Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

BJV report

Ausgabe 4/2013

BR: Freie als Manövriermasse
Hommage an Wolfgang Stöckel
Von USA Datenschutz einfordern
Prämierte Online-Satire aus Franken

www.bjv.de / www.djv.de

Bayernwahl,
Bundestagswahl:
Immer wieder versuchen
die Parteien, Journalisten
zu beeinflussen.
Wie reagieren
die Redaktionen?

Wir berichten, wie wir wollen!

Presseinformation

Juni-Hochwasser 2013

Fachverband SHK Bayern unterstützt niederbayerische Innungsfachbetriebe

Wie bereits berichtet, hat der Fachverband Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik Bayern wenige Tage nach dem verheerenden Juni-Hochwasser 2013 zu einer Spendenaktion aufgerufen. Mittlerweile ist ein fünfstelliger Spendenbetrag zusammengekommen, welcher an die betroffenen Betriebe schwerpunktmäßig in Deggendorf / Fischerdorf ausgezahlt wird. Diese Betriebe, welche mehrere Meter unter Wasser standen, benötigen nach wie vor die Hilfe und die Solidarität der gesamten bayerischen SHK-Branche.

Außerdem hat sich der Fachverband dafür eingesetzt, dass die Hilfe beim Wiederaufbau koordiniert ablief und die großzügigen Hilfsangebote aus anderen Regionen Bayerns sicher ihr Ziel erreichten. Einige Innungen, teilweise aus weit entfernten Gebieten Bayerns (z.B. Kulmbach und Eichstätt), leisteten vor Ort auch am Wochenende, mit Personalgestellung, Material- und Werkzeugspenden, Hilfe für die Kollegenbetriebe und Privathaushalte.

Auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Fachverbandes halfen mit, die Folgen der Überschwemmung in Deggendorf zu beseitigen. Eine Gruppe von sieben Freiwilligen half auf dem Gelände der Firma Niemeier in Fischerdorf an einem Wochenende die Schäden zu entfernen.

Der Fachverband SHK Bayern dankt allen, die durch Geld- und/oder Sachspenden ihre Solidarität zu den betroffenen Betrieben und der Bevölkerung gezeigt haben. Da das Ausmaß der Beschädigungen enorm ist, werden die Betroffenen noch lange mit den Folgen zu kämpfen haben. Wer sich noch für die betroffenen Betriebe engagieren möchte, kann sich gerne beim Fachverband SHK Bayern, Telefon: 089-54 61 57-0; E-Mail: info@haustechnikbayern.de, der Kreishandwerkerschaft Deggendorf, Telefon: 0991-29094480; E-Mail: info@khs-deggendorf.de melden oder eine finanzielle Unterstützung auf das vom Fachverband eingerichtete Konto bei der Donner &Reuschel-Privatbank, Kto.-Nr. 352 666 501,BLZ 200 303 00, Stichwort: „Hochwasserhilfe“überweisen.

Diese Naturkatastrophe hat den Zusammenhalt innerhalb der bayerischen SHK-Berufsorganisation eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Die gezeigte und gelebte Solidarität hat die Betroffenen sehr beeindruckt.

Im Fachverband Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik Bayern sind 60 Innungen mit ca. 4.800 Betrieben des Spengler-, Installateur- und Heizungsbauer-, Ofen- und Luftheizungs-bauer sowie Behälter- und Apparatebauerhandwerks zusammengeschlossen.
Mit ca. 56.000 Beschäftigten erwirtschafteten diese Betriebe 2012 einen Jahresumsatz von ca. 6,3 Mrd. Euro und bildeten im gleichen Zeitraum knapp 6.200 Lehrlinge aus.

Weitere Informationen zum Fachverband SHK finden Sie unter www.haustechnikbayern.de

Ansprechpartner:
Dr. Wolfgang Schwarz
Hauptgeschäftsführer
Email:
presse@haustechnikbayern.de

Tel: 89 / 54 61 57 – 15
Fax: 89 / 54 61 57 – 19

Anschrift:
Pfälzer-Wald-Str. 32
81539 München

www.haustechnikbayern.de

Leistung muss sich wieder lohnen

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

Da ist es das magische, allrettende Wort: leistungsbezogenes Entgelt! Hurra, willkommen sei der Fortschritt. Gegen den Automatismus der unsinnigen Gehaltserhöhung, nur weil der Tarifvertrag das mal wieder so will. „Leistungsbezogen" scheint das Zauberwort bei den kommenden Tarifverhandlungen zu sein und ist es schon längst bei den Häusern, die das Tarifgefüge verlassen haben.

Eine Frage, die sich mir ernsthaft stellt, ist: Was hat man denn vorher bezahlt? Bei mehrfachem Überlegen komme ich zu dem Schluss: Es muss die Leistung der Arbeitnehmer gewesen sein, die die Arbeitgeber entlohnten. Für das Nichtstun wurde man nur zeitweise bezahlt, bis der Chef halt dahinter kam und einen aufforderte, das eigene Verhalten zu verändern, oder einen wegen Faulheit vor die Tür setzte.

Warum kommt man nun zu dieser „neuen" Auffassung der Entlohnung? Weil es die Möglichkeit gibt, den Arbeitnehmer weiter unter Druck zu setzen. Es müssen Zielvorgaben erarbeitet werden, die dann einzuhalten sind. Die Vorgaben selber werden von den Führungsschichten erarbeitet, die ihre Leistung mit derselben Leistungserarbeitung rechtfertigen. Ausgeführt werden dürfen diese Vorgaben dann vom unteren Glied der hierarchischen Gliederung: dem gemeinen Redakteur. Ob Leistungen klar definiert werden können, dazu mag sich dann aber keiner äußern.

In einer Fabrik ist es ganz einfach: Da wird die Stückzahl definiert, der vermeidbare Schwund programmiert – wobei selbst dort klar ist, dass es gehobelte Späne zwangsweise dort gibt, wo gearbeitet wird.

Wie ist es aber mit der Regulierung, wenn es nicht um Stückzahlen, sondern um Inhalte geht, wenn es nicht um den Sparwillen, sondern publizistische Viel- und Sorgfalt geht? Wie kann man ernsthaft Kreativität und Leistungskontrolle unter einen Hut bringen?

Klar, ich sehe das zu negativ – so sind Gewerkschaftler eben. Das liegt aber daran, dass sich bei den Häusern, die schon leistungsorientiert bezahlen, bisher vor allem gezeigt hat, dass die Kolleginnen und Kollegen einem stetig steigenden Produktionsdruck unterworfen werden.

Ich lasse mich aber eines Besseren belehren, wenn diese Idee der leistungsbezogenen Bezahlung in einer Art Vorschuss- und Vertrauensmodell schon mal gelebt wird. Was das heißt? Ja ganz einfach: Die Verleger sollten die vielen freien Kolleginnen und Kollegen schon einmal leistungsbezogen entlohnen. Dann könnten wir die Idee mit den Vergütungsregeln endlich wieder ad acta legen, da dann die Freien einen mehrfachen Satz dieser Vergütungsregeln erhalten müssten.

Ein weiterer Vertrauensbeweis wäre die Reduktion der Führungskräftegehälter auf die leistungsbezogenen Regelung. Dann würden die Gehälter so mancher Verlagsmanager, Geschäftsführer und ähnlicher leistungsfordernder Großverdiener deutlich eingedampft werden. Statt fünf- bis sechsstelliger Gehaltszahlungen per anno wären es vermutlich „nur" noch niedrige fünfstellige Summen, bei manchen Führungskräften bin ich mir sicher, dass sie aufgrund ihrer „Leistungen" sogar noch Geld mitbringen müssten.

Ach ja, dieses eingesparte Geld könnte man dann wieder den Redakteuren zuführen, das wäre dann mal eine echte Leistung!

Politiker, Probleme, Pauschalisten

Michael Anger
Leitender Redakteur
Foto: Thomas Geiger

Reichlich zugeknöpft gab man sich teilweise, als der *BJVreport* wissen wollte, wie die Medien sich auf den Wahlkampf vorbereiten. Eine öffentlich-rechtliche Antwort kann so zwei Wochen dauern, bei einem großen Verlagshaus in der Landeshauptstadt hieß es bedauernd, wir sagen nix, weil, der Chef ist nicht da. Beim Mitbewerber fragte man doch glatt, wie es ums Gegenlesen stehe. Schlimmer als Politiker, denn die bemühen sich um mehr Offenheit. Zumindest, seit es Facebook und Co. gibt. Jeder Kandidat tummelt sich im Internet, oder lässt tummeln. Mit unterschiedlichen Methoden und relativ geringem Erfolg. Gemessen am Ziel, Edmund Stoiber zum Kanzler machen, hatte auch dessen ehemaliger Wahlkampfmanager Michael Spreng, wenig Erfolg. Vielleicht deshalb redet er ganz offen über naive Politiker und umfragegläubige Journalisten in Zeiten des „Ausnahmezustands Wahlen". **Seiten 12 – 18**

Erfolg erhofften sich auch die rund 200 Mitarbeiter des *Bayerischen Rundfunks,* die dem ersten Aufruf des BJV zum Warnstreik BJV gefolgt waren. Zum ersten Mal noch neun Jahren musste die Gewerkschaft wieder Aktionen beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk starten. Es geht um einen neuen Tarifvertrag für die Festen Freien, die so genannten 12 a-ler. Der alte lief vor einem halben Jahr aus. BJV-Vize Hilde Stadler erläutert im Interview, was an alten Problemen hinter der aktuellen Auseinandersetzung steckt: unzureichende Honorartöpfe, ein veraltetes Personalwahlrecht, Unsicherheit bei der Altersversorgung. Da auch im Zeitungsbereich langwierige Verhandlungen drohen, erläutern wir, was beim Streik zu beachten ist. **Seiten 20 – 22**

Langwierig dürften die Verhandlungen mit den USA über eine Senkung ihrer Abhörquote werden, falls der selbsternannte Weltpolizist überhaupt mit sich reden lässt. Bayerns Datenschutzbeauftragter Thomas Petri fordert schon einmal vorsorglich von den Europäern, auf die USA Druck auszuüben, falls die europäischen Datenschutzstandards weiterhin nicht respektiert werden. Journalisten empfiehlt Petri Verschlüsselungsdienste. Im Service-Teil des BJVreports können unsere KollegInnen lesen, was man konkret tun kann – und, auch wichtig, was man lassen sollte. **Seiten 28/29 und 32/33**

Inhalt

Verband

Hommage an einen Unermüdlichen 8
Zum Abschied von Wolfgang Stöckel
Ratschläge in Augenhöhe 10
Ein freundschaftliches Gespräch über Gospel, Rotwein und den BJV

Titel

Druck? Auf die Kandidaten! 12
Social Media ermutigen zur abwechslungsreichen Berichterstattung
„Ich habe nie gelogen" 16
Stoibers ehemaliger Spin Doctor Michael Spreng über Medieninszenierungen, Journalisten-Beeinflussung und Umfrage-Hörigkeit im Wahlkampf

Verband

„Ohne uns geht heute nix mehr" 19
Im BJV gab es frühzeitig eine eigene Fachgruppe für Onliner
Freie als Manövriermasse für den BR 20
BJV-Vize Hilde Stadler kritisiert: zu wenig Honorar, zu wenig Mitsprache
Streiken ist ein Grundrecht 22
Aber es gibt Regeln, die man vor der Arbeitsniederlegung beachten sollte
Syndrom mit Folgen 23
Ein Plädoyer für das Amt des Betriebsrats
Fachjournalismus heute 24
BJV und DJV-Hessen laden zur Diskussion nach Tutzing ein

Medienszene

Haustarif als Solidaritätsbeweis 25
Der Nordbayerische Kurier *will mit den Gewerkschaften verhandeln*
Den US-Geheimdiensten auf die Füße treten 26
Der Bayerische Datenschutzbeauftragte Thomas Petri zur heimlichen Überwachung durch die NSA und deutsche Behörden
Ironie im Rettungsboot 28
Der Postillon *aus Fürth parodiert Nachrichten – und ist mit dem Grimme Online Award ausgezeichnet worden*
Funkhaus kündigt allen Redakteuren 30
Mitarbeiter in Nürnberg vermuten Schlag gegen Betriebsrat
Kooperation mit der Konkurrenz 30
Absprachen Würzburg – Bamberg kosten Arbeitsplätze

Service

Rechtstipp 31
Betriebsratswahlen 2014: Was ist zu tun?

Beim Wahlkampf wird ausgewählt

In wenigen Wochen gehen die Wähler in Bayern zweimal zur Urne. Es gilt, die Kreuzchen für Landtag und Bundestag zu malen. Vorbei die Zeiten, als die halbe Redaktion im Wahlkampf von einer Parteiveranstaltung zur anderen hetzte. Heute setzen die Journalisten die Themen und die Social Media sind ihre Verbündeten. Dort tun sich die meisten Kandidaten noch schwer. **Seite 12**

Feste Freie protestieren

Erstmals nach neun Jahren hat der BJV wieder einen Streik beim Bayerischen Rundfunk organisiert. Immer wieder betont die Intendanz, wie wichtig die Arbeit der Pauschalisten ist. Eine neue Tarifvereinbarung für sie bereitet aber Probleme. Da hilft nur, für sein Rechte auf die Straße gehen. Die Freien waren so frei. **Seite 20**

Fotos: Eberhard Wolf, Rolf Poss

Technik 32
Mehr Sicherheit bei der Kommunikation
Netzschau 34
Journalisten zeigen Übereifer bei Banalitäten und Desinteresse an der Überwachung
Rezensionen 35
Kurse der ABP

Wir im BJV

Hintergrund statt Hundefutter 49
Die Zukunft der Zeitung und ihrer Verlage: Sparprogramm oder Wandel
„Man darf auch weglassen“ 50
Podiumsdiskussion über Berichte zur Finanzkrise
Markenwechsel als Mammutaufgabe 50
Wie aus „E.ON Bayern“ wieder „Bayernwerk“ wurde

Zur Person

Jubilare 51
Nachrufe 51

Sagen Sie mal

„Die Zeit der Affenfelsen ist vorbei“ 53
Immer nur Merkel und Steinbrück? Der Journalist und Nachwuchs-Politiker Christian Nürnberger erklärt, warum die Medien vom Spitzenkandidaten-Zirkus lassen sollten und Wahlkampf mit Brezn und Büchern Spaß macht

IMPRESSUM

Herausgeber:
Bayerischer Journalisten-Verband e.V.
– Michael Busch, 1. Vorsitzender –
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 7279860
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, info@krasserjournalismus.de
Tel. 0174 1799682

Autoren dieser Ausgabe:
Michael Busch (T), Veronika Vogelsang (F), Thomas Schumann (F), Thomas Geiger (F), Maria Goblirsch (T,F), Günter B. Kögler F), Sigi Müller (F), Ulf J. Froitzheim (F), Silvio Wyszengrad F), Stefan Puchner (F), Wolfgang Grebenhof (T), Wolfgang Zauner (T), Johannes Michel (T, F), Thomas Mrazek (T), Udo Dreier (F), Christian Pfaffinger (T), Klaus F. Linscheid (F), Michael Scheiner (T,F), Wolfgang M. Seemann (T), Claudia Bockholt (F), Claudia Dahrenmöller (F), Eberhard Wolf (F), Rolf Poss (F), Wolfgang Hoernlein (F), Jan Zappner (F), Regina Schmeken (F), Lutz Backes (Karikatur)

Gestaltung: Eberhard Wolf
Titelbild: Eberhard Wolf

Anschrift des Verlags:
W. Tümmels Intermedia GmbH,
Sperbersloher Straße 124, 90530 Wendelstein
Tel. 09129 9099590, Fax 09129 90995920

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

Der Bezugspreis ist im Mitgliedsbeitrag des BJV enthalten.

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

Auflage: 10.000 Exemplare
Erscheinungsweise: zweimonatlich

Redaktions- und Anzeigenschluss
für Ausgabe 5/2013: 20. September
Erscheinungstermin: 19. Oktober

ISSN: 0947-8337
Copyright 2013 by BJV & Autoren
ISSN: 0947-8337

Druckerei:
W. Tümmels Intermedia GmbH,
Sperbersloher Straße 124
90530 Wendelstein

Vorstand unterwegs

15. Mai
Vorbereitungsgespräche in München für ein gemeinsames Seminarprogramm mit der Politischen Akademie Tutzing und dem DJV Hessen
3. Juni
München – Veranstaltung „Journalisten helfen Journalisten“
5. Juni
Eröffnung Pressefoto in der Sparkasse Ansbach
6. – 8. Juni
Presseversorgung; Mitgliederversammlung in Salzburg
17. Juni
DJV-Gesamtvorstand in Kassel
18. Juni
München – Verabschiedung Wolfgang Stöckel
18. Juni
München – Geburtstag Presseclubchef Ruthart Tresselt
24. – 26. Juni
Lobbygespräche in Brüssel
28. – 29. Juni
Besuch Landesverband Hessen (Jahresversammlung mit Wahlen)
8. Juli
Sommerempfang der FDP im Bayerischen Landtag
9. Juli
Lokalrundfunktage Nürnberg
10. Juli
Bayreuth – Gespräche mit dem Geschäftsführer Rümmele zur aktuellen Situation
16. Juli
Sommerempfang des Bayerischen Landtags in Oberschleißheim

Der BJV – täglich für Sie im Netz

www.bjv.de

Twitter
twitter.com/bjvde

Facebook
facebook.com/bjvde

Newsletter
www.bjv.de/newsletter

Jungjournalisten bei der EU-Kommission

Über die Aufgaben der EU-Kommission, über Copyright und die Euro-Staatsschuldenkrise, die Datenschutzreform sowie die Regional- und Agrarpolitik in der EU informierten Vertreter der Kommission in vielen Vorträgen Jungjournalisten aus unterschiedlichen Medien in ganz Bayern. Der BJV hatte für sie eine dreitägige Informationsfahrt nach Brüssel organisiert. Ein gemeinsames Mittagessen mit den beiden Europa-Abgeordneten Wolfgang Kreissl-Dörfler (SPD) und Manfred Weber (CSU) sowie ein Besuch bei der Bayerischen Vertretung in Brüssel rundeten die Reise ab.

Foto: Maria Goblirsch

Initiative für Streikposten gescheitert

Der Bayerische Landtag hat mit den Stimmen von CSU und FDP am letzten Tag der Legislaturperiode eine Änderung des Versammlungsgesetzes abgelehnt. Mit einem Gesetzentwurf wollten SPD und Grüne mehr Klarheit für die Gewerkschaften im Arbeitskampf schaffen. Nach der geltenden Regelung riskieren Streikposten, die mit Transparenten vor ihrem Betrieb stehen oder Flugblätter verteilen, Ärger mit der Polizei.

Sie können, wenn sie die Aktion nicht angemeldet haben, mit einem Bußgeld bis zu 3000 Euro belegt werden. Denn nach der Mathematik der Staatsregierung bilden bereits zwei Streikposten oder Demonstranten eine Versammlung – und die muss vorab angemeldet werden. Eine solche Anmeldung aber könnte die Wirkung eines Warnstreiks mindern.

Nach Artikel 9 Grundgesetz (Koalitionsfreiheit) könnte zwar eine Anmeldung von Streikaktionen überflüssig sein. In der Praxis aber herrscht Rechtsunsicherheit. Bußgeldverfahren gegen Gewerkschafter sind schon eingeleitet worden.

Seit 2008 kämpft der BJV in einem breiten gesellschaftlichen Bündnis für Versammlungsfreiheit in Bayern. Der Verband zählte zu den Klägern, die gegen das Bayerische Versammlungsgesetz vor das Bundesverfassungsgericht zogen. Die Richter hatten mehrere Teile des Gesetzes für verfassungswidrig erklärt, die CSU/FDP-Koalition musste das Gesetz daraufhin im Jahr 2010 überarbeiten. *mgo*

Termine

14. September
DJV-Tagung Besser Online in Mainz. Unter dem Leitmotiv „Zahljahr 2013“ geht es um Geschäftsmodelle für Freie.
www.besser-online.de
20. September – 11. Oktober
Ausstellung Pressefoto Bayern in der Spielbank Bad Füssing
23. September
Webinar Fotos online vermarkten mit Fotopool (kostenlos, nur für DJV-Mitglieder)
http://tinyurl.com/l7m3f93
24. September
BSW-Seminar: Darf ich? Oder vielleicht besser nicht? (Presserecht)
BJV-Geschäftsstelle, München
11. Oktober
FREItag, „Freie ohne Verlag“ mit Fachgruppenvorstandswahl, Augsburg, Evangelisches Zentrum im Annahof
28. Oktober
DJV-Seminar für Betriebsräte in Berlin; weitere Termine am 26.11. in Fulda und am 16. Dezember in Nürnberg

Rasche Hilfe für Flutopfer

Das BJV-Bildungs- und Sozialwerk (BSW) hilft Passauer Journalisten

Das Hochwasser ist vorüber, die sichtbaren Schäden größtenteils beseitigt. Für zwei Kollegen in Niederbayern waren die Folgen existenzbedrohend. Das Bildungs- und Sozialwerk des BJV half schnell und unbürokratisch und unterstützte die Journalisten mit insgesamt 5000 Euro Soforthilfe. Der DJV stockte aus seinem Flutopfer-Unterstützungsfond die Hilfe um weitere 5000 Euro auf.

Zuvor hatte der langjährige BJV-Vorsitzende Wolfgang Stöckel auf Geschenke bei seiner Verabschiedungsfeier verzichtet und stattdessen um Spenden für das Bildungs- und Sozialwerk gebeten. Auch Frank Förtsch, Chefredakteur und Geschäftsführer in der Mediengruppe Oberfranken, setzte sich spontan für die Flutopfer ein. Er war Referent beim Bayerischen Journalistentag in Aschaffenburg spendete sein Honorar dem BSW.

Nachahmer sind willkommen. Das BSW bittet um Spenden, um Journalistinnen und Journalisten in Notfällen helfen zu können. Jeder Euro zählt. *mgo*

Die Bankverbindung des BSW: Sparda-Bank München eG, Konto-Nr. 4120000, Bankleitzahl: 700 905 00.

Personalien

Andreas Jalsovec, bisher für die *Süddeutsche Zeitung* tätig, berichtet jetzt für den *Evangelischen Presseverband* über die Region Augsburg/Schwaben.

Diana Schardt, Sprecherin des Privatsenders Sat.1, übernimmt zusätzlich die Leitung Kommunikation und PR von ProSiebenSat.1.
.

So ist es richtig

Nichts ist perfekt, auch nicht der *BJVreport.* In das Organigramm auf den Seiten 28/29 der letzten Ausgabe (3/2013) hatten sich ein paar Fehler eingeschlichen. Hier die Korrekturen:

Die neue Handynummer der Bezirksvorsitzenden Niederbayern/Oberpfalz, Daniela Albrecht, lautet 0151 53224694.

Die Mailadresse des Bezirksvorsitzenden Franken/Nordbayern, Dieter Germann, lautet germann@bayernpress.com.

Im Bildungsbereich des Bildungs- und Sozialwerks ist anstelle von Thomas Morawski jetzt Thomas Mrazek tätig.

Die Juristen des BJV sind unter der Sammel-E-Mail-Adresse rechtsberatung@bjv.de zu erreichen. Stutzig wurden die Leser bei der Bildunterschrift auf Seite 10. Der zufolge hat der BJV zwei Schatzmeister. Wir entschuldigen uns bei der Leserschaft, dem tatsächlichen Schatzmeister Markus Hack und bei Ralph Bauer. Letzterer ist natürlich Schriftführer.

Jeden kann es treffen!
Berufsunfähig
Sind Sie abgesichert?

Premium-Vorsorge für Medienmenschen
Besser Presse
In 2013 4,5 %
Presse-Versorgung

Hommage an einen Unermüdlichen

Noch klingt uns der langanhaltende Beifall im Ohr, den der bisherige BJV-Vorsitzende Wolfgang Stöckel sowohl beim Bayerischen Journalistentag in Aschaffenburg als auch von den 200 Gästen seiner Abschiedsfeier im Jüdischen Zentrum in München erhielt, jeweils unter standing ovations. Der ehrlich lobenden Worte gab es genug. Charlotte Knobloch, Präsidentin der Israelitischen Kultusgemeinde, sprach von unermüdlichem Einsatz; Medienminister Thomas Kreuzer rühmte den Dreiklang Leidenschaft, Zuverlässigkeit und Menschlichkeit; DJV-Vorsitzender Michael Konken stellte fest: „Du hast Dich um den Journalismus verdient gemacht." Bescheiden selbstbewusst, unprätentiös sagt man heutzutage, saß Wolfgang Stöckel am zweiten Tag in Aschaffenburg als „normales" Mitglied in den Reihen und diskutierte kritisch mit. In München stellte er, ganz gelernter Lehrer, den Berufskollegen noch eine Aufgabe: Ein großer Zug Gleichgesinnter sollte wie anno 1832 für die Pressefreiheit aufs Hambacher Schloss ziehen. Nach 20 Jahren an der Spitze des Bayerischen Journalisten-Verbandes ist der Kapitän von Bord gegangen. Ausführlich kann man dies auf *www.bjv.de* nachlesen. Der *Report* verabschiedet und dankt Wolfgang Stöckel mit einer Karikatur seines Freundes Lutz Backes, einer BJV-Vita in Bildern und einem Porträt durch Neukapitän und bisherigen 1. Offizier Michael Busch, der den Auftrag hatte, hinter dem pragmatischen Unprätentiösen den nachdenklich-lebensfreudigen Menschen zu entdecken. ma.

Jetzt muss der Nachfolger Suppen auslöffeln. Wolfgang Stöckel und sein damaliger Vize Michael Busch auf dem DJV-Verbandstag 2011 in Würzburg (oben).
Ein ideales Team: Wolfgang Stöckel und Ehefrau Christine (darunter).

Gratulation dem Vorgänger Erich Geiersberger beim Jubilaressen 2007 (links). Engagierter Streikführer auf dem Münchner Marienplatz (unten). Mit Landtagsvizepräsidentin Barbara Stamm bei der Eröffnung der Ausstellung Pressefoto Bayern (rechts)

Sie steht ihm gut am Revers:
die Goldene Ehrennadel des
Bayerischen Journalisten-Verbandes.

Ratschläge in Augenhöhe

Ein freundschaftliches Gespräch über Gospel, Rotwein und den BJV

Von Michael Busch

Nein, richtig gelangweilt sieht er nicht aus. Lachend empfängt er mich mit einem netten „Guten Morgen, Herr Vorsitzender“, der Vorsitzende a.D. in seiner Wohnung in Heroldsberg. Er bestätigt diesen Eindruck zugleich, als er das Erzählen über sein „Leben nach dem BJV“ beginnt. „Ich habe zurzeit viel mit Verabschiedungen zu tun“, berichtet er. Was ja nicht verwunderlich ist, wenn ein Mann, der zwei Jahrzehnte die Geschicke des BJV in seiner Hand hatte, den Sitz freimacht.

„Nein, nein, meine Verabschiedungen sind durch, es geht um meine Frau!“ Christine Stöckel ist auf Abschiedstour und der Gatte begleitet und unterstützt sie; er hilft, wo er kann. „Mit diesem Ferienbeginn hört Christine auf zu arbeiten“, sie ist Lehrerin und man kann sich mit ihr trefflich über die guten und unguten Veränderungen der Schulzeit in den letzten Jahren unterhalten

Eines ist sicher, wenn sie zu Hause ist, wird es noch weniger langweilig werden, als es jetzt schon nicht ist. „Ich mache gerne den Garten, ich gehe Einkaufen, ich koche“, zählt Wolfgang Stöckel auf. Dröges Hausmannsleben? Nein, dafür gibt es noch viel zu viele Pläne, zu viele Interessen. Da wartet ein Gospelchor in Heroldsberg, bei dem er sich vorstellen könnte, mitzusingen. „Ich war früher schon mal in einer Band, Jazz, da gibt es eine Truppe, in der ich auch wieder musizieren könnte.“ Die Violine wird er wahrscheinlich nicht mehr spielen, wie er es in früheren Zeiten gemacht hat. Abgesehen davon wird die Zeit für das Instrument nicht reichen.

Denn da sind ja auch noch die Freunde, für die jetzt auch ein wenig mehr Zeit ist. „Wobei wir diese Freundschaften immer gepflegt haben. Manche machen das nicht und stürzen im Rentenalter dann in ein Loch.“ Wolfgang Stöckel sagt, dass die regelmäßige Schafkopfrunde, gemeinsame Treffen bei dem einen oder anderen Glas Rotwein („Das muss nicht immer ein Franzose sein, es gibt auch sehr gute Italiener“) immer ein Bestandteil auch im Berufsleben gewesen seien.

Wie sieht es mit den „alten DJV-Recken“ aus? Wolfgang Stöckel druckst ein wenig herum. „Freunde? Das war eher auf Verbandsebene. Mit dem einen hat man sich besser verstanden, mit dem anderen schlechter.“ Es waren eher freundschaftliche Verhältnisse, die dort gepflegt wurden. „Ich habe nur wenige Kollegen, bei denen ich von einer Freundschaft reden würde. Günter Weislogel gehört zum Beispiel dazu.“

Den Bayerischen Verdienstorden überreichte 2011 Ministerpräsident Horst Seehofer.

Da war es dann doch da: das Thema Journalismus. „Es ist wohl richtig, dass man als Journalist die Feder nie so richtig auf die Seite legen kann.“ Es sind nicht die termingebundenen Veranstaltungen, zu denen Wolfgang Stöckel gehen mag, um zu berichten. „Es gibt so vieles, was einem auffällt und wenn ich die Lust habe, berichte ich darüber.“ Eine neue Brauerei in seinem Heimatort wäre zum Beispiel so ein Thema, warum die Nürnberger „Krankenhaus“ auf den Buslinien mit „KRK“ abkürzen, war so ein Thema.

Der Sprung zum BJV ist nun klein. Klar, dem interviewenden Gegenüber, dem Nachfolger, werden noch ein paar Tipps und Ratschläge mitgegeben. Nicht besserwisserisch, nicht von oben herab oder gar dem Beiton „Ich habe das so lange gemacht, jetzt erzähl ich Dir Frischling mal was!“ Nein, auf Augenhöhe, menschlicher Rat, wissend, dass Wolfgang Stöckel es mit dem Begriff „Freundschaft“ sehr ernst nimmt: Es hört sich manchmal an, wie ein freundschaftlicher Rat.

Der wird auch weiterhin gefordert sein. Denn ganz so weg ist Wolfgang Stöckel dann ja nicht vom Fenster. Nach dem Gespräch und mit dem Start der Ferienzeit ging es erst Mal nach Barcelona, dann in das geliebte Frankreich. Doch der BJV lässt ihn nicht ganz los. „Da gibt es eine Idee mit den Donau-Schwaben“, verrät er augenzwinkernd. Er ist in dem einen oder anderen Gremium aktiv, das er zwar nach und nach aufgeben wird, aber das Wissen um das bayerische Mediengeschehen ist bei ihm gut aufgehoben, weil er es weitergibt und nicht für sich behält.

Bei der Versammlung des DJV ist er erstmals als „ganz normaler Delegierter“ dabei. Auf Rang 1 ist er bei der Wahl in Aschaffenburg auf die Liste gekommen. Das zeigt das Vertrauen der BJVler in ihren „alten Boss“.

Nein, richtig gelangweilt sieht er nicht aus. Lachend verabschiedet er mich mit einem netten „Gute Zeit, Herr Vorsitzender“, der Vorsitzende a.D. in seiner Wohnung in Heroldsberg.

Das erste Team als Vorsitzender (von links): Schriftführer Max Schmidt, Wolfgang Stöckel, Vize Wolfgang Soergel, Vize Hans Schneider, Schatzmeister Peter Nützel.

Nein, den Gefängnisaufenthalt gaukelt der Fotograf nur vor: Aktenstudium mit Frauke Ancker in der Pause einer Tagung.

Auch beim Skat-Turnier der Landesbausparkasse im Nürnberger Presse-Club ganz konzentriert.

Wolfgang Stöckel wurde 1949 in Dinkelsbühl geboren, aufgewachsen ist er im Steigerwald. Nach dem Abitur studierte Wolfgang Stöckel in Erlangen Latein und Französisch. Nach einer Tätigkeit als Austauschlehrer in St. Omer, Nordfrankreich, setzte er sein Studium mit den Fächern Galloromanische Philologie, Theaterwissenschaften und Politologie fort und beendete es mit der Promotion. Nach seiner Tätigkeit als freier Journalist volontierte Stöckel bei der *Nürnberger Zeitung* und arbeitete mehrere Jahre als Redakteur in unterschiedlichen Ressorts. 1988 übernahm er die Leitung der Lokalredaktion der *Fürther Nachrichten,* acht Jahre später die der Lokalredaktion bei der *Nürnberger Zeitung.* Von 1997 an war Stöckel als Leiter des Presse- und Informationsamtes der Stadt Nürnberg tätig, von 2002 an als Leiter des Bereichs Standort-Kommunikation im Wirtschaftsreferat und verantwortetet die Öffentlichkeitsarbeit für das Schulreferat. Wolfgang Stöckel stand von 1987 bis 1993 an der Spitze des Bezirksverbandes Franken/Nordbayern, ab 1993 engagierte er sich als Vorsitzender des BJV. Bei der Mitgliederversammlung 2013 kandidierte er nicht mehr für die Spitzenposition und wurde in das Verbandsgericht gewählt.
Seit Mai 1994 vertritt Wolfgang Stöckel den BJV im Rundfunkrat des *Bayerischen Rundfunks.* Dort war er für zwei Amtsperioden – also insgesamt zehn Jahre – stellvertretender Vorsitzender des Fernsehausschusses. In der Arbeitsgruppe Drei-Stufen-Test war er vier Jahre lang ebenfalls stellvertretender Vorsitzender und zuletzt ein Jahr Vorsitzender gewesen.
Im Mai 2012 wurde Stöckel zum Schriftführer dieses Gremiums gewählt. Außerdem fungiert er als Vertreter des Rundfunkrats im Programmbeirat *ARTE* G.E.I.E. Seit Februar 2013 ist Wolfgang Stöckel Vizepräsident dieses Gremiums.

Fotos: Günter B. Kögler, Sigi Müller, Maria Goblirsch, LBS, Bayerische Staatskanzlei, Ulf J. Froitzheim, Silvio Wyszengrad, Veronika Vogelsang, Stefan Puchner

Landeshauptstadt
München
Wahlraum
Wahl-/
Stimmbezirk
Nr.
Stimmbezirk
0508
Landeshauptstadt
München
Wahlraum
Stimmbezirk
Nr. 0501
Wahl-/
Stimmbezirk

Druck? Auf die Kandidaten!

Im Wahlkampf setzen die Medien die Themen – auch dank Social Media

Von Michael Anger und Senta Krasser

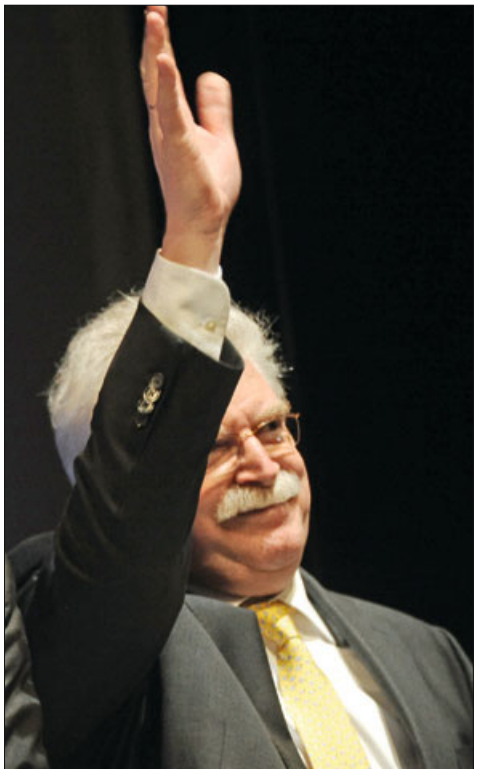
Neun Monate vor einer Bundestagswahl, als deren Ergebnis eine Große Koalition aus Union und SPD gebildet wurde, schimpfte laut Münchner Merkur Noch-Bundeskanzler Gerhard Schröder bei einem Umtrunk in der SPD-Zentrale, dass die Medien seine CDU-Mitbewerberin Angela Merkel bevorzugen würden: In Deutschland müssten Journalisten doch keine Angst haben, wenn sie etwas anderes schrieben, als die Verleger wollten. Das geschah in Berlin 2005. Schon 30 Jahre vorher in Bayreuth wurden im Wahlkampf Berichterstatter des Nordbayerischen Kuriers, an dem die SPD-Tochter ddvg beteiligt ist, unterschiedlich begrüßt. Bei der CSU mit: „Schreibt fei bloß die Wahrheit", bei der SPD doppeldeutig mit: „Na, ihr werdet schon das Richtige schreiben". Ja, wer Nachdenken scheut, steckt die Medien automatisch in Schubladen. Hauptsache, sie sind schuld. Nicht nur an der Wahlniederlage, sondern auch etwa am Rücktritt des Nicht-mehr-Dr. Karl-Theodor von Guttenberg, von Bundespräsident Christian Wulff, am Widerstand gegen Stuttgart 21, was laut Spiegel Online den FDP-MdB Joachim Günther hysterisch von einer linksgrünen Hysterie-Berichterstattung geifern ließ.

Am 15. September wird im Freistaat Bayern ein neuer Landtag gewählt, eine Woche später der Bundestag. Der BJVreport wollte wissen, wie die Medien sich auf den Wahlkampf vorbereiten, um dem nachträglichen Schimpfen zu entgehen. Das Ergebnis einer kleinen Umfrage: Das ist den Medien egal. Früher pfiffen die Parteien und die Berichterstatter kamen: Heute pfeifen die Zeitungen auf die Politiker, die sich eh schon in den Social Media verirrt oder aufgerieben haben. Anschließend erklärt der frühere Stoiber-Manager Michael Spreng, was aus seiner Sicht beide Seiten falsch machen und auf Seite 53 im „Sagen Sie mal" schüttelt der SPD-Kandidat Christian Nürnberger aus dem Nürnberger Land den Kopf über den Medienzirkus um die Spitzenkandidaten.

Noch nie waren die Parteien vor einer Wahl so umtriebig im Netz unterwegs in dem Glauben, via Facebook und Co. näher am Bürger, speziell am Erstwähler zu sein. Ob das fleißige Posten aber auch nutzt? Ob man die Leute erreicht, die man erreichen will? Die Generation Facebook ist skeptisch. „Wenn ich auf Facebook von einem Politiker den Post lese, war gerade am Parteitag, hab' ne geile Rede gehalten, dann frage ich mich: Hey, was soll das?"

Das sagt die Schülerin Hannah im Blog von „quer", dem Politikmagazin im Bayerischen Fernsehen. Die „quer"-Hauptcrew sommerpausiert bis 12. September, und die zurückgebliebene Laura Beck nutzt die Zeit für einen „Party Check": Fünf Erstwähler, darunter eben die Schülerin Hannah, treffen jede Woche einen Politiker oder eine Politikerin, um ihn/sie zu fragen: Warum (ihn/sie) wählen?

Dabei findet es die Redaktion wohl besonders originell, mit dem Begriff „Party" – englisch für Partei oder Fete – zu spielen. Politiker wie der professorale Michael Piazolo, Landtagsabgeordneter der Freien Wähler, werden ins Partygetümmel geschubst und sollen dann, beschallt von lauter Musik und mit einer Flasche Bier in der Hand, mal eben in drei Sätzen erklären, warum ihre Partei toll ist. Denn drei Sätze, eine kurze Ansage, das sei



Gerade mal halb so viele Zettel wie erlaubt werden manchmal in diese Urnen geworfen. Um die niedrige Wahlbeteiligung zu heben, tummeln sich die Politiker immer mehr in den Social Media. Nicht immer besonders schlau, wie ihre Pages belegen, etwa die von Vizeministerpräsident Matin Zeil, FDP (rechts).

Fotos: Rolf Poss, Wolfgang Hoernlein

es doch, findet Hannah, „was die Jugend, die sich so leicht ablenken lässt, braucht".

Nur leider war Piazolo auf diese schnelle Nummer – der Zuschauer bekommt einen neunminütigen Zusammenschnitt – merkwürdigerweise nicht vorbereitet. Ob sein unkonkretes Rumschwurbeln auf die „wow, ganz schön taffen Fragen" zurückzuführen war, wie Moderatorin Beck mutmaßte? Der Erkenntnisgewinn hält sich beim Anschauen dieser „quer"-Clips jedenfalls in Grenzen.

Mehr Erkenntnis soll beim öffentlich-rechtlichen TV die übliche Routine bringen: ein TV-Duelle zwischen Ministerpräsident und Herausforderer, also Horst Seehofer und Christian Ude, ein Dreikampf zwischen den Spitzen der drei anderen größeren Parteien und ein Streitgespräch zwischen allen fünf Fraktionsvorsitzenden. Natürlich würden, so versichert BR-Chefredakteur Sigmund Gottlieb, in einer gesonderten Sendung auch die nicht im Maximilianeum vertretenen Parteien zu Wort kommen.

Interessanter hört sich das schon beim BR-Hörfunk an, wenn Nikolaus Neumaier, Leiter Landespolitik, meint, Parteiveranstaltungen besuche man hauptsächlich, um Atmosphäre einzuholen. Der Spitzenkandidaten nehme man sich an, indem man sie begleite und nach dem Motto berichte: Ist Ilse Aigner tatsächlich das Zugpferd der CSU in Oberbayern? Wie kommt der Münchner OB Christian Ude in Franken an?

Ein einfaches Konzept zum Umgang mit echten oder selbsternannten Spitzen hat Martin Wanninger, stellvertretender Chefredakteur der Passauer Neuen Presse: „Wir besuchen keine reinen Wahlkampftermine und haben auch den Kandidaten gesagt, wir sind nicht dabei, wenn sie oder ihre Politpromis Behörden oder Firmen besuchen." Die Außenredaktionen haben freie Hand bei er Themenauswahl, Absprachen gibt es nur, um Dopplungen zu vermeiden. So sieht das auch Falk Zimmermann, Deskchef beim Fränkischen Tag in Bamberg. Regeln sollen nur einen Rahmen abstecken. Die wichtigste Regel lautet: Alles muss einen Bezug zum FT-Leser haben. So wurde eine Krypto-Party der Piraten besetzt, weil sie über Hacken informierten. Das habe Nutzwert. Wenn Sigmar Gabriel in die Redaktion kommt, solle er nicht irgendein langes politisches Statement abgeben, sondern sich zu Fragen der FT-Leser äußern.

Ähnlich ergeht es Bundesverkehrsminister Peter Ramsauer bei der Augsburger Allgemeinen. Wir wollen die Themenschwerpunkte selbst setzen, das sollen nicht die Politiker tun, erklärt der stellvertretende Chefredakteur Gerd Horseling. Mit Verkehrsminister Ramsauer wurde nicht über den Flughafen Berlin diskutiert, sondern über seinen Einsatz für Elektrifizierung im Allgäu. Eigenberichterstattung ist auch bei der Regionalzeitung das A und O. Lieber weniger Agenturmaterial im Mantel, sondern den Platz für lokale Geschichten nutzen. Die Süddeutsche, wie andere überregionale Blätter, gibt sogar eigene Umfragen für die Sonntagsfrage in Auftrag. Das lassen wir uns auch etwas kosten, so CvD Alexandra Borchardt.

Wie alle Medien tummeln sich auch die Augsburger im Wahlkampf besonders intensiv im Internet. Sie interessiert der Umgang der Kandidaten damit: Wird die Website regelmäßig aktualisiert, entstehen Diskussionen, welchen Sprachstil verwenden die Kandidaten bei SMS-Botschaften? Natürlich werden Social Media als Betätigungsfeld eine immer größere Rolle spielen, aber auch die Chance, sich dort Infos zu holen, ist sich Falk Zimmermann sicher. Problem: Schon personell könne man nicht alles im Online-Bereich beobachten. Dank der neuen Medien werde die Infomenge wohl nach dem Last-minute-Prinzip kurz vor den Wahlen rasant steigen.

Versuche, Druck auf die Redaktionen auszuüben, gibt es offenbar nicht mehr, höchstens Einzelfälle, die man ignorieren kann. Gerd Horseling dreht das sogar um: Druck? Höchstens auf die Kandidaten, weil die Journalisten vor allem im Internet die Themen setzen können. Auch Ausgewogenheit ist kein Thema mehr, versichern die Medien. Beim Bayerischen Rundfunk gibt es ausführliche Empfehlungen der juristischen Direktion und bei der Süddeutschen heißt es schlicht und einfach: Wir führen keine Strichlisten, wir s i n d ausgewogen.

Spitzenkandidaten dürfen die Redaktionen besuchen, aber dort keine 08/15-Statements abgeben. Sie müssen sich vielmehr mit den Fragen der jeweiligen Leser beschäftigen. Von links: Christian Ude (SPD), Tanja Schweiger (Freie Wähler), Horst Seehofer (CSU) und Hubert Aiwanger (Freie Wähler).
Fotos: Rolf Poss

Propaganda und Privates

Die Kandidaten nutzen Facebook recht unterschiedlich

Von Michael Anger

Da alle im voranstehenden Artikel befragten Medien dem *BJVreport* schilderten, dass die so genannten Social Media im Abwehrkampf gegen die Pseudo-Infoflut von Parteien und Kandidaten eine wichtige Waffe seien, wollte es die Redaktion genau wissen und hat sich auf fünf Facebook-Auftritten, einer für jede im Landtag vertretene politische Richtung, umgesehen. Natürlich nicht repräsentativ, sondern nach dem Zufallsprinzip, weil der Überraschungseffekt ja das A und O der „sozialen Medien" darstellt.

Optisch kräftig treibt es Vizeministerpräsident und Bayerns FDP-Vorsitzender Martin Zeil. Unwillkürlich weicht man vom PC zurück, wenn seine Page mit dem kräftigen Parteigelb erscheint. Angesichts der akribischen vollständig erscheinenden Darstellung seiner Auftritte fällt es schwer zu glauben, dass Martin Zeil persönlich auf seiner Seite tätig ist. Tagtäglich Wahlplakate und sich selbst zu posten, so viel Zeit hat ein Wirtschaftsminister nicht. Die auch akribische Vita könnte einem Aktenordner entnommen sein. Zwischen den vielen meist staatstragenden Fotos der Chronik ist kaum Text zu finden. Ab und zu gefällt das Präsentierte einem Parteifreund, geteilt wird auch gelegentlich.

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte – Ausschnite aus den Facebook-Accounts von Martin Zeil, Martin Heilig und Tanja Schweiger

Rekordverdächtige 110 Kommentare auf einen einzigen Eintrag erhielt der CSU-Landtagsabgeordnete Martin Schöffel. Er vermeldete den Umzug des Drittgeborenen von der Klinik ins heimische Babybett – sogar datenschutzideal ohne Foto. Jedem Oberfranken nötigt das Respekt ab, ist da doch ein Bayreuther aus der Weltstadt nach Kaiserhammer ins aussterbende Fichtelgebirge gezogen. Und dann verbessert er gleich die Einwohnerstatistik. Schöffel hat offenbar den Sinn von Facebook begriffen: hinter der offiziellen Fassade den Menschen entdecken. Am Anfang seiner Freundesliste sind gleich eine ganze Reihe regionaler Redakteure zu sehen . . . 1735 Freunde können sich darüber informieren, dass der Abgeordnete Schach liebt, noch immer mit dem Nicht-mehr-Dr. Karl-Theodor von Guttenberg solidarisch ist, gerne die Hofer Symphoniker hört und das Stoiber-Double Wolfgang Krebs mag.

992 – das ist die Zahl der „Gefällt mir"-Angaben von Tanja Schweiger von den Freien Wählern.. Der Bankkauffrau scheint im Leben noch nichts Negatives begegnet zu sein. Schade, dass auf der Page ganz oben der Hinweis auf die „normale" Homepage steht, denn auf die offizielle Darstellung ist man als Facebook-affiner kaum scharf. Mutig: Auch weit oben wird auf die Plattform *abgeordnetenwatch.de* verwiesen. Dort kann man sich über alle deutschen Parlamentarier informieren, und vor allem sollen möglichst alle Deutschen dort Fragen stellen. Dem guten Ruf der Plattform ist es zu verdanken, dass die Abgeordneten auch tatsächlich alle Fragen beantworten. Dort erfährt man, dass die Freie Wählerin Tanja Schweiger einen regionalen Mindestlohn befürwortet. Hauptthema auf Facebook sind für die 35-Jährige erneuerbare Energien, vor allem Windkraft. Das sichert Diskussionen. Der Traffic ist zwar nicht allzu heftig, aber im Vergleich zu vielen Kollegen zufriedenstellend.

Mehr Traffic könnte wohl auch der Würzburger Bundestagskandidat Martin Heilig erzeugen, wenn er mehr Themen anspräche. Denn der lokale Bezug – der Grüne kämpft gegen die B26 nördlich von Würzburg – spricht die Leute an. Deshalb zeigt Heilig auch nur Fotos aus dem lokalen Wahlkampfgeschehen. Immerhin kann man erfahren, dass er Herbert Grönemeyer und Bon Jovi mag, die *Tagesschau* sieht und, nicht selbstverständlich, die ganze Familie zu seinen Freunden zählt.

Gibt man einen Parteinamen bei der Suchfunktion ein, so öffnet sich eine unendlich lange Liste, denn selbst die kleinste Parteigliederung gibt sich brav modern und hat ihren eigenen Facebook-Auftritt. Brav ist in der Regel das richtige Wort dafür. So präsentiert die SPD Obergiesing ein hübsches Bild des Münchner Stadtteils. Unter Info wird die Geschäftsstelle lokalisiert, die Seitenadministratoren werden aufgezählt, der Beitritt zu Facebook vom 9.2.2011 vermeldet. An erster Stelle der Chronik steht ein Hinweis, wann und wo Kanzlerkandidat Peer Steinbrück in Oberbayern auftritt, einige Hinweise auf bundesweite Aktionen und die Ankündigung lokaler Veranstaltungen folgen. Beim Scrollen gleiten unter anderem die vor den Nazis gerettete Ortsvereinsfahne, Fotos mit Aktivisten und ein Bild von Willy Brandt vorüber. 694 Menschen gefällt die Seite, 67 reden darüber. Vielleicht auch über folgenden Tipp der SPD Obergiesing: Für ein geheimdienstfreies Wochenende schließe man Facebook, schalte den PC aus, gehe zum Informationsaustauch in den Biergarten und schaue auch am Parteikiosk vorbei.

„Ich habe nie gelogen“

Stoibers ehemaliger Spin Doctor Michael Spreng über Medien-Inszenierungen, Journalisten-Beeinflussung und Umfrage-Hörigkeit im Wahlkampf

Von Senta Krasser

Wahlkampfberater wie Michael Spreng sollen nicht nur Medienkontakte organisieren. Ihr Einfluss reicht bis zu personellen Entscheidungen. Foto: Jan Zappner

Herr Spreng, wie sehr brauchen wahlkämpfende Politiker die Presse?

Die Presse transportiert die Botschaften der Politik. Ohne die Presse würden sie versanden. Insofern ist die Politik auf die Presse angewiesen.

Und das gilt auch noch in Zeiten von Facebook, Twitter & Co.?

Ja, weil das Internet nur einen Teil der Bevölkerung erreicht. Es ist ein Komplementärmedium, ein weiterer Kanal für die Politik, um ihre Botschaften zu vermitteln. Das Internet insgesamt wird zwar als Informationsmedium an Bedeutung gewinnen. Aber die traditionellen Medien, solange sie nicht aussterben, sind nach wie vor entscheidend im Wahlkampf. Man hat es bei Obama gesehen. Die letzte Wahl hat er nicht im Internet gewonnen, sondern im Fernsehen, wo für viele Millionen Dollar Spots geschaltet wurden.

Nebenbei twittern und facebooken Politiker hüben wie drüben so intensiv wie noch nie.

Was von den Parteien im Internet ausgesandt wird, ist, wie der Name schon sagt, parteiisch. Es findet keine journalistische Wertung statt. Es ist reine Propaganda, die mit Information wenig zu tun hat. In erster Linie werden so die eigenen Leute mobilisiert. Ein normaler Wähler wird sich immer durch Zeitungen, Zeitschriften, Rundfunk oder Fernsehen informieren und dann möglicherweise gezielt bei einer Partei nach dem Programm oder einer Stellungnahme suchen.

Die traditionellen Medien selbst sind sehr erfindungsreich im Internet. Es gibt Wahlportale und Kandidaten-Checks. Leser gestalten online Fragenkataloge und ein Faktomat überprüft die Antworten. Welche Chancen und Risiken sehen Sie in diesen neuen Formen der Politikvermittlung?

Die Antworten auf solche Fragenkataloge stammen häufig nicht von den angeschriebenen Politikern selbst, sondern von ihren Mitarbeitern. Und häufig sind es nur die üblichen gestanzten Wahlkampfformulierungen. Aber prinzipiell kann jede Form von Interaktion zu mehr Transparenz führen.

Leser können also dank Internet Politik aktiv mitbestimmen?

Was im Internet angeboten wird, ist nur Simulation von Partizipation. Kein Leser schreibt am Parteiprogramm mit.

Sie waren Edmund Stoibers Wahlkampfmanager. Was haben Sie für ihn getan und wie haben Sie es getan?

Es ging darum, Stoiber gegen den sympathischen

Schröder als den kompetenten Politiker zu positionieren. Das „Kompetenzteam“ ist eine Erfindung aus dieser Zeit. Ich war verantwortlich für seine Plakate, seinen Internet-Auftritt, schrieb an Stoibers Reden mit, erteilte Ratschläge, seien sie inhaltlich oder personell. Und natürlich war ich auch für die Medienkontakte zuständig. Es gab unzählige Interviews und Hintergrundgespräche, in denen ich meine Sicht des Kandidaten zu vermitteln versuchte.

Da Sie selbst gelernter Journalist sind – war das von Vorteil oder ein Problem?

Dass ich beide Seiten kannte, war natürlich ein Vorteil. Viele Journalisten standen mir in meiner neuen Rolle skeptisch gegenüber, was auch völlig in Ordnung ist. Ich habe streng darauf geachtet, nie zu lügen.

Die Lüge ist doch ein in der Politik-PR gängiges Instrument.

Beim Negativ-Campaigning, wenn der gegnerische Kandidat schlecht gemacht werden soll, werden in der Tat Unwahrheiten und Unterstellungen verbreitet. Ich meinte aber mit „nicht lügen“, dass ich immer ehrlich war, wenn es darum ging, innerparteiliche Vorgänge zu erklären. Ich konnte zwar manchmal nicht alles sagen, was ich wusste. Aber gelogen habe ich nie.

Der direkte Anruf in der Chefredaktion – ist das ein probates Wahlkampfinstrument?

Wir leben doch nicht mehr in der Adenauer-Zeit oder der schlimmsten Helmut-Kohl-Zeit. Damals war solche direkte Einflussnahme noch üblich, bei allen Parteien. Aber heutzutage kommt jede Intervention irgendwann heraus, und dann steht der Urheber diskreditiert da.

So gesehen war es keine gute Idee des damaligen CSU-Pressesprechers Hans Michael Strepp, beim ZDF anzurufen und Berichte über die Kür des SPD-Spitzenkandidaten Christian Ude zu stoppen?

Das war eine ausgesprochene Dummheit.

Welche subtileren Möglichkeiten der Journalisten-Beeinflussung kennen Sie?

Politiker können etwas anbieten: sich als Person, ihr Programm, ihre Wahlkampfbotschaften. Das müssen sie, beziehungsweise ihre Berater, dann so spannend formulieren oder Events kreieren, dass es für die Medien interessant ist.

Was meinen Sie mit „Events“?

Zum Beispiel die Inszenierung des Kompetenzteams. Oder ein aktuelles Beispiel: Als Gabriel und Steinbrück sich öffentlich stritten, fand hinterher medienwirksam für die *Bild*-Zeitung ein Treffen der beiden im Biergarten statt, wo sie versicherten, natürlich beste Freunde zu sein. Das sind solche Inszenierungen, die bei den Medien gern genommen werden.

Vom BJVreport befragte Chefredakteure gaben an, im Verhältnis Presse und Politik habe sich etwas gewandelt: Nicht mehr die Politiker, sondern die Journalisten gäben die Themen vor, und Politiker müssten dementsprechend reagieren. Das sei mit der Einfluss von Leserpartizipation.

Das ist sicher eine positive Entwicklung. Aber ich glaube, die hat es schon früher gegeben, zumindest in meinem journalistischen Leben. Zeitungen hatten schon immer ein Gespür dafür, was ihre Leser interessiert. Wenn sich das nach Ihren Umfragen verstärkt hat, dann ist das ein gutes Zeichen für die Vitalität der Lokalpresse.

Auch ein gutes Zeichen für Politiker?

Politiker sind darauf angewiesen, Anstöße zu bekommen, herausgefordert zu werden. Es ist ja keineswegs ein Einwegkanal, sondern eine Wechselbeziehung in der Kommunikation zwischen Politikern, Wählern und Vermittlern.

Aus Ihrer Erfahrung als Spin Doctor: Worauf noch springen Journalisten gut an?

Den Herrn im Hintergrund sollte Michael Spreng den Deutschen als kompetenter denn Gerhard Schröder verkaufen, aber Edmund Stoiber schaffte es nicht ins Bundeskanzleramt.
Foto: SZ Photo/Regina Schmeken

Auf News. Das ist das allerwichtigste. Oder aber wenn sie Interpretationen oder Darstellungen bekommen, die realistisch, authentisch, glaubhaft sind. Leider springen Journalisten zu viel auf Umfragen an. Umfragen werden überschätzt.

Warum ist das schlecht?

Umfragen sind Momentaufnahmen mit großer Schwankungsbreite und gelegentlich im Ergebnis und von ihrer Art her zweifelhaft. In Amerika gibt es den Begriff des Bandwagon effect: Am Schluss wollen die

Das „Kompetenzteam“ ist eine Erfindung von ihm: Michael Spreng. Als Edmund Stoiber 2002 Kanzler werden wollte, versuchte der vormalige Chefredakteur der *Bild am Sonntag*, ihn als kompetenten Politiker zu positionieren. Auch NRWs Spitzenkandidat Jürgen Rüttgers griff später auf Sprengs Dienste zurück. Politiker berät der Journalist, der gerade seinen 65. Geburtstag auf Mallorca feierte, nicht mehr. Umso aktiver schreibt und bloggt er („Sprengsatz“). Spreng gibt regelmäßig Interviews und Analysen, ob bei Markus Lanz oder im *Deutschlandfunk*. Das *RTL*-Nachtjournal hat ihn als Experten für die Bundestagswahl gebucht. Foto: Jan Zappner

Wähler beim Sieger aufspringen. Insofern kann die Überbewertung von Umfragen als quasi wissenschaftliches Instrument auch negativen Einfluss auf den Wahlkampf haben.

Was kommt bei Journalisten gar nicht gut an?

Propaganda. Wenn plump Werbung gemacht wird. Wenn mit den üblichen Politikformeln und Worthülsen versucht wird, in die Medien zu kommen. Deshalb sind auch Wahlprogramme bei Journalisten nicht besonders beliebt. Wobei die Medien in dieser Hinsicht ein Reflex der Wähler sind. Wer liest schon Wahlprogramme? Sie dienen mehr der Selbstvergewisserung der Parteien als dem Wähler.

Spin Doktoren arbeiten an der Personifizierung von Wahlkampf. Richtig?

Ja, klar.

Journalisten dagegen interessieren Inhalte. Auch richtig?

Sind Sie da so sicher? Es gibt für die Medien nichts Spannenderes als Personenkonflikte. Und am liebsten haben sie den Konflikt im selben Lager. Steinbrück gegen Gabriel. . .

. . . oder Volker gegen Siegfried Kauder?

Zum Beispiel Ich erinnere mich, als einige meinten, Stoiber trete zu zurückhaltend auf. Es erschienen Medienberichte, gefüttert von CDU-Leuten, Stoiber habe Kreide gefressen und sei nicht mehr der Alte. Das sind Konflikte, die die Medien natürlich lieben.

In einer Umfrage behaupteten Lokalredakteure gerade unisono: Wir berichten nur themenbezogen. Wir wollen kein Wahlkampf-Blabla und schon gar nicht protokollhafte Terminberichterstattung.

Das ist ja völlig richtig. Auf lokaler Ebene spielt die Sache natürlich eine größere Rolle als im nationalen Wahlkampf. Dort geht es um Konkretes, um Schulen, Kindergärten, Umgehungsstraßen. Das liegt im Erfahrungsbereich des Wählers. Da kann er sachkundig mitreden. Grundsätzlich halte ich aber Aussagen von Journalisten, sie seien nur an Themen interessiert, für ebenso glaubhaft, wie wenn Politiker sagen, sie seien nur an der Sache interessiert.

Also gar nicht glaubhaft?

Genau. Die Analyse des SPD-Wahlprogramms ist unendlich viel langweiliger als der Bericht über den Steinbrück-Gabriel-Konflikt.

Wie aufregend finden Sie eigentlich den Wahlkampf in Bayern?

Soweit ich das verfolgt habe, wendet Seehofer ein Merkel-Rezept an: Er nimmt der Gegenseite ihre Themen weg oder entschärft sie. Er versucht, die andere Seite einzuschläfern und ja nicht zu mobilisieren. Außerdem hat er Merkel versprochen, auf die traditionellen Querschüsse aus Bayern zu verzichten, weil er weiß, wie übermächtig die Rolle der Kanzlerin ist. Seehofer führt also einen landesväterlichen Wahlkampf. Und ich glaube, er wird damit Erfolg haben.

Wenn die Wahlkämpfer langweilen, was bleibt da der Presse zu tun?

Die inhaltlichen und personellen Konfliktlinien aufzeigen, Kandidaten in Townhall-Meetings auf den Prüfstand stellen, unbekannte Hintergründe aufdecken.

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

„Ohne uns geht heute nix mehr“

Im BJV gab es frühzeitig eine eigene Fachgruppe für Onliner

Von Christian Pfaffinger

Am Anfang war die Skepsis. Eine Fachgruppe „Online-Journalisten“, braucht's das? Für einen Haufen Technikfreaks? Die Kollegen, die im Jahr 1998 im noch recht neuen Internet Journalismus betrieben, galten als Exoten. „Oft wurden wir gar nicht richtig ernst genommen“, erinnert sich Thomas Mrazek, der bereits drei Jahre zuvor beim Burda-Verlag für ein Online-Pionierprojekt gearbeitet hatte. Journalismus im Internet war damals ein Experiment. Im BJV merkte man früh, dass es ein wichtiges Experiment sein würde, und gründete 1998 die Fachgruppe Online-Journalisten. Es musste aber noch einige Zeit vergehen, bis die Branche erkannte, welcher Wandel eingesetzt hatte.

„Heute erkennen auch Kolleginnen und Kollegen aus anderen Medienbereichen an, dass ohne Online-Journalismus eigentlich nix mehr geht“, sagt Thomas Mrazek. Seit 2005 leitet er die Fachgruppe, die seither beständig wächst. 256 BJV-Mitglieder geben Online momentan als ihre Hauptfachgruppe an, weitere 1531 als Nebenfachgruppe.

Dabei zeigt sich, wie wichtig eine eigene Fachgruppe für Online-Journalisten mittlerweile geworden ist. Da sich dem Journalismus im Internet viele neue Möglichkeiten auftun, gibt es auch viele neue Fragen rund um Themen wie Vernetzung, multimediales Arbeiten, mobile Endgeräte oder soziale Medien. Die Fachgruppe bietet Diskussionsrunden, Redaktionsbesuche und Seminare zu zahlreichen Themen an. „Ein großes Thema wird in Zukunft die Aus- und Weiterbildung in Sachen Datensicherheit sein“, sagt Thomas Mrazek. „Die Ausspähskandale haben die Sensibilität immens gesteigert.“

Doch es geht nicht nur um das Handwerk. Denn obwohl das Ansehen und die Wertschätzung der Online-Journalisten in den vergangenen Jahren enorm gestiegen sind – ihre Honorare sind es oft nicht. Journalismus im Internet wird häufig schlechter bezahlt als in anderen Mediengattungen. Die Fachgruppe Online-Journalisten berät deshalb in Fragen zu Honoraren und kämpft für bessere Arbeitsbedingungen der Web-Kollegen. „Wir setzen uns nicht nur dafür ein, mit unserem Aus- und Fortbildungsangebot den Journalismus weiter zu entwickeln“, sagt Thomas Mrazek. „Wir arbeiten auch daran, die ökonomischen Bedingungen weiter zu verbessern.“

Dafür setzt er sich auch auf Bundesebene ein: Im DJV leitet er den Fachausschuss Online. In der aktuellen Tarifdebatte bei den Tageszeitungen forderte der DJV mit Vehemenz eine Gleichstellung der Onliner mit den anderen Kollegen. „Wir Onliner versuchen immer wieder aufzuzeigen, dass alle Journalisten gemeinsam an der Weiterentwicklung des Journalismus arbeiten müssen.“

Im Online-Journalismus kommen neue Entwicklungen – insbesondere aus anderen Ländern – oft zuerst an. Die Standards im internationalen Journalismus wachsen, Geschäftsmodelle stehen unter Beobachtung und die Arbeit des Berufsstandes verändert sich. Die Exoten von damals sehen sich heute neuen Exoten mit neuen Ideen, neuen Berufsbildern, neuen Möglichkeiten und neuen Sorgen gegenüber. Das zeigt auch den Skeptikern von früher: Es braucht die Fachgruppe Online-Journalisten mehr denn je.

Der Fachausschuss Online im DJV organisiert auch in diesem Jahr wieder die Tagung Besser Online. Die Teilnahme an der DJV-Tagung am Samstag, **14. September 2013,** im ZDF-Konferenzzentrum in Mainz kostet 120 Euro, für DJV-Mitglieder 50 Euro. Das Programm und die Möglichkeit zur Anmeldung finden sich online unter www.besser-online.info. BJV-Mitglieder erhalten einen Reisekostenzuschuss von maximal 150 Euro. Berechnungsgrundlage ist die günstigste Anreise per Bahn, 2. Klasse. Ihre Kosten stellen sie nach der Veranstaltung bei der BJV-Geschäftsstelle in Rechnung.

Die Fachgruppe Online im Netz: www.bjv.de/online, www.twitter.com/bjvde oder www.facebook.com/bjvde

Fachausschussvorsitzender Thomas Mrazek und seine Stellvertreterin Anja Gild. Zweite Stellvertreterin ist Heilke Jütting. Foto: Maria Goblirsch

Freie als „Manövriermasse“ für den BR

BJV-Vize Hilde Stadler kritisiert: zu wenig Honorar, zu wenig Mitsprache

Von Maria Goblirsch

Rund 200 Mitarbeiter beteiligten sich am Warnstreik beim BR.
Foto: Thomas Schumann

Nach 2004 hat der BJV Ende Juli erstmals wieder zu Warnstreiks beim *Bayerischen Rundfunk* aufgerufen. Rund 200 Mitarbeiter drückten ihren Unmut aus, weil es keinen neues Angebot gibt, obwohl der alte Tarifvertrag bereits im März 2013 ausgelaufen ist. Der *BJVreport* sprach mit der stellvertretenden BJV-Vorsitzenden und Vorsitzenden der Fachgruppe Rundfunk, Hilde Stadler, über die Hintergründe des Konflikts.

Knackpunkt ist die Tariferhöhung für die Freien. Worum geht es konkret?

Hilde Stadler: In den Treffen der Freien-Vertretung mit dem Intendanten oder den Direktoren kommt stets das Bekenntnis, dass gerade die Arbeit der Freien für den *BR* unheimlich wichtig sei. Auf der anderen Seite aber spiegelt sich diese Wertschätzung für die Freien als „Säule des Programms“ nicht in den Honoraren wider. Der Honorarrahmen des *BR* verlangt zwar, dass sich eine Tariferhöhung niederschlägt. Aber die Honorartöpfe werden nicht erhöht, den Redaktionen steht nicht mehr Geld zur Verfügung. Das heißt in der Realität, dass die Tariferhöhung faktisch nicht an die „festen Freien“ weitergegeben wird. Wer für den einzelnen Beitrag ein höheres Honorar bekommt, erhält entsprechend weniger Aufträge. Die 12a-ler sollen ihre Honorarerhöhung oder Einmalzahlung selbst finanzieren. Das kann es nicht sein.

Der Bayerische Rundfunk muss 15 Millionen Euro beim Fernsehen und sechs Millionen Euro im Hörfunk einsparen. Warum trifft es gerade die festen Freien?

Viele Posten im Haushalt des *BR* sind „betoniert“, also fixe Größen wie etwa die Gehälter der Festangestellten, die Altersversorgung. Da kann das Haus nicht sparen. Die Wahrnehmung der meisten Freien, die ich immer wieder höre, ist: Wir sind für den *BR* die Manövriermasse, der flexible Posten im Haushalt, da unser Honorartopf eben nicht „betoniert“ ist. Sie haben, wenn man die Inflationsrate berücksichtigt, am Ende des Jahres sogar weniger Geld. Der *BR* argumentiert mit schrumpfenden Einnahmen, die er gegenüber dem BJV oder ver.di aber nicht belegt.

Der BR argumentiert, es sei kein Geld da, ohne den Haushalt offen zu legen?

Ja, wir wissen nicht konkret, wie der Etat aufgeteilt wird. Dabei sind das ja öffentliche Gelder. Gewerkschaften wie der BJV und auch der Bund der Steuerzahler fordern daher, dass öffentlich-rechtliche Sendeanstalten wie der *BR* ihre Haushaltszahlen transparent machen und sie offen legen. Das wäre für alle erhellend, wenn die einzelnen Rundfunkanstalten ihre Etats darlegen würden.

Auch in der Personalvertretung haben die Freien schlechte Karten. Sie dürfen nicht an den Personalversammlungen teilnehmen, Sie haben kein Wahlrecht und dürfen nicht gewählt werden. Wie sollte eine Lösung dieses Problems aussehen?

Bei der Personalversammlung, die zwei-

mal im Jahr stattfindet, zuletzt im Mai, wurde intensiv über die vom Haus verordneten erheblichen Einsparungen diskutiert. Die Freien, und auch die Pauschalisten, dürfen daran nicht teilnehmen, obwohl es doch auch um sie und ihre Interessen geht.

Eines meiner Hauptanliegen als FG-Rundfunk-Vorsitzende ist es, darauf aufmerksam zu machen, dass die Personalvertretung nicht mehr zeitgemäß geregelt ist. Das heute geltende Gesetz stammt aus den 1980er-Jahren. Damals war auf dem Arbeitsmarkt freie Mitarbeit eher die Ausnahme. Inzwischen ist es in weiten Feldern die Regel, dass freie Mitarbeiter beschäftigt werden. Die kann man doch nicht von der Personalvertretung ausnehmen.

Ein weiteres Problem gibt es bei den befristeten Arbeitsverträgen. Das geltende Gesetz besagt, dass ein Personalrat für die gesamte Amtsperiode zur Verfügung stehen können muss, um wählbar zu sein. Das sind fünf Jahre. Die befristeten Arbeitsverträge des *BR* aber sind in der Regel nur auf zwei Jahre abgeschlossen. Das heißt, auch alle Mitarbeiter mit solchen befristeten Arbeitsverträgen fallen durch das Raster. Andere *ARD*-Sender wie der *SWR*, der *WDR* und der *NDR* haben längst eine stärkere betriebliche Mitbestimmung.

Sie haben die besondere Position der Pauschalisten schon angesprochen. Gilt für die eigentlich ein einheitliches Vertragsmuster?

Nein, die Verträge sind unterschiedlich. Das merken die BJV-Justiziare, wenn sie sich diese Verträge ansehen. Wir empfehlen den Mitgliedern, dass sie sich von unseren Justiziaren beraten lassen, und zwar bevor sie unterschreiben. Vielen ist nämlich nicht klar, was pauschal abgegolten ist und welche Leistung ein Pauschalist erbringen muss. Manche kommen erst zum BJV, wenn es Probleme gibt. Dann kann man leider nur noch wenig erreichen. Schwierigkeiten gibt es etwa mit urheberrechtlichen Klauseln. Beim Festangestellten ist die Nutzung des Beitrags mit dem Gehalt abgegolten, bei den pauschalen Freien dagegen ist das im Vertrag unterschiedlich geregelt.

Es gibt beim BR *Versuche, die durch die* ARD *geregelte Altersversorgung im Alleingang nach unten zu verhandeln. Was ist da zu tun?*

Der *BR* will bei den Rentenbezügen nach der „alten" Versorgungsregel TVA einen Sonderweg gehen und die tarifliche Erhöhung für einige Monate einfrieren. Das betrifft alle, die vor 1993 beim *BR* angestellt wurden. Es wird dabei argumentiert, einige bekämen sehr hohe Renten, aber das sind längst nicht alle. Eine andere Frage ist, ob man als Gewerkschaft so ein Tor öffnet. Irgendwann könnten auch die VTV-ler betroffen sein, die ohnehin deutlich niedrigere Renten bekommen werden. Der BJV fordert daher, dass die Frage der Altersversorgung nur auf *ARD*-Ebene verhandelt wird.

Als Fachgruppen-Vorsitzende Rundfunk setzen Sie sich nicht nur für die Mitglieder ein, die bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten arbeiten, sondern auch für die bei privaten Sendern Beschäftigten. Welche Probleme gibt es hier?

Leider haben wir bei den Privaten einen wesentlich geringeren gewerkschaftlichen Organisationsgrad. Kleinere Sender, vor allem Radiosender, haben meist gar keinen Betriebsrat. Wer immer Initiativen zur Gründung eines Betriebsrates startet, ist Misstrauen und Druck subtiler Art nach dem Motto ausgesetzt: Das brauchen wir doch nicht.

Viele der freien Autoren, der Journalisten sind nicht direkt bei den Privatsendern beschäftigt, sondern bei den Produktionsfirmen, die die Sender beliefern. Und da herrschen ziemlich raue Sitten. Wie man dort als Journalist behandelt wird und was den Mitarbeitern zugemutet wird, ist zum Teil unerhört. Da sind in der Regel sehr viele junge Leute dabei, die am Anfang ganz happy sind, wenn ihnen eine Produktionsfirma einen Vertrag anbietet und die erst später erkennen, was sie dafür alles leisten müssen. Und wenn sie versuchen, sich journalistisch einzubringen, dann sagt man ihnen ganz schnell: Du machst das jetzt so und nicht anders, sonst haben wir hier schon zehn, die nur darauf warten, den Job zu machen.

Setzt sich dafür ein, Freie und Pauschalisten bei der Personalvertretung des Bayerischen Rundfunks einzubeziehen: BJV-Vize Hilde Stadler.
Foto: Thomas Geiger

Sie sind festangestellt beim Bayerischen Fernsehen und Reisekorrespondentin im Bereich des ARD-Studio Wien. Wie verträgt sich das mit Ihrem Engagement im BJV?

Man braucht viel Flexibilität, von hier auf jetzt ins Einsatzgebiet zu reisen und sich schnell mit der jeweiligen Situation vor Ort vertraut zu machen. Meist hat man das Studio noch nicht betreten, da wird man schon für Interviews und Beiträge gebucht. Dennoch kommt meine gewerkschaftliche Arbeit nicht zu kurz.

Was mir dabei sehr wichtig ist: Auch etwas über die Arbeitsbedingungen unserer ausländischen Kollegen aus erster Hand zu erfahren. Ich habe beispielsweise kürzlich in Istanbul nie Angst gehabt, mich als deutsche Journalistin dort zu bewegen. Aber es ist um ein vielfaches schwieriger für die türkischen Kollegen, die natürlich einem ganz anderen Druck ausgesetzt sind als wir. Als sich Kollegen eines türkischen Senders, der von der Schließung durch die Behörden bedroht war, mit einem Hilferuf an mich wandten, habe ich mich auf BJV/ DJV-Ebene und auf politischer Ebene dafür eingesetzt, die türkischen Kollegen zu unterstützen. Mit Erfolg!

Besorgniserregend ist die Situation der Medien übrigens auch im EU-Land Ungarn. Als ausländische Journalisten darüber beziehungsweise auch über politische Vorgänge berichteten, schrieben Ungarns Botschafter direkt an die Redaktionen und boten ihre sogenannte Hilfe an, damit nur ja das „Richtige" berichtet wird. Das betraf den *ORF,* den *Standard*, den *ARD*-Hörfunk und ein Kulturmagazin der *ARD.* Ich habe darüber für *Zapp*, das *NDR*-Medienmagazin einen Beitrag produziert.

Und: Wenn in meinem Einsatzort, zum Beispiel kürzlich in Istanbul, deutsche Politiker vor Ort sind, nutze ich die Gelegenheit, mit ihnen auch über die Anliegen der Journalisten zu sprechen, der Kollegen vor Ort und zuhause. Und ich finde fast immer Gehör.

Streiken ist ein Grundrecht

Aber es gibt Regeln, die man vor der Arbeitsniederlegung beachten sollte

Von Maria Goblirsch

Die kollektive Verweigerung der Arbeit im Rahmen eines rechtmäßigen Streiks ist ein Grundrecht (Artikel 9). Dies gilt ebenso für Warnstreiks. Das Streikrecht scheitert nicht an „dringenden betrieblichen Bedürfnissen". Das heißt im Klartext: Der Arbeitgeber darf einen Streik nicht verbieten – auch nicht mit der Begründung, dass gerade wichtige Aufgaben im Betrieb zu erledigen sind.

Umgekehrt kann nicht jeder Arbeitnehmer beschließen, die Arbeit niederzulegen, wenn es ihm gerade zur Durchsetzung seiner Interessen für sinnvoll erscheint. Ein Streik gilt nur dann als rechtmäßig, wenn eine Gewerkschaft dazu aufgerufen hat und mit dieser Aktion der Abschluss eines Tarifvertrags erreicht werden soll.

Wer darf in den Streik treten? Streiken dürfen alle, die vom Tarifvertrag, der gerade verhandelt wird, betroffen sind. Das sind bei einem vom BJV ausgerufenen Streik alle festangestellten Journalistinnen und Journalisten, darunter auch Volontäre und Pauschalisten. Auch wer nicht Mitglied einer Gewerkschaft ist, darf beim Streik mitmachen.

Freie dürfen streiken, wenn sie fest in eine Redaktion eingebunden und vom Arbeitgeber wirtschaftlich abhängig sind. Darunter fallen etwa bei den jüngsten Warnstreiks im *Bayerischen Rundfunk* die festen freien (12a-) Mitarbeiter. Alle anderen Freien gelten als freie Unternehmer und können nicht am Streik teilnehmen. Wer aber aus Solidarität mit den Kollegen auf Aufträge verzichtet, erhält vom DJV seinen Honorarausfall ersetzt.

Was riskieren Streikende? Bei einem rechtmäßigen Arbeitskampf nichts. Denn der Arbeitgeber darf niemanden wegen der Teilnahme am Streik maßregeln, abmahnen oder sonstige innerbetriebliche Disziplinierungen anordnen – und natürlich auch nicht kündigen. Auch Schikanen oder die Androhung von Konsequenzen sind nicht rechtens. Spricht der Arbeitgeber dennoch wegen eines rechtmäßigen Streiks eine Abmahnung oder Kündigung aus, ist sie unwirksam.

Das Arbeitsverhältnis ruht während eines Streiks mit allen Rechten und Pflichten. Das hat unterschiedliche Folgen. So müssen entfallene Zeiten nicht nachgearbeitet, Weisungen des Chefs nicht befolgt werden. Auch einseitig angeordnete Notdienstarbeiten sind nicht zu erledigen. Wer am Streik selbst nicht teilnimmt, darf dennoch die Übernahme der Arbeit von streikenden Kollegen („direkte Streikarbeit") verweigern. Denn niemand darf zu unsolidarischem Verhalten gezwungen werden. Das gilt auch für Leiharbeitnehmer, die sich nicht als Streikbrecher einsetzen lassen müssen.

Habe ich als Streikender mit finanziellen Einbußen zu rechnen? Nicht, wenn ich Gewerkschaftsmitglied bin. Während des Streiks muss zwar kein Lohn gezahlt werden, aber Gewerkschaftsmitglieder werden aus Mitteln des Streikfonds unterstützt und erhalten Streikgeld, falls die Teilnahme am Streik zu einem geringeren Einkommen führt.

Streiktage zählen zudem nicht als relevante Beitragszeiten für die Rentenversicherung. Allerdings entstehen keine Auswirkungen auf die Arbeitslosenversicherung, solange der Streik nicht länger als einen Monat dauert. Die Mitgliedschaft in einer gesetzlichen Krankenversicherung bleibt für die gesamte Dauer des Streiks bestehen. Wer krank wird, hat damit auch Anspruch auf deren Leistungen. Anders sieht die Sache allerdings bei freiwillig und privat Versicherten aus: Sie müssen während des Streiks ihre Beiträge selbst zahlen.

Wann beginnt und endet ein Warnstreik? Die Streikleitung des BJV ruft den (Warn-)streik aus und beendet ihn wieder. Die Gewerkschaft und nicht die Streikenden tragen die rechtliche Verantwortung.

Welche Unterstützung bekommen Streikende vom BJV? Der BJV berät seine Mitglieder vor und während eines Arbeitskampfes. Kommt es wegen der Arbeitsniederlegung zum Streit mit dem Arbeitgeber, vertritt der BJV sie sowohl außergerichtlich als auch vor Gericht.

Foto: Thomas Schumann.

Syndrom mit Folgen

Ein Plädoyer für das Amt des Betriebsrates

Von Wolfgang Zauner

Sie sind ein Wutbürger? Nein? Aber wie manche Dinge so laufen im Zeitalter von Globalisierung und Finanzkrise . . . Jedenfalls, so wie man in Politik und Wirtschaft mit uns im Allgemeinen umgeht, von oben herab, alternativlos, das finden Sie des Guten mittlerweile doch ein wenig mehr als zu viel. Und einer direkteren Beteiligung der Betroffenen an demokratischen Entscheidungsprozessen könnten Sie auch einiges abgewinnen.

Wenn Sie gerade dreimal innerlich zugestimmt und äußerlich auch nur ansatzweise genickt haben, dann bleibt als Konsequenz eigentlich nur: „Man müsste sich halt mehr engagieren bei solchen Themen." Kennt man ja. Und auch, dass es dann letztendlich dabei bleibt, beim Appell. Und überhaupt: Da müsste man ja wegen einer Sache, die einem am Herzen liegt, gar in eine Partei eintreten und deren ganzen anderen Mist gleich mit unterschreiben. Abgesehen davon, dass politische Beteiligung bei der herrschenden Komplexität heutzutage Expertentum pur auf allen Ebenen und in allen Themenfeldern voraussetzt . . .

Sie werden es kaum glauben, aber es gibt ein Feld von bürgerschaftlicher Beteiligung und Engagement, auf dem Sie bereits Experte sind. Das überschaubar und übersichtlich genug ist, ohne schnell seinen Reiz zu verlieren oder gar langweilig zu werden. Wo man mitreden und manchmal sogar mitbestimmen kann, in sehr vielen Fällen aber zumindest angehört werden muss. Und bei dem man, sollte man als Amtsträger gewählt werden, nicht gleich eine Entscheidung treffen muss, was in Zukunft Priorität genießt: der Beruf als Existenzgrundlage oder das Engagement fürs Ehrenamt.

Kandidieren Sie doch in Ihrem Betrieb für das Amt des Betriebsrates. Experte und Profi sind Sie hier ja bereits. Denn wer könnte Ihnen in Ihrem Fach und in Ihrem Laden was vormachen? Und wo man dort was besser machen könnte, da hätten Sie doch sicher auch schon ein paar Ideen. Hat Sie halt bisher keiner danach gefragt oder sich dafür interessiert. Wären Sie Betriebsrat, sähe die Sache schon mal ein klein wenig anders aus: Anhören müsste man Ihre Vorschläge jetzt in fast allen Fällen, darüber verhandeln in vielen. Denn als Betriebsrat ist man per Gesetz die Stimme der Kollegen, vor der ein Arbeitgeber nicht einfach die Ohren verschließen kann.

Wolfgang Zauner (links) ist Vorsitzender der BJV-Fachgruppe Betriebsräte. Zusammen mit Wolfgang Grebenhof (rechts) organisiert er die Kainsbacher Seminare.
Foto: Uwe Dreier

Warum sich aber zusätzliche Arbeit machen und Verantwortung übernehmen? Mal abgesehen davon, dass Sie versuchen können, für sich und Ihre Kollegen konkret etwas zu tun, kann die Arbeit in einem Betriebsratsteam sehr viel Spaß machen. Denn Sie werden die betrieblichen Abläufe und Zusammenhänge aus einem ganz anderen Blickwinkel sehen und aufgrund Ihrer tiefergehenden Hintergrundinformationen wesentlich besser verstehen und einordnen können. Und Sie werden so ganz nebenbei eine ungeahnte Menge lernen und als persönlichen Erfahrungsschatz mitnehmen, wenn Sie selbst an Lösungen mitwirken und Verhandlungen führen.

Aber das Wichtigste ist etwas anderes: Nirgends sonst haben Sie in einem abhängigen Beschäftigungsverhältnis die Chance, ohne von oben verliehene Macht allein durch Ihre freie Entscheidung Anerkennung bei Ihren Kollegen zu finden. Wenn Sie Ihr Amt gut machen, sogar echten Respekt. Außerdem: In der Früh sich selbst im Spiegel in die Augen schauen zu können bei dem, was man beruflich so tut, kann einem bei allem Frust über das, was in einem solchen Amt naturgemäß nicht gelingt oder schief geht, ein Gefühl geben, das nicht mit Geld zu bezahlen ist.

Schön und gut, aber ob Sie für sowas die oder der Geeignete sind? Schon mal was vom Klassensprechersyndrom gehört? In jeder Klasse gab und gibt es sie, die Leute, zu denen man geht, um die entscheidenden Infos zu bekommen. An die sich jeder vertrauensvoll wendet, wenn es um die wirklich wichtigen Dinge im Leben geht. Das sind fast nie die Leader oder Klassenbesten, und schon gar nicht die Pausenclowns oder Sportcracks. Charakteristisch ist aber, dass sehr viele derart gestrickte Persönlichkeiten zu Klassensprechern gewählt werden, und dies immer und immer wieder.

Dies setzt sich dann in späteren Lebensphasen fort: Vereinsvorstand, Sprecher einer Selbsthilfegruppe, Kümmerer in einem sozial engagierten Projekt, die oder der, den man im Freundeskreis anruft, wenn Not an der Frau oder am Mann und ein guter Rat in mehr oder weniger verzweifelter Lebenslage teuer ist – das ist die typische „Krankheitskarriere" von Leuten mit Klassensprechersyndrom. Die gibt es natürlich auch in jedem Team, in jedem Unternehmen, in jedem Verlagshaus. Und – ganz ehrlich – jeder weiß ganz genau, wer sie sind. Und jeder von ihnen weiß ebenso gut, dass sie es sind.

Sollten Sie also das Klassensprechersyndrom haben – Sie wären aller Voraussicht nach wie geschaffen für das Amt eines Betriebsrates. Und sollten Sie so jemand kennen, fordern Sie

doch sie oder ihn einfach unmissverständlich auf, nächstes Jahr als Ihr Betriebsratsvertreter zu kandieren. Denn eines ist diesem Menschenschlag oft auch zu Eigen: Sie können sich nur schwer vorstellen, dass sie jemand in das Amt wählen würde. Im Gegenteil: Sie müssen zunächst eher gebeten und fast schon zur Kandidatur getragen werden.

Doch daran sollte das Ganze dann nicht scheitern, oder?

Noch eine Anmerkung in eigener Sache: Ja, ich bin Betriebsrat. Seit nunmehr 16 Jahren. Ja, ich war auch Klassensprecher. Von der 8. Klasse ununterbrochen bis zum Abitur. In diversen Vereinsvorständen war und bin ich auch. In allen Ämtern kam und komme ich mir ziemlich oft vor wie ein Diplomat, Politiker oder Anwalt, aber ab und zu auch wie ein Personal Coach, Therapeut oder Seelsorger. Das ist – zugegeben – ein nicht immer einfacher Spagat, der auch nicht immer 100-prozentig gelingt. Und von dem ich vorher nie weiß, wie er ausgeht. Aber ich habe bisher noch keine Sekunde bereut, mich darauf eingelassen zu haben.

Ja, ich werde im Jahr 2014 erneut für das Amt des Betriebsrates kandidieren. Mit Leib und Seele und aus vollem Herzen. Für ein Amt, das in Zeiten von Tarifflucht und prekären Arbeitsverhältnissen für viele Beschäftigte die gefühlt letzte Hoffnung auf Halt und Einhalt bietet. Und vielleicht, ob zum ersten oder x-ten Mal, ob mit oder ohne Klassensprechersyndrom, kandidiert der eine oder andere von Ihnen auch.

Mehr Informationen zum Thema auf Seite 31

Betriebsratswahl 2014: Gut vorbereitet sein!

Am 13. März 2014 werden in den Verlagen, Nachrichtenagenturen und beim Privatfunk die Betriebsräte neu gewählt. Die Bereitschaft, sich in der betrieblichen Mitbestimmung zu engagieren, nimmt leider ab - und das, obwohl den Betriebsräten immer größere Bedeutung zukommt in Zeiten grassierender Tarifflucht und wachsender Neigung von Arbeitgebern, auf dem Rücken der Mitarbeiter Kosten zu sparen.
Von A wie Arbeitsplatzgestaltung bis Z wie Zeiterfassung reicht das vielfältige Spektrum der Aufgaben. Doch wie lassen sich Kolleginnen und Kollegen für die Arbeit im Betriebsrat motivieren? Darum wird es auch im Herbstseminar gehen, das der BJV über sein Bildungs- und Sozialwerk im Oktober in Kainsbach anbietet. *wg*

Einladung zur Tagung „Fachjournalismus heute“

Grundfragen – Entwicklung – Ausbildung

AKADEMIE FÜR POLITISCHE BILDUNG TUTZING

Der Bayerische Journalisten-Verband veranstaltet gemeinsam mit dem Landesverband Hessen des Deutschen Journalisten-Verbandes und der Akademie für Politische Bildung in Tutzing am Starnberger See vom 27. bis zum 28. September 2013 eine Tagung über aktuelle Probleme des Fachjournalismus. Dabei wollen wir die Grundfragen, Entwicklungsperspektiven und Ausbildungsprobleme des heutigen Fachjournalismus vorstellen und diskutieren.

Einerseits tendiert die aktuelle Medienentwicklung immer mehr zu unterhaltsamen Formaten und Inhalten. Extrem reduzierte Komplexität und Info-Häppchen im globalen Sekundentakt rund um die Uhr beherrschen das Nachrichtengeschäft. Andererseits gibt es aber offenbar im Publikum und in manchen Medien zunehmend Bedarf an sachlich fundiertem und zielgruppennahem Fachjournalismus. Viele Menschen wollen eben doch genauer wissen, wie es zum Beispiel um die öffentliche Verschuldung, die medizinische Versorgung oder die Umwelt- und Energiepolitik steht.

Folgende Referenten wurden gewonnen:

Warum überhaupt Fachjournalismus?

Prof. Dr. Siegfried Quandt, Universität Gießen, Gesellschaft für Technologietransfer Wirtschaftsjournalismus

Prof. Dr. Lutz Frühbrodt, Hochschule Würzburg-Schweinfurt, Technikjournalismus

Prof. Dr. Andreas Schümchen, Hochschule Bonn-Rhein-Sieg, St. Augustin, Umweltjournalismus

Dr. Marie Luise Braun, freie Journalistin, Osnabrück, Reisejournalismus

Jürgen Drensek, Ehrenpräsident Vereinigung Deutscher Reisejournalisten, Berlin, Musikjournalismus

Prof. Dr. Frizz Lauterbach, Leiter des Studiengangs Musikjournalismus, Hochschule für Musik und Theater / Bayerischer Rundfunk, München

Über Ausbildungsprobleme sprechen:

Anja Miller, Ausbildungsleiterin Bayerischer Rundfunk, München

Prof. Bernd-Peter Arnold, Frankfurt/M.

Helmut Martin-Jung, Süddeutsche Zeitung, München

Prof. Dr. Annette Leßmöllmann, TU Darmstadt

Prof. Holger Wormer, TU Dortmund

Die Tagung beginnt am Freitag, den **27. September 2013** um 15 Uhr und endet am Samstag, den 28. September um 16.30 Uhr. Die Tagungsgebühr beträgt 65 €. Die Kosten für Unterkunft und Verpflegung übernehmen die Veranstalter. Reisekosten sind selbst zu übernehmen. Tagungsort ist die Akademie für Politische Bildung Tutzing am Starnberger See, eine halbe Bahnstunde südlich von München.

Anmeldungen bis zum 20. September 2013 mit Name, Beruf, Anschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse bitte direkt an die Tagungsstätte:

Akademie für Politische Bildung Tutzing
z. Hd. Frau Heike Schenck
Buchensee 1
82327 Tutzing
Tel. 08158/256-46
Fax: 08158/256-51
E-Mail: h.schenck@apb-tutzing.de

Haustarif als Solidaritätsbeweis

Der Nordbayerische Kurier will mit den Gewerkschaften verhandeln

Von Michael Anger

In Bayreuth soll ein „Medienhaus" entstehen. Im Grunde ist das lediglich die Zusammenfassung der Tageszeitung *Nordbayerischer Kurier* mit der ehemaligen Mantelredaktion *RNT*, dem Druckhaus Bayreuth und dem Anzeigenblatt *Fränkische Zeitung*. Die Rechtsform des neuen Konstrukts steht offenbar noch nicht fest. Ob die Beschäftigten des *Nordbayerischen Kuriers* in der Tarifbindung bleiben, ist derzeit nicht garantiert. Darüber soll mit den Gewerkschaften intensiv verhandelt werden, wie Geschäftsführer Michael Rümmele betont. Das Problem für den Bayerischen Journalisten-Verband und für ver.di: Die Arbeitgeberseite möchte einen für alle geltenden Haustarifvertrag.

Mächtig Staub aufgewirbelt hat beim Verlag die Pressemitteilung des BJV, in der vor einer Zerschlagung des Unternehmens und dem Ausstieg aus dem Flächentarif gewarnt wird. In einer Mitarbeiterversammlung, so die Informationen des BJV, sei verkündet worden, Redaktion, Vertrieb und Anzeigenabteilung sollten eigene Firmen werden. Damit ginge Tarifbindung automatisch verloren. Eine telefonische Stellungnahme dazu lehnte Rümmele ab, er wolle sich nur im direkten Gespräch äußern, das mehr als eine Woche später stattfinden könne. Der BJV sagte zu, gab die Pressemitteilung heraus und noch vor dem vereinbarten Gespräch sprach Michael Rümmel ausführlich mit dem Dienst *Meedia*.

In diesem Bericht werden Nachricht und Kommentar vermischt und einige Dinge unklar dargestellt. Der *NK*-Geschäftsführer betont, noch sei nichts entschieden, dem Betriebsrat die Pläne aber frühzeitig signalisiert worden. Der Verlag arbeite profitabel, habe etwa acht Prozent Rendite. Zwei Tage später zitiert ihn *newsroom.de* mit den Worten: „Mit mir wird es diesen Flächentarifvertrag nicht mehr geben, der ein Fossil ist." In indirekter Rede vermeldet *newsroom*, dass Rümmele den Ausstieg aus dem Tarif angekündigt habe.

Beim Gespräch zwischen Michael Rümmele und Vertretern des BJV mit Vorsitzendem Michael Busch an der Spitze, das eine Woche später in Bayreuth stattfindet, hört sich das ganz anders an und die Eckpunkte bestätigt der Geschäftsführer kurz darauf nochmals in einem Telefonat mit dem *BJVreport*: Statt einer Zerschlagung soll eine Zusammenführung stattfinden. Es wird im Medienhaus nichts zusammengeführt, was es nicht schon gibt. Man will einen gemeinsamen, wenn auch unterschiedlich strukturierten Tarifvertrag für alle Beschäftigten dieses Medienhauses. Darüber will man mit den Gewerkschaften verhandeln.

Eine Gefahr für die Pläne des Geschäftsführers haben die Gesellschafter beseitigt: Die Zeitung wird weiterhin in Bayreuth gedruckt. Es gab wohl ein gutes Angebot von der Konkurrenz, der Mediengruppe Oberfranken in Bamberg. Die Annahme hätte allerdings bedeutet, dass in Bayreuth mehr als 50 Stellen wegfallen.

Trotz Rendite Geld für Investitionen nötig?

Das kann kurz vor Bundes- und Landtagswahlen mindestens einem der Gesellschafter, der SPD-Tochter ddvg, nicht gefallen. Die anderen Anteile, jeweils etwa ein Drittel, gehören den Bayreuther Verlegern Wolfgang Ellwanger und Laurent Fischer, Letzterer ist Vorsitzender des Verwaltungsrats des Presseversorgungswerkes.

Immer wieder macht Michael Rümmele deutlich: Trotz nur noch 35.000 Auflage will der *Nordbayerische Kurier* selbstständig bleiben. Das bedürfe aber hoher Investitionen. Man habe in den letzten Jahren mehr Arbeitsplätze geschaffen als andere Häuser und benötige weitere im digitalen Bereich. Deshalb sage auch die Zahl acht bei der Rendite nicht viel. Das wichtigste sei, die Qualität des Produkts und die Menschen, die die notwendigen Änderungen mittragen müssten. Immerhin gab es nach Rümmeles Darstellung in den letzten Jahren Thesaurierungen, das heißt, Gewinne blieben im Unternehmen und landeten nicht etwa in der Parteikasse der SPD.

Die Zukunft der Bayreuther Zeitung? Der Geschäftsführer und Verlagsleiter betont, in eine neue Rotation werde man nicht investieren, denn so um 2030 werde es wohl nur noch eine „Edelausgabe" für die letzten Printleser geben. Sinnvolle Kooperationen gegenüber sei man aufgeschlossen. So arbeiteten in Pegnitz die Redaktionen seiner Zeitung und der Konkurrenz *Nordbayerische Nachrichten* inzwischen in einem Gebäude und stellten sich gegenseitig die Artikel zur Verfügung. Natürlich keine Kommentare oder Glossen. Es würden also keine gemeinsamen Seiten gemacht, aber man brauche manches nicht mehr doppelt zu besetzen und habe damit Kapazitäten frei. Die Redaktionen sollten trotzdem den Wettbewerb noch sportlich sehen.

Dennoch sei die Erlössituation schwierig und das müsse sich auch in den Gehältern ausdrücken. Darüber will Michael Rümmele mit den Gewerkschaften verhandeln. Auf Nachfrage betont er: Ich will nirgends austreten, ich will einen Haustarif. Das entspräche der Position des DJV, der ja schon vor Längerem den Verlegern Öffnungsklauseln angeboten hat. Die Personalkosten sollen quer durch alle Abteilungen gesenkt werden, die Zahl zehn Prozent will Rümmele aber nicht festschreiben. Ob es nicht Unmut und die Ansicht geben könne, da solle eine Abteilung etwas hergeben, um überflüssige Stellen in einem anderen Bereich zu erhalten? Das sei eine Frage der Solidarität und des Respekts, meint der Verlagsleiter. Es komme ja vor, dass Drucker kurzfristig zehn Stunden am Tag arbeiten müssten, um Aufträge zu erledigen; andererseits könne man nicht sagen, die Redaktion fertigt ein Produkt, das keiner mehr will. Er sei gegen starre Festlegungen, weil der Markt das Geschehen diktiere. Die Gespräche mit den Gewerkschaften will Michael Rümmele noch im Sommer beginnen, es gehe ja darum, die Situation für 2014 realistisch einzuschätzen. Der *NK*-Betriebsrat wollte gegenüber dem *BJVreport* noch nicht Stellung nahmen, sondern erst weitere Erläuterungen seitens der Arbeitgeber abwarten.

Den US-Geheimdiensten auf die Füße treten

Der Bayerische Datenschutzbeauftragte Thomas Petri zur heimlichen Überwachung durch die NSA und deutsche Behörden

Von Maria Goblirsch und Thomas Mrazek

Der amerikanische und der britische Geheimdienst haben Unmengen von Daten deutscher Bürger und Unternehmen abgeschöpft. Herr Petri, wie fühlen Sie sich dabei?

Es überrascht mich nicht wirklich, dass so etwas stattfindet. Aber vom Ausmaß der Datenerfassung bin ich schon betroffen. Man muss dazu wissen, dass auch der Bundesnachrichtendienst (BND) vergleichbare Methoden anwendet, um die Kommunikation in oder aus kritischen Staaten zu erfassen – aber eben nur bei diesen und auf Grundlage der Gesetze. Was jetzt den Aufschrei hervorgerufen hat, ist die Tatsache, dass die USA und die Briten uns als befreundeten Staat in einer solchen Dimension ausforschen. Das hat enttäuscht. Aber wer enttäuscht ist, hat sich auch täuschen lassen.

Welche Datenmengen haben die Geheimdienste nach Ihrer Einschätzung in Deutschland gesammelt?

Wenn der BND seine Möglichkeiten komplett ausschöpfen würde, käme man auf rund 20 Prozent der gesamten Kommunikation mit dem Ausland. Wir schätzen, dass er tatsächlich etwa fünf Prozent erfasst. Da sprechen wir immer noch von Millionen Kommunikationsvorgängen im Jahr. Vergleichen wir das mit der NSA-Affäre, haben wir genau das umgekehrte Verhältnis: Die amerikanischen und britischen Geheimdienste haben mindestens 80 Prozent der deutschen Kommunikation ausgeforscht. Das war in dieser Größenordnung eine böse Überraschung.

Müssen wir davon ausgehen, dass auch bayerische Sicherheitsbehörden mit im Spiel waren, unsere Kommunikation ausspioniert und Daten an die NSA weitergeleitet haben?

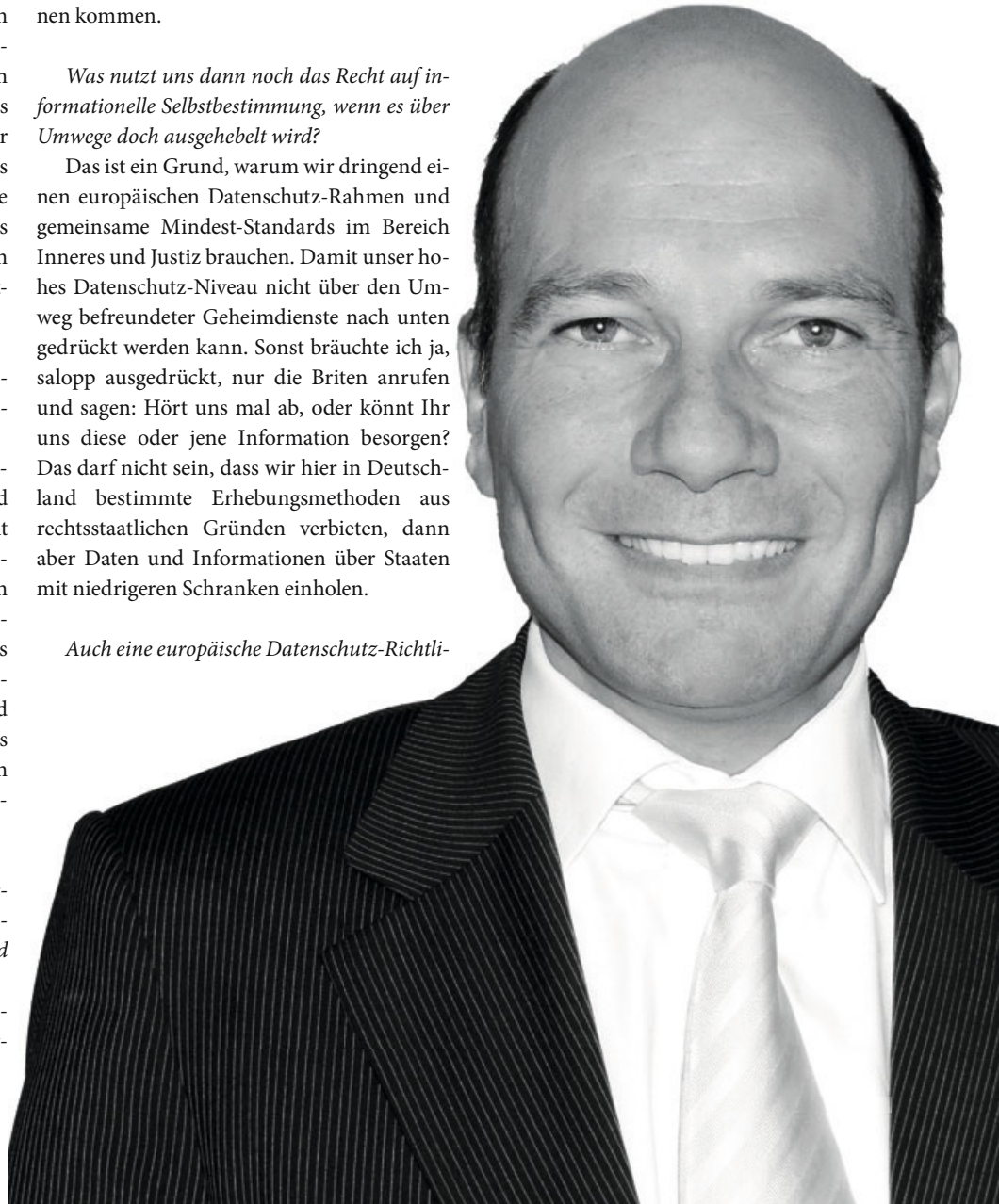
Ich habe derzeit keine konkreten Anhaltspunkte dafür, dass die bayerischen Sicherheitsbehörden unser Recht brechen, um mit den amerikanischen und britischen Diensten zusammenarbeiten zu können. Was man sich aber schon einmal genauer ansehen muss, ist die Usance unter den Diensten, nicht danach zu fragen, woher diese Daten und Informationen kommen.

Was nutzt uns dann noch das Recht auf informationelle Selbstbestimmung, wenn es über Umwege doch ausgehebelt wird?

Das ist ein Grund, warum wir dringend einen europäischen Datenschutz-Rahmen und gemeinsame Mindest-Standards im Bereich Inneres und Justiz brauchen. Damit unser hohes Datenschutz-Niveau nicht über den Umweg befreundeter Geheimdienste nach unten gedrückt werden kann. Sonst bräuchte ich ja, salopp ausgedrückt, nur die Briten anrufen und sagen: Hört uns mal ab, oder könnt Ihr uns diese oder jene Information besorgen? Das darf nicht sein, dass wir hier in Deutschland bestimmte Erhebungsmethoden aus rechtsstaatlichen Gründen verbieten, dann aber Daten und Informationen über Staaten mit niedrigeren Schranken einholen.

Auch eine europäische Datenschutz-Richtlinie nutzt wenig, wenn die NSA die Daten absaugt.

Dann müssen die Europäer zu ihren Überzeugungen stehen und einfordern, dass die USA diese auch respektieren. Und wenn die Amerikaner das nicht tun, muss man halt Konsequenzen ziehen. Es kann nicht sein, dass ein Mitglied der Bundesregierung in die USA fliegt, seine Vorstellungen schildert, sich die der USA anhört und das war es. Wenn das die Konsequenz von Prism und Tempora sein soll, dann wäre das äußerst dürftig. Und damit würde auch die Bundesregierung ihrem grundrechtlichen Schutzauftrag nicht gerecht. Entsprechendes gilt für die EU. Es gibt Hebel, die wir bewegen können und mit denen wir Druck auf die USA ausüben können. Wenn der Schutz unseres Privatlebens und unserer Daten wirklich zentrale grundrechtliche Wer-



te unserer Gesellschaft darstellen, müssen wir dafür auch einmal atmosphärische Störungen in Kauf nehmen. Die Ursachen hierfür haben schließlich nicht wir gesetzt.

Wie unterscheiden sich die rechtlichen Möglichkeiten der Geheimdienste bei uns und in den USA?

Ganz erheblich. Der BND hat bereits bei der Erfassung von Daten rechtliche Vorgaben zu beachten. Die Erforschung muss erforderlich sein, damit der Dienst bestimmte Aufgaben erfüllen kann. Das heißt aber auch: Wenn es keine Bezüge zu diesen Aufgaben gibt, darf er auch keine Daten erheben. Als Datenschützer sage ich, diese rechtlichen Schranken sind schon großzügig gefasst. Aber im Vergleich zu den US-amerikanischen Diensten ist das ein extrem enges Korsett. Denn die Vereinigten Staaten verfügen über sehr weite rechtliche Möglichkeiten der Datenerhebung und -speicherung. Ein Schutz setzt zumeist erst bei der Nutzung der Daten an, da wird es dann strenger, wenn es um handfeste Maßnahmen geht. In Deutschland dagegen sind bereits die anlasslose Datenerhebung und die Datenspeicherung gewichtige Eingriffe in das Grundrecht.

Bei der Vorratsdatenspeicherung werden aber auch Verkehrsdaten für den Fall der Fälle vorgehalten.

Ja, das ist als Argument gebracht worden. Ihr Europäer regt euch auf, macht aber selbst eine Richtlinie zur Vorratsdatenspeicherung. Abgesehen davon, dass ich die Vorratsdatenspeicherung auch für kritisch halte, gibt es einen gravierenden Unterschied: Bei uns müssen die einzelnen Telekommunikations-Anbieter die Daten auf Vorrat halten und dann bei einer entsprechenden Anfrage der Sicherheitsbehörden mit Bezug zu einer bestimmten Person herausgeben. Demgegenüber holen die US-Dienste sich die Daten von den Anbietern und speichern sie zentral ab.

Empfiehlt Journalisten, Verschlüsselungsdienste zu nutzen: Bayerns Datenschutzbeauftragter Thomas Petri. Foto: Maria Goblirsch

Das ist bei uns nicht gewollt, daher hat auch das Bundesverfassungsgericht gesagt, die Vorratsdatenspeicherung sei gerade noch mit dem Grundgesetz vereinbar, wenn man sie zum Schutz hochwertiger Rechtsgüter einsetzt und auch strenge Maßstäbe daran knüpft. Und es ist ja noch nicht ausgemacht, ob die Vorratsdatenspeicherung mit den europäischen Grundrechten vereinbar ist. Darüber entscheidet der Europäische Gerichtshof. In der Verhandlung am 9. Juli haben die europäischen Richter sehr kritische Fragen hinsichtlich der Erforderlichkeit gestellt. Da waren die Vertreter der Sicherheitsbehörden ein Stück weit blank.

Sie überprüfen gerade die kommunale Videoüberwachung. Angeblich sind bereits 17.000 kommunale Kameras im Einsatz, Tendenz steigend. Wie stehen Sie zu dieser Praxis?

Die kommunale Videoüberwachung ist ein Thema, das mich ebenfalls verärgert. Weil es eindimensional unter dem Gesichtspunkt der Sicherheit betrachtet wird. Die Sicherheit ist ein hohes Gut, keine Frage. Was ich aber feststelle, ist, dass sich niemand ernsthaft darüber Gedanken macht, welche Kollateral-Wirkungen die Videoüberwachung auslösen kann. Was bedeutet sie eigentlich für unser Gesellschaftssystem und für das Individuum? Der einzelne Bürger muss auch die Möglichkeit haben, eigene Vorstellungen zu entwickeln. Dazu braucht es Privatsphäre und überwachungsfreie Räume auch in der Öffentlichkeit.

Videokameras gaukeln vor, dass die Polizei die Situation beobachtet und eingreifen kann. Aber viele der Kameras zeichnen nur Szenen massenhaft auf. Eine scheinbare Sicherheit?

Videoüberwachung setzt Präsenz voraus. Werden Videokameras installiert, habe ich als Bürger einen Anspruch darauf, dass dies zur Abwehr von Gefahren für meine Rechtsgüter geschieht. Das bedeutet aber auch, dass eine Person dahinter steht, die die Situation beobachtet und dafür sorgt, dass diese Schäden erst gar nicht eintreten.

In der Praxis hingegen begründen einige Behörden, insbesondere Kommunen, die Videoüberwachung beispielsweise mit Graffiti-Schmierereien, stellen Kameras auf und kümmern sich nicht weiter darum, bis ein Schadensfall gemeldet wird. Dann werten sie die gesammelten Daten aus und ziehen die Person zur Verantwortung. Das ist illegal, ein Gesetzesverstoß. Die Videokameras dürfen auch nicht eingesetzt werden, nur um nachhinein Straftaten zu verfolgen.

Auch Journalisten sind verunsichert. Manche wollen ihre Informanten „wieder im Wald treffen". Wie können wir uns konkret gegen die totale Überwachung wehren?

Im Wald ist es ja auch nicht mehr so sicher, wie man am Kärntner Fall des Schäferstündchens sah, das eine Wildkamera aufzeichnete. So langsam gehen uns die überwachungsfreien Räume aus. Aber: Wir müssen selbst etwas für den Schutz unserer Privatsphäre tun. Seien Sie sparsamer mit persönlichen Informationen im Netz. Nutzen Sie technische Hilfsmittel, die gibt es, und sie werden zunehmend händelbarer. Um die Vertraulichkeit weitgehend sicherzustellen, gibt es Anonymisierungs- und Verschlüsselungsdienste, deren Verwendung ist eine legale Verhaltensweise, eine Inanspruchnahme von Grundrechten und in keiner Weise anrüchig.

Mehr zum Thema Verschlüsselung auf Seite 32

Wo finde ich Hilfe?

Sie glauben, dass eine Behörde Ihre Datenschutzrechte verletzt hat? Oder beabsichtigt, das zu tun? Dann können Sie eine Eingabe beim Bayerischen Landesbeauftragten für den Datenschutz machen. Sie ist formlos möglich und gebührenfrei. Wie das geht und wie das Verfahren abläuft, lesen Sie auf der Webseite www.datenschutz-bayern.de. Dort erfahren Sie auch, wie Sie bei Behörden herausfinden, welche Daten über Sie gespeichert sind. Für den privatwirtschaftlichen Bereich ist das Landesamt für Datenschutzaufsicht (Promenade 27, 91522 Ansbach, Telefon 0981/53-1300) zuständig. Weitere Infos dazu im Internet unter http://www.lda.bayern.de.
Wie können Sie sich selbst gegen Datenklau schützen? Tipps für die sichere Nutzung von PC und Internet gibt das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) unter www.bsi-fuer-buerger.de sowie das Unabhängige Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD) unter www.datenschutzzentrum.de/selbstdatenschutz. Dort finden Sie auch Hinweise zu Anonymisierungs- und Verschüsselungstechniken.

Ironie im Rettungsboot

Der Postillon aus Fürth parodiert Nachrichten – und ist jetzt mit dem Grimme Online Award ausgezeichnet worden

Von Senta Krasser

Endlich Sommerloch: Regierung setzt Krokodil im Rhein aus, um von Skandalen abzulenken

Berlin (dpo) - Durchatmen im NSA-Skandal und beim Drohnendebakel? Wie die Regierung heute bekanntgab, haben deutsche Behörden am Wochenende ein Krokodil in den bei Badegästen beliebten Nebenarmen des Rheins ausgesetzt. Ziel sei es, das drei Meter lange Tier für die nächsten vier bis sechs Wochen zum Nachrichtenthema des Sommers zu machen und so unliebsame Skandale aus den Schlagzeilen zu verdrängen.

Ganz England, ach was, die ganze Welt rastete am 22. Juli aus, als im Londoner Stadtteil Paddington mit der Geburt von Kates und Williams Sohn die britische Monarchie gesichert wurde. Die Zeitungen und News-Sendungen überschlugen sich mit Jubel über den fast vier Kilo Wonneproppen. Eine Zeitung, *Der Postillon* aus Fürth, jubelte aber nicht mit.

„England entsetzt: Royal Baby leidet unter seltener Erbkrankheit ‚Windsor'", titelte exklusiv das fränkische Online-Blatt, das im mit Posthorn und Steckenpferd dekorierten Zeitungskopf verspricht, „ehrliche Nachrichten" zu liefern, „unabhängig, schnell", und das immerhin „seit 1845". Im Text war dann zu erfahren, und niemand dürfte daran zweifeln können, dass der Sohn von Prinz William und Herzogin Katherine „schon jetzt unter schwülstigen Titeln" leide und „Zeit seines Lebens nie einen normalen Beruf ausüben können" werde.

Es ist vielleicht die einzig richtige Art, um mit der Medienhysterie um das Royal-Baby umzugehen. Es ist die Art von Stefan Sichermann. Und sie heißt: Satire. Täglich frisch parodiert der Mit-Dreißiger, was die vermeintlich seriösen Nachrichten hergeben. Er imitiert dabei den trockenen, sachlichen Stil einer Agenturmeldung und stößt dabei, mal mehr mal weniger gelungen, zum Kern der Wahrheit vor.

Bereits 2010, zwei Jahre nach der Gründung, gewann der *Postillon* bei den von der *Deutschen Welle* veranstalteten The BOBs Auszeichnungen als das beste deutsche Weblog. Seit Juni schmückt sich die Satireseite nun mit gleich zwei Grimme-Online-Awards. Sowohl die Jury in der Kategorie Information als auch das Publikum fand seine Humorarbeit ausgezeichnet. In der Jury-Begründung heißt es anerkennend: „Die Ironie ist in Gefahr, in der Informationsflut zu ertrinken. Aber *Der Postillon* hat ihr ein Rettungsboot geschickt."

Einziger Mann an Bord ist Stefan Sichermann. Seit 2008 macht er den Chefredakteur, Herausgeber, Webmaster, Marketingleiter in Personalunion. Und er ist, zumindest was Facebook-Fans betrifft, der satirischen Konkurrenz davon gerudert. Die altehrwürdige *Titanic* müsste schon mehr Dampf machen, um die 150.000 „Gefällt mir"-Angaben des *Postillon* zu übertrumpfen.

Auch wenn Sichermann noch zweifelt, ob das mit der Zählerei im Internet mit rechten und vergleichbaren Dingen zugeht – sein *Postillon* avanciert zur erfolgreichsten Satire-Zeitung. Längst gibt es „Line-Extensions", also Weiterentwicklungen der Marke *Postillon*. So sendet *Bayern 3* montags bis freitags die *Postillon24 Nachrichten*. Ihr unschlagbares Motto: „Wir berichten, bevor wir recherchieren!" Präsentiert werden die einminütigen Satire-Happen von *Bayern3*-Comedian Thieß Neubert. Ausgedacht haben sie sich Sichermann und seine rege Lesercommunity, die im Web erstaunlich gesittet nach dem nächstbesten Wortwitz der Sorte „Das Ende vom Lid: Wimpern" mit sucht. Ein Best-of erscheint als Newsticker auf der *Postillon*-Seite.

Thieß Neubert ist auch der Anchor der *Postillon24-Nachrichten,* die auf *Youtube* laufen Dort muss man schon zweimal hingucken, um die Fake-News nicht mit den echten News von zum Beispiel *N24* zu verwechseln, so professionell und täuschend echt werden sie von einem Kölner Team im Green Room produziert. Derzeit steht Sichermann in Verhandlungen mit einem Web-TV-Anbieter, sodass es womöglich noch in diesem Jahr neue *Postillon24*-Clips geben könnte.

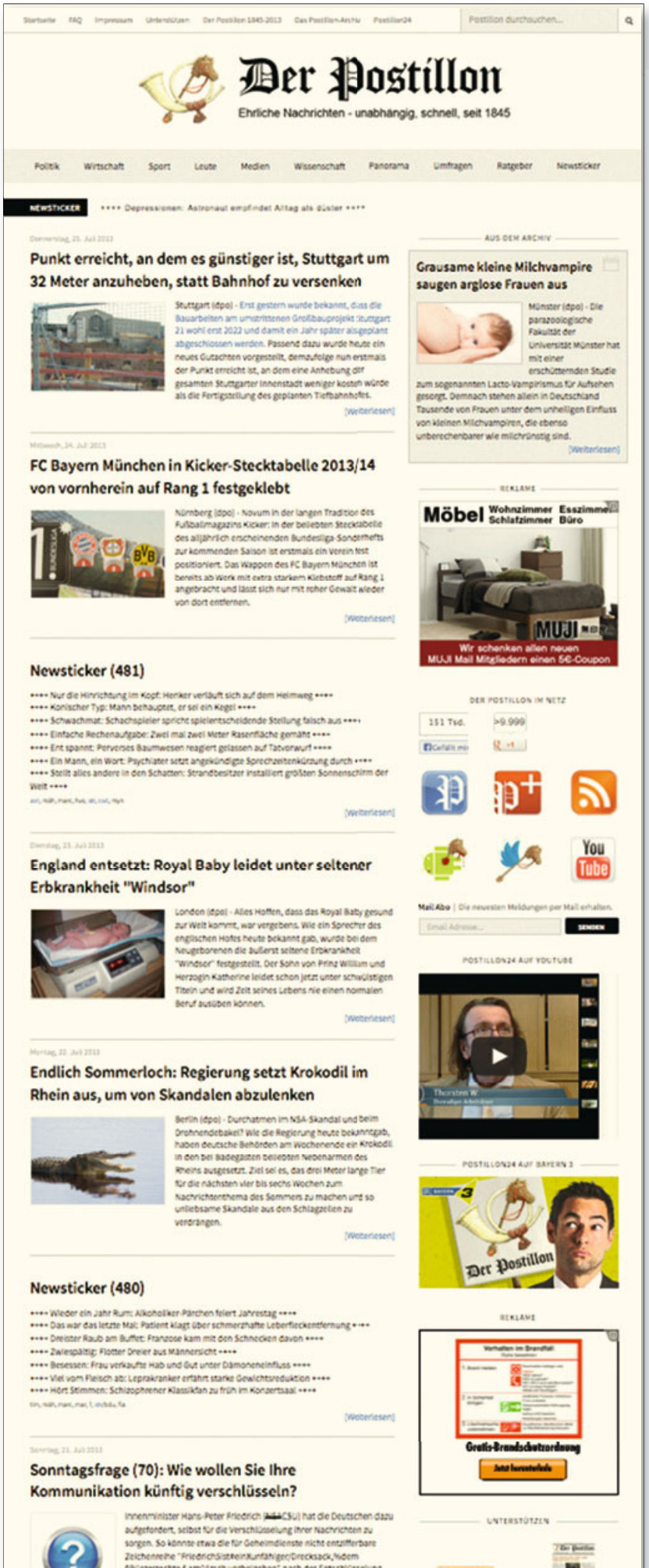
Eigene Online-Zeitung, renommierte Preise, ausreichend Werbekunden – bei so viel Erfolg muss die Frage erlaubt sein: Macht Lachen reich? Reich nicht, winkt Sichermann ab. Aber er könne ganz gut, wenn auch bescheiden von den Spenden und Werbeeinnahmen leben, die er über Werbenetzwerke wie Google AdSense generiert. Auf ein eigenes Auto verzichtet er.

Dass er es in fünf Jahren überhaupt so weit gebracht hat, führt der *Postillon*-Chef auf seine Hartnäckigkeit zurück. „Ich habe klein angefangen und Artikel schreiben erst beim *Postillon* gelernt. Irgendwann wusste ich, wie es funktioniert. Dass ich mich dann in die Kontinuität gezwungen habe, hat zum Erfolg beigetragen."

Stefan Sichermann studierte Alte und Mittlere Geschichte und englische Linguistik. Er wollte Journalist werden. Außer einem Praktikum bei den *Lübecker Nachrichten* kam nichts herum. Notgedrungen ging er in die Werbebranche, nach Hamburg, und wurde Werbetexter. Hauptsache schreiben, egal was. Nebenbei zog er sein eigenes Zeitungs-Projekt, den *Postillon*, hoch.

Irgendwann wurde die Internet-Sache zu arbeitsintensiv. Acht Stunden in der Agentur texten, fünf Stunden zuhause texten – Sichermann quittierte den sicheren Job und zog mit Frau und Kind zurück in die fränkische Heimat, wo er nun tagtäglich im Kinderzimmer (das Kind ist noch klein) überm Laptop grübelt, wie er am besten unterhalten könnte.

Denn der Unterhaltungsgedanke, sagt Sichermann, stehe bei ihm ganz weit vorn. „Ich habe großen Spaß daran, lustige Sachen zu machen. Ich freue mich über jeden, der sich



amüsiert und dem ich dabei vielleicht den Blick schärfen konnte für das, was wirklich passiert." Nur selbst in der vordersten Reihe stehen, im Rampenlicht andere unterhalten, das gefällt Sichermann nicht. Der Ausflug nach Köln vor einigen Wochen zum Grimme Online Award sei zwar angenehm gewesen, erinnert sich der Preisträger. Und es sei schon faszinierend gewesen, Jan Hofer, Carolin Kebekus und Markus Kavka mal live zu sehen. „Aber das ist nicht das, worauf ich hinarbeite. Ich suche nicht die Bühne."

Die Grimme-Jury lobte noch seinen „intelligenten Humor". Woher er ihn hat? „Ich glaube, es ist wichtig, selber intelligenten Humor zu konsumieren", erklärt der Humor-Profi. „Wenn man sich viel mit Humor beschäftigt, Humor liest und Humor selber schreibt, dann schärft sich der eigene Humor." Als Teenager las Sichermann *Mad. Titanic* ist noch immer für ihn Spaßlektüre. Großes Vorbild für die

Stefan Sichermann ist seit 2008 Herausgeber, Chefredakteur, Webmaster und Marketingleiter in Personalunion.
Foto: Uwe Dreier

eigene Seite ist aber *The Onion,* „America's Finest News Source", wie sich die Satirezeitung made in USA im Untertitel nennt. Auch dort werden reale wie fiktive Ereignisse vermeldet und kommentiert, als hätten sie sich tatsächlich so zugetragen.

Ob das eigentlich Journalismus ist, was er da macht? „Es ist ähnlich. Es imitiert Journalismus", sagt Sichermann. Der *Postillon* verwende alle Stilmittel des Journalismus. „Die Sprache ist journalistisch. Ich recherchiere viel, ich schaffe Quatschnachrichten. Aber im Grunde verwende ich eher Nachrichten, die schon existent sind, um sie dann durch den Kakao zu ziehen."

Das ebenso intelligente, britische Satiremagazin *Private Eye* titelte übrigens am Tag nach der Geburt des Windsor-Babys: „Frau bekommt Kind." Die Zeile hätte auch im *Postillon* stehen können.

www.der-postillon.com

Funkhaus kündigt allen Redakteuren

Mitarbeiter in Nürnberg vermuten Schlag gegen Betriebsrat

Von Michael Anger

Quer erscheint der Schriftzug des Druckhauses Nürnberg. Verquer erscheint die Begründung zur Entlassung von acht Mitarbeitern.

Foto: Michael Anger

Paukenschlag beim Funkhaus Nürnberg, der Gemeinschaft von fünf Privatradios: acht angestellten Journalisten wurde gekündigt. Das Pikante daran: zwei sind Betriebsräte, zwei ehemalige und eine Nachrückerin. Zwei Gekündigte haben mit einer Abfindung zugestimmt, sechs klagen dagegen. Von Letzteren sind alle seit mehr als 20 Jahren im Betrieb, mehr als 50 Jahre alt und – aufgrund der Nachwirkung noch im Tarif.

Diese Übereinstimmungen machen es schwer, die Kündigung nicht als gezielte Maßnahme gegen den fünfköpfigen Betriebsrat zu bewerten, so verlautet es aus der Belegschaft, die knapp 100 Mitarbeiter umfasst. Eine Betriebsrätin hat erfolgreich geklagt, zumindest in der ersten Instanz. Sie muss weiterbeschäftigt werden. Das Gericht hat einen Formfehler bemängelt, denn der Betriebsrat war vor der Zustellung der Kündigung seines Mitglieds nicht ordnungsgemäß beteiligt worden.

Die Begründung der Kündigungen ist selbst für juristische Laien schwer nachzuvollziehen. Angeführt wurden seitens des Arbeitgebers sowohl betriebliche Gründe als auch der Tendenzschutz. Ein betrieblicher Grund ist etwa die Notwendigkeit, Personalkosten zu senken. Dann muss aber vor der Kündigung eine Sozialauswahl getroffen werden. Die fand nicht statt. Der Arbeitgeber sieht die Auswahl als überflüssig an, weil ja allen Redakteuren gekündigt wurde, dies quasi eine Betriebsteilauflösung darstelle. Andererseits argumentiert das Funkhaus damit, dass ein neues Personalkonzept, das ein Wegfall „reiner" Redakteursstellen vorsehe, umgesetzt werde. Eine solche Entscheidung könnte unter den Tendenzschutz fallen. Auch soll die Arbeit der Betroffenen weiterhin geleistet werden, die Stellen werden offenbar nicht gestrichen.

Eine wichtige Rolle spielt auch ein Anforderungsprofil, in dem die Fähigkeiten der Mitarbeiter festgehalten sind. Dieses Schriftstück ist aber nicht allen bekannt. So haben die Mitarbeiter erst durch die Kündigung erfahren, dass sie für ihren seit Jahrzehnten ausgeübten Job erforderliche Fähigkeiten gar nicht besitzen. So wurde bei einer auch als Sprechtrainerin eingesetzten Kollegin vermerkt, sie könne nicht akzentfrei sprechen. Im Anforderungsprofil sollen journalistische Fähigkeiten so gut wie nicht erwähnt sein. Vor der Kündigung gab es weder Mitarbeitergespräche noch das Angebot einer Weiterbildung. In einer Betriebsversammlung waren aus Kostengründen personelle Konsequenzen angedeutet worden. Später erhielt der Betriebsrat ein Schreiben, in dem die Kündigung der acht Betroffenen als möglich erwähnt wird. Der Betriebsrat äußerte sich in allen Fällen ablehnend. Drei Tage später wurden die Kündigungen zugestellt.

Die Kündigungen wurden Ende Januar ausgesprochen, wegen der langen Betriebszugehörigkeit aber erst zwischen August und Oktober wirksam. Wie lange der Rechtsstreit dauert, lässt sich nicht absehen. Unter den Betroffenen sind auch Mitglieder des Bayerischen Journalisten-Verbandes, die von der Rechtsabteilung der BJV-Geschäftsstelle vertreten werden.

Kooperation mit der Konkurrenz

Absprachen Würzburg - Bamberg kosten Arbeitsplätze

Eine indirekte teilweise Zeitungs-Flurbereinigung haben die Würzburger *Main-Post* und die Bamberger Mediengruppe Oberfranken (MGO) vereinbart. Konkretes Ergebnis: Die zur MGO gehörende *Die Kitzinger* übernimmt das größere Format der *Main-Post* und wird in Würzburg gedruckt, in Kitzingen fallen zehn Arbeitsplätze weg, in Bad Kissingen entstehen vielleicht mehrere neue, die jeweilige bisherige Konkurrenz erstellt die Seiten für die anderen mit.

Auf Anfrage erläutert Thomas Ahnert, Betriebsrat der zur MGO gehörenden *Saale-Zeitung* in Bad Kissingen, das journalistische Kooperationskonzept wie folgt: „Ein Kollege der *Main-Post* sitzt mit am Desk, sagt, welche unserer Berichte er haben möchte, und danach bauen wir die Seiten für ihn. In Kitzingen erfolgt das gleiche, nur umgekehrt." Die *Main-Post* löst zwar ihre Redaktion in Bad Kissingen auf, behält aber einen Reporter für Exklusivberichte. Wie jeweilige Exklusivstories behandelt werden, ist wohl noch nicht genau abgesprochen.

Die beiden Verlagshäuser betonen, dass die Redaktionsgemeinschaft die publizistische Vielfalt erhalte, überflüssige Doppelstrukturen bei der Berichterstattung aber beendet würden, wodurch Kapazitäten für mehr eigene lokale Inhalte frei würden. Zunächst aber wird abgebaut. In Kitzingen zehn von 13 Stellen. Die Betroffenen sollen andere Angebote innerhalb der MGO erhalten. Die *Main-Post* wiederum baut in Bad Kissingen ab, es werde Altersteilzeitangebote geben, betont man in Würzburg.

Seit 2010 gehören die unterfränkische *Saale-Zeitung* mit, laut ivw, einer Auflage von 13.500 Exemplaren und *Die Kitzinger* mit 5200 Auflage den Oberfranken aus Bamberg. Die unterfränkische *Main-Post* wiederum hat im oberfränkischen Lichtenfels 2012 das *Obermain Tagblatt* (Auflage 11.400) erworben, umgeben von MGO-Zeitungen.

Michael Anger

Betriebsratswahlen 2014: Was ist zu tun?

BJV-Mustermappe für Betriebsräte mit Vorlagen und Tipps

Von Maria Goblirsch

Im März 2014 finden Betriebsratswahlen in den Verlagen, Nachrichtenagenturen und beim Privatfunk statt. Die Amtszeit der Betriebsräte dauert nach dem Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG) vier Jahre. Eine Neuwahl ist bereits nach zwei Jahren nötig, wenn sich die Zahl der Beschäftigten um 50 Prozent, mindestens aber um 50 Beschäftigte vergrößert oder verringert hat.

Eine Ausnahme vom einheitlichen Wahltermin gilt auch für Betriebe, in denen bisher noch kein Betriebsrat existiert. Diese Arbeitnehmervertretung kann in allen Betrieben der Privatwirtschaft ab einer Größe von fünf ständig wahlberechtigten Arbeitnehmern, von denen drei wählbar sind, gebildet werden. Der BJV begleitet Mitglieder auf Wunsch bei der Gründung eines Betriebsrats oder der Wahl und hilft, dabei Formfehler zu vermeiden.

In der Praxis beginnt die Vorbereitung der Betriebsratswahlen mit der Suche nach geeigneten Mitarbeitern für den Wahlvorstand. Der führt die Wahlen durch und wacht darüber, dass diese unparteiisch und ohne Einflußnahme durch den Arbeitgeber oder Interessensgruppen ablaufen.

Der Wahlvorstand besteht in der Regel aus drei Personen. Der Betriebsrat bestimmt diese drei und legt auch den Vorsitz fest, spätestens zehn Wochen vor Ende seiner Amtszeit (Paragraph 16 BetrVG). In größeren Unternehmen kann der Wahlvorstand auch mehr Mitglieder haben, es muss aber eine ungerade Zahl sein. Existiert noch kein Betriebsrat, wählt die Belegschaft den Wahlvorstand in einer Betriebsversammlung. Dazu kann eine im Unternehmen vertretene Gewerkschaft, wie der BJV, einladen oder mindestens drei wahlberechtigte Arbeitnehmer.

Wie die Wahl im Einzelnen abzulaufen hat, regelt die Wahlordnung. In Betrieben mit bis zu 50 wahlberechtigten Arbeitnehmern gilt ein vereinfachtes Verfahren mit kürzeren Fristen. Bei 51 bis 100 wahlberechtigten Arbeitnehmern muss der Arbeitgeber dem zustimmen.

Spätestens sechs Wochen vor der Wahl (vereinfachtes Verfahren: vier Wochen) hängt der Wahlvorstand die Wählerlisten, in die alle wahlberechtigten Arbeitnehmer eingetragen sind und die Wahlausschreibung aus. Gegen die Listen kann innerhalb von zwei Wochen (vereinfacht: drei Arbeitstage) Einspruch eingelegt werden.

Die Wahl der Betriebsräte erfolgt aufgrund von Wahlvorschlägen. Diese Wahlvorschläge werden vom Wahlvorstand geprüft und müssen spätestens eine Woche vor der Wahl veröffentlicht sein. Gewählt werden können alle wahlberechtigten Arbeitnehmer, die dem Betrieb seit sechs Monaten angehören. Eine Zugehörigkeit zu einer Gewerkschaft ist dabei nicht zwingend.

Wie viele Betriebsräte sind zu wählen? Bei fünf bis 20 Wahlberechtigten ein Betriebsrat. Von 21 bis 50 Wahlberechtigten sind es drei, bei 51 bis 100 werden fünf Personen gewählt, die weitere Staffelung ist in Paragraph 9 BetrVG aufgelistet. Existiert nur ein Wahlvorschlag, stehen einzelne Personen zur Wahl. Bei mehreren Kandidatenlisten wird in einer Verhältniswahl nach dem d' Hondtschen Prinzip abgestimmt. Beim vereinfachten Verfahren ist eine Mehrheitswahl zwingend vorgeschrieben.

Die Wahlversammlung oder eine Betriebsversammlung darf während der Arbeitszeit stattfinden. Ob der Arbeitgeber dabei zugelassen werden muss, ist unter Arbeitsrechtlern umstritten. Manche lehnen es ab, weil er mögliche Kandidaten durch seine Anwesenheit einschüchtern könnte. In jedem Fall aber hat der Betrieb die Wahlkosten und die durch die Arbeit des Betriebsrats entstehenden Kosten zu übernehmen.

Wer darf den Betriebsrat wählen? Alle Arbeitnehmer ab 18 Jahre, auch Volontäre. Ordentlich gekündigte Mitarbeiter sind bis zum Ablauf der Kündigungsfristen wahlberechtigt.

Die Abgabe der Stimmen überwacht der Wahlvorstand. Er zählt die Stimmen öffentlich aus und ermittelt die neuen Betriebsräte. Die Wahl ist mit der öffentlichen Bekanntgabe des Ergebnisses abgeschlossen. Eine Aufgabe bleibt dem Wahlvorstand danach noch: Er lädt zur ersten Sitzung des Betriebsrats ein und leitet sie, bis der neue Vorsitzende gewählt ist.

Gibt es eine Frauenquote bei der Betriebsratswahl? Nein, aber eine Mindest-Geschlechterquote. Und die besagt: Das Geschlecht, das im Betrieb in der Minderheit vertreten ist, muss mindestens so stark im Betriebsrat vertreten sein, wie es seinem Anteil an der Belegschaft entspricht. Dazu wird eine Quote berechnet und bei der Verteilung der Betriebsratssitze berücksichtigt.

Der BJV hält für Betriebsräte eine Mustermappe mit sämtlichen Formalien und Vorlagen z.B. für die Wahlausschreibung bereit. Weitere Tipps und Erläuterungen im Band DJV Wissen 3, erhältlich in der BJV-Geschäftsstelle.

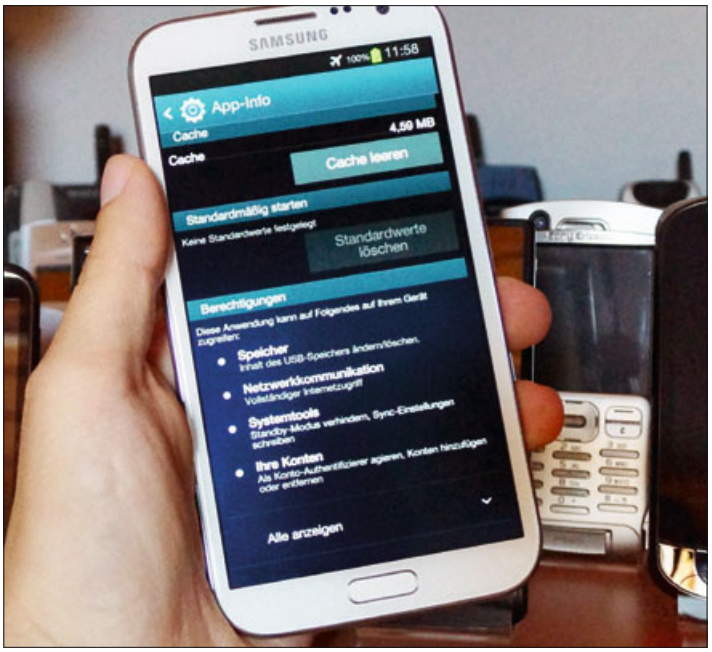
Foto: Fotolia

Mehr Sicherheit bei der Kommunikation

Wie Instant-Messaging-Programme, Smartphone-Apps und Suchmaschinen unsere Daten abgreifen – und wie sich das verhindert lässt

Von Johannes Michel

Politiker, Journalisten und nicht zuletzt viele Bürger zeigten sich überrascht: In den Augen der US-amerikanischen National Security Agency (NSA) ist Deutschland ein Schurkenstaat. In keinem westlichen Land wurde das Netz derart eng gezogen, wurden und werden auch E-Mails, Textnachrichten und in die Cloud ausgelagerte Daten der Nutzer gescannt. Die Überraschung war zum großen Teil aber geheuchelt. Denn seit Jahren ist bekannt, dass der Großteil unserer Kommunikation nicht an der Grenze halt macht. Wie lässt sich die Kommunikation zumindest etwas schützen? Wie kann Recherche im Geheimen stattfinden? Einige Beispiele . . .



Jede Smartphone-App erlangt mit der Installation diverse Rechte auf dem Gerät – vom Lesen der privaten Daten bis hin zur Internetkommunikation. Nachträglich ändern lässt sich das oft nicht mehr, nur durch die Deinstallation.

Sicherheit auf dem Smartphone: Standort- und Kontaktdaten werden oft abgefragt

Smartphones haben in den vergangenen Jahren den klassischen Handys mehr und mehr den Rang abgelaufen. Auch Journalisten setzen auf die mobilen Begleiter, ob mit iOS (iPhone), Android, Windows Phone oder BlackBerry OS als Betriebssystem. Die Vorteile der permanenten Internetverbindung eines Smartphones liegen auf der Hand: Schon wenige Sekunden, nachdem der Absender eine E-Mail abgeschickt hat, wird sie angezeigt. Vorbei ist das lange Suchen einer Adresse dank Kartentools wie Google Maps. Und, nicht zu vergessen, zahlreiche Spiele sorgen für Abwechslung.

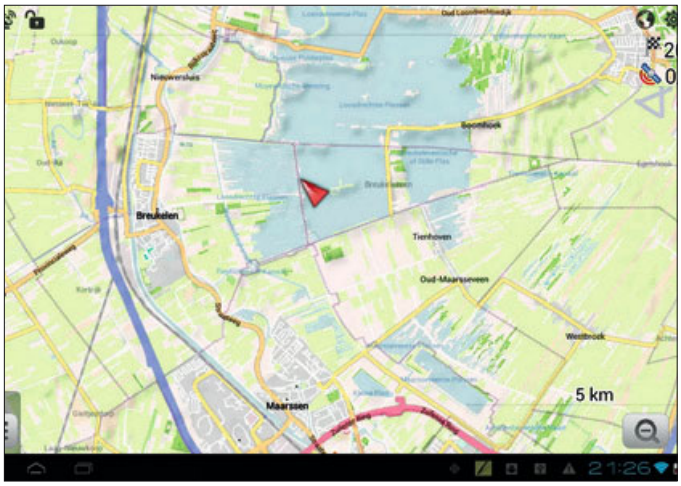
Unter Experten wird schon länger gestritten, wie sich Smartphones am besten absichern lassen, ob Virenscanner obligatorisch sein sollten. Die Sicherheit und der Schutz der privaten Daten beginnt aber viel früher. Zunächst sollte jedes Smartphone mit einem Code gesichert sein. Diese Funktion lässt sich in den Einstellungen aller Betriebssysteme aktivieren. Zur Verfügung stehen Passwörter, Zahlenkombinationen oder Muster, die zum Entsperren auf den Bildschirm gezeichnet werden. Ein weiterer Schritt zu etwas mehr Anonymität ist das Deaktivieren der Standortübermittlung. GPS ist dabei nicht das Problem, sondern die Ortung per WLAN und Mobilfunknetz. Bei Android und BlackBerry genügt ein Häkchen in den Sicherheitseinstellungen, iOS und Windows Phone erlauben dagegen keine Trennung der verschiedenen Verbindungen.

Aber: Die Standortweitergabe an Apps lässt sich unter Android kaum kontrollieren. Prinzipiell kann jede Anwendung auf den Standort des Smartphone-Nutzers zugreifen, wenn dieses Recht bei der Installation eingeräumt wurde. Und die wenigsten Anwender lesen die Rechte aufmerksam durch, die sich eine App bei der Installation abnicken lässt. Bei Windows Phone fragt das System bei der Installation einer solchen App nach, ob das Ortungsrecht freigegeben werden soll, bei Verneinung lassen sich die meisten Apps allerdings nicht installieren. Ebenso bei iOS: Dort müssen sich Apps das Recht über einen Dialog einholen. Vorteil: Auch nachträglich kann unter „Einstellungen/Datenschutz/Ortungsdienste“ jeder App der Zugriff wieder einzeln entzogen werden. Wer nachträglich die Rechte einer Android-App ändern möchte, muss dazu auf Zusatztools zurückgreifen. Die meisten benötigen Root-Rechte, also das Entsperren des Smartphones (nur für sehr erfahrene Anwender zu empfehlen). Ein Tipp ist die App „SRT AppGuard“, die zumindest den selbst durch den Anwender installierten Programmen nachträglich Rechte entziehen kann.

Wirklich sicher ist aber nur der folgende Tipp: Oft lässt sich ein Sammeln von Standortdaten dadurch umgehen, indem der Browser anstatt einer App benutzt wird, etwa bei Facebook oder Twitter. Browser dürfen den Standort bei allen drei mobilen Betriebssystemen nur abrufen, wenn das der Nutzer ausdrücklich erlaubt hat. Ein Blick in die Einstellungen des Browsers verrät mehr.

Bei Android-Smartphones stehen für alle vorinstallierten Google-Dienste oft gleich mehrere Alternativen bereit, sogar der App-Shop „Play Store“ muss nicht unbedingt verwendet werden. Als Ersatz für Google Maps bietet sich zum Beispiel OsmAnd an, die App basiert auf Kartenmaterial von OpenStreetMap. E-Mails können mit der App K9 abgerufen werden,

Fotos: Johannes Michel



Auch zu Google Maps gibt es Alternativen. Viele vergleichbare Dienste greifen auf das Open-Source-Projekt OpenStreetMap zu.

Was WhatsApp vernachlässigt, macht manch anderer Dienst richtig. Hier im Beispiel: Threema.

zum Einsatz sollte aber dann auch ein deutscher E-Mail-Provider kommen. Seit Einführung der Version Android 4.0 (Ende 2011) lässt sich jedes Android-Smartphone auch ohne Google-Konto nutzen. Aber auch dann bleiben alle Standard-Apps (etwa der Play Store, Youtube oder Google Maps) aktiv und müssen unter „Einstellungen/Apps/Alle“ deaktiviert werden. Achtung: Vor dem Deaktivieren des Chrome-Browsers und der Google-Tastatur sollten Alternativen installiert worden sein.

Instant Messaging: Vorsicht vor WhatsApp!

Die klassische SMS verliert gerade in den Mobilfunknetzen massiv an Bedeutung. Der Grund sind kostenfreie oder kostengünstige Programme wie WhatsApp, die den Chat mit mehreren Personen und auch den Versand von Dateien erlauben. Beliebt ist WhatsApp vor allem aufgrund der weiten Verbreitung, denn die App ist sowohl für iOS, Android, Windows Phone und BlackBerry OS als auch für „normale“ Handys mit Nokias Series-40-System erhältlich. Im März 2013 wurden Zahlen bekannt: Täglich werden rund 17 Milliarden Nachrichten per WhatsApp verschickt, fast die Hälfte der Nutzer eines Android-Smartphones hat die App installiert.

Um die Sicherheit haben sich die Programmierer aber zu wenige Gedanken gemacht. Denn WhatsApp sendet Namen und Telefonnummer des Nutzers unverschlüsselt an Server in den USA. Nach den aktuell laufenden Datenschutzdebatten ist aber viel interessanter, dass auch die gesamte WhatsApp-Kommunikation über die USA läuft. Durch die weite Verbreitung ist die App zudem zum beliebten Angriffsziel für Hacker geworden.

Andere Anbieter versuchen, aus den Skandalen Profit zu schlagen, bisher allerdings noch ohne durchschlagenden Erfolg. Bereits etwas bekannt gemacht hat sich das Schweizer Unternehmen Kasper Systems mit der iOS- und Android-App „Threema“. Die Kurznachrichten-App funktioniert sehr ähnlich wie WhatsApp, verschlüsselt die Kommunikation aber vom Sender bis zum Empfänger. Das Adressbuch kann mit dem Server des Anbieters synchronisiert werden, um Kommunikationspartner zu finden, die ebenfalls Threema verwenden. Oder: Möglich ist auch ein manueller Abgleich. Erst, wenn ein auf dem Smartphone-Display des Bekannten abgebildeter QR-Code abfotografiert wurde, wird dieser dem eigenen Adressbuch hinzugefügt.

Suchmaschinen: Alternativen zu Google

Google hat viele Vorteile, aber leider auch einen gravierenden Nachteil. Die Vorteile: gute Suchergebnisse, auf den Nutzer angepasst, mit vielen Zusatzfunktionen – vom Kartendienst bis zu Restaurantbewertungen. Nachteil: Erkauft wird dies unter anderem durch die Speicherung der Suchergebnisse. Neun lange Monate wird jede Google-Eingabe, zusammen mit der IP-Adresse des Nutzers, auf den Servern archiviert, danach lediglich teilanonymisiert.

Das geht auch anders. Alternative Suchmaschinen gibt es einige, wirklich ordentliche Ergebnisse liefert zum Beispiel DuckDuckGo.com. Die Suchmaschine speichert keine IP-Adressen, loggt keine Informationen zum Nutzer und verwendet sehr selten Cookies (kleine Datenpakete, die zur späteren Vereinfachung auf dem Computer gespeichert werden). DuckDuckGo unterliegt jedoch dem US-PATRIOT-Act und ist damit verpflichtet, Behörden wie dem FBI, der NSA oder der CIA Zugriff ohne richterliche Anordnung auf die eigenen Server zu gewähren. Auf europäischen Servern läuft die alternative Suchmaschine Ixquick. Auch eine weitere Suchmaschine stammt aus dem gleichen Hause: Startpage. Letztere greift auf Googles Suchdaten zurück, stellt die Anfragen dort aber anonym. Die beiden Angebote stehen auch auf Deutsch zur Verfügung und gelten als recht sicher. 2008 wurden Ixquick und Startpage mit dem ersten Europäischen Datenschutz-Gütesiegel ausgezeichnet und sind damit die ersten und einzigen offiziell nach EU-Datenschutzrecht zertifizierten Suchmaschinen.

Die App SRT AppGuard ist nicht im offiziellen App-Store von Google (Play Store) zu haben, sondern muss über die Webseite des Herstellers **(www.srt-apguard.com/de)** heruntergeladen und dann per USB- oder Bluetooth aufs Smartphone geladen werden. Die Pro-Version kostet 3,99 Euro. Wichtig: Vor der Installation muss in den Sicherheitseinstellungen des Smartphones das Häkchen bei „Installation aus unbekannten Quellen erlauben“ gesetzt werden. Informationen zum sicheren Messenger Threema finden Sie unter **www.threema.ch/de,** zu den Suchmaschinen DuckDuckGo unter www.duckduckgo.com und www.ixquick.com.

Die Links können Sie auch ganz einfach unter **www.tinyurl.com/bjv082013** abrufen oder indem Sie den QR-Code mit einem Smartphone oder Tablet scannen.

Vom Echtzeit- zum Endzeit-Journalismus

Journalisten zeigen Übereifer bei Banalitäten und Desinteresse an der Überwachung

Von Thomas Mrazek

Beginnen wir mit dem Ende. Dem Endzeit-Journalismus im Netz. Das Ende für das eigene Handwerk schreiben Journalisten mit dem Echtzeit-Journalismus ebendort regelrecht herbei. „Auf der Damentoilette wurde ein Ring gefunden", betitelte Edo Reents seinen Artikel in der *Frankfurter Allgemeine Zeitung.* „Beim Obama-Besuch überbieten sich die elektronischen Medien im Vermelden von Banalitäten", stellt Reents fest. Irgendwie lustig, oder? Eher nicht: „Auf die Demokratie wirkt der Echtzeit-Journalismus verheerend", folgert der stellvertretende Chef des *FAZ*-Feuilletons.

Ja und, mag da mancher argumentieren, es braucht ja niemand die Live-Ticker etwa bei *Spiegel Online* zu lesen. Und außerdem ist ja genug Platz im Netz. Warum soll durch solchen Online-Journalismus gar unser Gemeinwesen – und wie ich meine der Journalismus selbst – Schaden nehmen? Reents schreibt hierzu: „[D]er Echtzeit-Journalismus wirkt auf die Demokratie verheerend, weil er immer weniger Raum und Zeit dafür lässt, die Dinge zu sortieren, Abstand zu ihnen zu gewinnen und sie zu werten." Im konkreten Fall belegt er dies so: „Welchen Stellenwert hat es angesichts der Fülle der Belanglosigkeiten zum Beispiel, dass Obama (...) die Datenschnüffelei durch Prism in kühlem Realismus gerechtfertigt und Angela Merkel hier auf Verhältnismäßigkeit bestanden hat?". (Reents' Artikel finden Sie unter: tinyurl.com/reents-kritik). Bei *Cicero Online* sekundiert Timo Stein dem *FAZ*-Redakteur: „Die Währung heißt klick, bezahlt wird viel zu oft mit dem Verstand. (...) Der Journalismus steckt in einer Identitätskrise, weil ihn die vermeintliche Transparenz- und Gleichzeitigkeitsgesellschaft in genau jene führt" (Steins Artikel „Es gibt keinen ‚Echtzeitjournalismus'" finden Sie unter tinyurl.com/echtzeitjournalismus).

Und was sagt *Süddeutsche*-Journalist Heribert Prantl zum Thema Echtzeit? Er holt die gute alte, gedruckte Zeitung aus der Mottenkiste: „Weil es das Internet, weil es also nun bessere, schnellere Methoden bloßer Informationsvermittlung gibt, kann sich die Zeitung auf anderes konzentrieren – auf Analyse, Hintergrund, Kommentierung, auf Sprachkraft, Gründlichkeit und Tiefgang, auf all das, was sich in der Hetze der Echtzeit im Internet nicht leisten lässt. Die Zeitung kann Wegweiser sein im Wirrwarr; sie kann Informationen destillieren, konzentrieren, auswerten, bewerten." (Quelle: Heribert Prantl: „Die Zukunft des Qualitätsjournalismus" in *Der Standard,* online: tinyurl.com/qualitaetsjournalismus)

> **„Als Journalisten können wir es uns nicht leisten, beim Thema Überwachung still und heimlich zu resignieren – sonst betreiben wir tatsächlich Endzeit-Journalismus in Echtzeit."**

Eben all das Vorzügliche, was es laut Prantl vor allem im Gedruckten geben soll, gibt es freilich im Netz genauso, wenn nicht häufig in besserer Qualität und noch einfacher zugänglich. Freilich kann der von Medien selbst erzeugte – nennen wir es ruhig mal bayerisch beim Namen – Echtzeitschmarrn hier auch bei netzfreundlichen Betrachtern wie Prantl den Blick etwas trüben. Vom vermeintlich Vorzüglichen zum Fürchterlichen. Seit rund 100 Tagen analysieren die Dortmunder Journalistikstudenten Mats Schönauer und Moritz Tschermak für ihre Bachelorarbeit die hiesige Regenbogenpresse. Sie leisten diese Kärrnerarbeit allerdings nicht nur im Elfenbeinturm sondern sie dokumentieren ihre Erkenntnisse in einem Watchblog – *Topfvollgold.* So miserabel und vor allem unethisch dieser spezielle Endzeit-Journalismus in den Regenbogenheften häufig auch sein mag – er kommt immer noch beim Publikum an, denn rund eine halbe Milliarde Hefte werden jährlich davon noch gedruckt (Tendenz im Branchentrend: fallend!). Eingehend untersucht wurde dieses Metier bislang auch noch nicht. Mats und Moritz beschreiben und analysieren die Arbeitsweisen der Klatschzeitschriften in ihrem Blog ohne akademische Floskeln – unterhaltend und ohne moralischen Fingerzeig. Wieder ein schönes Beispiel, was guter Online-Journalismus auch mit geringen Bordmitteln leisten kann (zum Einstieg empfehle ich Ihnen einen Artikel über Udo Jürgens: „Sie denken ans Ende seines Lebens": tinyurl.com/topfvollgold). Wir können uns also auch selbst gegen den Endzeit-Journalismus wehren.

Nur geringe Möglichkeiten sich zu wehren sehen Journalisten beim Thema Überwachung. Denn machen wir uns nichts vor: Resignative Haltungen „Da kann ich doch eh nix dran ändern" oder gar die Phrase „Ich habe nichts zu verbergen" sind leider auch in unseren Kreisen gang und gäbe (siehe etwa Telepolis-Artikel von Burkhard Schröder: „Verschlüsselung – nein danke": tinyurl.com/keine-verschluesselung). Andererseits ist es auch nicht immer ganz so einfach, sich im Netz gegen Schnüffeleien zu schützen und einen hundertprozentigen Schutz wird es auch nie geben. Was tun? So banal es klingt: Machen Sie sich kundig, nicht nur für sich persönlich sondern auch im Interesse Ihrer Leser und mitunter auch Ihrer Informanten. Und natürlich auch als kritischer Bürger. Als Journalisten können wir es uns schlichtweg nicht leisten, hier still und heimlich zu resignieren – sonst betreiben wir tatsächlich Endzeit-Journalismus in Echtzeit.

Buchtipps

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

Informiert, aber limitiert

Dieses Buch ist ein Tagungsband. Es ist Endprodukt der 57. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die im Vorjahr nach Berlin einlud, um über Strukturen, Entwicklungen und Problemlagen von politischer und zivilgesellschaftlicher Kommunikation in der Großstadt nachzudenken. Im Vorwort bedauern die Herausgeber, dass im gedruckten Buch wenig von der „konstruktiven, professionellen und freundschaftlichen Stimmung" auf der Tagung bleibt. Das stimmt. Man würde zum Beispiel gerne erfahren, wie freundlich die Analyseergebnisse jener Wissenschaftler aufgenommen wurden, die „Qualitätsmerkmale und Boulevardisierungsstrategien in der Wirtschaftsberichterstattung" von unter anderen *Kölner Express, Münchner tz* und *SZ* untersucht haben. Ein Ergebnis: Die *tz* verwende ähnliche Stilformen wie die *SZ*. Ob das für die Qualität des Boulevardblatts spricht? Die Forscher verweisen auf die „Limitationen" ihrer Studie und reichen den Auftrag zur eingehenderen Qualitätsanalyse an andere weiter. So bleibt ihr Aufsatz – wie etwa auch der Kurzbeitrag der Dortmunderin Annika Sehl über die Chancen von partizipativem Journalismus im Lokalen in diesem Band – bloß ein anregender Happen. Richtig gegessen werden muss woanders. *Senta Krasser*

Barbara Pfetsch, Janine Greyer, Joachim Trebbe (Hg.): MediaPolis – Kommunikation zwischen Boulevard und Parlament, UVK 2013, 318 Seiten, 29 Euro, ISBN 978-3-86764-414-3, ISBN-Suche der Wikipedia*: tinyurl.com/mediapolis-isbn.

Gute Grundlagen

Jetzt ist die „gelbe Bibel" bereits zum 19. Mal erschienen; der 2010 verstorbene Journalist Walther von La Roche hatte das Lehrwerk 1975 erstmals herausgegeben. Die Leiterin der Münchner Journalistenakademie, Gabriele Hooffacker, und der Eichstätter Journalistikprofessor Klaus Meier haben diese Aufgabe übernommen. Sie haben das bewährte Schema beibehalten und so weit als möglich aktualisiert und modernisiert. Das Werk, welches sich vor allem an diejenigen richtet, die planen einen journalistischen Beruf zu ergreifen, beschreibt die Grundlagen unseres Berufes: Unter anderem Tätigkeiten und Arbeitsfelder des Journalisten, die journalistischen Darstellungsformen und Rechtsfragen der Praxis. Rund ein Drittel des Buches nimmt die ausführliche Beschreibung der journalistischen Ausbildungswege ein. Zahlreiche Link-Hinweise und die ergänzende Website lassen vieles noch lebendiger und transparenter erscheinen. Dem Autorenduo ist eine gute Neuauflage gelungen. Was der Rezensent jedoch sehr vermisst, ist eine kritische Einschätzung des derzeitigen Wandels im Journalismus. Denn Neueinsteiger sollten von Anfang wissen, worauf sie sich mit dieser Berufswahl womöglich einlassen. *Thomas Mrazek*

Walther von La Roche: Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege Deutschland, Österreich, Schweiz. 19., neu bearbeitete Auflage von Gabriele Hooffacker und Klaus Meier. Springer VS, Wiesbaden, 2013, 329 Seiten, 19,99 Euro, ISBN 978-3-658-01698-2, ISBN-Suche der Wikipedia*: tinyurl.com/journalismus19. (E-Book, PDF, 14,99 Euro, ISBN 978-3-658-01699-9, ISBN-Suche der Wikipedia*: tinyurl.com/19journalismus).
Ergänzende Website zum Buch: www.praktischer-journalismus.de

Grundkurse und Seminare der Akadamie der Bayerischen Presse

August
Journalistische Einsteiger 19. - 30. August
Multimedia Storytelling 21. - 23. August
Xing, Facebook, Twitter 29. - 30. August

September
Kreatives Schreiben - Zeitschrift I 2. - 4. September
Crossmedia - Video, Audio, Slideshow 2. - 7. September
Magazinjournalismus II 2. - 13. September, Kulmbach
Moderieren von Diskussionen und Veranstaltungen 4. - 6. September
Presserecht und Medienethik 9. - 10. September
Online-Recherche für Profis 9. - 10. September
Glosse 11. - 13. September
Beauty- und Modejournalismus 16. - 18. September
Fernsehmoderation I 16. - 20. September
Fotojournalismus 16. - 20. September, Kulmbach
Online-Videos II 16. - 20. September
Wissenschaftsjournalismus 23. - 25. September
Technikjournalismus 24. - 27. September
Nachrichten texten fürs Radio und Fernsehen 26. - 27. September
Gesprächsführung 26. - 27. September
Journalistische Textsorten 30. September - 2. Oktober, Kulmbach
Die Restaurantkritik 30. September - 2. Oktober
Gesundheitsjournalismus 30. September - 2. Oktober

Oktober
XING - das optimale Profil 2. Oktober
Medientraining - professionell vor der Kamera 7. - 9. Oktober
Führen und motivieren 10. - 11. Oktober
Titel, Vorspann, BU – Zeitschrift 14. - 15. Oktober
Pressemitteilung 14. - 16. Oktober
Musikjournalismus und Musikkritik 16. - 18. Oktober
Selbstmarketing 17. - 18. Oktober
Presserecht für das Internet 18. Oktober
Strategien für Online-Chefs 21. - 22. Oktober
Public Relations I 21. - 25. Oktober
Der Fernsehbeitrag II - Dramaturgie und Produktion 21. - 25. Oktober
Reisejournalismus mit Recherche 21. - 25. Oktober, Obsteig/Tirol
Freie Rede und Präsentation 23. - 25. Oktober
Photoshop CS6 28. - 30. Oktober
Rhetorik 28. - 30. Oktober, Kulmbach
Vom Mitarbeiter zum Vorgesetzten 28. - 30. Oktober
Feature I + II 28. - 31. Oktober

www.a-b-p.de

Pressestellen-Information von A bis Z

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) sowie Dienstleister/Service (DS):

A

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

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)
Bayern LB (F)
Bayernwerk (E)
BayWA (U)
Berufliche Fortbildungszentren (bfz) der Bayerischen Wirtschaft (BW)
Bischöfliche Aktion Adveniat (SK)
BMW Group (U)

C

Caritasverband der Erzdiözese München und Freising (SK)
Caritasverband für die Erzdiözese Bamberg (SK)

D

Das Bayerische Baugewerbe / LV Bayerischer Bauinnungen (VB)
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)
GfK Grow from Knowledge (U)
GMC-I Messtechnik (U)
GVB Genossenschaftsverband Bayern (F)

H

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

I

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)
Linde Material Handling (U)
Littmann Bürodienstleistungen (DS)
LMU Ludwig-Maximilians-Universität München (BW)
LOEWE (U)

M

Messe Berlin (MA)
Messe München (MA)
MR Maschinenfabrik Reinhausen (U)
MTU Aero Engines (U)

N

N-ERGIE (E)
NÜRNBERGER Versicherungsgruppe (V)

O

OMV Deutschland (U)
OSRAM (U)

P

Porsche (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 (E)

T

Thüga (E)
TK Techniker Krankenkasse (V)
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)
Verband der Chemischen Industrie LV Bayern (VB) / Verein der Bayerischen Chemischen Industrie (VB)
Versicherungskammer Bayern (V)
VGN Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VK)

W

WBG Nürnberg Gruppe (U)

Bitte beachten Sie auch die Anzeigen:

Akademie der Bayerischen Presse
Fachverband Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik Bayern
IHK Nürnberg für Mittelfranken
Presse-Versorgung (Versorgungswerk der Presse)

Kontaktbörse „Pressestellen"

Die Rubrik „Pressestellen" im *BJVreport* ist ein gern genutzter „Treffpunkt" für Kammern, Verbände, Organisationen, Dienstleister und Unternehmen aus vielen Bereichen, die regelmäßige und fundierte Pressearbeit betreiben. Nutzen Sie diese Plattform ein ganzes Jahr lang (sechs Ausgaben) für nur 1.300,- € inkl. Gestaltung nach Ihren Vorgaben und zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6x jährlich,** jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** ca. 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

BILDUNG/WISSENSCHAFT

Bayern Innovativ

Leiterin Unternehmenskommunikation
Dr. Petra Blumenroth
Tel. +49 911-2 06 71-116
Fax +49 911-2 06 71-792
blumenroth@bayern-innovativ.de

Pressereferent
Christoph Kirsch
Tel. +49 911-2 06 71-151
Fax +49 911-2 06 71-766
kirsch@bayern-innovativ.de

Bayern Innovativ · Gesellschaft für Innovation und Wissenstransfer mbH
Gewerbemuseumsplatz 2 · 90403 Nürnberg · www.bayern-innovativ.de

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

Franz Miller

Leiter Presse und Öffentlichkeitsarbeit
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 Presse und Öffentlichkeitsarbeit
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

Hanns Seidel Stiftung

www.hss.de

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

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,- €, auf Wunsch auch inklusive Gestaltung.

Der nächste *BJVreport* (alle 2 Monate) erscheint am 19.10.2013, Anzeigenschluss ist am 20.09.2013.
BJV Anzeigenannahme: PETER & WERBUNG, Manfred Peter/ Sabrina Sporer, Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

BILDUNG/WISSENSCHAFT

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

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

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

Bitte beachten Sie die aktuellen Termine

Ausgabe *BJVreport*	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
5/2013	20. September	9. Oktober	19. Oktober
6/2013	15. November	4. Dezember	14. Dezember
1/2014	24. Januar	5. Februar	15. Februar
2/2014	21. März	9. April	19. April
3/2014	16. Mai	4. Juni	14. Juni
4/2014	18. Juli	6. August	16. August
5/2014	19. September	8. Oktober	18. Oktober
6/2014	14. November	3. Dezember	13. Dezember

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.
Buchungen und Druckvorlagen an Anzeigenmarketing *BJVreport*:
PETER&WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer
Telefon 0911/4245930, Fax 0911/4245959, info@pundwag.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

Messe München International

MESSE MÜNCHEN GmbH
Dirk Sturny
Leiter Zentralbereich Unternehmenskommunikation

Messegelände, D-81823 München
Tel.: +49 (0)89 9 49 - 2 07 30
Fax: +49 (0)89 9 49 - 9 72 07 30
E-Mail: dirk.sturny@messe-muenchen.de
www.messe-muenchen.de

Ist Ihr Eintrag noch aktuell?

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

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

FINANZEN

Bayerische Börse AG, Träger der

börse münchen

Ulrich Kirstein
Pressereferent

Karolinenplatz 6
80333 München
Telefon 089 549045-25
Fax 089 549045-55
kirstein@boerse-muenchen.de
www.bayerische-boerse.de

Kommunikation & Presse

Brienner Straße 18
80333 München
Telefon +49 89 2171-27176
mailto: presse@bayernlb.de
www.bayernlb.de

Matthias Priwitzer *Leiter*
Matthias Lücke *Pressesprecher*

Sie haben Fragen zur BayernLB? Wir geben Ihnen die Antworten!
Selbstverständlich erreichen Sie uns rund um die Uhr.

BayernLB

GVB

Genossenschaftsverband Bayern

Dr. Jürgen Gros • Pressesprecher
Chefredakteur „Profil - das bayerische Genossenschaftsblatt"

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

IHR 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 | 80807 München
www.interhyp.de

interhyp
DIE BAUFINANZIERUNG

LBS

LBS Bayerische Landesbausparkasse
Zentralbereich Unternehmenskommunikation

Alexandra Fritsche
Joachim Klein (Ltg.)
Dominik Müller
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

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
Die Bank unserer Stadt.

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

Ulrich Zeidner
Abteilungsleiter Medien

NÜRNBERGER
VERSICHERUNGSGRUPPE

Generaldirektion Nürnberg
Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg
Telefon 0911 531-6221, Fax 0911 531-816221
ulrich.zeidner@nuernberger.de
www.nuernberger.de

Techniker Krankenkasse
Landesvertretung Bayern
Pressestelle

Oberbayern und Schwaben
Kathrin.Heydebreck@tk.de
Tel. 089 - 490 69-632

Niederbayern, Oberpfalz
Stephan.Mayer@tk.de
Tel. 089 - 490 69-621

Franken
Peter.Schieber@tk.de
Tel. 09 11 - 23 66-302

Techniker Krankenkasse
Gesund in die Zukunft.

VERSICHERUNGS KAMMER BAYERN

Finanzgruppe

Claudia Scheerer
Pressesprecherin

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de

Tel. 089/2160-3050
Fax 089/2160-3009
Claudia.Scheerer@vkb.de

Ist Ihr Eintrag noch aktuell?

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

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

ENERGIE

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

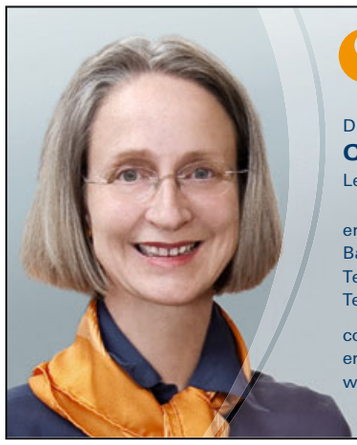
Maximilian Zängl
Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel. 09 41/2 01 78 20, Fax 09 41/2 01-70 23
Mobil 01 79/1 38 98 27
maximilian.zaengl@bayernwerk.de

Bayernwerk AG
Lilienthalstraße 7, 93049 Regensburg

www.bayernwerk.de

bayernwerk

ENERGIE



erdgas schwaben

Dipl.-Journ.
Cornelia P. Benesch
Leiterin Mediale Kommunikation

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
AKTIENGESELLSCHAFT

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

Menschen wie du und ich

Auch Redakteure, Journalisten und Medienmitarbeiter haben ihre Hobbies, arbeiten in Haus und Garten, treiben Sport, fahren Auto (oder suchen ein neues), investieren in die Zukunft, versorgen sich im Alltag, machen Urlaub und verreisen und, und, und. Mit einem Satz – auch sie sind Verbraucher wie du und ich, die sich gerne informieren und „(ver)führen“ lassen.

Anzeigen im *BJVreport* sind imagebildend und verkaufsfördernd, sprechen starke Zielgruppen an – und unterstützen die Arbeit im BJV Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

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

ENERGIE

Stadtwerke Augsburg Holding GmbH
Konzernmarketing und Kommunikation/PR
Jürgen Fergg
Pressesprecher
Hoher Weg 1 - 86152 Augsburg
Tel. 0821 / 6500-8046
Fax. 0821 / 6500-8097
presse@stawa.de

swa
Stadtwerke Augsburg

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

Unternehmenskommunikation
Hans-Joachim Bues
Postfach 23 17 55
85326 München
Telefon: (0 89) 9 75-4 10 00
Fax: (0 89) 9 75-4 10 06
E-Mail: 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

AUDI AG
Kommunikation
85045 Ingolstadt

Telefon: +49 841 89-0
Telefax: +49 841 89-44040
E-Mail: audi-kommunikation@audi.de
Internet: www.audi-mediaservices.com

Toni Melfi
Leiter Kommunikation
Telefon: +49 841 89-92033
E-Mail: toni.melfi@audi.de

Jürgen De Graeve
Unternehmen
Telefon: +49 841 89-34084
E-Mail: juergen.degraeve@audi.de

Christian Bangemann
Produkt und Technologie
Telefon: +49 841 89-32260
E-Mail: christian.bangemann@audi.de

UNTERNEHMEN

HANDELN MIT PERSPEKTIVE

BayWa AG
PR / Unternehmens-
kommunikation
Pressesprecherin:
Marion Danneboom

Arabellastraße 4
81925 München
Telefon 089 9222-3680
Telefax 089 9222-3698
www.baywa.com

BayWa

BMW GROUP

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

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

Ulrich Knieps
Produkt-, Technologie-, Sportkommunikation,
Dienstleistungen
Telefon: +49(0)89-382-24712
E-Mail: Ulrich.Knieps@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

Pia-Maria Görner
Leitung
Unternehmenskommunikation

Dräxlmaier Group
Landshuter Straße 100
84137 Vilsbiburg | GERMANY

Telefon +49 8741 47-2760
Telefax +49 8741 47-1960
E-Mail: presse@draexlmaier.com

www.draexlmaier.com

MOVING AHEAD THE AUTOMOTIVE FUTURE

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

GfK

Marion Eisenblätter

T +49 911 395 2645
marion.eisenblaetter@gfk.com

Corporate Communications

www.gfk.com
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Growth from Knowledge

GOSSEN METRAWATT

Christian Widder
Leiter MarketingKommunikation

GMC-I Messtechnik GmbH

Telefon +49 911 8602-572
Telefax +49 911 8602-674
Mobil +49 170 5654057
christian.widder@gossenmetrawatt.com

Südwestpark 15
D-90449 Nürnberg
Telefon +49 911 8602-0
www.gossenmetrawatt.com

Bitte beachten Sie die aktuellen Termine

Ausgabe *BJVreport*	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
5/2013	20. September	9. Oktober	19. Oktober
6/2013	15. November	4. Dezember	14. Dezember
1/2014	24. Januar	5. Februar	15. Februar
2/2014	21. März	9. April	19. April
3/2014	16. Mai	4. Juni	14. Juni
4/2014	18. Juli	6. August	16. August
5/2014	19. September	8. Oktober	18. Oktober
6/2014	14. November	3. Dezember	13. Dezember

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.
Buchungen und Druckvorlagen an Anzeigenmarketing *BJVreport*:
PETER&WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer
Telefon 0911/4245930, Fax 0911/4245959, info@pundwag.de

UNTERNEHMEN

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 Fax (0911) 398-5031
90419 Nürnberg Mobil 0175-5890823

www.klinikum-nuernberg.de

Linde Material Handling

Carl-von-Linde-Platz
63743 Aschaffenburg
Telefon 06021 99-1409

Manfred Höhn
Leiter Unternehmenskommunikation
manfred.hoehn@linde-mh.de

Heike Oder
Externe Kommunikation
heike.oder@linde-mh.de

Marcus Rügamer
Externe Kommunikation
marcus.ruegamer@linde-mh.de

LOEWE.

Loewe AG

Dr. Roland Raithel
Pressesprecher

Industriestraße 11
Postfach 15 54
96305 Kronach
Telefon: 0 92 61 / 9 92 17
Telefax: 0 92 61 / 99 444

Maschinenfabrik Reinhausen GmbH

Otmar Reichmeyer
Head of Communications

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

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

MTU Aero Engines

Deutschlands führender Triebwerkshersteller

MTU Aero Engines GmbH
Dachauer Straße 665
80995 München

www.mtu.de

Ihre Ansprechpartner:

Melanie Wolf
Leiterin Presse & PR
Tel.: +49 (0)89 1489 2698
Mail: Melanie.Wolf@mtu.de

Martina Vollmuth
Pressesprecherin
Fachpresse Technologie
Tel.: +49 (0)89 1489 5333
Mail: Martina.Vollmuth@mtu.de

Eva Simon
Pressesprecherin Finanzen
Tel.: +49 (0)89 1489 4332
Mail Eva.Simon@mtu.de

Leiter Communications

Thomas Bauer
OMV Deutschland GmbH
Haiminger Str. 1
84489 Burghausen

Tel. +49 (8677) 960-2200
Fax +49 (8677) 960-62200
Mobil +49 160 90762882

thomas.bauer@omv.com
www.omv.de

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

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

UNTERNEHMEN

PORSCHE

Hans-Gerd Bode
Leiter Öffentlichkeitsarbeit und Presse
Tel.: 0711 911-27072
E-Mail: hans-gerd.bode@porsche.de

Achim Schneider
Leiter Unternehmenspresse
Tel.: 0711 911-27941
E-Mail: achim.schneider@porsche.de

Thomas Becki
Leiter Produkt- und Technikpresse
Tel.: 0711 911-24628
E-Mail: thomas.becki@porsche.de

Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
Öffentlichkeitsarbeit und Presse

Porscheplatz 1
70435 Stuttgart

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
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

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.

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 Plattform ein ganzes Jahr lang (sechs Ausgaben) für nur 1.300,- € inkl. Gestaltung nach Ihren Vorgaben und zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6x jährlich,** jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** ca. 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

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

Handwerkskammer für München und Oberbayern

Handwerkskammer für München und Oberbayern
Max-Joseph-Straße 4 · 80333 München · www.hwk-muenchen.de

Rudolf Baier
Telefon: 089 5119-121 · rudolf.baier@hwk-muenchen.de

Jens Christopher Ulrich
Telefon: 089 5119-122 · jens-christopher.ulrich@hwk-muenchen.de

Bitte beachten Sie die aktuellen Termine

Ausgabe *BJVreport*	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
5/2013	20. September	9. Oktober	19. Oktober
6/2013	15. November	4. Dezember	14. Dezember
1/2014	24. Januar	5. Februar	15. Februar
2/2014	21. März	9. April	19. April
3/2014	16. Mai	4. Juni	14. Juni
4/2014	18. Juli	6. August	16. August
5/2014	19. September	8. Oktober	18. Oktober
6/2014	14. November	3. Dezember	13. Dezember

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.
Buchungen und Druckvorlagen an Anzeigenmarketing *BJVreport*:
PETER&WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer
Telefon 0911/4245930, Fax 0911/4245959, info@pundwag.de

IHK Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken

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

Hauptmarkt 25/27 | 90403 Nürnberg
Telefon 0911 1335 386, Fax -300
presse@nuernberg.ihk.de
www.ihk-nuernberg.de

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.

PUNKT-LANDUNG

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

Der nächste *BJVreport* (alle 2 Monate) erscheint am 19.10.2013, Anzeigenschluss ist am 20.09.2013.
BJV Anzeigenannahme: PETER & WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer, Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.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

DAS BAYERISCHE BAUGEWERBE

Holger Seit
Fachgruppen, Öffentlichkeitsarbeit

Bavariaring 31
80336 München
Tel.: 089 / 76 79 - 133
Fax: 089 / 76 85 62
Mobil: 0172 / 595 59 59
seit@lbb-bayern.de
www.lbb-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

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.

Verband der Chemischen Industrie e.V.
Landesverband Bayern
Verein der Bayerischen
Chemischen Industrie e.V.

Elementar für unsere Zukunft

Die Bayerische Chemie

Presse-und Öffentlichkeitsarbeit

Franz X. Völkl
Geschäftsführer

Postfach 86 08 29
81635 München

Telefon: (089) 9269-132
Telefax: (089) 9269-1832

www.die-bayerische-chemie.de

email: weiss@chemie-kvi-bayern.de

SOZIALES/KIRCHE

Caritas
Nah. Am Nächsten

Ihr Kontakt zur Pressestelle

Caritasverband der Erzdiözese München und Freising e.V.
Pater-Rupert-Mayer-Haus
Hirtenstraße 4
80335 München
Telefon: 089 55 169-228
Telefax: 089 55 169-577
www.caritasmuenchen.de

Adelheid Utters-Adam
Leiterin der Pressestelle
Mobil: 0175 2650399
Adelheid.Utters-Adam@caritasmuenchen.de

Marion Müller-Ranetsberger
Referentin
Mobil: 0171 5545965
Marion.Mueller-Ranetsberger@caritasmuenchen.de

Antonie Mousavi
Sekretariat
Tel. 089 55 169-260
Antonie.Mousavi@caritasmuenchen.de

caritas

Bei uns in guten Händen

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 8604-33 120
klaus.krieger@caritas-bamberg.de

Sekretariat Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 0951 8604-131 oder -102

Wir nehmen uns gerne Zeit für Sie!

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

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 Plattform ein ganzes Jahr lang (sechs Ausgaben) für nur 1.300,- € inkl. Gestaltung nach Ihren Vorgaben und zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6x jährlich,** jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** ca. 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

DIENSTLEISTER / SERVICE

Erika Littmann
Bürodienstleistungen | Transkriptions- & Schreibservice
your private office

für die **professionelle Transkription** von Interviews, Veranstaltungsaufzeichnungen.

An der Stadtmarter 2 | D-97228 Rottendorf
Fon: 09302-52 44 06 | Fax: 09302-52 43 17
www.your-private-office.de

Bitte beachten Sie die aktuellen Termine

Ausgabe *BJVreport*	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
5/2013	20. September	9. Oktober	19. Oktober
6/2013	15. November	4. Dezember	14. Dezember
1/2014	24. Januar	5. Februar	15. Februar
2/2014	21. März	9. April	19. April
3/2014	16. Mai	4. Juni	14. Juni
4/2014	18. Juli	6. August	16. August
5/2014	19. September	8. Oktober	18. Oktober
6/2014	14. November	3. Dezember	13. Dezember

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.
Buchungen und Druckvorlagen an Anzeigenmarketing *BJVreport*:
PETER&WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer
Telefon 0911/4245930, Fax 0911/4245959, info@pundwag.de

Hintergrund statt Hundefutter

Die Zukunft der Zeitung und ihrer Verlage: Sparprogramm oder Wandel

Von Alois Knoller

Ist wütend auf die „Amputation von Zeitung“: Medienwissenschaftler Horst Röper.

Eins scheint klar: Die gedruckte Zeitung wird es auch morgen noch geben. Wie sie allerdings aussieht, darüber gingen am 29. Juli im Augsburger Presseclub die Auffassungen von Jürgen Marks aus der Chefredaktion der *Augsburger Allgemeinen* und dem Zeitungswissenschaftler Horst Röper vom Formatt-Institut in Dortmund erheblich auseinander. „Die Regionalzeitung wird überleben, weil sie ein Lebensgefühl transportiert“, beteuerte Marks. „Das ist unser Markenkern.“ Allerdings werden die Redakteure in Zukunft plattformunabhängiger und crossmedial arbeiten, verhieß er. Und vielleicht stärker im Stil eines Magazins als einer Nachrichtenagentur. Röper dagegen prognostizierte eine eintönigere deutsche Zeitungslandschaft mit deutlich weniger Titeln, stark ausgedünnten Redaktionen und keineswegs sei sicher, dass die Zeitung überall noch täglich erscheint.

Befeuert wurde die Augsburger Debatte nach den Worten des Presseclub-Vorsitzenden Dieter Baur von der Nachricht, dass der Springer-Verlag seine erste Zeitung, das *Hamburger Abendblatt*, an die Funke-Gruppe abgestoßen hat. „Welche neuen Geschäftsmodelle werden die Medienhäuser entwickeln?“, fragte DJV-Vize Michael Anger als Moderator. Rotwein verkaufen wie der Süddeutsche Verlag? Tiernahrung wie Burda? Logistik und Postdienste anbieten und sich an erfolgreichen jungen Online-Portalen beteiligen wie die Mediengruppe *Augsburger Allgemeine*?

Auf jeden Fall werde das Geschäftsmodell auslaufen, „dass man den Leute eine Ware andreht, die sie noch gar nicht kennen“, ätzte Röper über die deutsche Abonnement-Zeitung. Seiner Ansicht nach suchen die Verlage den wirtschaftlichen Erfolg in wachsender Monopolisierung des Zeitungsmarktes – in Nordrhein-Westfalen schon viel deutlicher als in Bayern. Mit der Folge, dass Redaktionen zusammengelegt (*B.Z. Berlin* und *Bild* Berlin) oder geschlossen (*Westfälische Rundschau*) werden. Für Ballungsräume mit über 100.000 Einwohnern in NRW seien mitunter nur noch zwei Redakteure zuständig. „Wir beobachten die Amputation von Zeitung“, bilanzierte Röper bitter. Gespannt verfolgt der Zeitungswissenschaftler derzeit die Einführung der Pay-Wall bei den Online-Angeboten der Zeitungsverlage. „Wenn Online weiterhin ein Gratismedium bleibt, werden wir ein heftiges Problem bekommen, die Zeitung in Zukunft zu finanzieren.“ Vorbei seien die Zeiten, da auf diesem Markt 20 bis 25 Prozent Rendite zu erzielen waren.

Die *Augsburger Allgemeine* gehört nach den Worten ihres stellvertretenden Chefredakteurs Marks zu den deutschen Zeitungen, die gesund dastehen. Nicht zuletzt aufgrund der erfolgreichen Vermarktung ihres E-Papers (mit demnächst 10.000 Beziehern) halte sie eine hohe Reichweite. Auch online dringe augsburger-allgemeine.de mit 500.000 Besuchern jede Woche weit in den Markt vor. Wer in Chicago im Netz Neues über Bayerns Ministerpräsident Seehofer sucht, kann gut und gerne bei einem Artikel der *Augsburger Allgemeinen* landen. „Natürlich denken wir genauso wie andere über Paid Content nach, vielleicht gelingt so langsam der Einstieg, für hochwertigen Journalismus zu bezahlen“, meinte Marks. Allerdings werde man es vermeiden, Besucher zu vergraulen. Denn: „Wir verdienen Geld mit online.“ Wenn auch die ergiebige Milchkuh weiterhin die Zeitung sei.

Im Gegensatz zu Röpers düsteren Klagen über abnehmende journalistische Qualität verwies Marks darauf, dass die *Augsburger Allgemeine* „mit Redakteuren gut ausgestattet“ ist und das Haus nicht gedenke, aus dem Tarif auszusteigen. Pro Jahr werden zudem zwölf Volontäre aufgenommen. „Redaktionelle Qualität ist uns sehr wichtig“, unterstrich er. Ob das derzeit „gute Budget“ für freie Mitarbeiter in zehn Jahren auch noch zur Verfügung steht, wollte Marks nicht beschwören. Doch eines sei klar: „Die Lokalteile sind unser einzigartiger Content.“ Hier sei die Zeitung bewusst sehr breit aufgestellt.

Beschwört den Qualitätsjournalismus als Markenzeichen: Stellvertretender Chefredakteur Jürgen Marks.

Fotos: Klaus F. Linscheid

Markenwechsel als Mammutaufgabe

Wie aus „E.ON Bayern“ wieder „Bayernwerk“ wurde

Maximilian Zängl (links) und Josef Schönhammer erläutern die Umfirmierung der früheren E.ON Bayern AG in Bayernwerk AG.
Foto: Michael Scheiner

Heinz heißt jetzt wieder Meier. Er hat den Namen seiner Ex-Frau abgelegt, seine E-Mail-Kennung geändert, jetzt fehlt noch das Haustürschild. Manchmal meldet er sich noch mit „Huber“, aber das ist eine Frage der Zeit.

Ganz so einfach hatte es die E.ON Bayern AG nicht. Nach der Separierung von der Muttergesellschaft E.ON setzt der aus dem früheren Staatsbetrieb Bayernwerk AG hervorgegangene Netzbetreiber wieder auf den alten Namen. Seit 1. Juli firmiert der Betreiber von 180.000 Kilometer Strom- und 5500 Kilometer Erdgasnetzen als Bayernwerk. Neben einigen rechtlichen Problemen, die mit dem Wandel verbunden waren, steht hinter dieser Namensänderung eine Aufgabe gewaltigen Ausmaßes für die Kommunikationsabteilung. Bei einem Besuch der Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des BJV in der neuen Firmenzentrale in Regensburg erläuterten Pressesprecher Josef Schönhammer und sein Stellvertreter Maximilian Zängl den Weg und die vielen Klippen von den ersten Überlegungen bis zur Umsetzung vor wenigen Wochen.

Notwendig geworden war dieser „ Markenwechsel“ durch das Energiewirtschaftsgesetz. Das schreibt eine Trennung von Energielieferung und Energieerzeugung vor. Vier Netzbetreiber hat der Mutterkonzern behalten und umbenannt. Von der Außendarstellung mit den Firmenfahrzeugen, dem Internetauftritt, elektronischem Geschäftsverkehr bis zur Broschüre, dem Intranet und der Überzeugung aller Mitarbeitenden „hatten rund 50 direkt eingebundene Mitarbeiter eine gewaltige Infrastrukturmaßnahme zu bewältigen“, beschrieb Zängl den mehrjährigen Prozess. „…und eine Punktlandung hingelegt?“, nahm Schönhammer Fragen präventiv vorweg, um gleich selbst die Antwort zu liefern: „Alles haben wir nicht geschafft. Die Mitarbeiter im Außendienst laufen noch in roter Arbeitskleidung von E.ON herum.“

Die anschließende Diskussion beschränkte sich auf Nachfragen zu Details des neuen Auftritts und des Umsetzungsprozesses – „Change Communication“. Von wem sie denn ihren Strom bezögen, wollte ein Kollege wissen. „Vom örtlichen Anbieter Rewag“, erklärte Zängl und wies darauf hin, dass sich das Licht im Konferenzraum selbstständig ausschalte, „wenn sich zehn Minuten niemand bewegt“. Bei Journalisten käme das ja durchaus gelegentlich vor.

Michael Scheiner

„Man darf auch weglassen“

Podiumsdiskussion über Berichte zur Finanzkrise

In Zeiten von Wirtschaftskrise, Börsenabstürzen und Banken-Crashs genießt die Finanzbranche in der Öffentlichkeit keinen guten Ruf. Welchen Herausforderungen müssen sich Journalisten wie auch Kommunikatoren auf Unternehmensseite stellen, fragte die BJV-Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und lud gemeinsam mit der FG Freie zu einer Podiumsdiskussion in den Münchner Presseclub.

Dass die Materie auch aufgrund juristischer Fragen immer komplexer werde, hat Frank Elsner – ehemals Leiter des Korrespondentenbüros der *Börsen-Zeitung* in München und heute selbstständiger Kommunikationsberater – festgestellt. Da die Medien die Inhalte für ihre Leser vereinfachen müssten, entstehe hier ein Spannungsfeld, aus dem Fehler resultieren können.

„Der Journalismus hat in der Finanzkrise versagt und tut es heute immer noch“, lautet eine These von Joachim Spiering, stellvertretendem Chefredakteur der Zeitschrift *€uro*. Die Redaktionen würden ihre Berichterstattung nicht attraktiv und lesbar aufbereiten. Spiering: „Man darf durchaus auch einmal etwas weglassen, wenn die Anschaulichkeit gewinnt“.

Jürgen Kurz, Pressesprecher der Deutschen Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz, meint, dass sich der Anleger immer noch weitestgehend aus Printmedien informiere. Oft aber habe er festgestellt, dass die Journalisten in den Themen gar nicht richtig drin seien. Niemand wolle Zahlenkolonnen oder komplexe juristische Fachtexte lesen, entgegnete Frank Elsner. „Wir müssen vereinfachen aber es muss auch bei aller Eile sachlich richtig bleiben“, so Elsner. Denn was über Agenturen herausgehe, könne man nicht zurückholen.

Ob man eine Verflachung auch des Finanz- und Wirtschaftsjournalismus beobachten könne, wollte Moderator Sascha Ihns, stellvertretender Vorsitzender der FG Presse- und Öffentlichkeitarbeit von den Diskutanten wissen. Für Joachim Spiering war eines klar: Wirtschaftsjournalismus leide unter einem schlechten Image und genieße keinen hohen Stellenwert. Hinzu komme der enorme zeitliche Druck in personell immer knapper besetzten Redaktionen.

Dass sich demgegenüber die Kommunikationsabteilungen professionalisiert hätten, darin war man sich in der Diskussion einig, könne zu einem gefährlichen Ungleichgewicht führen. Es bestehe immer mehr auch die Gefahr, dass das „Marketing-BlahBlah“ aus der Unternehmenskommunikation in den Medien übernommen und verbreitet werde. Um dem entgegen zu wirken, müssten Redakteure kreativ bleiben.

Wolfgang M. Seemann

Jubilare

Denkt man an multimedialen Journalismus, denkt man automatisch an **Thomas Mrazek.** Der Münchner Kollege hat sich weit über Bayern hinaus einen Ruf als Online-Experte erworben und ist begehrt auf zahlreichen Podien und Foren, die sich mit den aktuellen Entwicklungen auf diesem weiten Feld beschäftigen. Am 6. September feiert der Vorsitzende der BJV-Fachgruppe Online und des DJV-Fachausschusses Online seinen 50. Geburtstag. Auf der Homepage des Verbands und im BJV-Newsletter begegnet man ihm übrigens in jeder Online-Nachricht. Auch die Redaktion des *BJV-Reports* profitiert von seinem versierten Fachwissen. Wer sich immer schon wunderte, warum Thomas so einen südwestdeutschen Zungenschlag hat, sollte wissen: Er ist in Stuttgart-Bad Canstatt geboren und aufgewachsen.

Der Ortsverband Regensburg hat einen rührigen Vorsitzenden: Diakonie-Öffentlichkeitsreferent **Michael Scheiner.** Am 1. Oktober wird er 60 Jahre alt und hat im Verlauf von 35 Berufsjahren unglaublich viel Erfahrung in den verschiedenen Bereichen des Journalismus gesammelt: beim Bildungswerk und im Jazzclub, im Kulturmanagement und Öffentlichkeitsarbeit und nicht zuletzt in der Redaktion der *Passauer Neuen Presse.* Wer könnte qualifizierter junge Kollegen beim oft nicht einfachen Berufseinstieg besser begleiten?

85 Jahre

Eberhard Pirling, Murnau (26.9.)
Karl Stankiewitz, München (27.10.)
Maria Josefa Prinzessin von Sachsen, München (20.9.)

80 Jahre

Johanna Kerschner, München (13.10.)
Dr. Hans von Malottki, München (11.9.)
Horst Munzig, Mindelheim (22.9.)
Lothar Rauscher, Neustadt/Coburg (14.9.)
Lothar Weller, Leupoldsgrün (20.10.)

75 Jahre

Alfred Beck, Bruckmühl (29.10.)
Klaus Espermüller, München (8.10.)
Ingeborg Fritz, Bad Kissingen (6.9.)
Rainer Krüninger, Altdorf (12.9.)
Ingolf Rheinholz, München (27.10.)
Renate Schinzel, Würzburg (28.10.)

70 Jahre

Volker Barth, München (26.9.)
Matthias Deyle, Wörthsee (14.9.)
Renate Drescher, München (16.9.)
Herbert Kistler, München (19.10.)
Enzio von Kühlmann-Stumm, München (24.9.)
Ulrike Leutheusser, Grünwald (13.10.)
Richard Loskarn, Isny (4.10.)
Renate Gräfin Matuschka, München (8.10.)
Gabriele Matzkies, Kumhausen (13.10.)
Dr. Jochen Müller, Gräfelfing (24.10.)
Dr. Wolf Ruede-Wissmann, München (10.9.)
Maria Windisch, Karlsfeld (15.9.)

65 Jahre

Gerhard Bader, München (12.9.)
Will Boettger, Karlsfeld (16.9.)
Otto Greitner, München (9.10.)
Thomas Helmensdorfer, München (13.9.)
Peter Hirschmann, München (10.9.)
Peter Kornatz, Garmisch-Partenkirchen (24.10.)
Klaus Peter Lindlar, München (30.10.)
Michael Mack, Puchheim (12.10.)
Peter Mussenbrock, Welzheim (10.9.)
Mithra Omidvar, München (5.10.)
Gabriele Rettner-Halder, München (2.9.)
Wolfgang Schmid, München (3.9.)
Ingrid Stehle, Rosenheim (19.10.)
Liviu Tofan, München (19.9.)

60 Jahre

Lorenz Baader, München (12.9.)
Sabine Behr, München (13.9.)
Franz Friese, Nürnberg (21.10.)
Dr. Harald B. Karcher, München (2.10.)
Beate Kiehsling, Ebermannstadt (16.10.)
Egon Kujnisch, Münchsteinach (21.10.)
Margit Langenberger, Nürnberg (5.9.)
Frank Lauer, Bad Windsheim (29.9.)
Horst Linke, Nürnberg (5.10.)
Stefan Ludwig, Maisach (15.10.)
Dr. Inge Pröll, München (17.10.)
Hans-Peter Pull, Unterhaching (24.9.)
Christian Repa, Passau (29.9.)
Carsten Rost, Ingolstadt (6.9.)
Michael Scheiner, Bernhardswald (1.10.)
Dr. Susanne Zimmer, Burghausen (8.10.)

Nachrufe

Alois Schießl, altgedienter Wirtschaftsredakteur bei der *Passauer Neuen Presse,* kam am 18. Juli bei einem Verkehrsunfall ums Leben – im Alter von 57 Jahren. In zwanzig Jahren hatte er die regionale Wirtschaftsberichterstattung in Südostbayern aufgebaut „mit unendlichem Arbeitseinsatz, mit viel Hintergrundwissen über die Wirtschaft in der Region und deren Akteure", wie Chefredakteur Ernst Fuchs im Nachruf schreibt. In seinen Kommentaren trat er, wenn es sein musste, auch kämpferisch, als Anwalt der regionalen Wirtschaft und der Verbesserung der Strukturpolitik, auf. Über soziale Ungerechtigkeit und eine Benachteiligung des Raumes „konnte selbst eine Frohnatur wie Alois Schießl grantig werden", so Fuchs. Geboren in Eging am See, begann er 1978 das Volontariat bei der *PNP* und wurde Lokalchef in Vilshofen, wo er sich ein Feldbett in die Lokalredaktion stellte, um nach einem überlangen Arbeitstag notfalls übernachten zu können. Später war Schießl Bayern-Redakteur und Reporter, dem 1989 die blendende Reportage „Mutti, Mutti, ich bin jetzt wirklich frei" über die kurz vor der Wende via Ungarn ausreisenden DDR-Bürger gelang. Sie wurde weltweit nachgedruckt. Er war ein Kollege mit unverfälschter Herzenswärme, zupackend und aufmunternd, außerdem ein begeisterter Schifahrer und Wanderer über die Berge im Bayerischen Wald. Im BJV seit April 1984.

Alfred Diel, altgedienter Journalist und Redakteur im Mainfränkischen und dem benachbarten Hessen, starb am 12. Juni im Alter von 87 Jahren. Bald nach dem Zweiten Weltkrieg begann er 22-jährig im Oktober 1946 als Redakteur beim *Main-Echo* in Aschaffenburg. 1957 wechselte er kurz zu den *Nürnberger Nachrichten,* kam jedoch zu Jahresanfang 1960 zur *Main-Post* nach Würzburg zurück. 1968 stieg er in den Öffentlichen Dienst um und leitete das neu geschaffene Amt für Information des Landkreises Hanau. Im BJV engagierte er sich als Vertrauensmann für Unterfranken. Seiner Leidenschaft fürs Schachspiel geschuldet war er mehr als dreißig Jahre

Fotos: Günter B. Kögler, Claudia Bockholt, privat

verantwortlicher Redakteur der *Deutschen Schachblätter* und fünfzehn Jahre Öffentlichkeitsreferent des Deutschen Schachbundes. Im Ruhestand ab 1984 arbeitete er „munter weiter" als freier Journalist. Er trug die Goldene Ehrennadel des BJV, dem er seit Dezember 1952 angehörte.

Friedrich Widdmann, Fachjournalist fur Automobile und Motorsport in Erding, starb am 1. Juni mit 52 Jahren bei einem tödlichen Autounfall in Florenz. Als Seiteneinsteiger in den Journalismus begann er 1997 als freiberuflicher Redakteur bei Radio Relax FM 92,4. Im BJV seit September 2000.

Martin Dünzl, freier Fachjournalist, starb Ende Mai in seiner Heimatstadt München im Alter von 47 Jahren. Schon im Laufe seines Studiums der Politischen Wissenschaft und der Musikwissenschaft hatte er bei Münchner Magazinen und Zeitungen mitgearbeitet. Ab 1998 volontierte er bei der *Rundschau für den Lebensmittelhandel* in Gräfelfing und blieb dort als Zeitschriftenredakteur. 2005 machte er sich selbstständig. Im BJV seit Oktober 1999.

Bruno Arnold, Fotoreporter und Fachjournalist für Fotografie, starb am 19. April wenige Tage vor seinem 86. Geburtstag in München. Gleich nach 1945 hatte er in Stuttgart mit dem Journalismus angefangen. Als Fotoreporter war er in den 60er und 70er Jahren in den Kriegs- und Krisengebieten unterwegs, in Nahost, Vietnam, Iran, Afrika und berichtete über 27 bewaffnete Auseinandersetzungen. Seine Reportagen erschienen in *Bunte* und in der damals bekannten Illustrierten *Quick* und in *Neue Revue*. Zeitweilig war er in der Informationsabteilung von Fokker in Bremen sowie als Chefredakteur des *Fotomagazins* tätig. In seinen letzten Lebensjahren schrieb er seine Autobiografie, die kurz vor seinem Tod im Point of Sale Verlag erschienen ist: „Dabei sein, aber nicht dazugehören. Ein Leben als Reporter". Im Verband seit 1947.

Foto: privat

akademie
der bayerischen presse

- Videoreporter-Kurs ?
- Fernsehmoderation ?
- Selbstmarketing für freie Journalisten ?
- Mobile Publishing ?
- Facebook, Twitter, Google+ ?
- Kreatives Schreiben ?

Über 250 Workshops, Kurse und Seminare für journalistische Einsteiger und Profis.
Das **Akademie-Programm 2013** ganz einfach zu buchen im Web: **www.a-b-p.de**

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

„Die Zeit der Affenfelsen ist vorbei“

Der Journalist und Nachwuchs-Politiker Christian Nürnberger erklärt, warum die Medien vom Spitzenkandidaten-Zirkus lassen sollen und Wahlkampf Spaß macht

Von Senta Krasser

Berufsziel Bundestag: Christian Nürnberger, 62, startet spät eine politische Karriere. Der Publizist aus Mainz will Abgeordneter in Berlin werden und kandidiert im Wahlkreis Roth und Nürnberger Land für die bayerische SPD. Ausgerechnet.

Sagen Sie mal, Herr Nürnberger, sind Sie die Rettung der SPD?

Christian Nürnberger: Ja natürlich, aber die SPD weiß es noch nicht.

Zitat eines Kollegen: Wer in Bayern für die SPD kandidiert, hat Todessehnsucht. Haben Sie?

Im Gegenteil. Meine große Sehnsucht ist, nicht eher zu sterben, als bis die bayerische SPD aus dem Tal der Tränen in die Höhen der bayerischen Staatskanzlei einzieht.

Der Einzug scheint in weite Ferne gerückt. 18 Prozent, lautet die jüngste Wahlprognose des Bayerischen Rundfunks.

Ich erlebe täglich: Die Hälfte der Bürger weiß noch nicht mal, dass im Herbst Wahlen sind. Und alle Demoskopen sagen, dass sich immer mehr Bürger erst im letzten Moment in der Wahlkabine entscheiden. Ob sie überhaupt zur Wahl gehen, ist auch so eine Stimmungsentscheidung. Das Verhalten der Wähler ist also nicht mehr prognostizierbar. Daher gehören Umfragen eigentlich verboten, denn sie führen mit Zufalls-Ergebnissen die Stimmung erst herbei, die sie prognostiziert haben.

Okay, der Wähler ist unberechenbar. Aber wenn man die Zeitungen liest, rechnet niemand mehr mit der SPD. Der „Ude-Effekt“ sei verpufft, kommentierte die Süddeutsche Zeitung.

Gerade die *Süddeutsche* hat einiges zur Verpuffung beigetragen, weil sie ständig Christian Ude herunter schreibt.

Können Sie erklären, warum?

Nein. Seehofer und die CSU haben fertig, und in der *SZ* wissen sie das, aber schreiben es nicht. Das verstehe ich nicht.

Verstehen Sie, warum es Peer Steinbrück auf nationaler Ebene nicht viel besser ergeht?

Der ganze Spitzenkandidaten-Zirkus ist verfehlt. In diesem Affenfelsen-Konzept verwest der alte Glaube an den Führer, der alles richten wird. Die Medien halten daran fest, weil sich so die Berichterstattung auf zwei Köpfe – Merkel gegen Steinbrück – reduzieren lässt. Auch der Glaube, dass „oben“ die Intelligenz sitzt und „unten“ das tumbe Fußvolk, ist lächerlich geworden. Die Intelligenz ist heute weiträumig verteilt und auch in der Provinz zu finden. Aber da sucht keine Kamera, und so verpasst das Fernsehen 99,9 Prozent der Realität, weil es lieber 200 Kameras auf eine Kanzlerin richtet, die erzählt, vom Treiben der US-Geheimdienste in Deutschland nichts zu wissen.

Aus Ihrer Medienkritik schließe ich: Sie wünschen mehr Kameras auf sich gestellt?

Nicht nur auf mich, auch auf andere. Seit ich diesen Wahlkampf mache, lerne ich lauter intelligente, interessante Menschen kennen, die wichtige Dinge tun, aber nie im Fernsehen erscheinen. Bei manchen frage ich mich: Warum nicht die statt unserer Ministerin Kristina Schröder?

Warum fragte die SPD Sie und nicht jemand anderen? Liegt es an Ihrem Promi-Bonus?

Ich bin kein Promi, bin nur mit einem Promi verheiratet, und ich habe vor meiner Nominierung die ganz normale Tour durch die Basis gemacht. Dort muss der Kandidat beeindrucken, nicht die Ehefrau. Ich, nicht meine Frau, wurde mit 99,2 Prozent nominiert.

Christian Nürnberger würde seine angetraute „Fernsehtussi“ gerne in den Wahlkampf einspannen wie Obama seine Michelle. Doch Petra Gerster, Nachrichten-Anchor im ZDF, will und kann nicht. Unser Bild zeigt sie zusammen mit ihren beiden Kindern. Foto: privat

... Herr Nürnberger

Dass ein Herr Nürnberger im Nürnberger Land kandidiert – das ist mehr als ein PR-Gag?

Das ist einerseits Zufall, andererseits Logik. Lauf ist der Sitz des Landratsamts des Kreises Nürnberger Land. Ich bin in Lauf geboren, aufgewachsen und zur Schule gegangen, in die Partei eingetreten und immer meinem Ortsverein dort treu geblieben, egal, wo ich mich gerade in der Welt herumgetrieben hatte.

Seit wann sind Sie SPD-Mitglied?

Vor zwei Jahren bekam ich die Silberne Ehrennadel für 40-jähriges Leiden an der SPD. Bei der Gelegenheit sprach der damalige stellvertretende Landtags-Fraktionsvorsitzende Thomas Beyer von dünner Personaldecke und blickte mir dabei tief in die Augen. Ich wehrte ab: Vergiss es. Wie soll ich von Mainz aus Wahlkampf machen im Nürnberger Land?

Was führte dann doch „zu Ihrem Ja"?

22 Jahre lang hatte ich an jedem Tag für meine beiden Kinder eingekauft und gekocht. Letztes Jahr verließ unser Sohn, das zweite Kind, das Haus. Kurz darauf starb der Hund. Da rief ich Thomas Beyer an und sagte: Ok, ich mach's. Jetzt kommt eben das nächste 22-Jahre-Projekt: der Kampf um die Rückeroberung des Primats der Politik über die Wirtschaft. Der Kampf für die Wertegemeinschaft und gegen die Wertpapiergesellschaft. Ein Mandat wäre dabei hilfreich.

Laien sollen es also richten. Aber wer viel Geld verdienen will, bleibt lieber Anwalt, Ingenieur oder Bestseller-Autor. Ein Abgeordneten-Leben ist nichts dagegen. Oder doch?

Nicht Geld, die Politik ist meine Leidenschaft. Ich will in Berlin mitmischen, aber lokal vor Ort die großen Berliner Themen realisieren: die Energiewende zum Beispiel, Bildung von Anfang an, Europa von unten, eine regionale Wirtschaft von unten.

Aber mal ehrlich: Wahlkampf ist doch eine Qual. Ständig auf Marktplätzen die immer gleichen Reden halten und sich von wildfremden Menschen betatschen lassen.

Mir macht es Spaß. Als Ehemann einer prominenten Fernsehtussi. . .

Sie haben wirklich Tussi gesagt?

. . . versehentlich. Wollte sagen: Als Ehemann einer bekannten TV-Moderatorin verkehrt man in Kreisen, die mit der wirklichen Welt nichts mehr zu tun haben. Deshalb ist es gut, dass ich im Wahlkampf wieder mit normalen Menschen in Berührung komme.

Christian Nürnberger, geboren 1951 in Lauf an der Pegnitz, studierte Theologie und besuchte die Henri-Nannen-Schule. Er war Reporter der *Frankfurter Rundschau*, Redakteur bei *Capital*, Textchef bei *Hightech*, bis er Vater und Hausmann wurde. Seit 1990 arbeitet er als freier Autor (*Süddeutsche Zeitung, Zeit*). Mit seiner Frau, der Fernsehjournalistin Petra Gerster, schrieb Nürnberger Bücher über Erziehung und Bildung. Im November nominierte ihn die SPD in seinem Heimatwahlkreis Roth und Nürnberger Land zum Bundestagskandidaten. www.christiannuernberger.de

Foto: Claudia Dahremöller

Sie halten es mit Gerhard Schröder, der gesagt hat, Wahlkampf „gibt nen Kick"?

Ja, das ist so. Darauf führe ich auch die gute Erholung nach meinem Sturz zurück. . .

Auf Facebook war zu lesen, dass Sie sich bei der Gartenarbeit drei Knochen brachen.

Es ist alles stundenlang hervorragend zusammengeschraubt und geflickt worden. Schon am dritten Tag wollte ich wieder raus ins Getümmel. Wahlkampf gibt einen Adrenalinschub, der einen aus dem Krankenhaus bugsiert.

Sie wahlkämpfen wieder ungebrochen?

Fast. Nur die Kirchweihen, Bürgerfeste, Frühschoppen lasse ich weg. Es ist ziemlich sinnlos, dorthin zu gehen, wenn man keinen Maßkrug heben kann.

Ist das Ihr einziges Problem?

Das Problem, mit dem alle Wahlkämpfer zu kämpfen haben, ist die Stimmung im Volk: „Alle Politiker sind gleichermaßen verlogen, korrupt und unfähig." Den Leuten zu vermitteln: Hey, hier steht mal ein ganz anderer Typ zur Wahl, einer, der auf ein gelebtes Leben außerhalb der Politik zurückblickt – das ist das Schwierigste. Damit rechnen die Leute gar nicht mehr.

Ihr Rezept, um die Herzen und Stimmen der Wähler zu bekommen? Bleistifte und Brezn? Oder die eigenen Bücher?

Ich habe meinen Wahlkampf als Lesereise durch den Wahlkreis konzipiert, woran Sie schon erkennen: Ich setze mehr auf meine Bücher als auf Kulis, und mehr auf Argumente als auf Gimmicks. Aber dieses Werbezeug muss auch sein, denn zu meinem Erstaunen werden Kulis, Blöcke, Brezn gerne entgegengenommen.

Was sagt eigentlich Ihre Frau zu Ihren politischen Ambitionen?

Sie sprach die wunderbaren Worte: „Ich verstehe, dass dich das reizt. Und ich werde die Letzte sein, die dir da Steine in den Weg legt, nachdem es in den letzten Jahrzehnten hauptsächlich immer um mich gegangen ist." Allerdings wird sie sich freuen, wenn ich verliere. Dann hat sie mich wieder.

Selbst Steinbrück zerrte seine Frau an die Öffentlichkeit. Es menschelte schwer. Wahlkämpfen Sie solo oder mit Frau?

Ich würde sie gerne einspannen wie Obama seine Michelle. Aber meine Frau ist Nachrichten-Anchor. Sie muss, um glaubwürdig zu bleiben, sich strikt raushalten aus meinen Angelegenheiten. Also: Soloprogramm Nürnberger.

Ihre Frau vermeldet in „heute" Ihren grandiosen Wahlsieg – utopisch oder realistisch?

Der Sieg ist natürlich realistisch. Die Meldung in der „heute" nicht. Ein kleiner Abgeordneter liegt unter der Wahrnehmungsschwelle der Hauptnachrichtensendung des *ZDF*.

Die 6-fache Presse-Präsenz

Ausgabe	Anzeigen- und Redaktions-schluss	Druck-vorlagen	Erscheinung
5/2013	20.09.	09.10.	19.10.2013
6/2013	15.11.	04.12.	14.12.2013
1/2014	24.01.	05.02.	15.02.2014
2/2014	21.03.	09.04.	19.04.2014
3/2014	16.05.	04.06.	14.06.2013
4/2014	18.07.	06.08.	16.08.2014
5/2014	19.09.	08.10.	18.01.2014
6/2014	14.11.	03.12.	13.12.2014

Rubrikanzeige „Pressestellen“ im *BJVreport*

- Standardformat 86 x 60 mm quer
- Erweiterte Formate im Anzeigenraster nach Absprache möglich
- Buchung „Pressestellen“ für mindestens sechs Ausgaben
- Abrechnung mit der ersten Veröffentlichung
- Grundpreis 1.300,- € zzgl. 19% MwSt.
- 10% Nachlass für BJV-Mitglieder
- 15% AE-Provision bei Agentur-Buchung
- Weitere Anzeigenformate: 1/1 Seite, 1/2 Seite quer, 1/4 Seite quer

Unterstützen auch Sie die Arbeit im BJV (Bayerischer Journalisten-Verband e.V.) mit Ihrer Anzeige im *BJVreport*, der alle zwei Monate erscheint und aktuell auch unter www.bjv.de nachzulesen ist. Die Rubrikanzeige „Pressestellen“, Ihre regelmäßige Präsentation im *BJVreport* zum kleinen Preis, ist Ihre „Visitenkarte“ für rund 10.000 BJV-Mitglieder sowie Mitarbeiter in Unternehmen und Einrichtungen aus vielen Bildungs-, Wirtschafts- und Sozialbereichen, die Presse- und Kommunikationsarbeit betreiben.

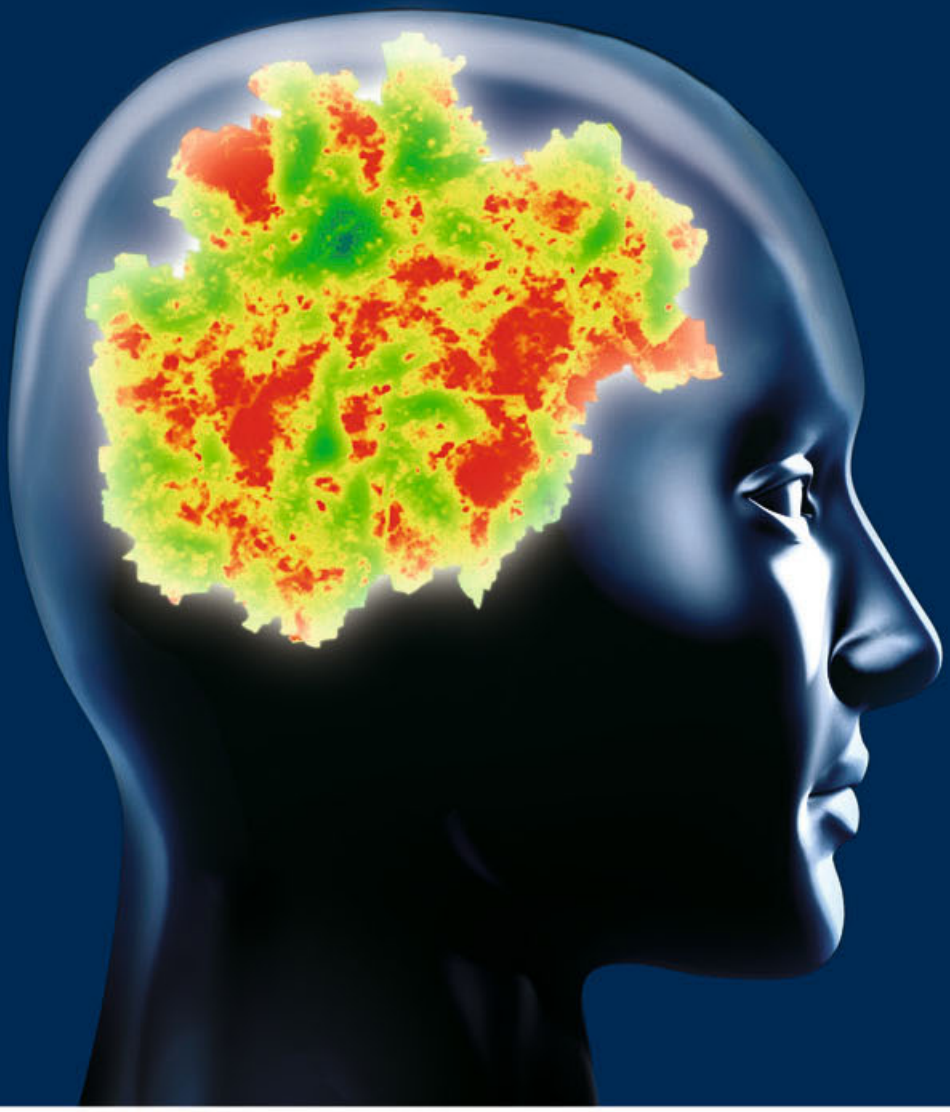
Wann dürfen wir Sie begrüßen?

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

METROPOLREGION NÜRNBERG

HEIMAT FÜR KREATIVE

HIER ENTSTEHEN ZÜNDENDE IDEEN



IHK Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken

metropolregion nürnberg
KOMMEN. STAUNEN. BLEIBEN.