittel erklärt, dass dies häufig geschieht. Es liegt wohl auch am Verhandlungsgeschick des einzelnen Freien, welches Honorar er bekommt oder ob beispielsweise auch Fahrtkosten oder andere Nebenkosten ersetzt werden.

Eine kurze Stichprobe zeigte, dass es bei den meisten Blättern kein fixes Zeilenhonorar gibt, sondern die Zeilenpreise je nach Aufwand und Qualität der Texte stark schwanken. Wer gebraucht wird, Fachkenntnisse bieten und sich gut verkaufen kann, hat die besseren Karten.

Wie viele Aufträge gehen aktuell an die Freien? Gut jeder Dritte bezeichnet in der Studie die Auftragslage als gut, ein weiteres Drittel als mittel. Jeder achte Freie beschreibt sie als sehr gut. Aber genauso viele berichten, die Lage sei schlecht, rund fünf Prozent bezeichnen sie sogar als sehr schlecht. Diese eher durchwachsene Bilanz scheint viele Freelancer davor abzuschrecken, Mitarbeiter einzustellen. 99 Prozent aller befragten Journalisten haben keinen oder nur einen Beschäftigten.

Mehr als jeder Vierte arbeitet heute als fester Freier, rund 13 Prozent bezeichnen sich als Pauschalisten. In Zeiten unsicherer Aufträge ist das sicher nicht die schlechteste Alternative.

Dr. Georg Schreiber

Medien-preis 2014

Wettbewerb für Printmedien, Hörfunk, Fernsehen und Internet!

Zugelassen sind Beiträge junger Journalistinnen und Journalisten bis einschließlich 35 Jahre zu den Themen Gesundheit und Soziales, die zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember 2014 in einer in Bayern erscheinenden Zeitung oder Zeitschrift veröffentlicht oder von einem Rundfunksender mit redaktionellem Sitz bzw. einem Landesstudio in Bayern ausgestrahlt worden sind. Zugelassen sind entsprechend auch speziell für das Internet produzierte Beiträge auf allgemein zugänglichen Webadressen. Beiträge aus den elektronischen Medien außerhalb Bayerns müssen einen thematischen Bezug zum Freistaat haben.

Im Printbereich wird zudem ein bundesweiter Sonderpreis ohne Altersbeschränkung vergeben.

Der Medienpreis ist mit insgesamt 30.500 Euro dotiert.

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

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

DJS. njb AOK

Jeder Freie in die Künstlersozialkasse

Was alles zur sozialen Absicherung sinnvoll ist

Von Maria Goblirsch

Leicht ist es nicht, von dem mitunter recht niedrigen Verdienst als Freier auch noch für das Alter, für Krankheit und andere Notfälle vorzusorgen. Dennoch geben freie Journalisten im Schnitt rund 500 Euro im Monat für ihre soziale Absicherung aus. Sieben von zehn Freien sind Mitglied in der Künstlersozialkasse (KSK) und genießen damit einen ähnlichen Schutz in der gesetzlichen Sozialversicherung wie ihre festangestellten Kollegen.

„Jeder Freie muss selbst entscheiden, was er sich an sozialer Absicherung leisten kann. Aber die Mitgliedschaft in der KSK und damit die Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung steht an Nummer Eins“, sagt BJV Justiziarin Berit Weide-Schörghuber. Wer noch nicht dort gemeldet ist, sollte das dringend nachholen. Beiträge sind erst ab dem Zeitpunkt der Anmeldung, nicht rückwirkend für die Zeit als Freier davor zu leisten.

Die Rechtsanwältin weist auf den großen Vorteil für freie Journalisten hin: Die KSK bezuschusst Beiträge zur Renten- und Pflegeversicherung sowie einer Krankenversicherung der eigenen Wahl mit bis zu 50 Prozent. Welchen Monatsbeitrag ein Freelancer zahlt, hängt von der Höhe des Einkommens ab, das allerdings mindestens 3900 Euro im Jahr betragen muss (weitere Infos und Vordrucke unter http://www.kuenstlersozialkasse.de).

Zuschuss von 7500 Euro geschenkt

Rund 70 Prozent der Freien sind Wahrnehmungsberechtigte der Verwertungsgesellschaft Wort (19 Prozent bei der VG Bild/Kunst) und sichern sich damit zusätzliche Einnahmen. Was aber viele nicht wissen: Freie Journalisten und Autoren können einen einmaligen Zuschuss bis zu 7500 Euro zu ihrer privaten Altersvorsorge erhalten. Allerdings beträgt der Zuschuss im Einzelfall höchstens 50 Prozent der Ablaufsumme.

Einen Antrag können alle hauptberuflichen Freien stellen, die in der Künstlersozialkasse versichert sind (über Ausnahmen entscheidet der Stiftungsrat) und die Wahrnehmungsberechtigte oder Mitglieder der VG Wort sind. Sie müssen 50 Jahre alt oder älter sein. Der Antrag ist nur bis zu dem Jahr möglich, in dem man das gesetzliche Rentenalter erreicht (Anfragen und Infos: Telefon 089 51412-42 oder per E-Mail an avw@vgwort.de).

Mindestens drei Monatsverdienste zurücklegen

Wenn Auftraggeber nicht pünktlich zahlen oder ein Rechtsstreit droht, kann es schnell zu finanziellen Engpässen kommen. „Freie Journalisten sollten daher mindestens drei Netto-Monatsverdienste als Rücklage für Notfälle zur Seite legen“, betont Berit Weide-Schörghuber. Die Juristin, die auch für das Bildungs- und Sozialwerk des BJV tätig ist, erfährt in der täglichen Arbeit, wie schnell Freelancer in eine wirtschaftliche Schieflage geraten.

Sie rät außerdem zu einer Vermögensschadens-Haftpflichtversicherung. „Es besteht der irrige Glaube, dass mit der Berufshaftpflicht auch Fälle wie der einer angeblichen Falschaussage oder wegen Verletzung der Persönlichkeitsrechte abgedeckt seien. Das ist leider nicht so“. Nur jeder neunte Freie verfügt nach der aktuellen DJV-Umfrage über eine solche Absicherung. BJV-Mitglieder erhalten über den DJV Sondertarife (mehr dazu unter www.djv.de Rubrik Service / Versicherungen).

Riestern über die Presseversorgung

Eine Kapital-Lebensversicherung des Versorgungswerks der Presse hat nach der aktuellen DJV-Umfrage jeder dritte Freie abgeschlossen, jeder fünfte besitzt eine andere Kapital-Lebensversicherung. „Jeder Euro, den ein freier Journalist in seine Vorsorge aufwenden kann, ist gut angelegt“, sagt Franz Scherer, Beauftragter der Presse-Versorgung aus Gräfelfing. Er betont, wie wichtig eine Alters- und Berufsunfähigkeitsvorsorge gerade für Freie sei.

Jeder einzelne Fall liege unterschiedlich, je nachdem, ob der Freelancer etwa im Printbereich, beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk oder einer anderen Mediengattung arbeite. Wichtig aber sei zu wissen „dass Journalisten, die Mitglied in der KSK sind, als sozialversicherungspflichtig gelten und damit von der Riester-Förderung profitieren können.“ Jeder vierte Freie hat bisher eine solche Riester-Rente abgeschlossen. (Weitere Infos unter Telefon 089 851041 oder allianz.scherer@allianz.de und unter www.presseversorgung.de).

Die wenigsten Freelancer (neun Prozent) sind über den Arbeitgeber für den Fall der Arbeitslosigkeit abgesichert, nur gut jeder Zehnte zahlt in die freiwillige Arbeitslosenversicherung als Selbständiger ein. Diese schafft im Fall der Fälle zumindest für einen begrenzten Zeitraum finanzielle Luft. Sie steht aber seit dem 1. Januar 2007 nur noch Existenzgründern zur Verfügung (weitere Infos unter http://www.freiwilligearbeitslosenversicherung.de).

BJV-Mitglieder können sich in der BJV-Geschäftsstelle kostenfrei Rat holen, welche Absicherung in ihrem Fall über die bestehenden Versicherungen hinaus Sinn macht. Der DJV bietet auf seiner Webseite eine „Prioritätenliste Versicherungen für Freie“ mit zahlreichen Infos und Links an (https://www.djv.de/uploads/media/Freie.pdf).

Was der BJV für freie Journalisten tut

Sie stellen den überwiegenden Anteil der Rechtsschutz-Fälle

Von Maria Goblirsch

Wussten Sie eigentlich, dass die Hälfte der BJV-Mitglieder als freie Journalisten arbeitet? Rund 4000 Freelancer haben sich in der Fachgruppe Freie zusammengeschlossen und können die Leistungen von BJV und DJV nutzen. Und die reichen von der Auskunft zu Rechtsfragen über das Netzwerken und den Rechtsschutz bis zu den Webinaren (Online-Seminare) und anderen Bildungsangeboten, die der DJV speziell für Freie anbietet.

Einer der größten Posten im Haushalt des BJV ist die Übernahme der Anwalts- und Gerichtskosten für seine Mitglieder. Genau 56.495,65 Euro hat der Verband im vergangenen Jahr in diesem Bereich ausgegeben.

Kaum bekannt ist, dass rund 90 Prozent dieser Rechtsschutzkosten für freie Journalisten ausgegeben werden, 2013 also über 50.845 Euro. Auch im laufenden Jahr fallen wieder 89 Prozent der Rechtshilfe-Kosten für Freie an. Ein Großteil der Fälle betrifft Honorar-Streitigkeiten, bei denen der Auftraggeber zu wenig oder gar nicht gezahlt hat.

Auftraggeber, die mit der Honorarzahlung in Verzug sind, zählen ebenso zu den „Standard-Themen" in der Rechtsabteilung des BJV wie kompliziertere Fragen aus dem Urheberrecht – etwa die Buyout-Klauseln und die Einräumung von Nutzungsrechten an den Verlag. Viel Geld steht auch auf dem Spiel, wenn es um die angebliche Verletzung von Persönlichkeitsrechten geht. Oder im konkreten Fall zu entscheiden ist, ob Texte oder Bilder veröffentlicht werden dürfen, oder ob eine Äußerung als Tatsachen- oder Meinungsäußerung zu werten ist.

Freie können sich als BJV-Mitglieder mit diesen und anderen rechtlichen Fragen an den BJV wenden, ohne dass für sie Kosten anfallen. Die Anwälte Dennis Amour, Inga Hobrecker, Britta Kutzer, Stefan Marx und Berit Weide-Schörghuber sind spezialisiert und erfahren in allen Rechtsfragen, die sich im Zusammenhang mit der freien journalistischen Tätigkeit ergeben können. Anlaufstelle für alle Anfragen ist zunächst die BJV-Geschäftsstelle (Telefon 089 54504180), die das Gespräch dann an den jeweiligen Experten weiterleitet oder einen Rückruf vereinbart.

Beratung und Weiterbildung für Existenzgründer

Wie die aktuelle DJV-Umfrage zeigt, entscheiden sich nicht wenige Journalisten erst nach einer langjährigen Tätigkeit als Redakteur für die Selbständigkeit. Dieser Wechsel erzwingt eine Balance zwischen journalistischem Können und betriebswirtschaftlichem Denken. Oft fehlt dann das Wissen in Fragen der Existenzgründung, des Steuerrechts, zu Honorar, sozialer Absicherung oder auch zur technischen Ausstattung des Büros.

Hier bietet der BJV neben der persönlichen Beratung mit dem FREItag und den Seminaren des Bildungs- und Sozialwerkes (BSW) eine breite Palette zur Weiterbildung an. Welche Seminare aktuell angeboten werden, erfahren Sie auf der BJV-Website unter www.bjv.de/termine, der neue BSW-Seminarflyer erscheint im Dezember 2014.

BJV-Mitglieder können außerdem kostenfrei die Webinare des DJV nutzen, die der Dachverband speziell zu Freien-Themen wie Existenzgründung, Verhandlungstraining oder den richtigen Versicherungen veranstaltet, weitere Infos unter www.journalistenwebinar.de.

Fragen der richtigen Selbstvermarktung und der Verhandlungstechnik, aus dem Urheberrecht, zu Sozialem, Versicherungen und Steuern oder der Finanzierung beantwortet das DJV-Handbuch für Freie, das nun bereits in der 2. Auflage erschienen ist. Das Buch mit insgesamt 597 Seiten ist für 25 Euro beim DJV erhältlich, ein Inhaltsverzeichnis und weitere Infos finden Sie unter bjvlink.de/handbuch.

Ohne Vernetzung geht nichts mehr

Flyer und Broschüren rund um das Berufsfeld freier Journalismus gibt der DJV jeweils aktuell zu Fragen wie den Vergütungsregeln oder zu Vertragsbedingungen und Honoraren in der Printversion und zum Download heraus, Infos unter bjvlink.de/Downloads. Dort erhalten Sie auch die aktuelle Freien-Umfrage 2014. Der DJV informiert darüber hinaus in einem Freien-Newsletter über aktuelle Themen – auch im Handy-Format.

Ohne Vernetzung geht (fast) nichts mehr – miteinander ins Gespräch kommen, voneinander lernen und Erfahrungen austauschen, dazu trägt die Fachgruppe Freie Journalisten im BJV mit Veranstaltungen vom „Biergartentreff" über die BJV Medienlounge, gemeinsam mit dem Bezirksverband München-Oberbayern und der Fachgruppe Online bis zum FREItag bei. Mit Vertrauensleuten in den Bezirken wurden zusätzliche Anlaufstellen für Freie vor Ort eingerichtet.

„Der Journalist als Unternehmer", Vernetzung und Kooperationen, Büro-Organisation und Bürogemeinschaften, Urheber- und Verwertungsrecht oder Marketing und Auftragsakquisition lauten einige der Themen, mit denen sich die Fachgruppe an alle Freien wendet. Die Ansprechpartner, aktuelle Veranstaltungen und Termine finden Sie auf der BJV-Website unter www.bjv.de/arbeitsgruppe/fg-freie-journalisten.

„Du musst wollen“

Es geht: genug Aufträge, ausreichend Honorar, Zuversicht

Von Michael Anger

Freie und Feste – ein manchmal gespanntes Verhältnis, auch im Journalistenverband. Da verlangen Freie, dass die Festen endlich auch mal klipp und klar für ihre Interessen eintreten. Da erwidern die Festen, die Freien sollen statt ständig Klagelieder zu singen, sich auf die Hinterbeine stellen, auch bei Honorarverhandlungen. Der *BJVreport* sprach mit Kolleginnen, die nicht klagen und Durchsetzungsvermögen ausstrahlen – glückliche Freie?

„Es gab immer öfters Sparmaßnahmen und ich hatte zu wenig Zeit für gute Geschichten.“ Mit dieser Feststellung begründet Michaela Schneider ihren Entschluss, die Festanstellung als Zeitungsredakteurin im Allgäu aufzugeben und sich als freie Journalistin selbstständig zu machen. Hinzu kam der private Vorteil, dass sie endlich zu ihrem Mann nach Würzburg ziehen konnte. Auch dort gibt es eine Tageszeitung, aber: „Zur *Main-Post* wollte ich nicht, denn die ist nicht im Flächentarif.“

Existenzgründungsphase nützen

Eine klare Meinung. Heute berichtete Schneider für Tageszeitungen, Magazine und Agenturen aus Würzburg, Franken, dem Allgäu und Bayern, vor allem aus den Bereichen Wissenschaft, Kultur, Historisches, Menschelndes sowie Reise und Tourismus. Sie verdient damit doch so viel, dass es auch alleine reichen würde, meint sie auf die entsprechende Frage. Das hat sie allerdings nicht dem Zufall überlassen, sondern konsequent daran gearbeitet: „Ich habe natürlich den Existenzgründungszuschuss beantragt und während dieser Phase alles Notwendige getan.“

Die Liste des Notwendigen ist lang und lässt sich beliebig verlängern: Existenzgründungsseminar des DJV, Vorstellung in Redaktionen; Aufbau einer Website („Das A und O für jeden Freien!“), Erstellung von Werbematerial wie Visitenkarten, Erstellung von AGB, Besuch von Journalistentagen, Veranstaltungen des Verbandes, Buchmessen. Der Unternehmergedanke sei bei vielen Freien noch nicht angekommen, vermutet Schneider: „Die sitzen zu Hause und warten auf Anrufe von potenziellen Auftraggebern. Ich schicke Vorschläge für Artikel in Redaktionen.“ Zuverlässigkeit sei natürlich unerlässlich: „Wenn die Details eines Auftrags besprochen sind, kündige ich einen Liefertermin an und den halte ich auch ein.“

Anreisser bei Facebook

„Man muss wollen.“ Mit diesem Credo warnt die stellvertretende Vorsitzende der BJV-Fachgruppe Freie alle Kollegen vor dem lähmenden heimlichen Gedanken: Ich wäre lieber festangestellt. Sie hat ein entsprechendes Angebot ausgeschlagen. Meint aber, dass es schon hilfreich sei, wenn man in einer Redaktion angefangen hat. Das helfe auch, sich bei Honorarverhandlungen nicht unterbuttern zu lassen, auch wenn dadurch mancher Auftrag nicht zustande komme. Sie erhalte von Zeitschriften teilweise mehr als einen Euro Zeilengeld, könne mit Pauschalen für Artikel zufrieden sein, habe kaum Probleme mit Spesenersatz und nutze Zweitverwertung so intensiv wie möglich. Sie stellt Texte auf ihre Website („Ich will ja gefunden werden“) und schreibt Anreißer bei Facebook.

Die 36-Jährige ist mit Job und Leben offenbar im Reinen: „Man arbeitet länger als in der Redaktion, dafür gibt es auch viele schöne Zeiten. Bei entsprechendem Wetter steht mein Laptop im Garten. Ich unterscheide auch nicht strikt zwischen Job und Pri-

Sie sind aus Überzeugung Freie, nehmen nicht jeden beliebigen Auftrag an und empfehlen den Mix aus Selbstbewusstsein und Verhandlungsgeschick: Magdalena Schneider in Würzburg (rechts) und Claudia Grimsmann in Deggendorf.

Foto: Martin Semmler, Günter Schneider

vatleben. Ich freue mich auf jede Fortbildung und den Kontakt zu Kollegen. Ich überlege gerade, ob ich ein E-Book mache. Dieser Beruf kann ja eine wunderbare Riesenspielwiese sein."

Vier Standbeine

„Man muss geschickt verhandeln." Diese Fähigkeit sieht Claudia Grimsmann als unerlässlich für einen Freiberufler an. Als Alleinerziehende weiß die 49-Jährige, wovon sie redet. Da helfen die 25 Jahre im Beruf: „Du musst Dich anpreisen, und wenn einer ‚Nein' sagt, vielleicht im selben Haus einen ‚höheren' Gesprächspartner suchen." Sie wisse von freien Journalisten, also hauptberuflichen, die sich mit neun Cent für die Zeile und 1,50 Euro pro Bild abspeisen ließen. Das könne sie sich überhaupt nicht erklären. Sicher glaubten auch viele Nichtjournalisten, dass sie schön schreiben können und deshalb versuchten die Redaktionen, Material so billig wie möglich einzukaufen. Da müsse man eben kämpfen. Sie komme manchmal schon in die Nähe eines Redakteursgehalts, aber dafür müsse sie sich auch strecken.

Auch für Claudia Grimsmann sind mehrere Geschäftssäulen unerlässlich. Sie macht Öffentlichkeitsarbeit für die größte soziale Hilfsorganisation, schreibt für die Lokalzeitung, gehört einer Autorengemeinschaft für wissenschaftliche Literatur an und hat auch keine Probleme mit dem Thema multimedial.

Immer wieder warnen die Berufsverbände die Freien davor, sich untereinander als Konkurrenz zu betrachten. Grimsmann bricht zusätzlich eine Lanze für die Rentner. Abgesehen davon, dass es Kollegen gebe, die eine Zusatzeinnahme nötig hätten, könne man niemandem das Schreiben verbieten. Sie habe mit diesen Berufskollegen viele gute Erfahrungen gemacht, Tipps für Geschichten erhalten oder sie gar als Türöffner nutzen können. Und die Auftragslage allgemein? Claudia Grimsmann grinst: „In Deggendorf sehr gut, im Bayerwald fast nix."

„Mit Selbstausbeutung ist kein Blumentopf zu gewinnen"

Ausstieg aus dem Journalismus: Warum Ralph Beuth, 54 Jahre alt und bis 2013 aktiv im Vorstand des Bezirksverbands München-Oberbayern, heute Trambahnfahrer in München ist

Herr Beuth, warum wollen Sie kein Journalist mehr sein?
Ralph Beuth: Ich habe mehr als 20 Jahre über IT-Themen geschrieben. Zuerst in fester Anstellung, danach in freier Wildbahn. Die ersten Jahre lief es super. Ein Beruf ohne Routine. Jeder Tag eine neue geistige Herausforderung. Überdurchschnittliches Verdienst. Als Freier war dann aber zuletzt kein Auskommen mehr. Von fünf Euro pro Online-News kann niemand leben. Ich bekam gesundheitliche Probleme. Aufträge gingen verloren oder blieben ganz aus. Ich war nicht mehr in der Lage, ehrlichen Journalismus zu betreiben.

Was meinen Sie damit?
Als Freier frisst du doch notgedrungen aus der Schüssel der Industrie. Du schreibst deinem Auftraggeber nach dem Munde, nur um weitere Aufträge zu bekommen und gegen die wachsende Konkurrenz von willfährigen Bloggern zu bestehen. Du verkaufst dabei deine Seele. Das hat mich immer mehr angekotzt. Dazu kamen die Selbstzweifel: Mache ich es richtig? Was fehlt mir? Wieso kriegen die anderen das hin?

Zu welcher Antwort kamen Sie?
Der Journalist von heute muss Unternehmer sein und sein Produkt zu Markte tragen. Das war aber nicht meins. Meine Kernkompetenz ist das sich Mitteilen, die Sprache, das Formulieren.

Viele Freie jobben nebenher in der PR, auch eine Form der Spracharbeit.
Klar, habe ich auch gemacht. Auf Dauer war das keine Lösung. Ich musste mir eingestehen, dass ich diesen Beruf nicht mehr liebe, sondern nur noch das Drumherum. Der Glamour, die schönen Reisen, Gespräche mit Top-Managern auf Augenhöhe, der Austausch mit Kollegen, das war alles irgendwann weg. Stattdessen stand ich unter Dauerstrom, musste permanent einsatzbereit sein. Nie Feierabend. Kein Urlaub ohne Laptop. Ich halte es für einen Fehler, dass viele andere Freie mit der Selbstausbeutung fortfahren, obwohl kein Blumentopf zu gewinnen ist.

Wie kamen Sie zum Trambahnfahren?
Ich wurde, in der Trambahn, auf ein Plakat aufmerksam. Der Münchner Verkehrsverbund suchte Auszubildende. Nach drei Monaten hatte ich meinen Trambahnführerschein. Seit einem Jahr fahre ich kreuz und quer durch München. Es macht mir Spaß. Der Berufswechsel ist aber ganz klar aus der Not geboren. Die Kanzlerin würde sagen: Er war alternativlos. Ich wusste zuletzt nicht, wovon ich die Miete bezahlen soll.

Verdienen Sie in Ihrem neuen Job besser?
Ich verdiene jetzt halb so viel wie früher als Redakteur, aber doppelt so viel wie als Freelancer. Ich kann mir mit dem Trambahnfahren ein einfaches Leben finanzieren. Und: Ich kann wieder ruhig schlafen – außer ich muss morgens um vier in die Schicht. Die Arbeitszeiten sind schon sehr sozial- und familienfeindlich.

Unterm Strich: War es die richtige Entscheidung?
Ich bin zufriedener. Dienst ist Dienst, und frei ist frei. Bis zur Rente habe ich noch zwölf Jahre Trambahnfahren vor mir. Wenn ich jünger wäre, wäre das eine gruselige Vorstellung.

Interview: Senta Krasser

Foto: privat

Der Journalist als Unternehmer

FREItag bot Anregungen für viele Geschäftsmodelle

Von Michael Anger

Umlagert war der Infostand des BJV beim FREItag. Bestimmt nicht nur der Give-Aways wegen.

Ob E-Book, Video-Spartenjournalismus, Mehrfachvermarktung, Agenturgründung – der Chancen, für guten Journalismus gutes Geld zu erhalten, gibt es offenbar viele. Aber stets lautete auf den Workshops beim BJV-FREItag in Nürnberg im Caritas-Pirckheimer-Haus die Botschaft: ihr müsst Ideen haben, rührig sein, auf andere zugehen. Nicht neu, aber offenbar noch lange nicht Allgemeingut unter den freien Kollegen und Kolleginnen.

Durch Aufträge dazu lernen

Mindestens drei von mehreren Kriterien müssten erfüllt sein, bevor sie einen Auftrag annehme, erzählte Ulrike Langer *(www.medialdigital.de),* deren Eingangsstatement per Video aus den USA kam. Sie wolle persönlich etwas dazulernen, Kontakt mit kompetenten Kollegen halten, ihre Außendarstellung stärken und ein anständiges Honorar erhalten. Langer, die nur während des Volontariats beim *Bonner Generalanzeiger* angestellt war, hält Spezialisierung für unerlässlich, denn die Arbeit müsse schon Spaß machen. Ihr Gebiet sind digitale Medieninnovationen. Als Expertin sei die Chance auf Vermarktung viel besser. Langer freimütig: „Heute werde ich gut bezahlt für Seminare zu Themen, über die ich früher schlecht bezahlte Artikel schrieb und mich noch dazu simpel ausdrücken musste."

Risikobereitschaft gehöre dazu. Erst nachdem Freischreiber-Gründer Kai Schächtele auf eigene Kosten mit einem Kompagnon zur Fußball-WM gereist sei und sein per Crowdfunding finanziertes Blog *(www.brafus2014.com)* Erfolg zeigte, seien Verlage gekommen und hätten um exklusive Berichterstattung gebeten.

Risikobereit ist auch Matthias Morr *(www.schiffstester.de).* Der Hamburger verbringt drei bis vier Wochen pro Jahr auf See, meist auf Luxuslinern, zuletzt auf der Oasis of the Seas, dem laut Eigenwerbung größten Kreuzfahrtschiff der Welt. Dort dreht er Videos quasi als Schiffskritik und stellt das in sein Blog. Drehgenehmigung? „Wozu? Ich mache ja keine Nahaufnahmen von Personen." Ärger? „Nach der Veröffentlichung des Videos hat die Reederei angefragt, ob ich mir nicht auch andere Projekte anschauen wolle." Sponsoring? „Diese Reise habe ich selbst bezahlt und mich als ganz normaler Passagier eingecheckt." Journalismus? „Ich betrachte mich als Blogger. Ich stelle ja meine persönliche Meinung dar, die kann auch ein Verriss sein."

Werbung finanziert Rezension

Lebhaft diskutiert wurde sein Finanzierungsmodell. Eine Geldquelle ist das Youtube-Partnerprogramm, was bedeutet, dem Video läuft Werbung voraus. Bedenklich erschien Kollegen das Affiliate-Marketing auf Morrs Blog, also ein Link zum Hersteller des Produktes, das gerade besprochen wird. Dort wird dann Werbung abgespielt. Eine andere Variante: Ein Link zum jeweiligen Kreuzfahrtveranstalter; wird über diesen Link digital gebucht, gibt es etwa fünf Prozent Provision vom Reisepreis. Morr ist sich sicher, seine guten Zahlen – schon mal 140.000 Klicks aufs Video und 20 Minuten Verbleib – kommen daher, dass er eine absolute Nische bedient. Als Einzelkämpfer ist seine Technik nicht so ausgefeilt wie bei einem TV-Sender, aber viele

Tausender ausgeben könnte er auch nicht. Etwa 25 Prozent seiner Arbeitszeit als Journalist steckt er in die Schiffskritiken. Wieviel Prozent seiner Einnahmen daraus zustande kommen, wollte er nicht sagen.

50 E-Books pro Tag verkauft

Dagegen klare Ansage von Matthias Matting *(www.selfpublisherbibel.de):* E-Book-Autoren nehmen 2000 Euro im Monat ein – allerdings derzeit nur vier Prozent von ihnen. Immerhin rund sieben Prozent des Buchmarktes sind digitale Exemplare, in ein paar Jahren sollen es 25 Prozent sein. Weitere der vielen Zahlen, die der ehemalige *Focus*-Redakteur nannte, klingen auch ermutigend: Er verkauft als Wissenschaftsjournalist von jedem E-Buch etwa 50 am Tag für 2,99 Euro, davon verbleiben 2,00 Euro bei ihm. Amazon sei der derzeit übliche Partner der Selfpublisher, weil er die beste Autorenbetreuung biete. Nutzen sollte man aber durchaus auch andere Plattformen. Eine Zahl stört: Weil das E-Book rechtlich kein Produkt ist, sondern ein Service, liegt der Mehrwertsteuersatz, also auch für Lektoren und Grafiker, bei 19 Prozent.

Eine Kooperation böte sich an, weil Amazon die meisten Aufgaben des Verlags übernehme. Dem Autor verbleibe aber auf jeden Fall das Marketing. Ein eigener Blog sei ein Muss. Da es ein Ranking gebe, genüge der gute Inhalt nicht. Das Geld für einen Lektor, vier bis acht Euro pro 1500 Zeichen und ein paar Hunderter für ein gutes Cover, sollte schon drin sein. Die Leser wünschten das Buch fehlerlos und professionell. Beachten sollte man ein paar Dinge wie: keine Silbentrennung, keine Leerzeilen zwischen Absätzen, Fußnoten nur als Endnoten und Bilder mit maximal 127 KB, weil sie sonst auf dem Endgerät nicht darstellbar seien. Das beliebteste ist immer noch der eReader. Der größte Kundenkreis sind viellesende Frauen.

Von Veränderungen, vor allem in seinem Portfolio, lebt Marco Eisenack *(www.eisenack.com).* Eher zufällig begann der Weg vom Redakteur der *Süddeutschen* zum Agenturchef 2005 mit *mucs,* dem München-Magazin der Jungen Volkshochschule. Weitere Projekte folgten, digital wie auch als Print, denn „erstaunlich viele Anzeigenkunden bestehen auf Papier". Schon bald habe er gemerkt, dass die Anzeigenprovisionen viel höher waren als Journalistenhonorare, daraufhin habe er selbst Anzeigen akquiriert. Heute hat er viele Standbeine und etwa 30 Mitarbeiter. Ist er noch Journalist? Aus seinen Tätigkeiten als Geschäftsführer, Verleger etc. beziehe er nur wenig Geld. Aber dies sei die Plattform für gute Aufträge für seine klassische PR-Agentur. Dort arbeite er auch als Journalist.

Mehr als 60 Teilnehmer waren in Nürnberg dabei.
Da gab es natürlich jede Menge Bedarf zum Netzwerken.

Zu nächtlicher Stunde, nach amerikanischer Zeitrechnung, sprach Ulrike Langer ihr Impulsreferat an die deutschen KollegInnen.

Markennamen als Alterssicherung

Seine Produkte seien auch Rückversicherung, wenn der Markenname so gut ist, dass er einmal verkauft werden kann, etwa um sein Alter nach eigenen Vorstellungen zu finanzieren. Eisenack über seine berufliche Entwicklung: „Angestellte Redakteure fühlen sich oft ihres Arbeitsplatzes nicht sicher, ich fühlte mich als Freier so unsicher, dass ich zum Agenturchef wurde."

Eine Lehrstunde für Akquise ganz allgemein war der Workshop zur Mehrfachverwertung von Marion Trutter *(www.marion-trutter.de).* Auch hier gilt: sich regen bringt Segen. Mindestens einmal im Jahr in eine gut sortierte Buchhandlung und die Zeitschriften durchforsten – gibt es neue Blätter, neue Themen en vogue, Serien? Den Erstkontakt bei einem potenziellen Kunden immer als persönlichen Anruf. Wenn eine Mail folgt, eigene Kompetenz darstellen, das Exposé knapp halten, nicht alle Infos preisgeben, an Vorlaufzeiten denken, terminlich verlässlich sein.

Mehrfachverwertung ergibt sich oft beim Durchdenken und Aufgliedern von Themen: Der Sachbericht könnte noch ein Porträt ergeben, der Termin reizt zu einem Interview. Wichtig bei Mehrfachverwertung: keine Geschäfte mit der Konkurrenz, keine Buyout-Verträge unterschreiben, inhaltlich neuer Artikel – umformulieren genügt nicht, mögliche Zweitverwertung beim Erstverwerter ankündigen.

Fragen an Juristen

Bei Problemen kann man sich an die Juristen der BJV-Geschäftsstelle wenden. In Nürnberg beim FREItag war Stefan Marx vollständig ausgebucht. Und fast alle Fragen bezogen sich auf die Workshop-Themen: Was muss man als Selbstverlag beachten? Spielt der Verbraucherschutz eine Rolle? Was darf mein Video zeigen, was nicht? Wie ist das mit dem Datenschutz? Kann man Themenideen schützen lassen? Wo gibt es eine Impressumspflicht?

Fotos: Jim Albright

Vielen Mitgliedern ist wenig vom „Innenleben“ des BJV bekannt. Wir stellen in einer Serie Personen und Gruppen vor, die sich beruflich oder ehrenamtlich im BJV engagieren.

Leidenschaftlich, wild, kreativ

Der Bezirksverband Augsburg -Schwaben erfindet sich gerade wieder neu

Von Alois Knoller

Es waren einmal die jungen Wilden aus Schwaben: Uschi Ernst, Gerd Horseling, Wolfgang Soergel und weitere Gefährten. In den BJV der 80er Jahre, so dachten sie, müsse frischer Wind hineinblasen. Also begannen sie, von einer Vier-Tage-Woche für Redakteure zu träumen gegen die stillschweigende Überstunden-Ausbeutung, eine Initiative Qualität im Journalismus ins Leben zu rufen mit Visionen für eine zukunftsfähige Zeitung, schließlich sogar im Jahr 2000 einen Bayerischen Journalistentag auf dem Nebelhorn in luftiger Bergeshöhe auszurichten. Der Bezirksverband Augsburg-Schwaben wurde zu einem Begriff für Sturm und Drang im Verband.

In gewisser Weise ist er das bis in die Gegenwart geblieben, mögen auch die Jungen von damals älter und bedächtiger geworden sein. Wohl nirgendwo sonst beteiligen sich so viele Kolleginnen und Kollegen an Streiks wie bei der *Augsburger Allgemeinen* und der *Allgäuer Zeitung*. Sie würden es nicht tun, wenn sie nicht ihrem jetzigen Bezirksvorsitzenden Richard Mayr vertrauten. Er ist heute der junge Wilde, der leidenschaftlich und mitreißend auf Versammlungen in Augsburg, in Kempten, in Ulm, in Nürnberg oder in München das Wort ergreift, um gegen den Sparwahn von Verlegern den Qualitätsjournalismus hochzuhalten und zumutbare Arbeitsbedingungen einzufordern.

Der 39-jährige Feuilletonredakteur führt seit 2013 den Bezirksverband im westlichen Bayern, der aktuell rund 750 Mitglieder zählt. Der Eigenart des schwäbischen Medienstandorts geschuldet, arbeiten die meisten bei der *Augsburger Allgemeinen* mit 17 Lokalausgaben oder beim selbstständigen Kemptener Schwesterblatt *Allgäuer Zeitung* mit acht Lokalausgaben. Angeschlossen sind Online-Redaktionen, deren Kollegen tariflich gleichgestellt sind. Immerhin 40 bis 50 Kollegen beteiligten sich über Monate hinweg an der jüngsten Aktion des Bezirksverbands, ihre Überstunden zu registrieren. „Wir wollen damit der Chefredaktion klarmachen, dass die Redaktionen hart am Anschlag arbeiten und eine weitere personelle Verknappung unweigerlich zu journalistischen Qualitätseinbußen führen muss“, erklärt Mayr. Ein Gespräch mit der Redaktionsleitung steht demnächst an.

Stark macht sich der schwäbische BJV seit jeher für die freiberuflichen Kollegen. Weit strahlt die Medienmetropole München aus und auch PR-Agenturen und Corporate Publishing sorgen für Aufträge.

Können auch fröhlich sein: Die jungen Wilden Karin Seibold und Richard Mayr.
Foto: Bernhard Weizenegger

Vollständig untergegangen sind indes die Zeitschriften des Weltbild-Verlags, aus dem viele Journalisten hervorgegangen sind, die Schwaben treu blieben. Sylvia Schaab trommelt unermüdlich für den Medienstammtisch in der Kälberhalle, der schon mal hintersinnig „Facebook analog – Live und in Farbe“ hieß. Auch in der Fachgruppe und bei den FREItagen wirkt die stellvertretende Bezirksvorsitzende als eine tragende Säule mit. Am selben Strang zieht ihr Vorstandskollege Stefan Puchner. Als freier dpa-Fotograf kennt er die oft miesen Bedingungen des Bildjournalismus – mit Bierduschen im Fußballstadion, mit Billigkonkurrenz der fotografierenden Feuerwehr, mit Minimalhonoraren. Puchner dokumentierte die Missstände und sensibilisierte BJV-Gremien dafür. Bei einem gemeinsamen Runden Tisch mit Fotografen, Feuerwehr, Polizei und Redakteuren warb der Bezirksverband für Verständnis mit der Situation freier Fotografen. Tatsächlich sagten die Blaulicht-Vertreter zu, nur noch dann Pressebilder zu verschicken, wenn keine Fotografen am Ort des Geschehens gewesen sind.

Einen neuen Anlauf unternimmt der Bezirksverband gerade, unter den Radio- und Fernsehkollegen der privaten Studios stärker Fuß zu fassen. Immerhin sind in Augsburg neben den Unternehmungen der Pressedruck und des katholische Sankt Ulrich Verlags auch *Klassik-Radio* mit First News sowie *Radio Fantasy* ansässig. Vielleicht fällt den Schwaben ja wieder so eine zündende Idee ein wie die Aktion „Worte sind wertvoll“ von Karin Seibold. Anstatt über den Qualitätsverfall im Journalismus zu lamentieren, warfen die Aktivisten in einer nächtlichen Lichtinstallation Worte und Sätze im riesigen Format an eine Hausfassade, um die Faszination des Umgangs mit Worten zu vermitteln. Selbst die Chefredaktion war von dieser kreativen Imagekampagne für den Journalismus angetan. Und im DJV fanden sich inzwischen einige Nachahmer der heutigen jungen Wilden aus dem bayerischen Schwaben. Beim Streik der Tageszeitungsredakteure lebte Seibolds Kreativität wieder auf. Bei einem Flashmob auf dem Ulmer Münsterplatz formten rund 200 Journalisten als gemeinsame Botschaft den Slogan „Worte sind wertvoll“ in übergroßen menschlichen Buchstaben.

Beruf im Bild

Kollegen und Kolleginnen in nicht alltäglichen Situationen möchten wir in jeder Ausgabe im Bild präsentieren. So wie hier die Magazinjournalistin Kira Brück. Den Anfang machte der Augsburger Fotograf Stefan Puchner, der sich in einem Stammzellenlabor in Ulm selbst fotografierte (siehe BJVreport 3/2014). Wir freuen uns auf weitere Anregungen. Mailen Sie uns Fotos (info@bjv.de), bitte mit Angabe des Fotografen und einer Auflösung von mindestens 3 MB. Foto: Bene Müller

Kira Brück (32) studierte Germanistik, Journalistik und Philosophie in Bamberg, war unter anderem Ressortleiterin beim *Playboy* und arbeitet jetzt als freie Journalistin. Sie schrieb unter anderem für *Spiegel Online, Welt* und *Bunte*. Einmal im Monat spricht sie in München beim Streettalk für das Frauenmagazin *JOY* spannende Leute an, am liebsten junge Menschen: „Sie haben eine ganz andere Sicht auf die Dinge und das Leben." Deshalb schreibt Kira Brück gerade an einem Buch über kranke Jugendliche und deren Lebenssinn.

Verhandlungen mit BJV abgelehnt

Interview mit Toni Schnell zur Tarifflucht in Nürnberg

Als Hiobsbotschaft empfand „Gewerkschafts-Deutschland“ die Meldung, dass in Nürnberg für die Onliner, die gerade in den bundesweiten Flächentarif überführt wurden, eine tariflose Gesellschaft entsteht. Wird unter Kollegen doch gerne erzählt, dass Verleger Bruno Schnell vor Jahr und Tag seine Belegschaft auf die Straße trieb, damit keiner sagen könne, die trauten sich nicht streiken. Sein Sohn Toni Schnell, Leiter des Olympia-Verlags, beantwortete Fragen des *BJVreports* zu dieser Tarifflucht.

Das Haus Nürnberger Presse galt bisher als absolut tariftreu. Warum wird jetzt erstmals eine tariflose Gesellschaft gegründet?

Im Vordergrund unserer Überlegungen steht, dass wir im Zuge unseres digitalen Ausbaus über zehn neue Arbeitsplätze schaffen wollen und damit in die Zukunftssicherung der Verlagsgruppe investieren. Dies ist in der wirtschaftlich schwierigen Situation unserer Branche heute wohl eher die Ausnahme und sollte als positives Signal verstanden werden. Da die Gesellschaft ausschließlich im Digitalbereich zuständig sein soll, ist das Konditionenwerk des Redakteurtarifvertrages strukturell nicht passend und von der Vergütungs-Höhe bzw. -Systematik auch nicht darstellbar.

Werden die Onliner derzeit nach Redakteurstarif bezahlt, worauf sie nach dem letzten Tarifabschluss Anspruch haben?

Soweit Redakteure bisher für den Digitalbereich tätig sind, werden sie nach dem Redakteurstarif bezahlt. Diese gehen aber nicht in die neue Gesellschaft über. Eine Ausnahme bilden die beiden Portalleiter. Diese sind für den Aufbau und die operative Führung der Gesellschaft zuständig.

Werden sie in der neuen Gesellschaft nach Gehalts- und Manteltarif behandelt oder wird es Abstriche geben? Wenn ja, welche? Welche Laufzeit sollen die Anstellungsverträge haben?

Die übergehenden Mitarbeiter haben von uns eine zweijährige Bestandsgarantie für die bisher geltenden Konditionen erhalten. Neueinstellungen werden - wie in dieser Unternehmensgruppe üblich - fair vergütet. So wird auf freiwilliger Basis u.a. ein Weihnachts- und Urlaubsgeld bezahlt, dies neben diversen anderen Sozialleistungen. Die Laufzeit der Verträge ist unterschiedlich.

Sind Sie bereit, mit dem BJV über die Überführung in den Flächentarif bzw. über einen Haustarif zu verhandeln?

Dafür sehen wir keine Notwendigkeit.

Interview: Michael Anger

Presseausweis 2015 – Jetzt beantragen!

Liebe Kolleginnen und Kollegen,
auf Seite 23 ist der Antrag für die Ausstellung des Presseausweises 2015 abgedruckt.
Sie können den Antrag für den Presseausweis 2015 auch online unter **www.bjv.de/presseausweis** ausfüllen.
Bitte beachten Sie jedoch dass Sie das ausgefüllte Formular ausdrucken und unterschreiben müssen! Eine Online-Signatur ist noch nicht möglich.
Das Formular senden Sie dann bitte eingescannt per Mail an
presseausweis@bjv.de,
per Fax an **089/5450418-18**
oder per Post an die
BJV-Geschäftsstelle,
St. Martin-Str. 64
81541 München.

Was müssen Sie tun?
1. Wenn Sie den Presseausweis beantragen, füllen Sie bitte in jedem Fall die Pflichtfelder (Vor- und Nachname) auf dem Formular aus, Datum und Unterschrift sind unverzichtbar!
2. Bitte geben Sie unbedingt, wenn Sie festangestellt sind, Name und Anschrift des Arbeitgebers (Unternehmensangabe z.B. GmbH, KG, etc.) sowie das Medium (Titel der Zeitung, Zeitschrift, Name des Senders etc.), für das Sie arbeiten, an. Sollten Sie freiberuflich tätig sein, genügt die Angabe „Freier Journalist“. Sie helfen uns damit, zielgenauer für Veranstaltungen, Streiks etc. auswählen zu können.
4. Falls Sie ein Presse-Kfz-Schild benötigen, kreuzen Sie bitte das dafür vorgesehene Kästchen an.

Bitte senden Sie uns den ausgefüllten Antrag so bald wie möglich zurück, damit wir eine Zusendung bis Jahresende gewährleisten können.
Hier geht´s lang zum Presseausweis

Antrag auf Ausstellung eines Presseausweises für Mitglieder

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

2015

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

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

Mitgliederservice

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

Wenn Sie damit einverstanden sind, dass sie von der DJV-Verlags- und Service GmbH per elektronischer Post über neue Angebote informiert werden, erteilen Sie bitte durch Ankreuzen Ihre Einwilligung.

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

Foto

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

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

● **Status:**

☐ **angestellt**

☐ **freie journalistische Tätigkeit**

Private Anschrift

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

Dienstliche Anschrift

- ● Arbeitgeber (bei Festanstellung)
- ● Adresse
- Telefon
- Fax
- Mobil
- E-Mail

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

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 vorstehenden Angaben zum Zwecke der Ausstellung eines Presseausweises elektronisch erhoben, verarbeitet und genutzt werden. Dies geschieht in Erfüllung der Vereinbarung der ausstellungsberechtigten Verbände, wonach jeder ausstellungsberechtigte Verband vor der Ausstellung der bei ihm beantragten Presseausweise die anderen ausstellungsberechtigten Verbände zum Zwecke der Prüfung eines Einspruchs gegen die Ausstellung einzelner Presseausweise darüber unterrichten darf, an wen er Presseausweise ausgeben will.

Sonstige Angaben

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

● Ort, Datum

Unterschrift Antragsteller/in
(keine elektronische Unterschrift!)

● **Pflichtfelder** (müssen bitte ausgefüllt werden)

Der Krieg hat uns

Tutzinger Tagung zeigt die Probleme der Kriegsbericht-erstattung aus vielerlei Perspektiven

Von Thomas Mrazek

19 Artikel, in denen das Wort Krieg vorkommt, zählte Ende September der Bamberger Kommunikationswissenschaftler Markus Behmer in einer Ausgabe der *Süddeutschen Zeitung.* Behmer hatte – als Vertreter des Münchner Arbeitskreises öffentlicher Rundfunk gemeinsam mit der Akademie für politische Bildung in Tutzing – eine Tagung zum Thema „Krieg in Medien – Medien im Krieg" ebendort organisiert.

Achtmal in den vergangenen zehn Jahren habe man sich Medien in dieser Situation gewidmet, sagte Michael Schröder. Der Medienexperte der Tutzinger Akademie zeichnete in wenigen Worten ein Lagebild: Viele Konflikte seien in der Zwischenzeit hinzugekommen, der Journalismus habe sich rasant beschleunigt, die Monopolstellung der Medien sei weiter aufgeweicht, es werde schwieriger, in der digitalen Welt annähernd die Wirklichkeit abzubilden, das Fehlerrisiko steige. Immer wieder stelle sich die Frage, welche Bilder man zeige, wieviel Krieg und Elend dem Publikum zuzumuten sei. Viele Fragen, Bedenken und Unsicherheiten. Diesen Eindruck bestätigten auch die Vortragenden bei dieser zweitägigen Veranstaltung.

Drohnen-Journalismus ohne Empathie

SWR-Rundfunkreporter Martin Durm war aus dem Nordirak angereist. „Ich kann mich gar nicht satt sehen daran", sagte er über seine Fahrt durch das idyllische spätsommerliche Oberbayern nach Tutzing. „Mir hängt vieles nach", äußerte er, der in 30 Berufsjahren schon viel vor allem von der arabischen Welt gesehen hat. Zuletzt berichtete Durm aus Erbil, der Hauptstadt des autonomen Kurdengebiets, dort seien 150.000 Flüchtlinge unterwegs. Durm beschrieb seine Verunsicherung bei seinen Recherchen: „Wir sind so verdammt unwissend in solchen Kriegssituationen." Er berichte eher aus der zweiten Reihe. Denn Vor-Ort-Recherchen seien hochriskant. Durch die oftmals „nur noch virtuelle Wahrnehmung von Kriegen" ginge die Glaubwürdigkeit zunehmend verloren. Es fände über das Netz häufig „eine Art Drohnen-Journalismus" statt, dem die Empathie fehle. Empathie versucht er auf seine Weise zu vermitteln: „Man kann sich darauf einlassen, was ein Krieg mit den Menschen anrichtet." Diesen ständigen Kampf ums Überleben und Normalität zu beschreiben, dafür lohne sich die Berichterstattung immer wieder. „Die Menschen haben ein ungeheuer großes Bedürfnis zu reden", erklärte Durm, dafür sei das Radio das ideale Medium.

Von Hamburg aus arbeitet das 2011 eingerichtete Content Center von *ARD* aktuell. Auch hier tragen die Kollegen eine große Verantwortung. Der Leiter des Content Centers, Michael Wegener, zeigte als Negativbeispiel ein Youtube-Video eines Netzanonymus. Das Video trägt den Titel: „Die *ARD* und *ZDF*-Lügner: Dasselbe Video – verschiedene Berichte" (bjvlink.de/ardzdf). So etwas gelte es zu verhindern. Seine Abteilung sei dafür zuständig, vor allem Fotos und Videos aus dem Netz zu recherchieren, zu verifizieren und mit entsprechenden Metadaten zu versehen. Außerdem pflege man den Austausch mit der Community. „Nur wenn man dort selbst aktiv ist, kann man dort auch recherchieren", erläuterte Wegener. Er zeigte, wie aufwändig die Verifikation von Informationen und Materialien aus dem Internet erfolgt. Trotz akribischer Recherchen und eingespielter Verifizierungsprozesse mit hohem Zeitaufwand seien immer noch Fehler möglich, räumte Wegener ein.

Einen Überblick zu 500 Jahren Kriegsberichterstattung vermittelte der emeritierte Mainzer Medienprofessor Jürgen Wilke. „Der Krieg ist ein Treiber der Medienentwicklung", resümierte Wilke. Nadine Bilke, stellvertretende Leiterin der Hauptredaktion Neue Medien des *ZDF*, stellte ihr Konzept eines „konfliktsensitiven Journalismus" vor, der von Journalisten bei der Berichterstattung über Konflikte mehr Selbstreflektion und Empathie einfordert (mehr dazu unter *www.friedensjournalismus.de).* Praxisnah referierte Markus Behmer über die vielschichtigen Probleme der Kriegs- und Krisenberichterstattung aus der Warte eines Kommunikationswissenschaftlers. Der Geschäftsführer der Reporter ohne Grenzen, Christian Mihr, verdeutlichte, wie seine Organisation „Lobbyarbeit für die Sicherheit der Journalisten" betreibt. Neben den üblichen physischen Gefahren werde die Überwachung in Krisengebieten zu einem immer größeren Problem. Leider missverständlich dargestellt wurde das crossmediale Projekt „Völkerschlacht" des *Mitteldeutschen Rundfunks (MDR).* Katja Wildermuth, Redaktionsleiterin Geschichte und Gesellschaft, präsentierte zu salopp, was einigen Teilnehmern missfiel (www.mdr.de/voelkerschlacht).

Beeindruckend auf die Teilnehmer wirkte der Vortrag des Bamberger Journalisten und Fotografen Till Mayer: „Abseits der Schlachtfelder – Fotos von vergessener Not und vergessenen Konflikten". Mayer, der beim *Obermain-Tagblatt* in Lichtenfels als Redakteur arbeitet, reist bereits seit knapp 20 Jahren in Kriegs- und Krisenländer. „Die Würde des Menschen zu bewahren ist das wichtigste", mahnte Mayer. Ein Blick auf seine Homepage lohnt sich: www.tillmayer.de.

Auslaufmodell Korrespondent?

Viel gereist ist auch Stefan Klein, Chefkorrespondent der *Süddeutschen Zeitung.* Klein, der Anfang der 1970er Jahre die Deutschen Journalistenschule besuchte, berichtete als Reporter unter anderem von Kriegen in Äthiophien, Afghanistan und anderen Krisenplätzen. „Ich bin ein Auslaufmodell", stellte der *SZ*-Kollege nüchtern fest. Die Arbeit habe sich revolutioniert, Kriegsparteien stellten ihre Propaganda ins Netz, Akteure wie Blogger und Bürgerjournalisten arbeiteten viel schneller und risikobereiter – doch zumeist hätten sie das Handwerk nicht gelernt. „Ungute Formen des Journalismus" wie der so genannte Fallschirmjournalismus entstünden, beklagte Klein und ließ die rund 70 Teilnehmer nachdenklich zurück.

Stets aktualisierte Link-Hinweise des Autors zu Artikeln zum Thema Krisenberichterstattung finden Sie unter:
bjvlink.de/krisenberichterstattung

Promifotos – Gerichte uneins

Landgericht Köln: Medienrummel ist Ereignis von zeitgeschichtlicher Bedeutung

Von Maria Goblirsch

Die Bilder der *heute*-Sendung des *ZDF* zeigen Corinna Schumacher auf dem Weg ins Krankenhaus in Grenoble, umringt von einer Schar von Fotografen. Fünf Tage nach dem schweren Skiunfall ihres Mannes sieht die Frau des Rennfahrers Michael Schumacher sichtlich gezeichnet aus. Auch die *taz* und verschiedene Magazine aus dem Burda-Verlag veröffentlichten diese Fotos.

Zu Recht? Überwog in diesem Fall das Interesse der Öffentlichkeit an der Berichterstattung über diesen Besuch? Oder hatte der Schutz der Privatsphäre von Corinna Schumacher mehr Gewicht, hätten die Fotos also unveröffentlicht bleiben müssen? Die Sache ging vor die Gerichte. Und die unterschieden im Fall Schumacher pro und contra.

Bilder mit voyeuristischem Charakter

Das Landgericht München gab im Juli 2014 (Az. 9 O 5966/14) Corinna Schumacher Recht und führte aus, natürlich bestehe nach dem schweren Unfall ihres Ehemannes ein Interesse der Öffentlichkeit. Doch das Interesse der Klägerin an der Wahrung ihrer Persönlichkeitsrechte überwiege.

Besonders schwer falle ins Gewicht, dass Corinna Schumacher „ersichtlich von dem Schicksal ihres Mannes gezeichnet“ sei und dies in den veröffentlichten Aufnahmen „besonders deutlich zu plakativer Geltung“ komme. Die Richter erklärten, an derartigen Berichten bestehe durchaus ein Unterhaltungsinteresse der Öffentlichkeit. Eine „Niveaukontrolle“ dürfe nicht stattfinden.

Allerdings trügen die umstrittenen Fotos nicht wesentlich dazu bei, die Textberichterstattung mit Fakten zu unterlegen. Im Gegenteil: Die Berichterstattung weise einen „voyeuristischen Charakter“ auf.

Das Gericht beschäftigte eine weitere Frage: Hat die Frau des Formel 1-Stars in die öffentliche Zurschaustellung ihrer Person und in die Veröffentlichung der Aufnahmen eingewilligt, indem sie das Krankenhaus unter Blitzlichtgewitter betreten hat – also mit Bildern in der Presse rechnen musste? Die Richter sahen in dem Auftritt im Medienrummel jedoch keine automatische Einwilligung.

Medienrummel macht Berichterstattung zulässig

Ganz anderer Ansicht waren zum gleichen Geschehen die Richter am Landgericht Köln: Sie entschieden Ende August im Fall der *ZDF*- und der *taz*-Berichterstattung, dass diese erlaubt gewesen sei (Az.: 28 O 167/14 und 28 O 168/14). Ihre Begründung: Der nicht nachlassende Medienrummel um den Ski-Unfall von Michael Schumacher sei ein zeitgeschichtliches Ereignis mit einem gewissen Nachrichtenwert.

taz und *ZDF* hätten das Verhalten der Medien in ihren Berichten kritisch hinterfragt und mit den Bildern die Situation vor dem Krankenhaus verdeutlicht. „Die Berichterstattung dient damit nicht lediglich der Befriedigung von Neugier und der Unterhaltung des Lesers“, heißt es in der Urteilsbegründung. Sie leiste vielmehr einen erheblichen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung, „indem sie den Leser in die Lage versetzt, sich selbst ein Urteil darüber zu bilden, ob er diese Berichterstattung wünscht“.

War die Medienkritik nur ein Feigenblatt?

Der Anwalt von Corinna Schumacher hatte vor Gericht die Medienkritik in den Berichten des *ZDF* und der *taz* als „Feigenblatt“ kritisiert. Es sei fragwürdig, eine bestimmte Art der Berichterstattung zu kritisieren, indem man das Beanstandete selbst reproduziere und die umstrittenen Bilder erneut zeige.

Die Richter folgten dem allerdings nicht und erklärten, den Fotos komme ein eigener Informationswert zu. Denn die Aufnahmen vermittelten einen plastischen Eindruck von der Situation vor der Klinik und setzten den Leser damit besser als eine reine Wortberichterstattung in die Lage, den Hintergrund der Story zu erfassen und sich eine eigene Meinung zu bilden.

> **„Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden.“**
>
> Paragraph 22 Kunsturhebergesetz

Darf man Agenturbildern vertrauen?

Am Rande ging das Landgericht Köln auch auf die Frage ein, ob Redaktionen die von *Associated Press (AP)* gelieferten Bildern verwenden durften.

Für die Wortberichterstattung gilt nach der Rechtsprechung, dass sich die Medien auf Meldungen der *AP* verlassen dürfen, ohne wegen ihrer journalistischen Sorgfaltspflicht eigene Nachforschungen anstellen zu müssen. Denn anders ist nach Ansicht der Juristen eine *aktuelle* Berichterstattung nicht zu gewährleisten.

„Es ist diskutabel, diese Gedanken auch auf Lichtbilder anzuwenden, die von Presseagenturen verbreitet werden“, heißt es in der Urteilsbegründung. Auch hier sei es den Medien nicht zumutbar, in der Kürze der zur Verfügung stehenden Zeit zu überprüfen, „ob der Presseagentur beispielsweise die Urheberrechte des Lichtbildners zustehen oder ob die Fotografie mit Zustimmung des Abgebildeten angefertigt ist.“

Zudem könnten die Medien auch nicht recherchieren, unter welchen Umständen die Fotos entstanden seien und ob diese möglicherweise einer Veröffentlichung entgegenstehen könnten. Die Presse dürfe sich daher auf eine entsprechende Vorprüfung durch die Agenturen verlassen.

Foto-Apps fürs Smartphone

Schnell reagieren, Fotos mit dem Smartphone schießen, bearbeiten und an die Redaktion schicken? Mit den richtigen Apps kein Problem

Von Johannes Michel

Die größte deutsche Boulevardzeitung hat es vorgemacht, und auch kleinere lokale Tageszeitungen ziehen mehr und mehr nach: Sie etablieren Leserreporter, die selbst Artikel schreiben und damit insbesondere die Onlineableger der Verlage befüllen sollen. Deren wichtigstes Arbeitsgerät sind Smartphones: Denn eine echte Digitalkamera ist heute kaum noch nötig, um schnell und unkompliziert Fotos zu machen. Was hat das aber mit uns Journalisten zu tun? Ganz einfach: Entscheidend ist heute nicht mehr nur der Terminjournalismus, sondern vielmehr das spontane Geschehen. Ein tolles Fotomotiv entdeckt? Zufällig am richtigen Ort? Und wenn dann die Spiegelreflexkamera einmal nicht im Gepäck ist, kann auch der Journalist sein Smartphone nutzen. Wir stellen dazu Apps vor, mit denen sich aus den Smartphone-Bildern echt was machen lässt.

Pixlr Express (Plus)

Direkt nach dem Start der App „Pixlr Express“ erscheint ein aufgeräumt wirkender Bildschirm, der die Auswahl bereits vorhandener Bilder oder den Zugriff auf die Kamera des Smartphones ermöglicht. Wurde ein Bild selektiert, ist der Button „Anpassung“ die erste Anlaufstelle, denn hier verbergen sich die wichtigsten Funktionen des kleinen Bildbearbeitungsprogramms. Von einfachem Aufhellen über Kontrast, Schärfen, Beschneiden, Drehen, Farboptimierung und einem automatischen Korrekturmodus sind alle Optionen vorhanden, um ein Foto zu verbessern. Soll die Bearbeitung eher in die künstlerische Richtung gehen, sind auch vorgegebene Filter erhältlich, die nach Installation der App einmalig heruntergeladen werden müssen. Besonders für Postings in sozialen Medien stehen zahlreiche Rahmen bereit, ebenso ist es möglich, das Foto mit Text zu versehen. Wie PC-Programme auch, ermöglicht „Pixlr Express“, Bearbeitungsschritte wieder rückgängig zu machen. Nach der Bearbeitung speichert die App Fotos in Originalauflösung, auch das direkte Teilen auf Facebook und Twitter ist möglich.
Android, iOS – kostenlos

Photo Editor

Vom Design her etwas rudimentärer präsentiert sich der „Photo Editor“. Zunächst ist es aufgrund des Allerweltnamens der App gar nicht so einfach, sie im Google Play Store zu finden. Nach der Installation steht dem Nutzer aber ein mächtiges Tool zur Verfügung. Im Gegensatz zu vielen anderen Apps lassen sich beim „Photo Editor“ sogar Farbkurven und Farbwertanpassungen vornehmen. Integriert sind zahlreiche Automatiken wie zum Beispiel der Gegenlicht-Filter, der nicht einfach ein Ergebnis vorgibt, sondern sich mit Hilfe von Schiebereglern weiter verändern lässt. Nicht vernachlässigt haben die Entwickler eine weitere Profi-Funktion: Ein Undo-Button zeigt an, wie viele Bearbeitungsschritte bereits vollzogen wurden und

Für die Bildbearbeitung auf die Schnelle reichen heute Apps für Smartphones und Tablets. Die Ergebnisse müssen sich zum Teil vor Photoshop & Co. nicht verstecken. Fotos: Johannes Michel

erlaubt somit, ähnlich wie im Protokoll bei Photoshop, mehr als einen Schritt rückgängig zu machen. Ebenfalls integriert ist eine Stapelverarbeitung, mit der mehrere Fotos mit den gleichen Einstellungen optimiert werden können. Auch der „Photo Editor" speichert die bearbeiteten Bilder in Originalauflösung, wobei nicht nur das jpg-Format, sondern auch PNG, GIF und PDF möglich sind. Ebenso können die EXIF-Daten verändert oder einfach entfernt werden.
Android – kostenlos

PicsArt Photo Studio

Die Besonderheit der App „PicsArt Photo Studio" ist die Verfügbarkeit auf gleich drei mobilen Systemen. Die App bringt viele Werkzeuge und vordefinierte Presets mit. Interessant ist etwa die Funktion „Freier Ausschnitt", wo durch markieren eines bestimmten Bildausschnitts dieser dann freigestellt werden kann. Auch Formen sind hier möglich, etwa ein Dreieck oder ein Stern. Wer viel in sozialen Medien unterwegs ist und möchte, dass sich die Fotos vom Einheitsbrei abheben, könnte hier richtig sein. Nachteile gibt es aber auch: Bei den Versionen für Android und Windows Phone ist die Ausgabeauflösung auf 2048 x 1536 Pixel beschränkt, bei iOS stehen immerhin 4000 x 3000 Pixel zu Verfügung. Und: Ist während der Nutzung der App eine Internetverbindung aktiv, erfolgen Werbeeinblendungen am laufenden Band. Diese lassen sich durch den Kauf einer Pro-Version (nicht für Windows Phone) ausblenden, dafür werden aber um die fünf Euro fällig.
Android, iOS, Windows Phone – kostenlos

Photoshop Express

Der Name Photoshop verspricht viel. Ganz halten kann die App für Smartphones diese Versprechen allerdings nicht. Denn im Gegensatz zur bekannten Desktop-Variante sind die Möglichkeiten doch stark eingeschränkt. Erste Hürde: Die App steht nur in Englisch zur Verfügung, was gerade bei so manchem Fachbegriff keine gezielte Aktion, sondern Ausprobieren erfordert. Die vorgegebenen Filter sorgen für gute Ergebnisse, zumal sich auch hier per Schieberegler selbst noch Anpassungen vornehmen lassen. Einige Filter lässt sich Adobe aber per In-App-Kauf bezahlen, so dass sich für Anwender, die die App häufig nutzen möchten, die Pro-Version anbietet, die allerdings nicht für Windows Phone bereit steht. Eine Profi-Option hat „Photoshop Express" aber sogar in der kostenlosen Variante an Bord: Die App kann mit RAW-Dateien umgehen. Ob das Sinn macht, sei dahingestellt – falls ja, sehen wir hier die Anwendung eher auf Tablets mit dem Programm „Photoshop Touch", da bislang nur eine Handvoll Smartphones überhaupt RAW-Bilder aufnehmen können und dieses Format noch eher bei DSLR-(Spiegelreflex) Kameras verbreitet ist. Und zum Bearbeiten müssten die Fotos erst einmal von der Kamera auf das mobile Gerät wandern – eine weitere Hürde.
Android, iOS, Windows Phone – kostenlos. Als Pro-Version für Smartphones und Tablets unter dem Namen „Photoshop Touch": Android 4,49/7,99 Euro, iOS 4,49/8,99 Euro

Snapseed

Wem es vor allem darum geht, mit einer Berührung oder einer Wischgeste gute Ergebnisse zu erzielen, der sollte sich die App „Snapseed" etwas genauer anschauen. Das Programm setzt vor allem auf Filter, die Funktionen sind allesamt in einer Leiste aufgeführt. Gesteuert werden die Filter über Wischgesten (links-rechts, oben-unten), was zunächst gewöhnungsbedürftig anmutet, nach einiger Zeit aber Spaß und vor allem auch Sinn macht. Eine besondere Funktion, die kaum ein Konkurrent mitbringt, ist die partielle Anpassung: Per Fingertipp lassen sich bestimmte Bereiche eines Fotos auswählen, zum Beispiel der Himmel oder die grüne Wiese. Anschließend können dann nur diese Bereiche bearbeitet werden. Positiv: Snapseed speichert die Fotos in Originalauflösung (iOS) oder immerhin mit 4000 x 3000 Pixel (Android).
Android, iOS – kostenlos

PicSay

Die App „PicSay" gehört zu den bestbewerteten Bildbearbeitungs-Apps im Google Play Store. Vielleicht deshalb, weil sie sich sehr einfach bedienen lässt. Die englische Sprache stört aufgrund der vielen Symbole, die die dahinter befindliche Funktion gut erklären, eher weniger. Für rudimentäre Bearbeitung reichen die Funktionen der kostenfreien Version aus, insbesondere Möglichkeiten wie Verzerren oder Beleuchten bestimmter Bildbereiche sind gut umgesetzt. Mehr Optionen bietet die Pro-Version für 2,99 Euro, wobei die Funktionalität auch dann kaum über hier bereits vorgestellte andere kostenlose Programme hinausgeht. Wem das gute Design und die einfache Bedienung der App dennoch gefallen, der kann aber bedenkenlos zuschlagen.
Android – kostenlos. PicSay Pro 2,99 Euro

Picture Perfect

Lediglich für Smartphones mit dem Betriebssystem Windows Phone gibt es die App „Picture Perfect". Zwar nervt die App mit Werbeeinblendungen, dafür lässt sie sich einwandfrei bedienen und wurde auch gut an das Bedienkonzept von Windows Phone angepasst. Eine gewisse Einarbeitungszeit ist aber aufgrund der vielen Möglichkeiten unbedingt nötig, denn neben klassischen Bearbeitungsoptionen wie Farbe, Kontrast, Helligkeit und Schärfe gibt es auch besondere Funktionen wie etwa eine Hintergrundbeleuchtung. Großes Manko: Die Fotos werden nicht in Originalauflösung gespeichert, sondern mit einer Auflösung von etwa einem Megapixel. Für den Printabdruck reicht das nicht mehr.
Windows Phone – kostenlos

LazyLens

„LazyLens", ebenfalls für Windows Phone, verfolgt einen etwas anderen Ansatz. Zwar kann auch dieses Programm Fotos nur verkleinert speichern (maximal mit 1500 x 1000 Pixel), dafür sind die Funktionen klarer bezeichnet, Schieberegler ermöglichen detaillierte Anpassungen. Und: Optionen wie „Zuschneiden" wurden optimal an die Touchscreen-Bedienung angepasst.
Windows Phone – kostenlos

Fazit

Bildbearbeitung am Smartphone? Das ist heute, zumindest auf die Schnelle, bereits sehr gut möglich. Selbst die kostenlosen Apps taugen für gehobene Ansprüche. Bei der Installation sollten Sie sich aber genau anschauen, welche Rechte die App einfordert. Nicht nachzuvollziehen ist beispielsweise, warum „PicsArt Photo Studio" Zugriff auf die Identität des Smartphone-Nutzers benötigt. Wer doch lieber mit seinem Laptop arbeitet, kann sich die Ausgabe 1/2013 des *BJVreports* hervorholen – dort haben wir Programme für den Desktop getestet.

„Bullshit im Sekundentakt“ gefällt bestens

Bei *Focus Online* freut man sich über hohe Klickzahlen – der Preis dafür ist hoch

Von Thomas Mrazek

„Auf dieser stabilen Basis wollen wir den erfolgreichsten europäischen Internet-Konzern aufbauen“, liest man im Foyer der Tomorrow Focus AG auf einer riesigen Comic-Wandfläche. Einige unterschiedlich große Segelboote mit dem Namen „Marke“ segeln dabei in Richtung Erfolg. Als Erst-Besucher fesselt einen diese simplifizierte Darstellung, auf der noch Dutzende Ziele, Visionen und Werte des Münchner Internet-Konzerns peppig abgebildet sind. PR können sie schon mal. Das Unternehmen, das im Krisenjahr 2001 aus der Fusion von Focus Digital AG und Tomorrow Internet AG entstanden ist, beschäftigt über 700 Mitarbeiter und hat inzwischen 15 Marken unter seinem Dach. Unter anderem sind dies Holiday Check; Elite Partner, die Ärzteempfehlungs-Seite Jameda; die Cellular GmbH, ein „Full-Service-Anbieter“ für mobile Dienste. Die Tomorrow Focus Media GmbH ist einer der führenden Online-Vermarkter in Deutschland. Außerdem gibt es noch einige journalistische Marken wie Finanzen100, NetMoms, seit einem Jahr die deutsche Ausgabe der *Huffington Post* und *Focus Online*. Ein starkes und vielseitiges Portfolio ist hier entstanden.

Focus Online gilt als eines der Aushängeschilder des Konzerns. Schließlich ist das 1996 gegründete Portal eine der Keimzellen, der Internet-Aktivitäten des Verlegers Hubert Burda. Wenn man der PR des Konzerns Glauben schenken darf, läuft es bei diesem Angebot derzeit bestens. Die Fakten belegen dies: „Klare Nummer zwei unter den Nachrichtenportalen (...) klar vor *Spiegel Online*“ (Juni 2014). Laut den AGOF internet facts 2014-07 sind das immerhin 12,31 Millionen unique User pro Monat. Im September meldete man über zwei Millionen Facebook-Fans: „Inzwischen generiert das Nachrichtenportal über 18 Prozent seiner Visits über Facebook.“ Zusammengefasst lautet die Beschreibung aus der Sicht der Tomorrow Focus AG so: „*Focus Online* ist eines der erfolgreichsten Online-Nachrichtenmedien in Deutschland. Mit schnellen Nachrichten und präzisen Analysen ist das Portal eine feste Adresse für Qualitätsjournalismus im Netz. *Focus Online* steht für hervorragenden Nachrichtenjournalismus“.

Alles gut, oder? Wären da nicht Medienjournalisten wie Mats Schönauer, der genau dieses vorgenannte Zitat für den Einstieg in seinen Bildblog-Artikel: „*focus.de:* Bullshit im Sekundentakt“ wählte *(bjvlink.de/bildblog1). Focus Online* ist für Schönauer „der Ein-Euro-Laden des deutschen Journalismus. Die ramschige Resterampe, auf der man alles findet, was selbst Klickfängern wie *Bild.de* zu billig war. *Focus Online* haut alles raus. Raus, raus, raus, irgendwer wird schon draufklicken.“ Das sind markige Worte, die ganz und gar nicht zum Hochglanzbild der Tomorrow Focus AG passen. Doch Schönauer kann seine Abneigung belegen, er erwähnt den „unfassbare[n] Live-Ticker zum Gesundheitszustand von Michael Schumacher (...). Niemand sonst blies so lange und so ambitioniert irgendwelche Schumacher-Gerüchtefetzen in die Welt wie *Focus Online*.“ Dann zählt er akribisch über 70 (!) Titelzeilen auf, die *Focus Online* nach dem Suizid des Schauspielers Robin Williams veröffentlichte. Kleine Widersprüche und Ungenauigkeiten blieben da nicht aus. Was aber viel schwerer wiegt: In diesem Fall widerspricht „das Dauerfeuer der Berichterstattung eben genau dem, was Medienforscher bei Suiziden von Prominenten immer wieder fordern: Zurückhaltung“, moniert Schönauer und holt weiter aus: „*Focus Online* arbeitet stattdessen, wie andere auch, eifrig daran, die Selbstmordrate in die Höhe zu treiben. (...).“ Nur wenige Tage später hauen die Münchner Kollegen „mal wieder raus und [zeigen] in mehreren Artikeln sowohl Standbilder als auch Sequenzen des Videos von der Enthauptung“ des US-Journalisten James Foley, schreibt der Medienjournalist bei Bildblog *(bjvlink.de/bildblog2).*

> **„*Focus Online* haut alles raus. Raus, raus, raus, irgendwer wird schon draufklicken.“**
>
> *Mats Schönauer im Bildblog, 18. August 2014*

Man könnte diese Beispiele für „hervorragenden Qualitätsjournalismus“ (Tomorrow Focus AG) fortführen, Negativ-Beispiele böten sich leider jede Menge – als Leser würden Sie bald die Nase rümpfen. Der Autor beobachtet das Angebot seit seinem Start 1996. Milde gesprochen entspricht diese Form von Journalismus nicht mehr meinem Geschmack. Auszunehmen davon sind sicherlich viele mit Herzblut und fundierter Recherche entstandene Beiträge – doch um diese bei *Focus Online* zu finden, muss man sich zuweilen durch eine Wüste von Trash-Meldungen durchklicken. Dafür habe ich keine Zeit, dazu habe ich keine Lust.

Daniel Steil ist seit Juli 2011 Chefredakteur von *Focus Online*. Über das Thema Medienethik im Online-Journalismus möchte Steil nicht reden: „Für das Thema gibt es bessere Kollegen, die dazu bestimmt gerne was sagen“. Die Qualitätsdebatte könnten andere führen. Was Medienjournalisten schreiben sei ihm egal, für ihn zählten nur die Nutzer und da habe man es geschafft immer mehr an sich zu binden: „Wir machen den Content, den die User lieben“. Er gebe auch jungen Journalisten eine Chance, und schließlich biete er sichere Arbeitsplätze. Die „Bedenkenträger“ seien nicht mehr in der Redaktion und freilich sei sein Angebot nicht der *Spiegel*. Ob es den Verleger Hubert Burda bei der Nutzung von *Focus Online* nicht wie einst Axel Springer zuweilen vor seiner Bild grusele? Steil, der die Springer-Journalistenschule absolvierte und in der *Bild*-Chefredaktion arbeitete, verneint grinsend, Burda gefalle die Mischung von Nachrichten auf *Focus Online* bestens und bei Redaktionsbesuchen zeige er sich stets gut gelaunt. Hubert Burda gilt Vielen heute noch als einer der Welt ambitioniertesten Verleger im Netz.

Buchtipps

* Mit der ISBN-Suche der Wikipedia können Sie das entsprechende Werk in Bibliotheks- und Verbundkatalogen sowie im Buchhandel schnell finden.

Eine Frage des Glaubens

Glaubt man Markus Schächter, dem ehemaligen Programmentscheider im ZDF, dann existiert eine (durch dieses Buch nicht mehr so) heimliche Verbindungslinie zwischen dem Hochamt am Hauptaltar und dem TV-Event am Hauptabend: Thomas Gottschalk, Günther Jauch oder Alfred Biolek haben es nur deshalb so weit auf der Karriereleiter nach oben gebracht, weil sie auf eine religiös grundierte Kindheit verweisen können. Sie waren Messdiener – so wie Schächter selbst. Der Dienst am Altar also als perfekte Vorbereitung für den Erfolg im Show-Zirkus? Besetzen deshalb Programmdirektoren Entertainment-Jobs bisweilen zu zwei Dritteln mit ehemaligen Messdienern? Schächters These ist steil. „Zufall", kräht nicht zuletzt Günther Jauch. Ihn und andere ehemalige Gottesdiener hat der Autor dazu gebracht, Intimstes preiszugeben. Da ist viel Weihrauch im Spiel, aber auch journalistische Akribie. Nur ein Gedanke bleibt ungedacht: Wenn es immer weniger Ministranten gibt, stirbt dann auch der Beruf des Fernsehunterhalters aus?

Senta Krasser

Markus Schächter: Die Messdiener. Von den Altarstufen zur Showbühne. Erfahrungen der Showstars von Günther Jauch bis Matthias Opdenhövel, Herder Verlag 2014, 192 Seiten, 18,99 Euro, ISBN 978-3-451-29971-1. ISBN-Suche der Wikipedia*: bjvlink.de/schaechter-isbn

Von Heuschrecken und Menschen

Aussaugen, statt sanieren! Anfang des neuen Jahrtausends machten auch Medienunternehmen so ihre Erfahrungen mit Private-Equity-Investoren. Dietmar Schickel, langjähriger Geschäftsführer des Kabelkonzerns Tele Columbus, hat sich nun in launiger Tagebuchform die Wut von der Seele geschrieben.

„Wie ein Stück aus dem Tollhaus", kommentiert Jo Groebel im Vorwort schwindelerregende Wechsel der Gesellschafterverhältnisse. Geschäftsführer kommen, konterkarieren Entscheidungen der Vorgänger und verschwinden wieder – üppige Gewinne im Gepäck. Kredite, Beraterverträge und Managementgebühren in Millionenhöhe bringen das Unternehmen rasant in Schieflage.

Aber haben wir nicht immer schon geahnt: Nicht Ratio, sondern Eitelkeit und Ehrgeiz leiten die großen Chefs da oben. Bleibt noch die Frage: Warum hielt Schickel dem inhumanen System so lange die Treue? Er selbst gibt darauf freimütig die Antwort: „Gier frisst bekanntlich Hirn." *Barbara Weidmann-Lainer*

Dietmar Schickel: Nach der Plage. Vom Überlebenskampf eines Medienunternehmens. Vistas Verlag, Berlin 2014, 108 Seiten, 20,00 Euro, ISBN 978-3-89158-600-6, ISBN-Suche der Wikipedia*: bjvlink.de/schickel-isbn

Kein Brückenschlag zur Medienökonomie

In einem Dutzend Aufsätze versuchen die Wissenschaftler die „schicksalhafte Verbindung" zwischen Journalismus und Ökonomie zu analysieren. „Der Journalismus ist kein Geschäftsmodell – und wird nie eines werden", mahnt schon in der Überschrift der Eichstätter Journalistikprofessor Dieter Altmeppen und warnt vor einer noch „intensiveren kapitalismusaffirmativen Berichterstattung". Fundierten Analysen der Medienentwicklung wie etwa Castulus Kolos „Hoffnung für Zeitungsverlage durch Tablet & Co.?" schließen sich allzu kleinteilige und befremdlich wirkende Studien, etwa zu den CEO-Vorworten in den Jahresgeschäftsberichten deutscher Medienhäuser an. Leider nicht sonderlich aktuell und von einer Grundskepsis gegenüber dem Untersuchungsgegenstand geprägt sind die Aufsätze zum Crowdfunding und Stiftungs-finanziertem Journalismus.

Thomas Mrazek

Frank Lobigs, Gerret von Nordheim (Hg.): Journalismus ist kein Geschäftsmodell. Aktuelle Studien zur Ökonomie und Nicht-Ökonomie des Journalismus. Nomos, Baden-Baden, 2014, 269 Seiten, 46,00 Euro, ISBN 978-3-8487-1150-5, ISBN-Suche der Wikipedia*: bjvlink.de/lobigs-isbn. Verlagsinformationen: bjvlink.de/nomos

Plädoyer für die Anonymität

Dass im Internet und vor allem in den Diskussionsforen von Medien in letzter Zeit ein ungutes Klima herrscht, ist ein großes Problem. Vorschnell wird oft gefordert, zumindest bei Medien die Anonymität abzuschaffen – dann werde es schon wieder gut. So einfach ist es freilich nicht. Und dann ist da ja auch noch die NSA. Ingrid Brodnig leitet das Medienressort der Wiener Wochenzeitung *Falter* und schreibt über Themen wie Netzpolitik und den digitalen Wandel. Sie kann die selbst gestellte Frage: „Wann ist die Geheimhaltung der eigenen Identität berechtigt und notwendig?" überzeugend beantworten. Brodnigs Werk sei insbesondere geplagten Community-Redakteuren, aber auch allen anderen Journalisten empfohlen. Die Autorin versucht keineswegs zu missionieren, sondern sie analysiert die Thematik vielseitig und abwägend. „Was tun mit Anonymität?", fragt sie im letzten Kapitel und diskutiert unter der Überschrift „Wie man online gegenseitigen Respekt fördert" einige Lösungsansätze.

Thomas Mrazek

Ingrid Brodnig: Der unsichtbare Mensch. Czernin, Wien, 2013, 176 Seiten, 18,90 Euro, ISBN 978-3-7076-0483-2, ISBN-Suche der Wikipedia*: bjvlink.de/brodnig-isbn Verlagsinformationen: bjvlink.de/czernin

Pressestellen A bis Z im BJVreport

Hier finden Sie die Einträge von Pressestellen aus den Bereichen Bildung/Wissenschaft (BW), Medien (M), Messen/Ausstellungen (MA), Finanzen (F), Versicherungen (V), Energie (E), Verkehr (VK), Unternehmen (U), Kammern (K), Verbände (VB), Soziales/Kirche (SK):

A

AFAG Messen und Ausstellungen (MA)
AGCO FENDT (U)
AOK Bayern (V)

B

Bauindustrie Bayern / Bayerischer Bauindustrieverband (VB)
Bayerische Börse / Börse München (F)
Bayerische Landesärztekammer (K)
Bayerische Landeszahnärztekammer (K)
Bayerischer Jagdverband (VB)
Bayerngas (E)
Bayernhafen Gruppe (VK)
Bayern Innovativ (W)
Bayernwerk (E)
BayWA (U)
Berufliche Fortbildungszentren (bfz) der Bayerischen Wirtschaft (BW)
Bischöfliche Aktion Adveniat (SK)
BMW Group (U)

C

Caritasverband für die Erzdiözese Bamberg (SK)

D

DIEHL Diehl Stiftung (U)
Dräxlmaier Group (U)

E

Erdgas Schwaben (E)
E-T-A Elektrotechnische Apparate (U)

F

Fachverband Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik Bayern (VB)
Flughafen München (VK)
Fraunhofer-Institut für Eingebettete Systeme und Kommunikationstechnik ESK (BW)
Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS (BW)
Fraunhofer-Zentrale (BW)

G

Generali Versicherungen (V)
GVB Genossenschaftsverband Bayern (F)

H

Handwerkskammer für München und Oberbayern (K)
Hanns-Seidel-Stiftung (BW)
Hochschule Hof (BW)

IJ

IHK Nürnberg für Mittelfranken (K)
Interhyp Baufinanzierung (F)

K

Klinikum Nürnberg (U)

L

Landesvereinigung der Bayerischen Milchwirtschaft (VB)
LBS Bayerische Landesbausparkasse (F)
LEW Lechwerke (E)
LfA Förderbank Bayern (F)
LMU Ludwig-Maximilians-Universität München (BW)
LOEWE (U)

M

Messe Berlin (MA)
MR Maschinenfabrik Reinhausen (U)

N

N-ERGIE (E)
NÜRNBERGER Versicherungsgruppe (V)

O

OMV Deutschland (U)
OSRAM (U)

P

Porsche Consulting (U)

R

RMD Rhein-Main-Donau (E)

S

SIEMENS Region Bayern (U)
Sparkassenverband Bayern (F)
Stadtsparkasse München (F)
St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg (U)
StWN Städtische Werke Nürnberg (U)
Süddeutscher Verband reisender Schausteller und Handelsleute (VB)
swa Stadtwerke Augsburg Holding (E)

T

Thüga (E)
TÜV Rheinland (U)
TUM Technische Universität München (BW)

V

VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft (VK)
VBEW Verband der Bayerischen Energie- und Wasserwirtschaft (VB)
VdK Bayern Sozialverband (SK)
Versicherungskammer Bayern (V)
VGN Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VK)

W

wbg Nürnberg Immobilienunternehmen (U)

Dank auch an die Inserenten:

- AFAG Messen und Ausstellungen
- Akademie der Bayerischen Presse
- AOK Bayern
- Presse-Versorgung (Versorgungswerk der Presse)
- Thüga Aktiengesellschaft

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 1.300,- € inkl. Gestaltung und 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:** PETER & WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer, Allersberger Str. 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

Bayern Innovativ

Dr. Petra Blumenroth

Christoph Kirsch

Wir eröffnen Perspektiven

Berufliche Fortbildungszentren der Bayerischen Wirtschaft (bfz) gemeinnützige GmbH

Unternehmenskommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Almuth Baron-Weiß
Infanteriestraße 8, 80797 München
Telefon: 089 44108-216, Telefax: 089 44108-388
E-Mail: baron-weiss.almuth@zentrale.bfz.de

www.bfz.de

Fraunhofer

Beate Koch

Leiterin Unternehmenskommunikation
Fraunhofer-Zentrale

Hansastraße 27c | 80686 München
Telefon +49 89 1205-1301
presse@zv.fraunhofer.de
www.fraunhofer.de

Fraunhofer ESK

Susanne Baumer

Leiterin Presse und Öffentlichkeitsarbeit
Fraunhofer-Institut für Eingebettete Systeme
und Kommunikationstechnik ESK

Hansastr. 32 | 80686 München
Telefon +49 89 547088-353 | Mobil +49 151 12160404
susanne.baumer@esk.fraunhofer.de
www.esk.fraunhofer.de

Fraunhofer IIS

Thoralf Dietz

Leiter Unternehmenskommunikation
Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS

Am Wolfsmantel 33 | 91058 Erlangen
Telefon +49 9131 776-1630 | Mobil +49 171 7632048
thoralf.dietz@iis.fraunhofer.de
www.iis.fraunhofer.de
www.facebook.com/FraunhoferIIS
www.twitter.com/FraunhoferIIS

Hanns Seidel Stiftung

Hanns-Seidel-Stiftung e.V.

Hubertus Klingsbögl
Pressesprecher

Lazarettstraße 33 | 80636 München
Tel. +49 (0) 89 12 58-253 | Fax: -363

E-Mail: presse@hss.de

www.hss.de

hochschule hof
University of Applied Sciences

Kirsten Broderdörp
Pressesprecherin

Alfons-Goppel-Platz 1
95028 Hof

Tel. 09281 / 409 3081
Fax 09281 / 409 55 3081
Mobil 0172 / 6767154

www.hof-university.de

kirsten.broderdoerp@hof-university.de

Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe *BJVreport*	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
6/2014	21. November	10. Dezember	20. Dezember
1/2015	23. Januar	4. Februar	14. Februar
2/2015	20. März	8. April	18. April
3/2015	15. Mai	3. Juni	13. Juni
4/2015	17. Juli	5. August	17. August
5/2015	18. September	7. Oktober	17. Oktober
6/2015	20. November	9. Dezember	19. Dezember

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing *BJVreport*:
PETER&WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer
Telefon 0911/4245930, Fax 0911/4245959, info@pundwag.de

BILDUNG / WISSENSCHAFT

LMU LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN

Luise Dirscherl
Kommunikation und Presse
Leitung

Leopoldstr. 3
80802 München

Tel: 089 / 2180 - 2706
Fax: 089 / 33 82 97

www.lmu.de

E-Mail: dirscherl@lmu.de

TUM Technische Universität München

Dr.
Ulrich Marsch

Pressesprecher des Präsidenten
Leiter Corporate Communications Center

Arcisstraße 21
80333 München

Tel + 49.89.289.22778
Fax + 49.89.289.23388

marsch@zv.tum.de
www.tum.de

MESSEN/AUSSTELLUNGEN

AFAG WIR MACHEN MESSEN

Wolfgang Heinrich
Presse und Öffentlichkeitsarbeit

AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Messezentrum 1 · 90471 Nürnberg
Telefon (0911) 9 88 33 - 145 · Fax (0911) 9 88 33 - 245

www.afag.de · E-Mail: wolfgang.heinrich@afag.de

Messe Berlin

Michael T. Hofer
Pressesprecher/Spokesman

Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Unternehmensgruppe Messe Berlin

Director Press and Public Relations
Group of Companies Messe Berlin

Messe Berlin GmbH · Messedamm 22 · 14055 Berlin
Tel. +49 (0)30 3038-2270 · Fax +49 (0)30 3038-2279
hofer@messe-berlin.de · www.messe-berlin.de

FINANZEN

Bayerische Börse AG, Träger der

börse münchen

Ulrich Kirstein
Pressesprecher

Karolinenplatz 6
80333 München

Telefon 089 549045-25
Mobil 0151 55046116
Fax 089 549045-55

kirstein@boerse-muenchen.de
www.boerse-muenchen.de

GVB Genossenschaftsverband Bayern

Dr. Jürgen Gros
Pressesprecher

Türkenstraße 22 - 24 • 80333 München
Tel. 0 89/28 68-34 02 • Fax 0 89/28 68-34 05
E-Mail presse@gv-bayern.de
www.gv-bayern.de

IHRE ANSPRECHPARTNER:

Christian Kraus
Leiter Unternehmenskommunikation

Telefon: 089 20307-1301
Telefax: 089 203075-1301
E-Mail: christian.kraus@interhyp.de

Interhyp AG
Marcel-Breuer-Str. 18 I 80807 München
www.interhyp.de

Heidi Müller
Leiterin Public Relations

Telefon: 089 20307-1305
Telefax: 089 203075-1305
E-Mail: heidi.mueller@interhyp.de

Interhyp AG
Marcel-Breuer-Str. 18 I 80807 München
www.interhyp.de

interhyp
DIE BAUFINANZIERUNG

LBS

LBS Bayerische Landesbausparkasse
Zentralbereich Unternehmenskommunikation

Alexandra Fritsche
Joachim Klein (Ltg.)
Dominik Möller
Christiane Stiller
Dorothea Ziegler

Arnulfstraße 50
80335 München
Telefon (089) 21 71 - 4 62 24
Telefax (089) 21 71 - 4 70 18
presse@lbs-bayern.de
www.lbs-bayern.de

Wir geben Ihrer Zukunft ein Zuhause.
Sparkassen-Finanzgruppe

FINANZEN

LfA FÖRDERBANK BAYERN

Florian Albert
Pressesprecher
Vorstandsbüro / Presse

Königinstraße 17
80539 München

Telefon: 089 / 2124 - 22 26
Telefax: 089 / 2124 - 23 22

www.lfa.de

florian.albert@lfa.de

Sparkassenverband Bayern

Eva Mang
Dipl.-Volkswirtin

Pressesprecherin
Bereich
Presse- & Öffentlichkeitsarbeit, Gremien

Karolinenplatz 5, 80333 München
Telefon 089 2173-2009
Telefax 089 2173-2118
Mobil 0170 2208491
E-Mail Eva.Mang@svb-muc.de

Dr. Joachim Fröhler
Pressesprecher
Leiter Abteilung Presse | Interne Kommunikation

Sparkassenstraße 2 · 80331 München
Tel. 089 2167-47301 · Fax 089 2167-947301
presse@sskm.de · www.sskm.de/presse

facebook.com/Stadtsparkasse.Muenchen
xing.com/companies/sskm
blog.sskm.de

Stadtsparkasse München

Ist Ihr Eintrag noch aktuell?

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

Ihr BJV Kontakt für Anzeigen und Pressestellen-Einträge:
PETER **&** WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer,
Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg,
Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

VERSICHERUNGEN

GESUNDHEIT IN BESTEN HÄNDEN

In allen Fragen der Gesundheitspolitik und der Krankenversicherung sind wir gerne auch Ihr Ansprechpartner.

Michael Leonhart M.A.
Pressesprecher

AOK Bayern - Die Gesundheitskasse
Zentrale
Carl-Wery-Straße 28 / 81739 München
Tel.: 089/62730 146 / Fax 089/62730 650099
www.aok.de / Email: presse@by.aok.de

AOK Die Gesundheitskasse.

Generali Versicherungen
Ihre Ansprechpartner

Dr. Kerstin Bartels
Bereichsleiterin Presse/
Unternehmenskommunikation
Telefon (089) 5121-8700
Telefax (089) 5121-1045
kerstin bartels@generali.de

Björn Collmann
Pressesprecher Leben/Altersvorsorge
Telefon (089) 5121-2268

Christian Krause
Pressesprecher Komposit
Telefon (089) 5121-2283

Generali Versicherungen
Adenauerring 7
81737 München
www.generali.de

GENERALI Versicherungen

NÜRNBERGER VERSICHERUNGSGRUPPE

Ulrich Zeidner

Abteilungsleiter Medien

Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg
Telefon 0911 531-6221, Fax 0911 531-816221
Ulrich.Zeidner@nuernberger.de
www.nuernberger.de

VERSICHERUNGS KAMMER BAYERN

Ein Stück Sicherheit.

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de

Claudia Scheerer
Pressesprecherin

Tel. 089 2160 3050
Fax 089 2160 3009
claudia.scheerer@vkb.de

Stefan Liebl
Stellvertr. Pressesprecher

Tel. 089 2160 1775
Fax 089 2160 3009
stefan.liebl@vkb.de

bayerngas
Energiepartnerschaft mit Zukunft

Dirk Barz
Pressesprecher

Tel.: +49 (0) 89. 72 00 - 339
Fax: +49 (0) 89. 72 00 - 448

Bayerngas GmbH
Poccistraße 9
80336 München

dirk.barz@bayerngas.de
www.bayerngas.de

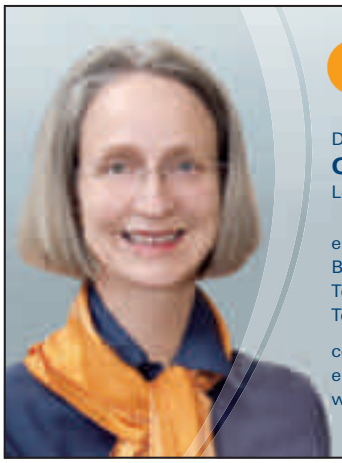
Bayernwerk AG
Ihr Ansprechpartner

Maximilian Zängl
Leiter Unternehmenskommunikation
Pressesprecher
Tel. 09 41/2 01 78 20, Fax 09 41/2 01-70 23
Mobil 01 79/1 38 98 27
maximilian.zaengl@bayernwerk.de

Bayernwerk AG
Lilienthalstraße 7, 93049 Regensburg

www.bayernwerk.de

bayernwerk



erdgas schwaben

Dipl.-Journ.
Cornelia P. Benesch
Leiterin Unternehmenskommunikation

erdgas schwaben gmbh
Bayerstr. 43 · 86199 Augsburg
Telefon +49 821 9002-360
Telefax +49 821 9002-365

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

LEW
Lechwerke

Ansprechpartner für die Presse

Dr. Thomas Renz
Leiter Kommunikation
T +49 (0)8 21/3 28-18 62
F +49 (0)8 21/3 28-16 60
thomas.renz@lew.de

Ingo Butters
Pressesprecher
T +49 (0)8 21/3 28-16 73
F +49 (0)8 21/3 28-16 60
ingo.butters@lew.de

VORWEG GEHEN

Lechwerke AG ▪ Schaezlerstraße 3
86150 Augsburg ▪ www.lew.de

N-ERGIE

Melanie Söllch
Leiterin Unternehmenskommunikation
Pressesprecherin

Am Plärrer 43
90429 Nürnberg

Telefon 0911 802-58050
Telefax 0911 802-58053

E-Mail: melanie.soellch@n-ergie.de
www.n-ergie.de

RMD
RHEIN-MAIN-DONAU

Jan Kiver
Pressesprecher

Leiter
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
Vorstandsbüro

Rhein-Main-Donau AG
Blutenburgstraße 20
80636 München
T +49 89 99222-105
F +49 89 99222-106
M +49 171 2369982
jan.kiver@rmd.de
www.rmd.de

Stadtwerke Augsburg Holding GmbH

Jürgen Fergg
Pressesprecher
Hoher Weg 1
86152 Augsburg
Tel. 0821 6500-8046
Fax 0821 6500-8097
presse@sw-augsburg.de

swa
Energie Wasser Verkehr

Stadtwerke Augsburg | Von hier. Für uns.

Carmen Meinhold
Pressesprecherin

Thüga Aktiengesellschaft
Nymphenburger Straße 39 | 80335 München
Fon +49 (0)89 381 97-15 42
Fax +49 (0)89 381 97-15 35
carmen.meinhold@thuega.de | www.thuega.de

thüga
Das große Plus für alle

VERKEHR

Bayernhafen GmbH & Co. KG
Linzer Straße 6 · D-93055 Regensburg

Karin Moro
Unternehmenskommunikation
Tel.: +49 (0) 941 / 7 95 04-10
k.moro@bayernhafen.de

www.bayernhafen.de

bayernhafen Gruppe

Aschaffenburg – Bamberg – Nürnberg – Roth – Regensburg – Passau

Flughafen München GmbH
Unternehmenskommunikation
Hans-Joachim Bues

Postfach 23 17 55
85326 München

Telefon (089) 975-4 10 00
Telefax (089) 975-4 10 06
achim.bues@munich-airport.de
www.munich-airport.de

VAG
Verkehrs-Aktiengesellschaft Nürnberg

Melanie Söllch
Leiterin Unternehmenskommunikation
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

VGN

Verkehrsverbund Großraum Nürnberg GmbH

VGN • Rothenburger Str. 9 • 90443 Nürnberg
Tel. 0911 27075-43 • Fax 0911 27075-50
Internet: http://www.vgn.de
E-Mail: manfred.rupp@vgn.de

Manfred Rupp
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

UNTERNEHMEN

fendt.com

FENDT

AGCO/Fendt

Fendt bietet ein innovatives und ganzheitliches Produktprogramm. Mit den Fendt Traktoren und Erntemaschinen arbeiten professionelle Landwirte und Lohnunternehmer weltweit profitabel und wirtschaftlich. Weitere Informationen: **www.fendt.com/Presse**

AGCO GmbH (Fendt), Johann-Georg-Fendt-Str. 4, D- 87616 Marktoberdorf

Kontakt:

Sepp Nuscheler
Tel.: +49 (0) 8342/77-343
Fax: +49 (0) 8342/77-98598
pressestelle.fendt@AGCOcorp.com

Manja Morawitz
Tel.: +49 (0) 8342/77-271
manja.morawitz@AGCOcorp.com

BayWa

Marion Danneboom M.A.
Leiterin PR/Unternehmens-
kommunikation

BayWa AG
PR/Unternehmenskommunikation
St.-Martin-Str. 76
81541 München
Telefon +49 89 9222-3680
Telefax +49 89 9222-3698
marion.danneboom@baywa.de
www.baywa.de

BMW GROUP

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

Bill McAndrews
Konzernkommunikationsstrategie,
Unternehmens- und Marktkommunikation
Telefon: +49(0)89-382-22332
E-Mail: Bill.McAndrews@bmw.de

Dirk Arnold
Produkt-, Technologie-, Sportkommunikation,
Dienstleistungen
Telefon: +49(0)89-382-19175
E-Mail: Dirk.Arnold@bmw.de

Postanschrift
BMW AG
D-80788 München

Hausanschrift
BMW Haus
Petuelring 130
80788 München

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

Internet: www.press.bmw.de

DIEHL

Verw.-Betriebswirt (VWA)
Michael Prymelski
Leiter Zentrale Öffentlichkeitsarbeit

Diehl Stiftung & Co. KG
Stephanstraße 49, 90478 Nürnberg
Telefon +49 911 947-2493, Telefax +49 911 947-3643
info@diehl.de

DRÄXLMAIER

DRÄXLMAIER Group

Wir beliefern Premium-Automobilhersteller mit modernen Bordnetzsystemen, exklusivem Interieur sowie Elektrik- und Elektronikkomponenten.

Dr. Tobias Nickel
Leitung Marketing und Unternehmenskommunikation

www.draexlmaier.com

DRÄXLMAIER Group
Landshuter Straße 100
84137 Vilsbiburg | GERMANY
T +49 8741 47-4747
F +49 8741 47-1960
presse@draexlmaier.com

WE **CREATE** CHARACTER

E-T-A®
ENGINEERING TECHNOLOGY

Thomas Weimann
Leiter Unternehmenskommunikation

E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH
Industriestraße 2-8, D-90518 ALTDORF
Telefon 09187 10-0
Telefax 09187 10-397
www.e-t-a.de

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

Klinikum Nürnberg

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit *wir sind für Sie da!*

Klinikum Nürnberg Nord u. Klinikum Nürnberg Süd

Peter Petrich Tel. (0911) 398-5026
peter.petrich@klinikum-nuernberg.de

Bernd Siegler Tel. (0911) 398-3774
bernd.siegler@klinikum-nuernberg.de

Doris Strahler Tel. (0911) 398-3028
doris.strahler@klinikum-nuernberg.de

Klinikum Nürnberg
Prof.-Ernst-Nathan-Str. 1
90419 Nürnberg
Fax (0911) 398-5031
Mobil 0175-5890823

www.klinikum-nuernberg.de

MR

Maschinenfabrik Reinhausen GmbH

Otmar Reichmeyer
Head of Communications

Falkensteinstraße 8
93059 Regensburg
Tel 0941/4090-648
Fax 0941/4090-666

www.reinhausen.com
o.reichmeyer@reinhausen.com

Leiter Communications
Thomas Bauer
OMV Deutschland GmbH
Hänninger Str. 1
84489 Burghausen
Tel +49 (8677) 960-2200
Fax +49 (8677) 960-62200
Mobil +49 160 80762882
thomas.bauer@omv.com
www.omv.de

Mehr bewegen.

OMV

Ihre Ansprechpartner. Wir stehen gerne zu Ihrer Verfügung

Dr. Constantin Birnstiel
Leiter Unternehmenskommunikation
c.birnstiel@osram.com
T: +49 89 6213-3600

Philipp Grontzki
Wirtschafts- und Finanzpresse
p.grontzki@osram.com
T: +49 89 6213-2129

Susanne Enninger
Tages- und Publikumspresse
s.enninger@osram.com
T: +49 89 6213-3996
F: +49 89 6213-3629

Julia Klostermann
j.klostermann@osram.com
T: +49 89 6213-4966

Stefan Schmidt
Leiter Media Relations
stefan.schmidt@osram.com
T: +49 89 6213-4680

Christian Bölling
Fachpresse und Technologiethemen
c.boelling@osram.com
T: +49 89 6213-2597

Marion Reichl
OSRAM Opto Semiconductors
marion.reichl@osram-os.com
T: +49 941 850-1693

OSRAM

Heiner von der Laden
Leiter Kommunikation

Porsche Consulting GmbH
74321 Bietigheim-Bissingen

Telefon: 0711/911 - 1 21 21
E-Mail: heiner.von.der.laden@porsche.de
Internet: www.porsche-consulting.de

Porsche Consulting
Einfach. Schnell. Erfolg erfahren.

Fordern Sie unser aktuelles Magazin mit Unternehmensreportagen aus unterschiedlichen Branchen kostenfrei per E-Mail an: **kontakt@porsche-consulting.com**

UNTERNEHMEN

SIEMENS

Bernhard Lott
Pressesprecher Siemens Region Bayern

Von-der-Tann-Str. 30
90439 Nürnberg
Tel. +49 (911) 654-3561
Fax +49 (911) 654-163561
Mobil +49 (174) 1560693
Mail: bernhard.lott@siemens.com

Richard-Strauss-Str. 76
81679 München
Tel. +49 (89) 9221-2312

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

Mommsenstraße 24
90491 Nürnberg
www.theresien-krankenhaus.de

StWN
Städtische Werke Nürnberg GmbH

Melanie Söllch
Leiterin Unternehmenskommunikation
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

TÜVRheinland®
Genau. Richtig.

Rainer Weiskirchen
Pressesprecher

Tillystr. 2, 90431 Nürnberg
Telefon: (0911) 6 55-4230, Mobil 0170 7 64 67 33
Telefax: (0911) 6 55-4235, rainer.weiskirchen@de.tuv.com

wbg
Nürnberg
Immobilien

Wohnen ist unser Produkt

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

Dieter Barth
Leiter Unternehmenskommunikation

Telefon 0911 8004-139
Telefax 0911 8004-201
barth@wbg.nuernberg.de

Glogauer Straße 70
90473 Nürnberg
www.wbg.nuernberg.de

Wir gestalten LebensRäume.

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:
PETER & WERBUNG, Manfred Peter/Sabrina Sporer,
Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg,
Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

KAMMERN

BAYERISCHE LANDESÄRZTEKAMMER

Pressestelle

Dagmar Nedbal
Leiterin der Pressestelle,
Bayerisches Ärzteblatt,
Internet

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

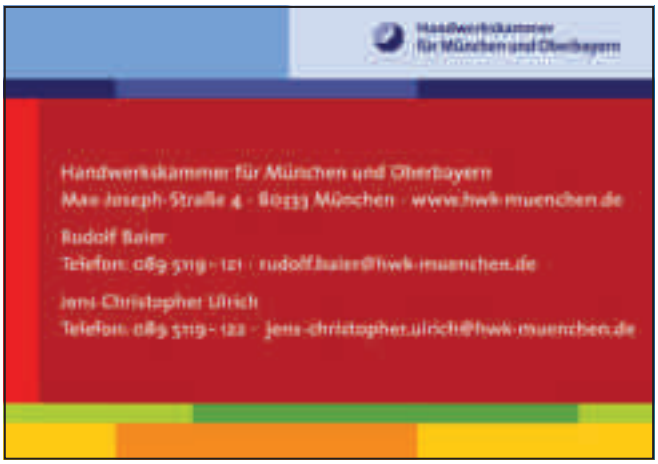
BLZK
Bayerische LandesZahnärzte Kammer

Isolde M. Th. Kohl

Leiterin Geschäftsbereich Kommunikation
Tel.: 089 72480-102
Fax: 089 72480-444
Mail: ikohl@blzk.de

Bayerische Landeszahnärztekammer
Körperschaft des öffentlichen Rechts
Fallstraße 34, 81369 München
Internet: www.blzk.de

KAMMERN



Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe *BJVreport*	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
6/2014	21. November	10. Dezember	20. Dezember
1/2015	23. Januar	4. Februar	14. Februar
2/2015	20. März	8. April	18. April
3/2015	15. Mai	3. Juni	13. Juni
4/2015	17. Juli	5. August	17. August
5/2015	18. September	7. Oktober	17. Oktober
6/2015	20. November	9. Dezember	19. Dezember

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing *BJVreport*:
PETER&WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer
Telefon 0911/4245930, Fax 0911/4245959, info@pundwag.de

IHK Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken

DIREKTVERBINDUNG IM NETZWERK DER WIRTSCHAFT

Dr. Kurt Hesse	Geschäftsbereich Kommunikation
Hartmut Beck	Presse
Gunther Brieger	Internet

Ulmenstraße 52 | 90443 Nürnberg
Telefon 0911 1335 386, Fax -300

presse@nuernberg.ihk.de
www.ihk-nuernberg.de

VERBÄNDE

BAUINDUSTRIE BAYERN

Dr. Josef Wallner

Öffentlichkeitsarbeit und Volkswirtschaft
Bayerischer Bauindustrieverband e.V.

Oberanger 32
80331 München
Telefon 0 89/23 50 03-33
Telefax 0 89/23 50 03-71
j.wallner@bauindustrie-bayern.de
www.bauindustrie-bayern.de

Bayerischer Jagdverband e.V.

Thomas Schreder (Dipl. Biol.)
Leiter Kommunikation
Pressesprecher

Hohenlindner Str. 12 · 85622 Feldkirchen
Tel. 089 990 234 77 · Fax 089 990 234 35
Mobil 0160 72 11 369
E-mail: t.schreder@jagd-bayern.de
www.jagd-bayern.de

sanitär heizung klima

Fachverband Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik Bayern

Dr. Wolfgang Schwarz
Hauptgeschäftsführer

Pfälzer-Wald-Straße 32
81539 München

Telefon: +49 (0)89 54 61 57-15
Telefax: +49 (0)89 54 61 57-19

www.haustechnikbayern.de

presse@haustechnikbayern.de

Claudia Eberl
Öffentlichkeitsarbeit / Presse

Milch und Käse aus Bayern

Landesvereinigung der Bayerischen Milchwirtschaft e.V.

Kaiser-Ludwig-Platz 2
80336 München

Telefon 089 / 54 42 25-25
Telefax 089 / 53 45 95

www.milchland-bayern.de
c.eberl@milchland-bayern.de

VERBÄNDE

Nürnberger Volksfest

Bayerns zweitgrößtes Volksfest
Frankens Erlebnisvolksfest

Süddeutscher Verband reisender Schausteller und Handelsleute e.V.
– Sitz Nürnberg
Dieter Germann – Pressesprecher

Bayernstraße 100
90471 Nürnberg
T 0049.911.46 86 00
F 0049.911.46 57 67
info@sueddeutscher-schaustellerverband.de

www.volksfest-nuernberg.de
www.sueddeutscher-schaustellerverband.de

VBEW

Verband der Bayerischen Energie- und Wasserwirtschaft e.V.

Jessica Hövelborn
Referentin für Wasserwirtschaft und Kommunikation

Akademiestraße 7
80799 München
www.vbew.de
Tel. 089/38 01 82-45
Fax 089/38 01 82-29
E-Mail: j.hoevelborn@vbew.de

Energie. Wasser. Leben.

PUNKT-LANDUNG

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

Zeigen auch Sie Flagge im Medienmagazin *BJVreport*: 1/8 Seite (86 x 60 mm) in allen sechs Ausgaben pro Jahr = 1.300,- E, auf Wunsch auch inklusive Gestaltung.

Der nächste *BJVreport* (alle 2 Monate) erscheint am 20.12.2014, Anzeigenschluss ist am 21.11.2014.
Anzeigenmarketing: PETER & WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer, Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

SOZIALES / KIRCHE

caritas — Aktive Hilfe, die ankommt

www.caritas-bamberg.de

Caritasverband für die Erzdiözese Bamberg e.V.
Dr.-Philipp-Kröner-Haus, Obere Königstraße 4b
96052 Bamberg, Telefon 0951 8604-0
Telefax 0951 8604-199, info@caritas-bamberg.de

Dr. Klaus-Stefan Krieger
Referent für Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 0951 8604-120, Telefax 0951 8604-33120
klaus.krieger@caritas-bamberg.de

Sekretariat Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 0951 8604-131 oder -103

Das Leistungsnetzwerk der Caritas.

SOZIALVERBAND VdK BAYERN

Zukunft braucht Menschlichkeit.

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

Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe *BJVreport*	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
6/2014	21. November	10. Dezember	20. Dezember
1/2015	23. Januar	4. Februar	14. Februar
2/2015	20. März	8. April	18. April
3/2015	15. Mai	3. Juni	13. Juni
4/2015	17. Juli	5. August	17. August
5/2015	18. September	7. Oktober	17. Oktober
6/2015	20. November	9. Dezember	19. Dezember

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing *BJVreport*:
PETER&WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer
Telefon 0911/4245930, Fax 0911/4245959, info@pundwag.de

Die Zeit und die Betriebsräte

Kainsbacher Herbstseminar befasste sich mit Zeitmanagement und Arbeitszeiterfassung

Von Thomas Mrazek

„Schulungen – was steht dem Betriebsrat zu und wie setzt er seine Ansprüche durch?“, so lautete das Thema der „Basics“ des Kainsbacher Herbstseminars der Fachgruppe Betriebs- und Personalräte. Das Thema hatte leider eine nicht beabsichtigte Aktualität: Denn ein Kollege konnte nicht dabei sein – die Geschäftsleitung hatte ihm die Teilnahme verweigert. Dies sei äußerst selten der Fall, erklärte Fachgruppen-Vize Wolfgang Grebenhof. Dennoch ist es – wie eben dieser Fall zeigt – gut zu wissen, welche Rechte die Betriebsräte hier haben. „Dreh- und Angelpunkt“ für die Teilnahme an Schulungs- und Bildungsveranstaltungen sei § 37 (6) des BetrVG, erläuterte Grebenhof. Besonderer Wert sei dabei auf das Wort „erforderlich“ zu legen – die vom Betriebsrat gewünschte Fortbildung müsse tatsächlich geeignet sein, seine Arbeit zu fördern. Um den Anspruch auf ein Seminar geltend zu machen, seien vor allem folgende Formalien einzuhalten: Erwähnung in der Tagesordnung einer Betriebssitzung, Beschluss und Protokoll darüber. Sollte es dennoch Probleme geben: „Dann holt bitte die Gewerkschaft ins Boot“, appellierte Grebenhof, der zu diesem Bereich ein Skript zusammengestellt hat. Die Rechtsprechung zu diesem Thema sei überwiegend arbeitnehmerfreundlich.

„Zeitmanagement – wie bringe ich berufliche Verpflichtungen und Betriebsratsarbeit optimal unter einen Hut“?“, lautete das Hauptthema dieses Seminars. Mit Cordula Nussbaum (www.kreative-chaoten.com) referierte eine Dozentin, die sich nicht nur als Expertin für kreatives Selbst-Management einen Namen gemacht hat, sondern zugleich eine Kollegin, die jahrelang als Wirtschaftsjournalistin gearbeitet hatte. Nussbaum erläuterte theoriegestützt aber stets sehr praxisnah wie die KollegInnen den Spagat zwischen beruflicher Verpflichtung, Betriebsratsarbeit aber auch dem Privatleben schaffen können. „Das Genie beherrscht das Chaos . . . oder Ordnung ist das halbe Leben?“ – In der Übung „Talentecheck“ konnten die TeilnehmerInnen herausfinden, welcher Organisationstyp sie sind; die folgenden Namen sprechen für sich: Igor Ideenreich, Hanni Herzlich, Otmar Ordentlich und Dr. Annelyse Logisch. Nicht selten staunten die KollegInnen dabei über sich selbst. Nussbaum zeigte die Möglichkeiten und Grenzen von Zeitmanagement auf: „Hundertprozentige Lösungen gibt es nicht“, schränkte sie immer wieder ein.

Nimm Dir Zeit – wie das geht, kann man bei Cordula Nußbaum lernen. Foto: Michael Busch

Doch für alle gab es immer wieder wertvolle Tipps, wie sie es mit dem persönlichen Zeit- und Selbstmanagement halten können und Anregungen für die Arbeitsorganisation in den Redaktionen. Durch dieses Seminar hatte man am Ende tatsächlich viel an (Lebens-) Zeit gewonnen, darin waren sich die 16 TeilnehmerInnen einig.

In einigen Verlagen wird weiterhin über die Arbeitszeiterfassung gesprochen. Josef Schäfer vom *Schweinfurter Tagblatt* berichtete über einen Erfolg. Bei der *Main-Post*-Gruppe wurde nach zwei Jahren Verhandlungen kürzlich eine Betriebsvereinbarung abgeschlossen. Ab 1. Januar 2015 wird in Mainfranken die Arbeitszeit der Redakteure elektronisch erfasst. „Wir hoffen, dass die zunehmenden Belastungen dadurch gemildert werden“, sagte Schäfer. Die Betriebsräte müssen bei diesem Thema jedoch weiterhin Überzeugungsarbeit und Aufklärung leisten, denn bei den RedakteurInnen herrscht nicht selten die Angst vor einem „Stechuhrjournalismus“. „Jeder denkt etwas anderes darüber“, beschrieb ein Betriebsrat die Situation in seiner Redaktion. Natürlich bestünde auch eine besondere Verantwortung gegenüber denen, die unter einer Zeiterfassung eventuell zu leiden hätten.

Die Aktuelle Stunde bietet immer wieder ein gutes Stimmungsbild aus den Häusern: „Du arbeitest für ein bürokratisches Monster“, kommentierte eine Betriebsrätin die ständigen organisatorischen Veränderungen in ihrem Verlag. Beim Thema Einsparungen sei der „Bürokratieapparat“ besonders entscheidungsfreudig: „Da fallen Entscheidungen von großer Tragweite oft binnen einer Woche“, berichtete ein Betriebsrat. Dauerthema bei den meisten sind zunehmende „Nickeligkeiten“ der Verlagsleitungen gegenüber den Beschäftigten: Wie kann möglichst raffiniert und dezent beim Personal der Rotstift angesetzt werden? scheint dabei einer der altbekannten Leitsätze zu lauten. Weitere Themen waren Betriebsvereinbarungen zum Datenschutz und zur Nutzung von Smartphones etwa außerhalb der Dienstzeiten. Die wachsende psychische und physische Belastung bei der journalistischen Arbeit führe bei ihrer Zeitung zu immer mehr langfristig erkrankten MitarbeiterInnen, berichtete eine Betriebsrätin. Dadurch würden die anderen noch mehr belastet.

Das nächste Kainsbacher Seminar findet am 16. und 17. April 2015 statt.

Zusammen ist man weniger allein

Auf Dauer sind nur wenige Freiberufler glückliche Einzelkämpfer

Brainstormen, Texte gegenlesen, Stichwortgeber sein – für festangestellte Journalisten und PR-Leute ist das Miteinander in Redaktionen oder Agenturen Alltag. Freien Kolleginnen und Kollegen hingegen fehlt dieser Austausch häufig, wenn sie Zuhause im stillen Kämmerlein vor sich hin recherchieren und schreiben. Und so gaben einige Kollegen auf dem Info- und Austauschabend „Bürogemeinschaften" zu: „Ich fühle mich oft isoliert", „Ohne Mitstreiter fehlt mir der Antrieb" oder „Vor lauter Wäschebergen bleibt die Arbeit liegen".

Der geistige Austausch und die Gemeinschaft sind also gerade für Journalisten existenziell, darin waren sich die Kolleginnen und Kollegen einig, die in der BJV-Geschäftsstelle zusammenkamen. Die Fachgruppen Freie Journalistinnen und Journalisten sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hatten geladen, um die 25 Interessierte waren gekommen. Viele von ihnen stellten BJV-Justiziarin Inga Hobrecker juristische Fragen, etwa ob man als Bürogemeinschaft eine GbR gründen muss.

Hauptanliegen aller war aber, über Sinn und Zweck von Journalistenbüros zu diskutieren. Marion Trutter, die den Abend auch moderierte, und Hans-Werner Rodrian stellten ihr jeweiliges Modell vor, Florian Bergmann von Werk 1 erklärte, wie Coworking funktioniert. Trutter betonte, wie wichtig es sei, die eigenen Bedürfnisse und Erwartungen zu kennen: „Wünscht man sich schlichtweg, nicht allein zu sein? Dann könnte es genügen, sich mit Freiberuflern aus anderen Branchen zusammen ein Büro zu mieten. Sucht man aber den Austausch unter Journalisten, muss man gezielt nach freien Kollegen suchen", sagte sie. Die nächste Stufe ist die Zusammenarbeit an gemeinsamen Projekten – so wie bei Hans-Werner Rodrian, dem Mitbegründer von Deutschlands größtem Journalistenbüro mit Schwerpunkt Reise und Tourismus.

Am Ende des offiziellen Teils kamen die Kolleginnen und Kollegen noch informell in kleinen Gruppen zusammen. Manche schmiedeten sogar Pläne für eine gemeinsame räumliche Zukunft – in einer Bürogemeinschaft. Die beiden Fachgruppen erwägen, das Thema im nächsten Jahr fortzusetzen. Schwerpunkt dann: Juristische Organisationsformen für Bürogemeinschaften – von GbR bis GmbH & Co. KG

Kira Brück

akademie
der bayerischen presse

- Videoreporter-Kurs ?
- Fernsehmoderation ?
- Selbstmarketing für Journalisten ?
- Reporter mit Smartphone ?
- Facebook, Twitter, Google+ ?
- Kreatives Schreiben ?

Über 250 Workshops, Kurse und Seminare für journalistische Einsteiger und Profis
Das **Akademie-Programm 2014**

Akademie der Bayerischen Presse
Rosenheimer Straße 145c • 81671 München • Telefon 089 4999920
Do you like it? http://www.facebook.com/Akademie.der.Bayerischen.Presse

In München wurde das Angebot der FG Freie zum Biergartentreffen gut angenommen. Andernorts ließ das Echo zu wünschen übrig. Foto: Clara Wildenrath

Biergartentreff der FG Freie

Kollegiale Solidarität steht und fällt mit persönlichen Kontakten. So dachte sich der Vorstand der BJV-Fachgruppe Freie und rief am 18. September zum bayernweiten Biergartentreff auf. Fast 20 Kolleginnen und Kollegen kamen in München zusammen, weniger rege war der Zulauf in Augsburg, Nürnberg, Passau, Regensburg und Würzburg.

Das (Wieder-)Kennenlernen stand beim Treffen in München im Mittelpunkt, und wie so oft kamen auch hier die Themen „Dumping-Honorare“ und „Erschließung neuer Einkommensquellen“ zur Sprache. In Sachen Honorarpolitik wünschen sich die Kollegen weiterhin Unterstützung vom BJV – und sie bauen auf zunehmende Vernetzung untereinander. Noch zu realisieren sind an dieser Stelle die technischen Möglichkeiten, um direkt miteinander in Kontakt treten zu können.

„Auch wenn das Angebot der Fachgruppe diesmal nicht in allen Orten angenommen wurde, werden wir solche Veranstaltungen auch weiterhin organisieren“, erklärt der Fachgruppenvorsitzende Martin Semmler, der seinen Biergartentreff in Regensburg allein bei Bier und Brotzeit verbrachte.

Ein neuer Anfang ist jedenfalls gemacht: Auf Wunsch der Teilnehmer beim Biergartentreff wird es in München jetzt alle zwei Monate einen Stammtisch geben – jeweils mit einem Themenschwerpunkt, der aus dem Kollegenkreis kommt (nächste Termine: 18. November 2014 und 14. Januar 2015)und in Würzburg sondieren die KollegInnen gerade passende Formen eines regelmäßigen Treffens.

Marion Trutter

In modernen Medien über Vergangenheit diskutieren

Crossmedial muss der Kulturbetrieb heutzutage aufgestellt sein. Dies betonte in Regensburg die neue Leiterin der Stabstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Hauses der Bayerischen Geschichte, Natascha Zödi-Schmidt, beim Besuch der Ausstellung „Ludwig der Bayer – Wir sind Kaiser“ durch die BJV- Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Angesichts der medialen Reizüberflutung und des Überangebotes an Unterhaltungsangeboten stelle sich besonders für den Kulturbetrieb die Frage, wie zeitgemäße Angebote auch für Zielgruppen jüngeren und mittleren Alters attraktiver gemacht werden können. Dieser Herausforderung möchte sie, gemeinsam mit ihren Mitarbeiterinnen Andrea Rüth und Christine Ketzer, mit einer gesunden Mischung aus klassischer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und zeitgemäßer Positionierung im Internet begegnen.

Mit Blick auf die nachwachsenden Generationen richtet sich ihr Augenmerk daher besonders auf die nachhaltige Deutungshoheit historischer Themen im Internet. „Um auf Dauer Teil der Meinungsbildung zu sein, ist es sowohl in der Öffentlichkeitsarbeit als auch in der inhaltlichen Präsentation einer Kulturinstitution zwingend notwendig, crossmedial aufgestellt zu sein. Wer alle Altersgruppen für sich erschließen möchte, muss mit dem rasant sich ändernden Mediennutzungsverhalten Schritt halten und digitale Kommunikationswege einschlagen.“

Till Stegmeier

„Jagd hautnah!“

Journalistenpreis 2014 des Bayerischen Jagdverbandes e.V.

Drei Preise in Höhe von 3.000, 2.000 und 1.000 Euro

Der Bayerische Jagdverband (BJV) vertritt die Interessen von bayernweit rund 47.000 Jägerinnen und Jägern. Er fördert als anerkannter Naturschutzverband die freilebende Tierwelt und setzt sich für deren Schutz und Artenreichtum ein.

Mit dem Journalistenpreis, der 2013 erstmals verliehen wurde, will der Bayerische Jagdverband (BJV) Journalistinnen und Journalisten auszeichnen, die die komplexen Themen der Jagd vermitteln und eine breite Öffentlichkeit für die Arbeit der Jägerinnen und Jäger in Bayern und darüber hinaus interessieren. Der Preis soll Journalisten motivieren, sich mit der Thematik Jagd fair aber durchaus kritisch auseinander zu setzen und Leser und Zuhörer über das älteste Handwerk der Welt umfassend zu informieren.

Wir helfen gerne bei der Recherche! Wer weder Jäger noch Jägerin kennt, aber einmal auf die Pirsch oder den Ansitz gehen will, kann sich mit dem Verband in Verbindung setzen. Wir vermitteln gerne die Teilnahme an einem Pirschgang oder einem Revierbesuch, bei dem die Jagd hautnah erlebt werden kann.

Kategorie: Zugelassen sind alle Beiträge, die in der Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014 in Printmedien (Zeitungen/Zeitschriften) veröffentlicht wurden, die in Bayern erscheinen. Die Fachpresse ist ausgenommen. Berücksichtigt werden zudem Online- und Hörfunk-Beiträge, wobei der Beitrag aus einer Redaktion in Bayern stammen bzw. einen thematischen Bezug zu Bayern haben muss.

Darstellungsformen: Zugelassen sind Einzelbeiträge, Serien oder Serienteile in sämtlichen journalistischen Varianten wie Nachricht, Kommentar, Interview, Reportage, Glosse und Feature in deutscher Sprache.

Einsendeschluss: 31. Dezember 2014

Bayerischer Jagdverband e.V.
Hohenlindner Straße 12
85622 Feldkirchen
Telefon 089 990234-0
www.jagd-bayern.de

Jubilare

Foto: Christian Silinsky

Der Aufnahmeausschuss ohne **Dietmar Schmidt**? Das muss lange her sein. Neue Mitglieder auf Herz und Nieren nach ihrer journalistischen Tätigkeit zu prüfen, ist gewissermaßen eine Lebensaufgabe des ehemaligen Pressereferenten der Ludwig-Maximilians-Universität München geworden. Aber auch bei der Teli, der Technisch-Literarischen Gesellschaft, in der Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie in der FG Europa bringt er sich sachkundig und nachhaltig ein. Am 9. November feiert der engagierte Münchner Kollege seinen 75. Geburtstag.

In den 90ern

Christa Gebel, Haar (31.12.1924)
Joachim Hoffmeister, Krailling (27.11.1924)
Guido Weber, Wertheim (28.12.1923)

In den 80ern

Hans Bertram Bock, Schwaig (25.12.1933)
Oscar S. de Castro, Erding (8.11.1928)
Heiner Emde, München (15.12.1931)
Josef Engelbrecht, Puchheim (8.11.1927)
Prof. Joachim Kaiser, München (18.12.1928)
Gerd Kallhardt, Hallbergmoos (9.12.1930)
Johann Kund, München (5.12.1932)
Emil Neuzil, Unterschleißheim (24.11.1930)
Christian Schütze, Wolfratshausen (16.12.1927)
Eugen Georg Schwarz, Kaufering (27.11.1932)

80 Jahre

Amira Elenany, München (3.11.)
Reinhard Holsten, Rottach-Egern (2.11.)
Karl-Ludwig Kunst, München (9.11.)
Peter Hans Schnupp, Hoyerswerda (7.12.)
Dietrich Kracht, Bad Tölz (22.12.)

75 Jahre

Rolf Henkel, München (11.11.)
Wolfhard Hillerkus, München (20.12.)
Dieter von Kamptz, Eurasburg (30.12.)
Dietmar Schmidt, München (9.11.)
Tilman Steiner, München (17.11.)

70 Jahre

Hans-Peter Holbach, Andorra la Vella (16.11.)
Klaus Peter Kunkel, Bodenkirchen (7.12.)
Gregorij von Leitis, München (22.11.)
Peter Pejot, Lindau (23.11.)
Ina Pohland, Berlin (17.12.)
Sigurd Rabsilber, Freiburg (27.11.)
Peter Rodenbüsch, Amorbach (4.12.)
Alexander von Samsonow, München (25.12.)
Hans Sautter, Aschau/Chiemsee (19.11.)
Gernot Schärmeli, München (9.12.)
Edgar E. Schätzing, München (19.12.)
Rudolf Wind, München (10.11.)

65 Jahre

Walter Frankl, Aichach-Klingen (1.12.)
Claus Gild, Valley (28.12.)
Peter Görcke, Berg (11.12.)
Hans Jacobs, München (29.11.)
Michael Kayser, München (18.11.)
Werner Lang, Kaufbeuren (16.12.)
Michael Langer, Gräfelfing (6.11.)
Eberhard Meyer, Wolfratshausen (31.12.)
Hedda Mikuta, Bamberg (4.12.)
Bernhard Rais, Bubesheim (13.11.)
Klaus Rodenberg, Bonn (19.11.)
Ursula Süß-Loof, München (29.12.)
Eva Wunderlich, München (5.11.)

60 Jahre

Linda Amon, Germering (5.11.)
Joachim Bomhard, Meitingen (19.12.)
Peter Ernszt, Kaufbeuren (14.11.)
Regina Maria Fanderl, München (1.11.)
Volker Figura, Nürnberg (10.12.)
Wolfgang Gruber, Mitterskirchen (12.11.)
Alfred Haas, Augsburg (26.12.)
Annegret Haffa-Höfflin, München (28.11.)
Marion Jacob, Kolbermoor (25.12.)
Manfred Kuchlmayr, München (19.11.)
Michael Märzheuser, Berg (12.12.)
Manuela Mayr, Augsburg (6.11.)
Cornelia Petratu, München (26.12.)
Hiltrud Reiter, Dornach (23.11.)
Thomas Steigerwald, Nürnberg (9.12.)
Werner Weber, Rothenburg (23.12.)
Paul Ziegler, Hohenroth (7.12.)

Grundkurse und Seminare der Akadamie der Bayerischen Presse

Dezember

Gesprächsführung
1. - 2. Dezember
Kommunikation via Intranet
1. – 3. Dezember
Public Relations I
1. – 5. Dezember
Portratfotografie
4. – 5. Dezember
Zeitmanagement
4. – 5. Dezember
Public Relations II
8. – 12. Dezember
Magazinlayout und –design
8. – 12. Dezember
Unternehmenskommunikation
8. – 19. Dezember
Magazinjournalismus II
8. – 19. Dezember
Zeitungsjournalismus I
8. – 19. Dezember, Kulmbach
Homepage bauen mit Wordpress
15. – 16. Dezember
Kreatives Schreiben – Zeitung II
17. – 19. Dezember
Online-Texten – PR und externe UK
17. – 19. Dezember

Januar

Homepage bauen mit Wordpress
12. – 13. Januar
Kreatives Schreiben – Zeitschrift I
12. – 14. Januar
Online texten
12. – 15. Januar
Magazinjournalismus
12. – 23. Januar
Journalistische Einsteiger
12. – 23. Januar, Kulmbach
Der Chefredakteur als Unternehmer
14. – 15. Januar
Rhetorik kompakt
15. – 16. Januar
Kreatives Schreiben – PR I
19. – 21. Januar
Redigieren Zeitschriften
19. – 21. Januar
Crossmedia für Fachzeitschriften
19. – 21. Januar
Webinar: Facebook und Twitter für die Recherche nutzen
19. Januar
Themenfindung
22. – 23. Januar
Facebook, Twitter, Google+ I
22. – 23. Januar
Blattmachen für Magazinredakteure
26. – 27. Januar
PR im Web I
26. – 27. Januar
Social Media Manager
26. – 30. Januar
Interview
26. – 30. Januar
Multimedia Storytelling
28. – 30. Januar
Pressemitteilung
28. – 30. Januar, Kulmbach

Februar

Texten für Fachzeitschriften
2. - 4. Februar
PR für Non-Profit-Organisationen
2. – 6. Februar
Zeitungsjournalismus I
2. – 13. Februar, Kulmbach
Online-Journalismus – der Crashkurs
2. – 6. Februar
Magazinjournalismus II
2. – 13. Februar
Presserecht für das Internet
9. Februar
Textsorten für PR und UK
9. – 11. Februar
Datenjournalismus und Datenvisualisierung I
11. – 13. Februar
Interview – PR und UK
18. – 20. Februar

Franke aus Leidenschaft

Prof. Wolfgang Buhl prägte als Direktor das BR-Studio in Nürnberg

Von Alois Knoller

Franken war sein Ein und Alles, obwohl er in Sachsen geboren worden ist. Wie kein Zweiter hat Prof. Dr. Wolfgang Buhl das Regionalprogramm aus dem Studio Franken des *Bayerischen Rundfunks* geprägt, das er von 1978 bis 1990 leitete. Am 10. August ist Buhl im Alter von 89 Jahren nach kurzer Krankheit gestorben – in Nürnberg, der Stadt, die ihm sosehr zur Heimat wurde, dass sie ihm 1994 die Bürgermedaille verlieh.

Als der Feuilletonredakteur 1963 zum *BR* kam, baute er im Studio Nürnberg die Abteilung Wort auf. Eine Institution im Kulturleben Nürnbergs sind seit 1966 die von Buhl initiierten „Gespräche im Studio" mit bedeutenden Persönlichkeiten aus Politik, Kultur und Wissenschaft geworden. Zu Gast hatte er unter anderem Alexander Mitscherlich, Thomas Dehler, Wolfgang Koeppen, Nike Wagner und Hildegard Hamm-Brücher. Buhl sorgte dafür, dass mehr regionale Sendezeit für Franken zur Verfügung stand. Einen festen Platz erhielt die Mundart-Dichtung unter seiner Ägide. In den 70er-Jahren entdeckte er junge fränkische Autoren wie Fitzgerald Kusz und Gerhard C. Krischker und gab ihnen ein öffentliches Podium. Nach Buhls Überzeugung durfte Literatur aus der Provinz nicht provinziell sein. Besonders beliebt war seine Sendereihe „Wie's fränkisch klingt".

Der lebenslustige Weinkenner und Literaturliebhaber profilierte sich auch als Autor und Herausgeber zahlreicher Publikationen über die geliebte Region wie „7 x Nürnberg", „Franken, eine deutsche Miniatur" und „Überall ist Franken". Seine Literaturgeschichte „Fränkische Klassiker" ist ein Standardwerk geworden. Eng war Buhl mit dem Schriftsteller und Nürnberger Ehrenbürger Hermann Kesten befreundet. Am Lehrstuhl für Christliche Publizistik der Universität Erlangen hatte er eine Honorarprofessur. Prof. Albrecht Hesse, stellvertretender Intendant des *Bayerischen Rundfunks,* sagte in seinem Nachruf, Buhl sei „zugleich ein Förderer wie auch ein nachdrücklicher Forderer" gewesen. „Der Förderung der regionalen Literatur, der hochwertigen Wortproduktionen mit eigenem Profil und Inhalten aus Franken stand stets die Forderung gegenüber nach Anerkennung und steigender Präsenz dieser fränkischen Farbe im Programm des *Bayerischen Rundfunks",* so Hesse. Nürnbergs Oberbürgermeister Ulrich Maly würdigte ihn als einen „leidenschaftlichen Franken".

Wolfgang Buhl wurde am 15. April 1925 in Reinsdorf bei Zwickau geboren. In Erlangen studierte er seit 1946 Germanistik, Theaterwissenschaft, Geistesgeschichte und Philosophie und schloss mit der Promotion „Der Selbstmord im deutschen Drama" ab. Ab 1953 trat er in die Feuilletonredaktion der *Nürnberger Nachrichten* ein. 1963 wechselte er zum Rundfunk. Bereits 1959 trat er in den BJV ein. Er gründete den Bezirksverband Franken/Nordbayern, führte ihn jahrelang mit glücklicher Hand und gehörte dem Landesvorstand an.

Agnes Kalina, freie Journalistin in München, starb am 18. September im Alter von 90 Jahren. Geboren im tschechischen Kosice am 15. Juli 1924, rettete sie sich 1942 vor der drohenden Juden-Deportation nach Ungarn, wo sie bis Kriegsende im Untergrund lebte. Zurückgekehrt studierte sie und begann 1946 zu publizieren, vor allem im Ressort Kultur mit Schwerpunkt Filmkritik. 1952 ging sie zur Zeitschrift *Kultúrny Zivot,* die der Slowakische Schriftstellerverband herausgab und die dem Prager Frühling 1968 den Weg ebnete. Mit dessen Niederschlagung engten sich ihre Wirkungsmöglichkeiten ein, sie bekam wiederholt Berufsverbot und entschloss sich zur Ausreise. Bei *Radio Free Europe* in München fand sie ein neues Wirkungsfeld. Im BJV seit Dezember 1979.

Siegfried Michel, zuletzt stellvertretender Redaktionsleiter der *Allgäuer Zeitung,* starb am 24. Juli in Kempten. Er wurde fast 84 Jahre alt. Mit 19 stieg er beim *Schwabmünchner Kurier* ins journalistische Fach ein, er volontierte, war Redakteur der *Illertisser Zeitung* und der *Heidenheimer Zeitung* sowie Korrespondent in Bonn, ehe er 1982 ins Allgäu wechselte. Mit der Leidenschaft für den Journalismus steckte er auch zwei seiner vier Kinder an. Im Verband seit Mai 1962.

Pater Roger Gerhardy, von 1999 bis 2008 Direktor des katholischen Instituts zur Förderung des publizistischen Nachwuchses (ifp), starb nach schwerer Krankheit am 4. August in Planegg im Alter von 70 Jahren. Er hatte dafür gesorgt, dass das ifp 2008 ins renovierte, ehemalige Kapuzinerkloster St. Anton in der Münchner Isarvorstadt einziehen konnte. Er selbst war mit 20 Jahren in Würzburg in den Augustinerorden eingetreten und hatte dort sein außerordentliches journalistisches Talent entfaltet. Nach der Priesterweihe 1971 volontierte er bei der Wochenzeitung *Christ und Welt,* prägte durch seinen frischen Stil die Ordenszeitschrift der deutschen Provinz. Reportagen – auch für den Rundfunk – führten ihn nach Südamerika, Afrika und nach Nahost, sie wirkten so authentisch, als wäre der Leser selbst dabei gewesen. Der Journalistenschule der Deutschen Bischofskonferenz war er lange als Referent und dann als Direktor verbunden. Im BJV seit August 2001.

Patrick La Banca, freier Bildjournalist in München, starb, wie erst jetzt von der Familie mitgeteilt wurde, bereits am 5. Oktober 2013 in Dietramszell. Der gebürtige New Yorker wurde 66 Jahre alt. Er fotografierte für verschiedene deutsche Zeitschriften, oft auch als Standfotograf von Schauspielern. Im BJV seit Oktober 1974.

Hans Schwab, zuletzt Redaktionsleiter beim *Nordbayerischen Kurier,* starb am 28. August im Alter von 71 Jahren. Den Ruhestand verbrachte er bei seiner Tochter in Düsseldorf. Seinem Volontariat bei der *Windsheimer Zeitung* ging eine Schriftsetzerlehre voraus. Der gebürtige Nürnberger blieb sein Berufsleben lang dem Fränkischen treu in Weißenburg, in Nürnberg und dann in Bayreuth. Im BJV seit März 1970.

Foto: BR/Günter B. Kögler

„Ich täusche eine Fülle von Autoren vor“

Focus-Legende Helmut Markwort begann schon früh, unter fremden Namen zu schreiben

Von Senta Krasser

Helmut Markwort, das politische Schwergewicht vom *Focus*, veröffentlicht auch Lokalglossen, Fußballberichte und leichte Operettenstücke? Klar. Unter Pseudonym. Eines ist jetzt enthüllt worden – ausgerechnet von seiner Lebensgefährtin.

Sagen Sie mal, Herr Markwort, darf ich Sie mit Moritz Rodach ansprechen?

Helmut Markwort: Wenn Sie unbedingt wollen? Ich werde Sie schon davon abbringen.

Warum? Sind Sie angekratzt, weil Ihre Lebensgefährtin enthüllte, dass Sie hinter Moritz Rodach stecken?

Das Pseudonym hat mir Frau Riekel abgeschossen, das stimmt. Jetzt ist es in der Welt und leider vorbei.

Sind Sie Patricia Riekel deshalb gram?

Überhaupt nicht! Das war ein witziger Beitrag von ihr bei der Verleihung des Deutschen Radiopreises. Moritz Rodach ist aber nur eines meiner Pseudonyme. Ich habe noch mehr. Im *Darmstädter Tagblatt* zum Beispiel schreibe ich unter verschiedenen Namen.

Ach was. Unter welchen?

Verrate ich nicht. Nur so viel: Es handelt sich um unterschiedliche Persönlichkeiten. Sie schreiben über Politik, Lokalgeschichte, alles Mögliche.

Sie sind einer der Herausgeber des Darmstädter Tagblatts. *Warum publizieren Sie dort nicht unter Ihrem bekannten Geburtsnamen?*

Tue ich auch, aber es wäre albern, wenn da so oft Markwort stünde. Die Leute würden denken, es gibt nur einen Schreiber. Mit den Kunstnamen täusche ich eine Fülle von Autoren vor.

Eine Fülle, die es gar nicht gibt?

Das *Tagblatt* erscheint seit einem Jahr pünktlich jede Woche, weil ein Team aus etwas mehr als zehn journalistischen Talenten sich bis zur Grenze der Selbstausbeutung engagiert. Ich selber bin nicht oft genug in Darmstadt, schicke aber aus München in meiner Rolle als Elder Publisher hin und wieder Beiträge und Anregungen.

Wie viele Pseudonyme nutzen Sie insgesamt?

Fünf oder sechs. Das kommt auf die Anlässe, die Themen, das publizistische Umfeld an. Ich will ja mein Leben lang nicht alles unter dem Namen Helmut Markwort veröffentlichen. Der hat ein politisches Gewicht, dieser Markwort. Wenn ich eine lokale Glosse schreibe oder ein leichtes Operettenstück, dann will ich das nicht mit meinem Eigennamen belasten.

Seit wann pseudonymisieren Sie?

Ich habe angefangen – jetzt ist es ja verjährt – als ich beim *Stern* Leiter der Düsseldorfer Redaktion war. Ich hatte einen Exklusiv-Vertrag. Nur war im *Stern* nicht genug Platz für mich. Also schrieb ich unter Pseudonym auch für den *Kölner Stadt-Anzeiger* und die *Welt am Sonntag*. Kurzgeschichten von mir kamen wiederum unter einem anderen Namen heraus. Ich habe mich an dem großen Kurt Tucholsky orientiert. Er hatte fünf verschiedene *Noms de plume*. Ich weiß nicht, ob Sie die Namen kennen. Theobald Tiger . . .

. . . Peter Panter, Kaspar Hauser, Ignaz Wrobel. Bleiben wir beim Stern*: Die Münchner Legende Will Tremper soll fast ein Dutzend Decknamen gehabt haben.*

Unter dem Namen Petronius schrieb mein guter Freund Tremper diese tolle *Stern*-Serie „Deutschland, deine Sternchen“, Intimgeschichten über deutsche Filmschaffende. Petronius wiederum war das Pseudonym eines römischen Satirikers am Hofe Kaiser Neros.

Manche Pseudonyme kommen nie aus der Mode. Als Theobald Tiger soll der frühere Düsseldorf-Korrespondent des Focus *gegen die damalige Rütt-*

„Frau Riekel hat mir das Pseudonym abgeschossen“, sagt Helmut Markwort. Aber kein Problem, der *Focus*-Gründer – hier im Bild mit seiner Lebensgefährtin Patricia Riekel – hat noch mehr davon.
Foto: Thomas Schumann

gers-Regierung in NRW gebloggt haben.

War das der Steinkühler?

Karl-Heinz Steinkühler, ja. Er war später auch Initiator des „PeerBlogs", das Peer Steinbrück ein bisschen Barack Obama einzuhauchen versuchte. Seinen Posten bei Focus *ist Steinkühler inzwischen los.*

Aber bestimmt nicht wegen des Pseudonyms. Um Himmels Willen! Das ist eine elende Verkürzung. Ich weiß nicht, ob Steinkühler tatsächlich hinter Theobald Tiger steckte. Wir gingen auseinander, weil er einen Haufen Nebengeschäfte betrieb. Wie die Rechtslage aussieht, wenn man das Pseudonym eines anderen übernimmt, weiß ich nicht. Ich habe mich nie damit beschäftigt. Da müsste man mal Fritz Raddatz fragen. Er stand immer in engem Kontakt zu Tucholskys Witwe und Alleinerbin Mary.

Wie kamen Sie auf Moritz Rodach?

Rodach ist ein kleiner Ort in Oberfranken, wo ich die Volksschule besuchte. Moritz heißt mein Sohn.

Ein – danke, Wikipedia! – Geonym also. Das Online-Lexikon listet als ein Motiv für die Wahl eines Pseudonyms auf: „die Vermeidung von Nachteilen".

Ich nenne es: die Schaffung von Vorteilen. Die Deutschen sind sehr eng im Formatglauben. Wenn einer immer über Politik schreibt, dann muss er immer über Politik schreiben. Schreibt er plötzlich über die leichte Muse, wird das nicht anerkannt. Der Helmut Markwort kann also nicht über ein Musical schreiben. Deswegen glaube ich, dass die Aufteilung von Interessen auf verschiedene Pseudonyme mehr Vielfalt erlaubt. Gerade Sie als Frau müssten das honorieren. Schließlich wählten viele weibliche Schriftsteller im 19. und 20. Jahrhundert männliche Pseudonyme, um besser ins Verlagsgeschäft zu kommen. Ein *Nom de plume* war damals sehr wertvoll.

Tempi passati. Oder meinen Sie, Autoren, ob weiblich oder männlich, sollten sich auch heute noch unbedingt ein Alias zulegen?

Wenn man Lust hat, viel und auf unterschiedlichen Gebieten zu schreiben, warum nicht? Es ist eine Spielerei. Viele große Autoren hatten eins. Novalis kennt man sogar nur unter seinem Pseudonym. Und Tucholsky war ein Meister, der viele kreative Temperamente in sich vereinte: Ignaz Wrobel, benannt nach seinem Mathematiklehrer, war eine ganz andere Persönlichkeit als Peter Panter. Das Pseudonym ist also eine Erweiterung der Möglichkeiten, keine Einschränkung.

Helmut Markwort wurde 1936 in Darmstadt geboren. Mit 20 volontierte er beim *Darmstädter Tagblatt*, das er fünf Jahrzehnte später als Wochenblatt wiederbeleben sollte. Prominenteste Innovation in seiner Karriere als Journalist und Verlagsmanager ist das Nachrichtenmagazin *Focus*, dessen Herausgeber er seit 2010 ist. Markwort moderiert den „Sonntags-Stammtisch" im *BR*, steht als Schauspieler auf der Bühne und schreibt nach wie vor mit großer Leidenschaft.

Welches Temperament steckt in Moritz Rodach?

Moritz Rodach war stark sportlich engagiert. Er kam zum ersten Mal zum Einsatz, als ich die Idee hatte, auf *Radio Gong* ein Spiel des FC Bayern komplett zu übertragen – was ein bodenloser Leichtsinn war. Ich war Chefredakteur des *Gong*, schon ein bisschen bekannt, und interessierte mich für Fußball. Ich verstand auch etwas davon, aber ich hatte keine Ahnung, was da für Löcher drin sind in einem 90 Minuten Spiel. Verstehen Sie was von Fußball?

Vermutlich nicht so viel wie Sie.

Stellen Sie sich einen Einwurf vor. Einer kickt den Ball ins Aus, damit die Defensive Zeit gewinnt. Bis der Ball wieder drin ist, dauert es eine halbe Ewigkeit, in der Sie nicht aufhören können zu reden. Ich war ganz allein am Mikrofon und meine Anekdoten schnell aufgebraucht. Klugerweise hatte ich mich nicht als Helmut Markwort vorgestellt, sondern als Moritz Rodach. Sonst wären alle über mich hergefallen.

Einige Texte von Moritz Rodach lassen sich auf Focus Online *nachlesen. Dort schreibt ganz offensichtlich ein Fan des FC Bayern.*

Ich bin ja nicht nur Fan, sondern auch Aufsichtsratsmitglied des FC Bayern. Jeder weiß das. Natürlich auch die Kollegen von Online, als sie mich baten, ihnen ein paar Fakten von einer Reise mit den Bayern durchzugeben. Es war eine Gelegenheitsarbeit – und in meinem grundsätzlichen Bemühen, ein objektiver Journalist zu sein, meine subjektive Schwachstelle. Aber in meinem langen Journalistenleben sind das wirklich nur Peanuts.

Was halten Sie von der im Internet grassierenden Pseudonymeritis?

Das ist ein ganz anderes Kapitel! Anonyme Nobodys, die unter Kunstnamen wie Rumpelstilzchen18 Dreck werfen auf andere, sind Trolle, die mit Journalismus überhaupt nichts zu tun haben. Ich bin dagegen, dass solche Leute auf *Süddeutsche.de* oder *Focus Online* reinspucken können. Bei uns im Heft wird jeder Leserbrief überprüft. Und wenn ein Redakteur einen Fremdtext mit Pseudonym veröffentlicht, dann weiß er, wer dahinter steckt und verantwortet das auch.

Ist Ihnen bekannt, ob Ulrich Reitz, Ihr frisch gebackener Focus-*Chefredakteur, ein Pseudonym nutzt?*

Nein.

Lassen Sie uns überlegen, welches passend wäre?

Das lasse ich bleiben. Jeder Autor entscheidet individuell, welches *Nom de plume* er sich zulegt. Ich will doch Uli Reitz nicht die Freude nehmen, sich selbst einen Kunstnamen auszudenken.

Ein Vorschlag, der aus dem Haus Burda kommt: El compañero – der Gefährte. Ulrich Reitz und Sie kennen sich seit frühen Focus-*Tagen, und schon wird spekuliert, ob Sie wieder mehr Einfluss bei* Focus *gewinnen könnten, wollten, sollten.*

Könnte, wollte, sollte – ich habe so viel Einfluss, wie die Chefredakteure mich um Rat fragen. Ulrich Reitz schätze ich sehr. Er war ein tüchtiger Kollege. Aber das ist 17 Jahre her, dass er bei *Focus* war. Natürlich habe ich ihn über die Jahre beobachtet, wie er sich bei der *Rheinischen Post* und der *Westdeutschen Allgemeinen Zeitung* positiv weiterentwickelt hat. Nun sehe ich hoffnungsvoll seiner Tätigkeit bei *Focus* entgegen.

Foto: Focus Magazin

AFAG WIR MACHEN MESSEN Termine

2015

22. - 25. Februar 2015
HOGA Nürnberg
Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und GV
www.hoga-messe.de

18. - 22. März 2015
Freizeit-Messe Nürnberg
Touristik, Caravaning, Outdoor, Garten+Heim
www.freizeitmesse.de

18. - 22. März 2015
Freizeit-Garten Nürnberg
Angebote, Informationen für das „Grüne" Hobby
www.freizeitmesse.de

21. + 22. März 2015
3. Whisk(e)y Messe Nürnberg
The Village - Treffpunkt für Whisk(e)y-Kenner und Freunde
www.whiskey-messe.de

11. - 19. April 2015
Augsburger Frühjahrs-Ausstellung
Publikumsmesse für Lifestyle mit Bauen & Wohnen
www.afa-messe.de

2. - 6. September 2015
Americana Augsburg
Internationale Messe für Reitsport und Westernkultur. World Open Championship Western-riding. www.americana.de

26. September - 4. Oktober 2015
Mainfranken-Messe Würzburg
Publikumsmesse für Lifestyle mit Bauen & Wohnen
www.mainfranken-messe.de

13. - 16. Oktober 2015
interlift Augsburg
Internationale Fachmesse für Aufzüge, Komponenten und Zubehör
www.interlift.de

24. Oktober - 1. November 2015
Consumenta Nürnberg
Publikumsmesse für Lifestyle mit Bauen & Wohnen
www.consumenta.de

27. Oktober - 1. November 2015
Faszination Pferd Nürnberg
Messe, Sport+Show
www.faszination-pferd.de

29. Oktober - 1. November 2015
iENA Nürnberg
Internationale Fachmesse „Ideen - Erfindungen - Neuheiten"
www.iena.de

31. Oktober - 1. November 2015
START Messe Nürnberg
Messe für Unternehmens-Gründung, -Finanzierung, -Entwicklung und -Nachfolge
www.start-messe.de

2016

13. - 15. Januar 2016
DCONex Messe Essen
Fachmesse + Kongress Schadstoffmanagement
www.dconex.de

24. - 28. Februar 2016
Freizeit-Messe Nürnberg
Touristik, Caravaning, Outdoor, Garten+Heim
www.freizeitmesse.de

24. - 28. Februar 2016
Freizeit-Garten Nürnberg
Angebote, Informationen für das „Grüne" Hobby
www.freizeitmesse.de

27. + 28. Februar 2016
4. Whisk(e)y Messe Nürnberg
The Village - Treffpunkt für Whisk(e)y-Kenner und Freunde
www.whiskey-messe.de

16. - 19. März 2016
GrindTec Augsburg
Internationale Fachmesse für Schleiftechnik
www.grindtec.de

2. - 10. April 2016
Augsburger Frühjahrs-Ausstellung
Publikumsmesse für Lifestyle mit Bauen & Wohnen
www.afa-messe.de

23. Oktober - 1. November 2016
Consumenta Nürnberg
Publikumsmesse für Lifestyle mit Bauen & Wohnen
www.consumenta.de

27. Oktober - 1. November 2016
Faszination Pferd Nürnberg
Messe, Sport+Show
www.faszination-pferd.de

27. - 30. Oktober 2016
iENA Nürnberg
Internationale Fachmesse „Ideen - Erfindungen - Neuheiten"
www.iena.de

29. + 30. Oktober 2016
START Messe Nürnberg
Messe für Unternehmens-Gründung, -Finanzierung, -Entwicklung und -Nachfolge
www.start-messe.de

Mitglied im Fachverband Messen und Ausstellungen

Mitglied der Gesellschaft zur freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen

AFAG WIR MACHEN MESSEN

AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Messezentrum 1 · 90471 Nürnberg
☏ (0911) 9 88 33 - 0 · (0911) 9 88 33 - 500
www.afag.de · info@afag.de

AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Am Messezentrum 5 · 86159 Augsburg
☏ (0821) 5 89 82 - 0 · (0821) 5 89 82 - 300
www.afag.de · info@afag.de

Hausanschrift und Projektleitung: Johann-Höllfritsch-Str. 20/22 · 90530 Wendelstein

Stand: 23.9.2014

WAS SAUST
ÜBER EINE INSEL
ZEIGT, WIE MAN
UMWELTFREUNDLICH
VORWÄRTSKOMMT?
Die Erdgastaxen auf Sylt.
Die Erdgastaxen auf Sylt verdeutlichen, wie in Zukunft der Hase läuft. Denn hier tanken immer mehr Taxen Erdgas. Und mehr und mehr andere Fahrzeuge auch. Natürlich zum großen Teil schon aus klimaneutralem Biogas. Genial – und nicht nur eine Insellösung.
Diese Idee der Energieversorgung Sylt ist eine von vielen, mit denen die über 100 in der Thüga-Gruppe organisierten Stadtwerke die Energiewende vorantreiben. Für ein entscheidendes Plus für Mensch, Natur und Umwelt. Für das große Plus für alle.
Erfahren Sie mehr über
www.energie-und-wende.de
Die Energieversorgung Sylt verbindet Energie und Umwelt für die Insel.
EVS
Energieversorgung Sylt GmbH
thüga
Das große Plus für alle