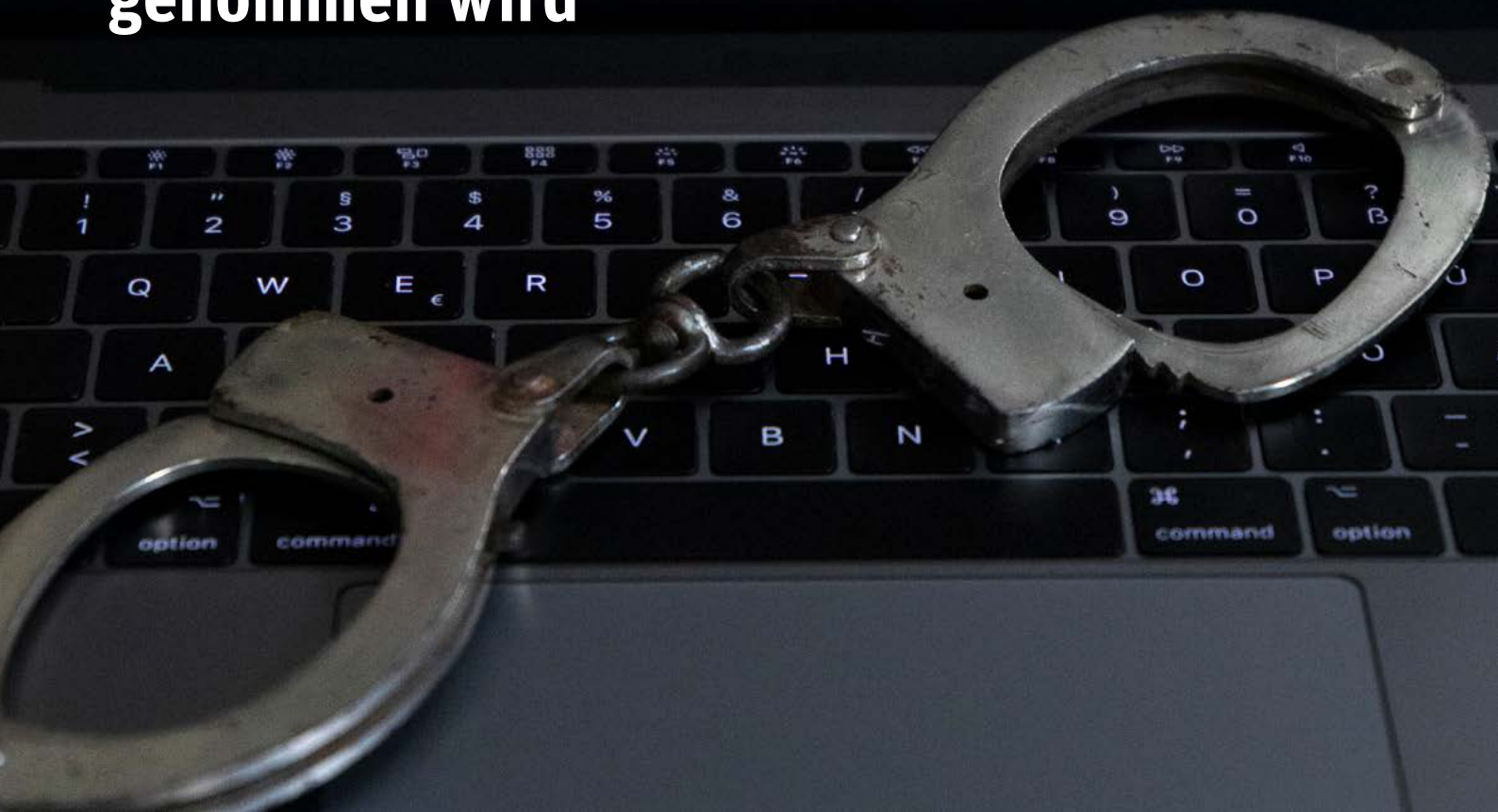




Unter Kontrolle Wie auf Medien Einfluss genommen wird



Pressestellen A bis Z im BJVreport

Ab Seite 18 finden Sie die Einträge von Pressestellen aus den Bereichen Bildung/Wissenschaft (BW), Messen/Ausstellungen (MA), Finanzen (F), Versicherungen (V), Energie (E), Netz (N), Verkehr (VK), Unternehmen (U), Kammern (K), Verbände (VB), Soziales/Kirche (SK):

A

AFAG Messen und
Ausstellungen (MA)
AUDI (U)

B/C

Bauindustrie Bayern/
Bayerischer
Bauindustrieverband (VB)
Bayerische
Landesärztekammer (K)
Bayerngas (E)
Bayernhafen (VK)
Bayernwerk (E)
BMW Group (U)

D

DIEHL Diehl Stiftung (U)

E

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

F

Flughafen München (VK)

G/H

GVB Genossenschaftsverband
Bayern (F)
Hanns-Seidel-Stiftung (BW)

L/M

LEONI AG
LEW Lechwerke (E)
LMU Ludwig-Maximilians-Universität
München (BW)

N

N-ERGIE (E)
NÜRNBERGER
Versicherungsgruppe (V)

O/P/R

OMV Deutschland (U)

S

Schwaben Netz (N)
Sparkassenverband Bayern (F)
St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg
(U)
StWN Städtische Werke Nürnberg (U)

V

VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft (VK)
VdK Bayern Sozialverband (SK)
Versicherungskammer Bayern (V)
VGN Verkehrsverbund
Großraum Nürnberg (VK)

W

wbg Nürnberg Immobilien (U)

Dank auch den Sonderinserenten:

- AFAG Messen und
Ausstellungen GmbH
- Akademie der Bayerischen Presse
- Presse-Versorgung
(Versorgungswerk der Presse)



Kontaktbörse „Pressestellen“

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

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



Michaela Schneider
Leitende Redakteurin
Foto: Günter Schneider

Gefährdete Unabhängigkeit

Im Ernstfall können so genannte SLAPP-Klagen Existenzen vernichten. Auf jeden Fall kosten sie Zeit, Geld und sehr viel Nerven. Und die Fälle, in denen Menschen vor Gericht landen, weil sie etwa ökologische oder soziale Missstände anprangern, nehmen zu. Versucht wird, auch Journalist*innen durch oft lange Prozesse müde zu machen und einzuschüchtern. Auch auf EU-Ebene ist das Thema angekommen, vorbereitet wird ein europäisches Anti-SLAPP-Gesetz. Ebenso wird in anderen Bereichen versucht, auf

Medien Einfluss zu nehmen. Ein Baustoffhändler und Großgrundbesitzer unternimmt schon seit einigen Jahren der *Tegernseer Stimme* seine eigene Auffassung von Pressefreiheit zu vermitteln – durch Hausverbote. In unserer Titelstrecke wollen wir überdies zeigen, wer beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk mitredet – und wie man in den dortigen Reihen dazu steht. Und wir hinterfragen im Gespräch mit Medienexperte Lutz Frühbrodt, wie PR, Unternehmensführung und Zwänge innerhalb von Verlagen die Arbeit von Journalist*innen beeinflussen. **Ab Seite 8**

Paul Lütge ist der neue Stipendiat des BJV. Mit 16 Jahren fing er an, für *Die Rheinpfalz* zu schreiben. Um die Tageszeitung stritt er sich morgens am Frühstückstisch schon deutlich früher. **Seite 6**

Chan-Jo Jun wollte eigentlich Journalist werden. Jetzt kämpft er als Anwalt vor Gericht gegen Hass im Internet. Von Morddrohungen und Klagen lässt er sich nicht einschüchtern. **Ab Seite 20**

Unser Titelbild

Die Otto-Brenner-Stiftung ließ präventive Anwaltsstrategien gegenüber Medien untersuchen. 2019 veröffentlichte sie die zugehörige Publikation „Wenn Sie das schreiben, verklage ich Sie“. Die Aussicht der meist finanzstarken Kläger*innen, vor Gericht einen Sieg zu erstreiten, ist zwar gering. Doch ist ihr Ziel ein anderes: Sie wollen eine Veröffentlichung schon im Vorfeld unterbinden. Am besten wäre es aus ihrer Sicht, wenn der Journalist oder die Journalistin erst gar keinen Beitrag schreibe und der Bildschirm schwarz bliebe. Fotografin **Sophie Linckersdorff** hat diesen Gedanken bildlich umgesetzt. Dass in Handschellen abgeführt wird, wie auf dem Titelstrecken-Foto auf Seite 8, ist unwahrscheinlich. Und doch geht es im übertragenen Sinn bei SLAPP-Klagen oft vor allem um eines: Journalist*innen sollen die Hände gebunden werden. Der Reiz des Fotografierens liegt für Sophie Linckersdorff unter anderem darin, anderen Menschen den Blick für ungewöhnliche Perspektiven zu öffnen. Die 22-Jährige arbeitet als freiberufliche Fotografin in München und Hamburg. Nach dem Bachelor Fotodesign/Fotojournalismus an der Hochschule München, macht sie nun den Master „Multimediale Medienproduktion“ mit Schwerpunkt Journalismus an der Hochschule Ansbach. www.sophie-linckersdorff.de



Sophie Linckersdorff
Selfie: Sophie Linckersdorff

Kaleidoskop

- 4 Medienköpfe
- 5 Social Media auf Papier

Verband

- 6 **Frühstücksstreit um die Zeitung**
Paul Lütge, 26 Jahre jung, ist der neue Stipendiat des BJV
- 7 **BSW – Das aktuelle Seminarprogramm**

Titel

- 8 **„Ohrfeigen“ als Einschüchterung**
So genannte SLAPP-Klagen werden zunehmend zum Problem
- 11 **„Betonbaron“ erschwert Journalisten die Arbeit**
Tegernseer Stimme kämpft vor Gericht für die Pressefreiheit
- 12 **Grenzüberschreitungen sind normal geworden**
*Wie PR und Unternehmensführung Journalist*innen beeinflussen*
- 14 **„Die KEF führt sich als dritte Tarifpartei auf“**
Beim BR reden viele mit, wenn es um Programm und Personal geht
- 16 **Pressestellen**
- 19 **Impressum**

Medienszene

- 20 **„Wenn es leicht wäre, würde es jeder machen“**
Anwalt Chan-Jo Jun kämpft vor Gericht gegen Hass im Internet
- 22 **Hit Radio N1 bereits zum fünften Mal Preisträger**
Das Radiosiegel erhalten Sender für gute Ausbildung
- 23 **Gutes Handwerk, Schnelligkeit und viel Fleiß**
Mutmacher: Daniel Michel betreibt das Portal fussball.news
- 24 **Die „Briefträger des Rundfunks“**
Über den Tellerand: BR-Sendertechniker arbeiten in 1700 Metern Höhe

Verband

- 27 **„Aus“gebildet**
Auf ein Wort mit dem BJV-Vorsitzenden Michael Busch
- 28 **Aus dem Verbandsleben**
- 30 **Die BJV-Newcomerin: Jana Islinger**
- 31 **Hilfe bei Hass und Gewalt**
*Unterstützung für Journalist*innen, die zum Ziel von Angriffen werden*
- 32 **BJV-Mentoring: Die nächste Runde beginnt**

Service

- 33 **Google Fonts: Abmahnung wegen Verstoß gegen Datenschutz**
Dynamische Einbindung der Schriften kann rechtswidrig sein
- 34 **Unsere Tipps**

Zur Person

- 35 **Jubilare**
- 36 **Nachrufe**

Sagen Sie mal...

- 37 **„Ich bin kein Freund der Quote“**
Ivo Knahn übernahm im Oktober die Führung der Main-Post. Seine Zeitung steht in Sachen Frauenquote nicht schlecht da.



Foto: Michael Luran

Markus Söder, CSU-Chef und Ministerpräsident von Bayern, hat seinen Sitz im ZDF-Verwaltungsrat aufgegeben. Seine Staatskanzlei gab „umfangreiche Verpflichtungen in Bayern“ als Grund an. Im Oktober wird ein neuer Landtag gewählt. Möglicherweise will sich Söder aber auch nicht mehr fürs ZDF engagieren, weil er die Zusammenlegung mit der ARD verfolgt. Wer ihm beim ZDF nachfolgt, ist noch unklar.

Kathrin Degmair, ehemalige Leiterin des BR-Studio Franken, und die CDU unter Friedrich Merz gehen schon wieder getrennte Wege. Den Job als Kommunikationschefin hatte die damals 45-Jährige erst im Oktober übernommen. Ihr Abgang erfolgt nach Spiegel-Informationen „vor allem aus gesundheitlichen Gründen“.

Thomas Tuma (@ThomasTuma) ist neuer Wirtschaftschef des Focus. Der 57-Jährige war im Frühjahr 2021 vom Handelsblatt zum Magazin als Chefautor und Mitglied der Chefredaktion gewechselt. Tumas Vorgängerin, **Carla Neuhaus**, fängt bei der Zeit an.



Foto: Susie Knoll

Georg Thanscheidt (54), seit 2014 Textchef bei Bunte, wechselt im März zu den Ruhr Nachrichten nach Dortmund. Er soll dort vor allem über Kommunalpolitik berichten. Vor seiner Zeit bei Burdas People-Magazin war Thanscheidt, der in Castrop-Rauxel nahe Dortmund geboren wurde, Vize-Chefredakteur der Münchner Abendzeitung.

Viola Wallmüller ist neue Chefredakteurin von TV für mich; ihre Vorgängerin **Christine Streichan** verlässt das Haus in unbekannte



Hurra, es ist eine Chefredakteurin! **Andrea Kümpfbeck** hat es endgültig an die Spitze der Augsburger Allgemeine geschafft. Nach dem Weggang von Gregor Peter Schmitz zum Magazin Stern leitete die 55-Jährige Bayerns drittgrößte Regionalzeitung bereits kommissarisch gemeinsam mit Yannick Dillinger. Sie kam im Jahr 2000 von der Allgäuer Zeitung als Reporterin nach Augsburg. Ab 2008 leitete sie das Großressort „Bayern und Welt“. Schmitz holte sie 2019 in die Chefetage, samt Dillinger. Der gebürtige Pfälzer hat Augsburg inzwischen verlassen, um im April Chefredakteur der Rheinpfalz zu werden. Die Mediengruppe Pressedruck sucht nach Ersatz für eine Doppelspitze mit Kümpfbeck.

Foto: Ulrich Wagner

Richtung. Mit dieser Personalentscheidung integriert die Funke Mediengruppe ihre Programmzeitschrift in das „Center of Quality“ am Standort Ismaning bei München, das Wallmüller bereits leitet.



Foto: Friedrich Bungeert

Lena Kampf (@LenaKampf) und **Jörg Schmitt** (@schmitt_jrg) steigen bei der SZ zu Stellvertreter*innen von Investigativ-Chef Ralf Wiegand auf. Kampf war Anfang 2022 von WDR Investigativ zur SZ gewechselt; Schmitt arbeitete bis 2020 für den Spiegel, wo er das Investigativ-Team leitete.



Foto: Jalo Studios Hamburg

Mit **Max Hägler** (@maxhaegler) verliert die Süddeutsche einen profilierten Wirtschaftsreporter. Der 41-Jährige wechselt im April zur Wochenzeitung Die Zeit. Dort wird er sich weiter seinem Kernthema Industrieberichterstattung mit Fokus auf die Automobilbranche widmen.



Foto: Raphael Geiger

Raphael Geiger (@Raphaelgeiger), zuletzt USA-Korrespondent beim Stern, berichtet seit Februar für die Süddeutsche Zeitung aus Istanbul. Der bisherige Türkei-Korrespondent, Tomas Avenarius, arbeitet nun von Berlin aus als Krisenreporter. Für Geiger ist es eine Rückkehr an den Bosphorus: Von 2015 bis 2017 war er bereits für den Stern in Istanbul, bis seine Akkreditierung nicht verlängert wurde.

Kinga Rustler (@KingaRustler) ist neue Vize-Chefredakteurin der Münchner Abendzeitung neben **Thomas Müller** und Chefredakteur **Michael Schilling**. Die 38-Jährige kommt vom Ströer-Nachrichtenportal watson, das sie bis Januar 2022 leitete.

Miriam Sievert (39) wurde beim Burda-Blatt *Wohnen & Garten* zur Chefredakteurin befördert. Die bisherige Vize löst **Andrea Kögel** ab, die nach 45 Jahren beim Verlag nun im Ruhestand ist. Sievert ist seit 15 Jahren bei Burda.



Foto: Lwe Wölkner

Sissi Pitzer (@sip_media), seit 26 Jahren Verantwortliche des BR24 Medienmagazins, hat sich Ende Januar in den Ruhestand verabschiedet. Sie engagierte sich unter anderem auch als Hochschul-Dozentin und als Moderatorin bei Events wie den Münchner Medientagen. Pitzer ist im Journalistinnenbund und bei ProQuote Medien aktiv. Ihre Nachfolge beim BR treten **Nina Landhofer**, **Jonathan Schulenburg** und **Linus Lüring** an.

Alexander von Schmettow hat den Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger nach vierjähriger Tätigkeit Ende 2022 mit noch unbekanntem Ziel verlassen. Neue BDZV-Pressesprecherin ist **Anja Pasquay** (@pasquay). Von Schmettow war von 2004 bis 2007 BJV-Pressereferent.



Foto: Jens Hartmann

Karen Webb (51) wird ihren Job als Moderatorin von „Leute heute“ verlieren. Das ZDF will das in München produzierte Promi-Magazin spätestens im September nach gut 25 Jahren überraschend einstellen, um Geld in jüngeres Programm zu investieren. Gefüllt werden soll die Sendezeit vorerst mit einer Verlängerung des Boulevardmagazins „Hallo Deutschland“.

Helmut Markwort (86), Journalistenlegende, ist mit dem Johann-Georg-August-Wirth-Preis der Kulmbacher Akademie für Neue Medien ausgezeichnet worden. Als einer der Gründungsväter der Akademie im Jahr 1987 habe Markwort, damals noch beim Sebaldis Verlag und der Gong-Gruppe, erkannt, dass es im Privatfunk gut ausgebildete Nachwuchsjournalisten braucht, heißt es in der Würdigung.

Senta Krasser

Abgründiges, Aufregendes und ein Bonustrack

Von Thomas Mrazek

+++ Praktische Tipps und mehr

Bewährt hat sich der im November gestartete „Daniels Recherchebrief“ von Daniel Drepper (@danieldrepper), Leiter der Recherchekooperation von NDR, WDR und Süddeutscher Zeitung sowie Vorsitzender des Netzwerk Recherche. Drepper präsentiert in diesem mehrmals im Monat erscheinenden Newsletter starke Recherchen von Kolleg*innen. Der neue Tageschau-Podcast „11KM“ informiert Montag bis Freitag ab 6 Uhr über ein „relevantes Thema in aller Tiefe“ und ist eine Gemeinschaftsproduktion von BR24 und NDR. Zumeist werden hier in 20 bis 30 Minuten hochwertige Recherchen von ARD-Kolleg*innen mit den Macher*innen nochmals betrachtet – eine feine Leistungsschau, die zudem die journalistische Arbeit des Senders transparenter macht. „11KM“ steht für die rund elf Kilometer, die es hinab zum tiefsten messbaren Punkt der Erde geht, dem Marianengraben im westlichen Pazifischen Ozean. Abgründig ist das Thema Klimakrise. Hier möchten die freien Journalistinnen Katharina Mau (@katharina_mau) und Leonie Sontheimer (@L_Sontheimer), mit ihrem Newsletter „Onboarding Klimajournalismus“ unterstützen: „Jeden ersten Montag im Monat bekommst du mit diesem Briefing eine Hilfestellung für deinen Sprung in die Klimaberichterstattung.“

bjvlink.de/recherchebrief1 (Ausgabe #1)
bjvlink.de/recherchebrief-abo
bjvlink.de/11KM
klimajournalismus.de/onboarding

+++ Bamberger „Polit-Crime-Podcast“

Von globalen zu lokalen Krisen. Mit „Razzia im Rathaus – Die Bamberger Boni-Affäre“ veröffentlichten im Januar Volontär*innen der Mediengruppe Oberfranken ihre erste professionelle Podcast-Produktion. In sechs Folgen (Dauer jeweils rund zehn Minuten) arbeiteten die acht jungen Journalist*innen die Ereignisse um die seit 2020 währende Boni-Affäre im Bamberger Rathaus noch mal auf und sprechen mit Reporter*innen und Politiker*innen, die den Skandal aus unmittelbarer Nähe verfolgten. Es sei ein „Polit-Crime-Podcast“ entstanden,



„Razzia im Rathaus – Die Bamberger Boni-Affäre“ ist eine Podcast-Produktion der Volontär*innen der Mediengruppe Oberfranken.

Grafik: Micho Haller

sagt Volontärin Julia Scholl. Neben einer grundlegenden Schulung eigneten sich die Kolleg*innen ihr Wissen nach und nach neben den regulären Stationen ihres Volontariats an. „Beim Storyboard hat uns das Visualisieren und der Gedanke an unsere Zielgruppe sehr geholfen.“ Positiv sei die Resonanz im eigenen Haus gewesen, ob von der Chefredaktion oder den Kollegen der Bamberger Lokalredaktion. Unterstützt wurden sie auch von Stefanie Schwamberger als Betreuerin und Aus- und Weiterbildungsredakteur Michael Busch. Nach der Ausstrahlung der sechs Folgen will man ein Fazit ziehen, die Ausrichtung auf ein jüngeres Zielpublikum scheint gut anzukommen, so viel könne man schon jetzt sagen. Das Projekt habe Lust auf weitere Podcasts gemacht, sagt Scholl.

bjvlink.de/razzia
instagram.com/mgo_volos

+++ Volos nehmen Amazon in Podcasts unter die Lupe

Ab Freitag, 3. März, veröffentlichen zwölf Volontär*innen des Verlags Nürnberger Presse die fünfteilige Podcast-Serie „Klick Klick Boom – Die Maschine Amazon“. Mit der Serie wollen sie die im November von *Correctiv.Lokal* koordinierte bundesweite Recherche „Die Maschine Amazon“ zu den Arbeitsbedingungen bei dem Versandhändler weiter ausbauen. Mehrere Lo-

kalmedien, darunter die *Nürnberger Nachrichten*, waren am siebenmonatigen Projekt beteiligt. Die Podcast-Reihe wurde von den Volos gemeinsam mit drei Kolleg*innen des Recherchezentrums *Correctiv.Lokal* recherchiert. Die zwölf jungen Journalist*innen beschäftigten sich den ganzen Januar nur mit diesem Projekt, betont Isabell Fischer, die als Produktmanagerin Audio im Verlag arbeitet. Der Fünfteiler soll die Konsumgewohnheiten von Nutzer*innen hinterfragen und ohne moralischen Zeigefinger verdeutlichen, „welchen Anteil wir an den schlechten Arbeitsbedingungen und an so einem System haben“, erklärt Fischer. Die Folgen dauern 25 bis 40 Minuten und sollen jeweils von Artikeln in Print und Online begleitet werden. Fischer hofft auf eine bundesweite Resonanz, unter anderem aufgrund der Beteiligung von *Correctiv*.

Bevor das Projekt startete, erhielten die Nürnberger eine Förderung von 5000 Euro bei der „Future Skills Förderung“ von Start Into Media (die Initiative wird von der Medien.Bayern GmbH, einer 100-prozentigen Tochter der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, getragen). Zur professionellen Beratung engagierte der Verlag auf freiberuflicher Basis mit Jakob Baumer zudem einen sehr erfahrenen und erfolgreichen Podcast-Produzenten.

Bei der Nürnberger Presse sind im Laufe der Jahre sechs Podcast-Angebote entstanden, Podcasting ist seit 2022 fester Bestandteil der Volo-Ausbildung, sagt Fischer. Die Lehrinhalte sollen noch weiter vertieft werden um Inhalte wie Storytelling, Schreiben und Sprechen. Die Zusammenarbeit mit dem Podcast-Experten Baumer soll fortgesetzt werden.

nn.de/podcasts
bjvlink.de/correctiv-amazon
jakob-baumer.de
startintomedia.de

+++ Bonustrack

Einen „Bonustrack“ zu einem Online-Projekt von Jonathan Lindenmaier bei *Augsburger Allgemeine* gibt es überdies auf der BJV-Website.

bjv.de/bonustrack

Frühstücksstreit um die Zeitung

Paul Lütge, Stipendiat des BJV, schaffte es mit viel Fleiß in große Redaktionen

Von Michaela Schneider

Mit 16 Jahren begann Paul Lütge für die örtliche Lokalzeitung in Neustadt an der Weinstraße zu schreiben. Während des Studiums arbeitete der Rheinland-Pfälzer unter anderem für den Newsroom des *Tagesspiegel*, nach dem Bachelor der Politikwissenschaft folgten befristete Anstellungen bei *Zeit Leo* und dem *Zeit Studienführer*. Jetzt besucht Paul Lütge die Masterklasse der Deutschen Journalisten-Schule (DJS) in München. Und: Der 26-Jährige ist der neue Stipendiat des BJV, ein Jahr lang wird ihn der Verband finanziell unterstützen.

Sie waren schon als Schüler Zeitungsleser. Das ist heute ungewöhnlich...

Paul Lütge: Unsere örtliche Zeitung, *Die Rheinpfalz*, gab es bei uns zuhause schon immer und meine Eltern, meine Geschwister und ich stritten uns morgens regelmäßig, wer welchen Teil der Zeitung bekommt. Bei mir waren es meistens der Sport und das Panorama. Wir hatten zuhause kein Privatfernsehen, Champion-League-Spiele liefen aber bei *Sat.1*. Um in der Schule mitreden zu können, las ich am nächsten Morgen in der Zeitung alles nach. Wenn ich Langeweile hatte, las ich zum Beispiel auch im *Spiegel*. Ich fand das cool und wollte selbst so gut schreiben können.

Und so kam es, dass Sie mit jungen 16 Jahren für Die Rheinpfalz zu schreiben begannen?

Zwei Redakteurinnen der *Rheinpfalz* boten einen Reportage-Workshop an. Eine Schulfreundin erzählte mir davon. Wir waren damals beide super interessiert an Journalismus, aber ich traute mich nicht so recht ran. Hätte sie mich nicht mitgenommen: Wer weiß, ob ich dann heute journalistisch arbeiten würde. Nach dem Workshop stellte eine der Redakteurinnen den Kontakt für mich her zur Sportredakteurin der Lokalredaktion Neustadt.

In ihrem DJS-Porträt steht, dass sie lange nicht wussten, was sie studieren sollen...

Meine Eltern hatten beide nicht studiert, ich hatte in der Familie niemanden, an dem ich mich orientieren konnte. Und mich interessier-



BJV-Stipendiat Paul Lütge. Foto: David Pierce-Brill

ten einfach superviele Sachen: Politik, Psychologie, Soziologie, auch Jura. Am Ende entschied ich mich für die Politikwissenschaft an der FU Berlin. Die Politische Ökonomie kristallisierte sich nach und nach als meine Fachdisziplin heraus. Wirtschaft an sich ist ein so großer Themenkomplex, der auch in den Medien superkompliziert beschrieben wird. Ich kannte ganz viele Fachbegriffe nicht. Durchs Studium bekam ich zumindest Anhaltspunkte, wie Wirtschaft funktioniert, auch wenn ich Vieles immer noch nicht verstanden habe...

Newsroom des Tagesspiegel und Campus-Magazin FURIOS: Es wirkt, als hätten Sie in Berlin mindestens so viel als Journalist gearbeitet, wie studiert...

Das Politikstudium ist recht frei aufgebaut und man kann sich die Zeit gut selbst einteilen. Ich arbeitete damals tatsächlich schon mehr journalistisch als wissenschaftlich. Wenn ich doch an der Uni war, dann meistens fürs *Campus-Magazin*.

Hatten Sie je Zweifel, dass der Journalismus doch nicht der richtige Beruf für Sie sein könnte?

Ja, die Momente gab es. Als ich freiberuflich arbeitete, merkte ich, wie schwierig es ist, fi-

nanziell über die Runden zu kommen. Beim *Tagesspiegel* waren die Arbeitsbedingungen zwar ok, aber ich fand es schon krass, dass Kollegen, die zuhause kleine Kinder haben, aus finanziellen Gründen Newsroom-Schichten bis ein Uhr nachts machen mussten.

*Bei Zeit Campus bereiteten Sie vor allem auch Aktuelles für jüngere Zielgruppen auf. Wie können Journalist*innen junge Leute erreichen?*

Auch wenn das Influencertum teilweise zu recht belächelt wird: Von der Art und Weise, wie Influencer*innen informieren, kann man viel für den Journalismus mitnehmen. Bei *Funk* zum Beispiel werden ganz viele Ich-Reportagen gemacht, die Reporter*innen stehen im Fokus.

Trotz viel Praxiserfahrung bewarben Sie sich auf einen Platz bei der DJS. Warum?

Klar, ich habe schon ein bisschen Erfahrung. Aber ich merkte, dass mir noch viel fehlt. Wie findet man eigenständig Themen? Wie pitcht man selbst? Auch habe ich sowas wie Radio und Fernsehen noch gar nicht ausprobiert. Und ich wollte auf jeden Fall noch den Master machen, auch weil ich der erste in der Familie bin, der studiert hat. Die DJS-Masterklasse besteht aus der Ausbildung an der DJS und dem Masterstudium Journalismus an der LMU.

Hatten Sie früher schon mit dem Journalistenverband zu tun?

Ich kannte zumindest den DJV schon. Gewerkschaftsarbeit ist aus meiner Sicht total wichtig, seit zwei Jahren bin ich deshalb Mitglied bei Verdi. Darf ich das hier sagen? (*lacht*) Prinzipiell geht es mir um eine Unterstützung der Gewerkschaftsarbeit, damit Arbeitnehmer*innen nicht komplett abhängig sind von ihren Unternehmen. Als ich die E-Mail des BJV bekam, dachte ich erst, das sei Spam, ich konnte es gar nicht glauben. Dann ist mir ein Stein vom Herzen gefallen. Jetzt im Moment bin ich an der Uni, da ist es noch ganz gut möglich, nebenherzuarbeiten. Aber während der DJS-Zeiten wird dies schwierig.

Foto: Mathieu Asselin



Aufklärung & Recherche statt Bürgermeister-PR:

Wie gelingt die Kontrolle kommunaler Unternehmen und Konzerne?
mit Thomas Schuler

Webinar, Mittwoch, 01. März, 9-13 Uhr

Reden kann doch jeder – aber jetzt ist da eine Kamera

mit Klaus Reindl

Präsenz in München, Mittwoch, 08. März, 9-13 Uhr



Foto: Stefan Gregor

Foto: Christian Teubig



Filmen mit dem Fotoapparat

mit Markus Valley

Webinar, Mittwoch, 15. März, 9-13 Uhr

Eine tolle Geschichte Storytelling für Gemeinden und Regionen

mit Angelika Knop

Webinar, Mittwoch, 22. März, 13-17 Uhr



Foto: Christiane Kappes

Praxis-Seminar Gewaltprävention für Journalistinnen und Journalisten

in Kooperation mit Praeveni Institut und MTV München von 1879 e.V.
Präsenz in München, Samstag, 25. März, 13-17:30 Uhr

Kostenlos
für BJV-Mitglieder!

Podcast für Einsteiger

mit Florian Schairer

Webinar, Mittwoch, 19. April, 9-17 Uhr



Foto: Markus Konvain

Foto: Heike Rost



Effektvolles Grafikdesign zum Nulltarif mit Canva & Co.

mit Barbara Weidemann

Webinar, Mi./Do., 26./27. April, 9-13 Uhr



Weitere Infos unter bjv.de/seminare
Anmeldung unter service@bjv.de

BJV macht schlau!

Die Seminare des Bildungs- und Sozialwerks des BJV
sind für BJV-Mitglieder um 50 Prozent reduziert.

„Ohrfeigen“ als Einschüchterung

Finanzkräftige Kläger versuchen, mit strategischen Gerichtsverfahren unliebsame Veröffentlichungen oder demokratische Kontrolle zu verhindern. So genannte SLAPP-Klagen werden zunehmend zum Problem.

Von Angelika Knop



Im Dezember 2021 klärt das ARD-Wirtschaftsmagazin „PlusMinus“ darüber auf, wie einige Verlage auf der Verkaufsplattform von Amazon Ratsuchende täuschen: Über populäre Themen wie Aktien oder Gesundheit finden sich zuweilen Werke von Laien, die mit falschem Autorenfoto und schillernder Biographie Expertise vorgaukeln. Zahlreiche Fünf-Sterne-Bewertungen sind gekauft. Werden die Bücher in unpassenden, wenig genutzten Kategorien gelistet, avancieren sie schnell zu „Bestsellern“. Amazon reagiert auf den Beitrag, nimmt entsprechende Bücher von der Plattform.

Als die Münchnerin Irene Gronegger, Co-Autorin des Films, im Januar 2022 zum Thema auch einen Artikel bei *Heise.de* veröffentlicht, postet jemand im Forum die Drohung: „Irene Gronegger will unbedingt vor Gericht (...) Demnächst wird Irene sich auch im finanziellen Ruin suhlen.“ Im selben Monat will einer der im TV-Beitrag genannten Verlage das Video aus der Mediathek entfernen lassen – mit Abmahnungen gegen die Journalistin, den *Saarländischen Rundfunk*, den freien Regisseur und einen Interviewpartner. Der Verlag beantragt einstweilige Verfügungen in München, Köln und Frankfurt am Main, geht in zwei Instanzen. Am Ende stellen sich nur zwei Dinge im Beitrag als unzulässig heraus: Ein Instagram-Screenshot verstößt gegen das Urheberrecht und ein kritisiertes Buch liegt in der direkten Verantwortung eines Gesellschafters, nicht des Verlages. Das Video wird daraufhin Ende 2022 zwei Wochen früher als geplant offline genommen; eine Änderung von Text und Schnitt lohnt sich nicht mehr.

„Der Sender stand in diesen Verfahren immer hinter uns Journalisten und freien Mitarbeitern und hat alle Kosten übernommen“, berichtet Irene Gronegger. Doch ein weiterer Verlag hat sie verklagt, mit identischem Vertretungsberechtigtem. „Und da stand ich plötzlich ganz alleine da.“ Die freie Journalistin schrieb Sachbücher im Selbstverlag, hat auf ihrer Facebook-Seite zum Thema gepostet – und wird wegen „Verunglimpfung der Waren der Klägerin“

zu Wettbewerbszwecken belangt. Sie verliert den Prozess und bleibt vorerst auf rund 7000 Euro Anwalts- und Gerichtskosten sitzen. „Das ist mehr als die Summe der Honorare, die ich mit dem Thema verdient habe“, sagt sie. Sie ist zwar Mitglied in der dju in Verdi. Doch in diesem Streit ums Wettbewerbsrecht grift der Rechtsschutz nicht.

Finanzkräftige Kläger – 300.000 Euro Monatsumsatz gibt ein Verlag an – strengen eine Vielzahl von Verfahren mit hohem Streitwert gegen Einzelpersonen wegen einer Story an, der sie im Kern nichts entgegenzusetzen haben. Das sind einige Merkmale von SLAPPs – Strategic Lawsuits against Public Participation. Diese strategischen Gerichtsverfahren sollen unliebsame Veröffentlichungen oder demokratische Kontrolle verhindern – wie eine Ohrfeige, auf Englisch slapp. Juristischer Erfolg sei den klagenden Personen oder Unternehmen dabei gar nicht so wichtig, sagt Lutz Kinkel, Geschäftsführer des European Centre for Press and Media Freedom (ECPMF) in Leipzig. „Die Klage soll Menschen an die Wand drücken, ihnen so viel Energie abgewinnen und finanzielle Reserven aufbrauchen, dass sie Recherchen einstellen oder Artikel zurückziehen, obwohl sie richtig waren.“

Oft kommen Kläger aus Ausland

EU-Instanzen und der Europarat schließen aus Studien, dass solche Klagen in Europa zunehmen und eine Anti-SLAPP-Gesetzgebung notwendig ist (siehe Kasten). Oft kommen Kläger aus dem Ausland. So wollte das Königreich Marokko der *Süddeutschen Zeitung* Berichte über einen Einsatz der Spionagesoftware Pegasus gegen die französische Regierung untersagen. In erster Instanz war das erfolglos, weil ein Staat gar nicht „als Tatobjekt einer Beleidigung in Betracht“ komme, so das Landgericht Hamburg. Im internationalen Vergleich gibt es SLAPPs in Deutschland zwar eher selten. Aber auch hier stellte bereits 2019 ein Bericht der Gesellschaft für Freiheitsrechte (GFF) und des Otto-Brenner-Instituts fest,

Anti-SLAPP-Gesetzgebung der EU

Vera Jourová, die zuständige EU-Kommissarin, nennt das Gesetzesvorhaben „Daphnes Gesetz“. Als die maltesische Investigativjournalistin Daphne Caruana Galizia 2017 mit einer Autobombe ermordet wurde, war sie bereits Zielscheibe von mehr als 40 Klagen. Im April 2022 hat Jourová eine Anti-SLAPP-Richtlinie vorgeschlagen, die Personen in Journalismus, Menschenrechts- und Umweltorganisationen gegen „offenkundig unbegründete und missbräuchliche Verfahren“ schützt. Gerichte sollen nach dem Gesetzesentwurf solche Klagen frühzeitig abweisen und den Klagenden alle Kosten, Schadensersatz und Strafen aufbürden können. Gelten soll das nicht für Strafrecht, sondern nur für Zivilklagen „mit grenzüberschreitendem Bezug“, wenn zum Beispiel ein Unternehmen ein Medium im Nachbarstaat verklagt oder es um Umweltschmutzung im Grenzfluss geht. Außerdem empfiehlt

die Kommission den Mitgliedstaaten, mit Zivil- und Strafrecht auch im innerstaatlichen Recht die Freiheit der Meinungsäußerung und der Medien zu sichern. Hinzu kommen Schulungen für Rechtsberufe und Unterstützung für Betroffene. Es gibt allerdings große Zweifel, dass all dies die Lage in Ländern wie Ungarn oder Polen ändern wird, die Medien selbst mit Klagen überziehen. SPD-Politiker Timo Wölken, Berichterstatter im Rechtsausschuss, sieht dennoch im EU-Parlament eine „große und breite Mehrheit“ für den Vorschlag. „Ein ganz großer Knackpunkt“ werde in den Debatten sicher der Ausgleich von Meinungsfreiheit und Rechtsschutz sein. „Denn es gibt ja auch Situationen, wo man sich zu Recht gegen eine Berichterstattung wehrt.“ Ziel ist es, die Richtlinie bis Ende des Jahres zu verabschieden. Die Staaten haben dann zwei Jahre Zeit, sie in nationales Recht umzusetzen.

Wie sich Journalist*innen gegen SLAPP wehren können

- Bei Klagedrohung oder Anwaltspost professionellen Rechtsrat einholen – auch wenn Vorwürfe haltlos erscheinen. Es gilt Fristen zu wahren, Beweise zu sichern und Risiken abzuschätzen.
- Handelt es sich um eine SLAPP – eine strategische Klage? Auskunft gibt der Test unter bjvlink.de/SLAPP
- Dokumentation für Abwehrstrategien und Druck auf Gesetzgebung: Den Fall melden bei Mapping Media Freedom (bjvlink.de/freedom) und der Coalition against SLAPP in Europe (CASE). (bjvlink.de/CASE) Die Projekte erfassen Presserechtsverletzungen in Europa.
- Öffentlichkeit und Verbündete suchen: Crowdfunding, ein Abwehrfonds (bjvlink.de/prinzenfonds21) gegen eifrige Kläger, Mahnwachen vor Unternehmen oder auch mal ein Shitstorm können ermächtigend und erfolgreich sein.
- Juristische Gegenwehr in Erwägung ziehen: Bei falschen Anschuldigungen, Drohungen, Belästigungen sind Anzeigen oder Schadensersatzforderungen möglich – und abschreckend für Nachahmer.
- Wer keinen Rechtsschutz über Arbeitgeber oder den BJV hat, kann beim European Centre for Press & Media Freedom (ECPMF) in Leipzig Rechtshilfe (bjvlink.de/ECPMF) bekommen. Die Gesellschaft für Freiheitsrechte (GFF) (www.freiheitsrechte.org) unterstützt bei ausgewählten Klagen. Reporters Shield (www.reporters-shield.org) soll im Laufe des Jahres weltweiten Rechtsschutz bieten – vor allem Non-Profit-Medien und Freien.
- Vorsorge: Eine Vermögensschadenhaftpflichtversicherung deckt auch Schadensersatzansprüche, wenn man einen Prozess verliert. Die Rechtsschutzversicherung zahlt nur die Verfahrenskosten.

dass Kanzleien ein neues Geschäftsfeld entdeckt haben: Berichterstattung im Vorfeld durch Anwaltsschreiben zu verhindern. Außerdem nehme die Bereitschaft von Medien, Fälle vor Gericht auszutragen, eher ab. Eine Beeinträchtigung der Pressefreiheit sei nicht auszuschließen.

In seiner journalistischen Freiheit bedroht sieht sich auch Thomas Witzgall, verantwortlicher Redakteur von *Endstation Rechts Bayern*, einem Angebot der Bayern-SPD. Auf dem Informationsportal berichtete er über eine Rede des AfD-Politikers Wolfgang Pöschl auf einem Treffen der extrem rechten Szene in der Oberpfalz. Eine teilnehmende Partei hatte das auf YouTube dokumentiert, das Video aber später gelöscht. Auch Witzgall solle seinen Text löschen, verlangte Pöschl und drohte mit zivil- und strafrechtlicher Verfolgung. Als das nicht fruchtete, gab es Post an Webhoster und Rechenzentrum, teilweise mit Ultimatum. Der Beitrag sei sofort offline zu nehmen, er verletze US-Copyright. Das angeblich geschützte Werk „Energie der Zukunft“ kommt aber im Beitrag gar nicht vor. Ein Video-Screenshot zeigte Pöschl lediglich am Rednerpult - als Beleg für den Bericht. Witzgall entfernte ihn trotzdem. Es sei auch so mühevoll genug gewesen, die technischen Dienstleister davon zu überzeugen, den Beitrag online zu lassen. „Ärger bekommen wir ja gelegentlich, aber dass jemand so permanent dranbleibt, ist neu“, sagt er. „Die Ressourcen, die das bindet,“ ärgern ihn „und dass Pöschl da Dritte mit reinzieht“. Er lässt jetzt prüfen, ob er dagegen vorgehen kann.

Diesen Schritt hat der Datenjournalist Michael Kreil bereits getan. Gemeinsam mit der GFF hat er negative Feststellungsklage gegen den Freistaat Bayern erhoben. Das bayerische Landesamt für Digitalisierung, Breitband und Vermessung (LDBV) hatte Strafanzeige gegen Kreil gestellt, weil der einen geografischen Datensatz ins Netz gestellt hatte, für den es das Urheberrecht beansprucht. Auf der Datenbasis hat er mittlerweile eine interaktive Karte für die *taz* erstellt, die zeigen soll, dass die bayerischen Abstandsregeln

Standorte für Windräder massiv verhindern. Er hätte die Daten für über 100.000 Euro kaufen oder nach einer Sondergenehmigung fragen können – indiskutabel für ihn: „In dem Moment, wo eine Behörde darüber entscheiden kann, ob ich eine journalistische Recherche machen kann oder nicht, ist das eine Einschränkung der Pressefreiheit.“ (*Das Thema* „verschlossene Aktenschranke“ bei Behörden siehe auch BJVreport 5/2022). Das Strafverfahren wurde an seinen Wohnort Berlin übergeben. Die dort zuständige Staatsanwaltschaft stellte es ein. Doch stand weiter eine Zivilklage im Raum. Dieser kommt Kreil jetzt zuvor, um seine Überzeugung bestätigt zu bekommen, dass staatlich erhobene Daten der Öffentlichkeit gehören.

Auch Irene Gronegger hat sich entschieden, weiter zu kämpfen und Berufung gegen ihr Urteil eingelegt. „Es hat sich einfach nicht richtig angefühlt, zu zahlen“, sagt sie. Auf Gofundme läuft ihre Crowdfunding-Kampagne „Rechtshilfe für Schrottbücher-Recherche“. Das Problem im konkreten Fall: Als Selbstverlegerin bewegt sie sich in einer rechtlichen Grauzone. Bei verlegerischen Fragen wäre eigentlich der Verlegerverband der richtige Ansprechpartner, eine Mitgliedschaft zeitgleich beim BJV, bzw. der dju aber schließt sich aus. „Das werde ich jetzt sicher stärker im Hinterkopf haben, wenn ich über Firmen berichte“, meint sie. „Aber das muss nicht heißen, dass Kritik ausfällt, sondern dass ich besser kläre, wer in der Verantwortung steht.“

Recherche-Tipps lieferte auch Thomas Mrazek.



Die Autorin

Angelika Knop berichtet als freie Journalistin über Medien und Recht. Außerdem arbeitet sie als Dozentin und Moderatorin.

Foto: Christiane Kappes

„Betonbaron“ erschwert Journalisten die Arbeit

„Völlig verwundert“ sei er über das große Presseinteresse. So leitete Richter Oliver Ottmann Mitte Dezember 2022 die Güteverhandlung zwischen der Lokale Stimme GmbH und Franz Haslberger vor dem Münchner Landgericht I ein. Immerhin berichteten unter anderem die *Süddeutsche Zeitung* und der *Münchner Merkur* über diesen Termin, bei dem es um nichts weniger als das Thema Pressefreiheit ging.

Im Dezember 2021 hatte der Freisinger Baustoffhändler Franz Haslberger für seine am Tegernsee betriebenen Lokale ein Hausverbot für alle 30 Mitarbeiter*innen der Lokale Stimme GmbH erlassen. Unter dem Dach der GmbH arbeitet das Nachrichtenportal *Tegernseer Stimme*. Zwischen Haslberger, der im Tegernseer Tal auch „Betonbaron“ genannt wird, und dem Portal gibt es seit einigen Jahren immer wieder Streitigkeiten. 2013/2014 hatte der Journalist Klaus Wiendl für die *Tegernseer Stimme* mehrmals kritisch über Haslbergers Gebaren berichtet. „Ein Mann der Millionen, der trotzdem immer wieder an den Behörden scheitert“, schrieb er damals. Das Portal erhielt eine Unterlassungserklärung von Haslbergers Anwälten. Man traf sich 2014 vor dem Münchner Landgericht wieder, wo es in einem Vergleich endete. „Eine klare Niederlage für die Pressefreiheit“, kommentierte Wiendl damals gegenüber dem *BJVreport*.

Im aktuellen Fall hatte die Redaktion im Dezember 2021 Fotos vom Inneren der Ausflugsgaststätte Saurüsselalm in der Nähe von Bad Wiessee online veröffentlicht, was den Millionär als Lokalbesitzer zu einem Haus- und Betretungsverbot für die Lokale Stimme veranlasste. Er sehe seine Eigentumsrechte verletzt durch die Aufnahmen. Der Geschäftsführer der Lokalen Stimme, Peter Posztos, reichte im März 2022 eine Klage beim Landgericht München gegen diese Einschränkungen ein. Posztos akzeptiert es nicht, dass sein Portal an der Berichterstattung über Haslberger gehindert wird. Es sei von großem lokalem Interesse, wie sich Großgrundbesitzer wie Haslberger in der Region verhielten, sagt der Geschäftsführer. „Er will unbedingt die Kontrolle über alles und vor allem auch über die Berichterstattung behalten“, deutet Posztos das Verhalten des Millionärs. Bei der einstündigen Güteverhandlung kam es zu keinem Kompromiss; Haslberger blieb dem Verfahren fern. Richter Ottmann interpretierte Haslbergers Haltung: „Das ist Kleinheit des Geistes und nicht großzügig.“

Beeindrucken lässt sich die Presse vom Verhalten des „Betonbarons“ Haslberger nicht, kritische Berichte finden sich etwa in den Lokalausgaben von *Süddeutscher Zeitung*, *Münchner Merkur* sowie der *Tegernseer Stimme*. Der *Bayerische Rundfunk* berichtete im letzten Jahr in seinem Magazin „quer“ über ihn in einem Fünfminüter unter dem Titel: „Ein Millionär und seine Regeln“: bjvlink.de/haslberger. Auch der *BR* und das *ZDF* wurden von Haslberger in der Vergangenheit verklagt. Am 23. Februar soll am Landgericht München I ein Urteil zur Klage der Tegernseer Kolleg*innen gefällt werden.

Thomas Mrazek

akadem!e
der bayerischen presse

2023

www.abp.de Programm



Seminare für Journalisten und PR-Profis

Aus unserem Programm

Einige Präsenz-Seminare

Journalistische Textsorten (13.03.-15.03.2023)
Unternehmenskommunikation (20.03.-31.03.2023)
Datenjournalismus (27.03.-29.03.2023)
Online-Texten (11.04.-14.04.2023)

Einige Webinare

Videos fast ohne Aufwand (02.03.-03.03.2023)
Erste Schritte mit Adobe Premiere Pro (07.03.-08.03.2023)
Bloggen für Unternehmen (16.03.-17.03.2023)
Redaktionsmanagement: kleines Team, großer Output (16.03.-17.03.2023)

Unser Webinar-Angebot reicht von Kurzformaten (90 Minuten) bis zu mehrtägigen Kursen, thematisch von digitalen Tools bis zu Gehirngerechtem Schreiben. Sie finden unser laufend aktualisiertes Gesamtprogramm unter www.abp.de

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

Akademie der Bayerischen Presse

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

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

Grenzüberschreitungen sind normal geworden

Wie PR, Unternehmensführung und Zwänge Journalist*innen beeinflussen

Von Johannes Michel

Advertorial. Dieses Wort ist in Zeitungen und insbesondere in Magazinen häufig zu lesen. Wissen die Leser*innen aber, dass es sich hierbei um bezahlte Werbung handelt? Und wie sind Anzeigen und Redaktion in Verlagen überhaupt getrennt? Findet zu viel Einflussnahme auf den Journalismus statt? Wir sprachen mit Lutz Frühbrodt, Professor für Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation an der Hochschule Würzburg-Schweinfurt.

„Bezahlte Veröffentlichungen müssen so gestaltet sein, dass sie als Werbung für den Leser erkennbar sind.“ So steht es in Ziffer 7.1 des Pressekodex. Wie sieht es Ihrer Erfahrung nach in der Praxis aus?

Lutz Frühbrodt: Die Maßgabe des Pressekodex hat berufsethischen Charakter. Das sogenannte Trennungs- und Erkennbarkeitsgebot weist darüber hinaus aber noch eine rechtliche Komponente auf, nämlich die Regelungen der Landespressegesetze, des Medienstaatsvertrags und des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb, das zum Beispiel Schleichwerbung verbietet. Dazu gehört natürlich auch die einschlägige Rechtsprechung, die sagt: Werbung muss für den Medienkonsumenten deutlich erkennbar sein – entweder durch eine eindeutige optische Absetzung und/oder durch die Kennzeichnung mit dem gut erkennbaren Wörtchen „Anzeige“. Und damit sind wir auch schon bei der medialen Wirklichkeit: Viele Medien halten sich allein schon nicht an dieses Wording und arbeiten vor allem in der digitalen Sphäre stattdessen mit „Sponsored by“, „Powered by“ oder dem schönen Begriff „Advertorial“. Das ist aber natürlich nur der eine zentrale Aspekt beim Thema „Trennung von Redaktion und Werbung“.

Und der andere?

Mindestens genauso wichtig ist der Punkt, wie in redaktionellen Texten oder auch Audios und Videos werbliche Inhalte gezielt miteinander vermengt werden. Das geht also stärker in Richtung Schleichwerbung, wobei diese ja vom Werbetreibenden bezahlt wird. Nach meiner Wahrnehmung ist dieses



Lutz Frühbrodt, Professor für Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation.

Foto: Dietmar Modes

Marketing-freundliche Element im Journalismus aber eher damit zu erklären, dass das jeweilige Medium ein werbefreundliches Umfeld schaffen und so leichter Anzeigen gewinnen will. Zuweilen geht es aber auch nur um das schnöde Bedürfnis von Journalist*innen, sich textlich für irgendwelche teuren Werbegeschenke zu „bedanken“ oder einfach eigene Vorlieben kund zu tun.

Hat sich die Vermischung von Anzeige und redaktionellem Text in den vergangenen Jahren erhöht? Gibt es da Untersuchungen?

Meines Wissens nach sind in neuerer Zeit leider keine größeren empirischen Studien zum Thema erschienen. Diese sind meist schon sieben, acht Jahre alt. Das liegt vor allem da-

ran, dass sich der Fokus der Forschung, wie übrigens auch der Rechtsprechung, seit einiger Zeit fast ausschließlich auf die Themen Schleichwerbung und Produktplatzierung beim Influencer Marketing gerichtet hat. Gerade bei Influencern auf YouTube, Instagram und TikTok war und ist das ja ein großes Problem. Aber nicht nur dort: Inzwischen existieren zigtausende Webseiten, von denen viele dem ersten Anschein nach journalistischen Charakter haben, aber tatsächlich voll von mehr oder minder gut verdeckten Werbebotschaften sind.

Welche Folgen hat das aus Ihrer Sicht?

All diese Entwicklungen haben eine Medienwelt entstehen lassen, in der es für die Bürger*innen zunehmend schwerer wird, Werbung und redaktionelle Inhalte auseinander zu halten, weil die Produzierenden dies oft auch bewusst gar nicht machen. In dieser Egal-wie-Welt ist es auch für journalistische Medien allein schon aus Gründen der finanziellen Existenzsicherung immer schwieriger geworden, eine durchgehend saubere Trennlinie zwischen Werbung und Redaktion zu ziehen.

Lässt sich das mit Zahlen belegen?

Ich habe mir im Vorfeld unseres Interviews die Spruchpraxis des Deutschen Presserates angeschaut. Im Zeitraum 2000 bis 2002 hat der Presserat insgesamt 105 Rügen aufgrund von

Kodex-Verstößen verschiedenster Art erteilt, zwischen 2020 und 2022 waren es 160 Rügen, also eine Steigerung um mehr als die Hälfte. Klar, man kann das auf verschiedene Ursachen zurückführen. Aber: Der Anteil der Verstöße gegen Ziffer 7 „Trennung von Redaktion und Werbung“ hatte im Anfang der Nullerjahre noch einen Anteil von durchschnittlich 15 Prozent, in den vergangenen drei Jahren bewegte er sich um die Drittelmarke herum. Ich denke, diese Ergebnisse sprechen für sich. Und das ist nur die Spitze des Eisbergs, denn die allermeisten Grenzüberschreitungen dieser Art werden heute gar nicht mehr gemeldet, weil sie inzwischen oft als vermeintlich normal betrachtet werden. Zudem sind die Sanktionsmöglichkeiten eher begrenzt.

*Gehen wir Journalist*innen zu sorglos mit PR-Material um?*

Ich befürchte, oftmals ja. Wenn ich zu Vorträgen oder Konferenzen reise, mache ich mir immer die Freude, die Regionalzeitung der Stadt, in der die Veranstaltung stattfindet, ein bisschen unter die Lupe zu nehmen. Und oft finde ich dann gerade auf den hinteren Seiten doch immer wieder Artikel, die mehr schlecht als recht bearbeitete Pressemitteilungen sind.

Welche Ursachen hat das?

Das hängt sicher sehr stark mit der allseits bekannten und real existierenden Arbeitsbelastung von Redakteur*innen zusammen. Weshalb Redaktionen Pressemitteilungen gerne mal als Füllmaterial nutzen. Der Pressekodex gibt hier ja vor, dass „PMs“ redaktionell bearbeitet werden müssen. Aber was genau heißt das? Reicht es schon, wenn ich ein „und“ durch ein „oder“ ersetze? Wir müssen natürlich auch auseinanderhalten: PR ist nicht automatisch Werbung. Public-Relations-Maßnahmen sollen ja in erster Linie sachlich informieren, wenn auch immer im Interesse des Absenders. Und deshalb hat auch nicht jede Pressemitteilung werblichen Charakter. Problematisch wird es jedoch bei Produkt-PR oder wenn Unternehmen von eigenen Veranstaltungen wie Messen oder Konferenzen mit maximalem Eigenlob „berichten“. Und das dann ein journalistisches Medium eins zu eins veröffentlicht.

Gibt es Möglichkeiten, diesem Problem beizukommen?

Einige Regionalzeitungen sind inzwischen dazu übergegangen, online eine Extra-Rubrik für Pressemitteilungen einzurichten, wodurch sie sich eine zusätzliche Einnahmequelle erschließen und eine saubere Trennung zwischen Redaktion und Werbung vollführen wollen. Die Herausforderung besteht allerdings darin, dass die gesamte Redaktion konsequent mitzieht und dann nicht doch an der einen oder anderen Stelle im Blatt oder auf der Webseite wieder Pressemitteilungen auftauchen.

*Nehmen wir ein konkretes Beispiel: In einer Beilage wird erklärt, wie die Leser*innen ihr Auto winterfest machen, sie ist aber voll mit Anzeigen und PR-Material. Ist so etwas Ihrer Meinung nach kontraproduktiv für die Glaubwürdigkeit eines*

Mediums? Oder notwendig, um die (Lokal-)Zeitung überhaupt zu finanzieren?

Sogenannte Sonderveröffentlichungen oder Beilagen haben ja eine lange Tradition als eine Art „Anzeigenabwurfplatz“ für Werbung einer bestimmten Branche. Insofern sind viele Medienkonsument*innen auch ganz gut geschult darin, unterscheiden zu können, was sie im Hauptbuch einer Zeitung und was sie in einer Beilage erwartet. Und dennoch: Medien sollten hier aufpassen, dass sie es nicht übertreiben. Wenn ich mich in einem Artikel über den richtigen Winterreifen auslasse, sollte ich als Autor*in möglichst keine Markennamen ins Spiel bringen, schon gar nicht, wenn etwas weiter hinten eine halbseitige Anzeige eines Reifenherstellers prangt.

*Wie sieht es mit interner Einflussnahme auf die Journalist*innen aus? Vielleicht haben sie manchmal keine Wahl, weil „von oben“ festgelegt wird, wie Texte, Zeitungsteile oder Beilagen auszusehen haben?*

In den vergangenen Jahren sind ja immer wieder Einzelfälle bekannt geworden, wo Verlagsführung oder Chefredaktion gezielt eine kritische Berichterstattung gegenüber einem sehr großen Anzeigenkunden be- oder gar verhindert haben. Noch wichtiger scheint mir aber zu sein, wie stark das Bewusstsein für die Trennung zwischen Redaktion und Werbung in der gesamten Unternehmenskultur verankert ist. Da existiert in deutschen Medienhäusern eine sehr große Spannweite.

Blicken wir auf die Leserinnen und Leser. Verstehen sie, was zum Beispiel ein „Advertorial“ ist? Nehmen sie die Unterschiede wahr? Oder ist ihnen das vielleicht alles total egal?

Sollen sie es denn auch wirklich verstehen? Allein der Begriff grenzt ja an Irreführung. „Adver“ steht für das englische „Advertisement“, also Werbung, und der zweite Wortteil „torial“ leitet sich von „Editorial“, also einem journalistischen Einführungs- oder auch Leitartikel ab. Was genau soll das sein? In der Praxis handelt es sich um Werbetexte, die sich organisch in das Layout des redaktionell-journalistischen Umfeldes einfügen sollen und einen journalistischen Ton anschlagen. Studien haben zum einen gezeigt, dass viele Medienkonsument*innen diese Advertorials tatsächlich gar nicht oder zumindest nicht sofort als Werbung erkennen können. Zum anderen springen nur Konsument*innen wirklich darauf an, die sich stark für das Thema des Advertorials interessieren.

*Warum sollten wir Journalist*innen uns dafür einsetzen, dass weiter klar zwischen Anzeige und Redaktion getrennt wird?*

Weil es um die Unabhängigkeit, Integrität und Glaubwürdigkeit jeder einzelnen Journalistin und jedes einzelnen Journalisten geht. Im größeren Kontext hat dies wiederum Auswirkungen auf die Funktion des Journalismus als neutraler Beobachter und Kontrolleur in einer demokratisch verfassten Gesellschaft. Denn wer käuflich wirkt, dem glaubt man nicht. So einfach ist das. Und offensichtlich doch so schwer.

„Die KEF führt sich als dritte Tarifpartei auf“

Beim *BR* reden viele mit, wenn es um Programm und Personal geht

Von Maria Goblirsch

Wer in den 1980er-Jahren beim *Bayerischen Rundfunk (BR)* Karriere machen wollte, tat gut daran, sich demonstrativ CSU-nah zu geben. Zumindest in Schlüsselressorts wie der Politik oder in der Aktualität war es förderlich, sich mit allzu kritischen Kommentaren gegenüber der bayerischen Staatsregierung zurückzuhalten. Oder das rote Parteibuch besser nicht sehen zu lassen. Es galt der alte CSU-Spruch: „Mir san die Mehran“. Am deutlichsten zeigte sich dies im Rundfunkrat, dem Aufsichtsgremium des *BR*.

Denn die Wahl der Hauptabteilungsleiter und die Besetzung von wichtigen Führungspositionen beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist Aufgabe des Rundfunkrates (*siehe Kasten*). Und in diesem Gremium war beim *BR* der Einfluss konservativer und staatsnaher Mitglieder damals, und auch noch eine gewisse Zeit danach, beherrschend. Diese Zeiten sind vorbei. 2014 entschied das Bundesverfassungsgericht, dass die Besetzung der Aufsichtsgremien des *ZDF* mit dem Gebot der Staatsferne und der Rundfunkfreiheit unvereinbar sei. Die Folge: Alle öffentlich-rechtlichen Sender mussten den „Staatsanteil“ im Rundfunkrat auf 30 Prozent begrenzen.

Der Rundfunkrat ist neben dem Verwaltungsrat das wichtigste Entscheidungs- und Kontrollgremium im öffent-

lich-rechtlichen Rundfunk, er ist dafür verantwortlich, dass der Programmauftrag erfüllt wird und trifft letztlich auch die Entscheidung über den Etat (*siehe Kasten*). „Im *BR*-Rundfunkrat ist der Einfluss der CSU heute überschaubar, auch wenn staatsnahe Vertreter dort weiterhin über einzelne Verbände Einfluss ausüben können“, sagt Harald Stocker, der den BJV im Rundfunkrat vertritt. Er zählt sich zur Gruppe der „Grauen“, in der die Räte zahlreicher unabhängiger Verbände zusammenfinden. Ihr Einfluss hat mit der Reform zugenommen. Daneben gibt es die Gruppen der Konservativen und der Opposition.

Inzwischen geht der Druck auf die Sender von anderen Kraftquellen aus. Massiven Einfluss hat jetzt die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF). Sie legt im Vierjahresresturnus die Steigerungsraten für verschiedene Kostenarten wie etwa die Personalkosten fest und hat dem *BR* in den letzten Jahren einen massiven Spardruck auferlegt. In den Jahren 2014, 2016 und 2017 sah der Wirtschaftsplan Einsparungen von jeweils 20 bis 30 Millionen Euro vor, 2018 mussten weitere 9,7 Millionen Euro eingespart werden. Seit 2019 ist der Etat eingefroren, Kostensteigerungen mussten innerhalb des stagnierenden Budgets aufgefangen werden.

Das machte sich auch beim Tarifabschluss im November 2022 bemerkbar, der trotz einer Inflationsrate von über zehn

„Im *BR*-Rundfunkrat ist der Einfluss der CSU heute überschaubar.“

Harald Stocker, im Rundfunkrat für den BJV

Der Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat besteht aus sieben Mitgliedern, davon sind zwei Mitglieder qua Amt: Die Präsident*in des Bayerischen Landtags, derzeit Ilse Aigner (CSU), sowie die Präsident*in des Bayerischen Verwaltungsgerichtshofs (VGH), derzeit Andrea Breit. Weitere fünf Mitglieder werden vom Rundfunkrat gewählt; sie dürfen diesem Gremium nicht gleichzeitig angehören. Einer von ihnen ist der frühere BJV-Vorsitzende Dr. Wolfgang Stöckel. Vorsitzende des Verwaltungsrats ist Ilse Aigner als Landtagspräsidentin. Die Tätigkeit der Verwaltungsräte ist ehrenamtlich. Beschlüsse werden mit einfacher Mehrheit gefasst, bei Stimmgleichheit entscheidet die Stimme der Vorsitzenden. Die Sitzungen des Verwaltungsrates sind nicht öffentlich. Der Verwaltungsrat prüft unter anderem den vom Intendanten oder der Intendantin aufgestellten Vorschlag des Wirtschaftsplans sowie die Wirtschaftsrechnung. Er überwacht die Geschäftsführung des Intendanten oder der Intendantin.

Der Rundfunkrat

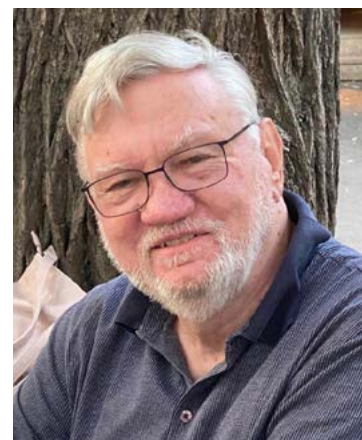
Stellung, Aufgaben und Organisation sind im Bayerischen Rundfunkgesetz geregelt. Der Rundfunkrat zählt insgesamt 50 Mitglieder, die von den in Art. 6 Absatz 3 festgelegten politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Gruppen für jeweils fünf Jahre entsandt werden. Unter ihnen ist Harald Stocker, Vorsitzender der BJV-Fachgruppe Rundfunk. Vom Bayerischen Landtag werden zwölf, von der Bayerischen Staatsregierung ein Vertreter entsandt. Die Amtszeit hat am 1. Mai 2022 begonnen. Der Rundfunkrat wacht über die Erfüllung des Programmauftrags. Dazu hat er umfassende Informations-, Beratungs- und Mitwirkungsrechte. So berät er den Intendanten oder die Intendantin bei der Gestaltung des Programms, aber auch bei allen anderen grundsätzlichen Fragen. Zu den Befugnissen zählen unter anderem die Genehmigung des Wirtschaftsplans, die Wahl des Intendanten oder der Intendantin sowie die Berufung von Direktor*innen, des Stellvertreters oder der Stellvertreterin des Intendanten und der Hauptabteilungsleiter*innen. (*mgo*)



Albrecht Frenzel Foto: Philipp Kimmelzwinger



Harald Stocker Foto: Günter Distler



Wolfgang Stöckel Foto: Christine Stöckel

Prozent nur eine lineare Erhöhung um 2,8 Prozent bescher- te. Ein Vorwurf lautet, die KEF habe diese Tarifverhandlungen beeinflusst. „Die KEF führt sich als dritte Tarifpartei auf. Im Klartext: Sie gibt vor, wie hoch die Tarifabschlüsse sein dürfen und maßt sich damit etwas an, was sie nicht darf. Das halte ich für gesetzeswidrig“, sagt Verwaltungsrat Dr. Wolfgang Stöckel. Die Kommission könne dem Sender zwar vorschreiben, dass und wieviel in der Summe einzusparen sei. Nicht aber, wie hoch die Gehälter der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausfallen dürften.

Diesen Vorwurf weist KEF-Geschäftsführer Tim Schönborn zurück. Die KEF mache keine Vorgaben zu Tarifabschlüssen der Rundfunkanstalten, sie „schreibt lediglich deren Personalaufwand (...) mit einer allgemeinen Steigerungsrate“ fort. Diese sei für die Finanzierungsperiode 2021 bis 2024 nach der Entwicklung im öffentlichen Dienst der Länder auf jährlich 2,5 Prozent festgelegt worden. Das bestätigt auch BR-Verwaltungsdirektor Albrecht Frenzel: „Die KEF erwartet von den Rundfunkanstalten, dass sie sich an den Tarifabschlüssen des Öffentlichen Dienstes orientieren. Weichen die Anstalten von diesen Benchmarks ab, kann die KEF Abschlüsse bei der Beitragsbemessung vornehmen. Das ist für die Rundfunkanstalten und ihre Tarifpartner eine Herausforderung.“

„Weiteres Sparen dringend nötig“

Großen Einfluss hat in Bayern der Oberste Rechnungshof (ORH), der die allgemeine Finanzsituation beim BR überprüft. In seinem letzten Bericht mahnt er steigende Personalkosten und eine Unterdeckung von 465 Millionen Euro bei der betrieblichen Altersvorsorge an. Deshalb sei bis 2024 „weiteres Sparen dringend nötig“, auch bei den Personalkosten. Der BR hält aktuell nur rund zehn Millionen Euro an Rücklagen bereit, in früheren Etats waren es noch 60 Millionen oder sogar 90 Millionen Euro. Dass der BR die Rücklagen, wie andere Sender auch, massiv abgeschmolzen hat, hat einen guten Grund. Und einmal mehr kommt hier die KEF ins Spiel.

„Der ORH verlangt sinngemäß, dass der BR mehr

Rücklagen bilden sollte. Aber dann bucht die KEF diese als Guthaben und zieht sie bei der Zuteilung neuer Mittel ab“, kritisiert Wolfgang Stöckel. Der Sender bekomme daher weniger Geld. Apart in diesem Zusammenhang: Christoph Hillenbrand, Präsident des Bayerischen Obersten Rechnungshofs, ist seit 2022 gleichzeitig Mitglied der KEF. Er wurde von Ministerpräsident Markus Söder als Sachverständiger benannt. Wie steht der BR dazu? Vorgaben bezüglich der Rücklagen mache der ORH nicht, so der stellvertretende Intendant Albrecht Frenzel. Es treffe aber zu, dass die KEF jede Beitragsanpassung davon abhängig mache, ob in der Finanzplanung noch liquide Mittel ausgewiesen würden, die auch zur Erfüllung des Programmauftrags herangezogen werden könnten. „Konkret heißt das, dass zum Ende jeder vierjährigen Beitragsperiode etwaige liquide Mittel aufgebraucht sein müssen oder aber in die Berechnung des neuen Beitrags einfließen.“

Und schließlich mischt auch die Politik kräftig mit, wenn es um die Zukunft der Sender geht. Die Staatskanzleien der Länder treffen sich in der Rundfunkkommission und erarbeiten Änderungen der Medienstaatsverträge. Am 20. Januar kam die Kommission in München zusammen und sprach sich für einen „Abbau von Mehrfachstrukturen“ durch Mantelprogramme und Kooperationen aus und forderte eine „Stabilisierung der Personalkosten“. Da ist sie wieder, die Einmischung in die Tarifautonomie.

Dabei ist die letzte Änderung des Medienstaatsvertrages noch nicht einmal von den Landesparlamenten abgesegnet.



Hinter der Recherche

„Die Grauen“ im BR-Rundfunkrat werden auch „die Kaktusgruppe“ genannt. Das geht auf den heutigen Abgeordneten und Landtagspräsidenten a.D. Alois Glück (CSU) zurück. Er soll einmal gesagt haben: „Mit den Grauen zu verhandeln ist wie einen Kaktus zu umarmen“.

VERSICHERUNGEN



NÜRNBERGER VERSICHERUNG

Ulrich Zeidner
Leiter Unternehmenskommunikation

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

KAMMERN



BAYERISCHE LANDESÄRZTEKAMMER

Pressestelle

Dagmar Nedbal
Leiterin der Pressestelle,
Bayerisches Ärzteblatt,
Internet

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

VERSICHERUNGS KAMMER

Claudia Scheerer
Pressesprecherin
Tel.: 089 2160 3050
Mobil: 0160 58 27 868
claudia.scheerer@vkb.de

Stefan Liebl
Stellvertr. Pressesprecher
Tel.: 089 2160 1775
Mobil: 0151 64 91 20 73
stefan.liebl@vkb.de

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de

ENERGIE



Dr. Christian Blümm

Bereichsleiter Marketing
und Kommunikation



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

Telefon +49 821 9002-360

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

BILDUNG / WISSENSCHAFT



**Hanns
Seidel
Stiftung**



Hanns-Seidel-Stiftung e.V.
Lazarettstraße 33 | 80636 München
Tel. (089) 12 58-473 | E-Mail: presse@hss.de

Hubertus Klingsbögl
Pressesprecher

www.facebook.com/HannsSeidelStiftung
www.twitter.com/HSSde
www.instagram.com/stiftungfuerdemokratie
www.youtube.com/HannsSeidelStiftung

www.hss.de

Im Dienst von Demokratie, Frieden und Entwicklung

N-ERGIE

Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

Michael Enderlein
Pressesprecher

Telefon 0911 802-58071
E-Mail: michael.enderlein@n-ergie.de
Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg, www.n-ergie.de

Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe BJVreport	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
2/2023	09. März	23. März	13. April
3/2023	01. Juni	22. Juni	10. Juli
4/2023	14. Sept.	28. Sept.	17. Oktober

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

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

bayerngas

Dirk Barz
Leiter Kommunikation & Marketing

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

📍 **Bayerngas GmbH**
Poccistraße 9
80336 München

ENERGIE

bayernwerk

Maximilian Zängl
 Leiter
 Unternehmens-
 kommunikation
 Pressesprecher

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

VERKEHR

VAG

Heiko Linder
 Leiter Konzernkommunikation

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

LEW

Lechwerke

**Ansprechpartner
 für die Presse**

Lechwerke AG • Schaezlerstraße 3
 86150 Augsburg • www.lew.de
 presse@lew.de
 Rufbereitschaft T +49 821 328-1651

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

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



**Verkehrsverbund
 Großraum Nürnberg GmbH**

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Manfred Rupp **Melinda Burmeister-Neuls**
 Tel. 0911 27075-43 Tel. 0911 27075-49
 manfred.rupp@vgn.de melinda.burmeister@vgn.de

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

FINANZEN



Genossenschaftsverband
 Bayern

Dr. Gerald Schneider
 Pressesprecher

Türkenstraße 22-24 · 80333 München
 Tel. 0 89/28 68-34 01 · Mobil: 0176/10 16 84 03
 Fax 0 89/28 68-34 05
 E-Mail presse@gv-bayern.de
 www.gv-bayern.de

Flughafen München GmbH

Hans-Joachim Bues
 Leiter Unternehmenskommunikation

Henner Euting
 Leiter Presse



Postfach 23 17 55
 85326 München
 Telefon [089] 975-4 10 00/-4 11 00
 Telefax [089] 975-4 10 06
 achim.bues@munich-airport.de
 henner.euting@munich-airport.de
 www.munich-airport.de



**Sparkassenverband
 Bayern**

Eva Mang
 Pressesprecherin
 Vorstandsstab

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

**Werden Sie
 Unterstützer**

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

UNTERNEHMEN



AUDI AG
Kommunikation
85049 Ingolstadt

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

Dirk Arnold
Leiter Kommunikation

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

Antje Maas
Unternehmen

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

Jörg Lindberg
Produkt, Technologie, Motorsport

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

UNTERNEHMEN

Leiter Communications

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



**BMW
GROUP**



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

Postanschrift
BMW AG
D-80788 München

Alexander Bilgeri
Kommunikation Personal, Produktion,
Einkauf, Nachhaltigkeit
Telefon: +49(0)89-382-19175
E-Mail: Alexander.Bilgeri@bmwgroup.com

Hausanschrift
BMW Haus
Petuelring 130
80788 München

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

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

StWN

Städtische Werke Nürnberg GmbH

Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

Elisabeth Seitzinger
Pressesprecherin
Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg
Telefon 0911 271-3613

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

DIEHL

Verw.-Betriebswirt (VWA)
Michael Prymelski
Generalbevollmächtigter Konzernkommunikation

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

wbg
Nürnberg
Immobilien

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

Dieter Barth
Leiter Unternehmenskommunikation,
Pressesprecher

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



Wir gestalten LebensRäume.



THOMAS WEIMANN
Leiter Unternehmenskommunikation

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

www.e-t-a.de

LEONI

LEONI AG
www.leoni.com
presse@leoni.com

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

Sven Schmidt
Standortkommunikation
0911 2023 - 467
sven.schmidt@leoni.com

Mark C. Schneider
Leiter Kommunikation & IR
0911 2023 - 435
mark.schneider@leoni.com

Marco Rüb
Fachmedien Bordnetze
09321 304 - 5284
marco.rueb@leoni.com

UNTERNEHMEN

St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg



Fachkompetenz
mit Kopf, Herz & Hand

Anja Müller

Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon 0911 5699-201

Telefax 0911 5699-447

Mobil 0171 5659262

anja.mueller@theresien-krankenhaus.de

Mommensenstraße 24

90491 Nürnberg

www.theresien-krankenhaus.de

VERBÄNDE



**BAUINDUSTRIE
BAYERN**

Dr. Josef Wallner, Dipl.-Volkswirt

Wirtschaftspolitik | Öffentlichkeitsarbeit

Bayerischer Bauindustrieverband e.V.

Oberanger 32/VI | 80331 München

Telefon +49 89 235003-33

Fax +49 89 235003-71

j.wallner@bauindustrie-bayern.de

www.bauindustrie-bayern.de

MESSEN/AUSSTELLUNGEN

Ist Ihr Eintrag noch aktuell?

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

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



WIR MACHEN MESSEN

Kathrin Redel
Pressereferentin

Juliane Heißer
Pressereferentin

**AFAG Messen und
Ausstellungen GmbH**

Messezentrum 1

90471 Nürnberg

☎ (0911) 9 88 33 - 555

☎ (0911) 9 88 33 - 245

✉ presse@afag.de

www.afag.de

IMPRESSUM**Herausgeber:**

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

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:

Michael Busch, 1. Vorsitzender, busch@bjv.de
Tel. 0171 7849276

Anschrift der Redaktion:

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

Redaktionsmitglieder:

Johannes Michel: jmichel@journalist-michel.de,

Maria Goblirsch: goblirsch@bjv.de

Thomas Mrazek: kontakt@thomas-mrazek.de

Autoren dieser Ausgabe:

Michael Busch (T, F), Michaela Schneider (T, F), Günter Schneider (F), Sophie Linckersdorff (F), Senta Krasser (T), Michael Lucan (F), Susie Knoll (F), Friedrich Bungert (F), Jalost Studios Hamburg (F), Ulrich Wagner (F), Raphael Geiger (F), Jens Hartmann (F), Uwe Völkner (F), Micho Haller (G), Thomas Mrazek (T), David Pierce-Brill (F), Benedikt Frank (T, F), Mathieu Asselin (F), Christian Teubig (F), Heike Rost (F), Markus Konvalin (F), Christiane Kappes (F), Stefan Gregor (F), Angelika Knop (T), Johannes Michel (T), Dietmar Modes (F), Maria Goblirsch (T, F), Philipp Kimmelzwinger (F), Günter Distler (F), Christine Stöckel (F), Lars Gräßer (F), Katrin Hupe (F), Thomas Geiger (F), Jens Schwarz (F), Jim Albright (F), Adre de Geare (F), Silvia Gralla (F), Angie Wolf (F), Enric Mammen (F).

Gestaltung: Mediaservice Rudi Stix

Titelbild: Sophie Linckersdorff

Verantwortlich für Anzeigen:

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

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

Auflage: 7000 Exemplare

Erscheinungsweise: zweimonatlich

Redaktions- und Anzeigenschluss für Ausgabe 2/2023: 12. März 2023

Erscheinungstermin: 13. April 2023

ISSN: 0947-8337

Copyright 2021 by BJV & Autoren

Druckerei:

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

„Wenn es leicht wäre, würde es jeder machen“

Der Anwalt Chan-Jo Jun kämpft seit acht Jahren vor Gericht gegen Hass im Internet. Morddrohungen und Klagen schüchtern ihn nicht ein

Von Maria Goblirsch

Mit seinem analytischen Blick, dem Ehrgeiz, Dingen auf den Grund zu gehen, und mit seinen kommunikativen Fähigkeiten wäre er sicher auch ein guter Redakteur geworden. Schon als Schüler interessierte sich Chan-Jo Jun für den Journalismus. Er berichtete als freier Mitarbeiter für die Würzburger *Main-Post* über lokale und regionale Ereignisse wie das Treffen des Geflügelzüchtervereins, von Stadtratssitzungen oder Festumzügen. Als in den 1990er-Jahren bei der mainfränkischen Zeitung die Internetredaktion entstand, gehörte er als Jurastudent zu den IT-Pionieren.

Den Studienbeginn beschreibt der heute 48-jährige Jun als „eher durchwachsen“. Doch dann geschah etwas, was alles veränderte. Chan-Jo Jun schnitt beim Ersten Juristischen Staatsexamen als Punktbester in ganz Bayern ab. Damit waren der Wechsel ins Juristische Fach und der Abschied vom Journalismus naheliegend. Erste berufliche Station war die Unternehmensberatung McKinsey, wenig später machte sich der in Niedersachsen geborene Jun 2011 mit einer auf IT- und Wirtschaftsrecht spezialisierten Kanzlei selbständig, die inzwischen 18 Anwält*innen beschäftigt.

Die Familiengeschichte prägt

Jun wirkt uneitel und fokussiert beim Gespräch in der Kanzlei. Den Cappuccino bereitet er selbst zu und erzählt dann von seinen koreanischen Eltern, die als Vertragsarbeiter in den 1960er Jahren nach Niedersachsen kamen. Sie entschieden sich, nach Süddeutschland zu übersiedeln, um dort eine neue Existenz aufzubauen, eröffneten in Würzburg den ersten Asialaden und später in Waldbüttelbrunn ein Restaurant. Die beiden Söhne gingen aufs Gymnasium, Jun studierte. Zuhause wurde nur Deutsch gesprochen, Koreanisch lernte er erst später in Abendkursen. Dieser familiäre Hintergrund habe ihn und vielleicht auch seinen Ehrgeiz geprägt, glaubt Jun.

„Das Internet darf kein rechtsfreier Raum sein,“ lautet sein Credo. Drei Jahre nach Gründung seiner Kanzlei zeigte Chan-Jo Jun den



„Jede unangenehme Erfahrung macht mich stärker“, sagt der Anwalt Chan-Jo Jun. Seine Publicity hat ihre Schattenseiten bis hin zu Morddrohungen.

Foto: Maria Goblirsch

Facebook-Gründer Mark Zuckerberg an, weil dieser zu wenig gegen Hass und „Fake News“ in seinen Netzwerken unternehme. Die Ermittlungen wurden zwar 2016 eingestellt. Aber ein erster Baustein war gesetzt.

Zur Jahreswende 2017 vertrat der Anwalt dann den Syrier Anas Modamani, der durch ein mit der früheren Bundeskanzlerin Angela Merkel aufgenommenes Selfie auf Facebook bekannt geworden war. Rechtsextremisten hatten den jungen Geflüchteten in ihren Posts in die Nähe von Terrorismus und Gewalttaten gebracht. Auch diesen Prozess vor dem Landgericht Würzburg verlor der Anwalt. Der Fall trug jedoch dazu bei, dass das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) entstand. Es besagt, dass sich Betreiber von Netzwerken in Deutschland an deutsches Recht halten müssen.

Vor einem Jahr gewann Jun schließlich in erster Instanz vor dem Landgericht Frankfurt einen Prozess gegen den Facebook-Mutterkonzern Meta. Die Richter sprachen der Grü-

nen-Politikerin Renate Kühnast 10.000 Euro Schmerzensgeld zu, da der Konzern nicht genügend gegen Postings mit falschen Zitaten unternommen habe (nicht rechtskräftig). Einen weiteren Sieg errang Chan-Jo Jun dann Ende Dezember 2022, als er den baden-württembergischen Antisemitismus-Beauftragten Michael Blume gegen Twitter vertrat (*siehe Infokasten*). Die Richter verurteilten den Messengerdienst, wahrheitswidrige Kommentare dauerhaft zu löschen.

Jun ist sein eigener PR-Berater

Spätestens seit dem Kühnast-Prozess ist Jun medial eine Größe, ein anwaltlicher „David gegen Goliath“, der sich nicht darum schert, wer mit welcher wirtschaftlichen Übermacht auf der Gegenseite steht. Professionell wie kaum ein anderer plant er seine PR-Strategie und seine Auftritte in TV-Sendungen, in Radio, Zeitungen und vor allem in den sozialen Netzwerken. „Litigation PR“, nennt sich das, eine Form von Pressearbeit, bei der die Kommunikation nach außen vor, während und nach juristischen Auseinandersetzungen gesteuert wird. Jun braucht dazu keine Spezialist*innen, er kennt die journalistischen Regeln selbst gut genug.

„Man hat einen Fall. Die Verstärkung entsteht dadurch, mit Porträts, Podcasts, Features, Reportagen sowie aktuellen Berichten und Kommentaren Interesse für diesen Sachverhalt und am Storytelling für den Prozess zu wecken“, erklärt Jun. Dazu brauche es ein perfektes Timing, nach dem die Storys von der Klage bis zur Urteilsverkündung in Szene gesetzt werden. Zweitens braucht es Protagonisten. Gute und böse. Auf der einen Seite etwa Michael Blume, CDU-Mitglied, Christ, von der jüdischen Gemeinde als Antisemitismus-Beauftragter vorgeschlagen. Auf der anderen Seite Elon Musk, der gerade Twitter gekauft und dann tausende von Mitarbeitern entlassen hat.

Jun weiß aus seiner Zeit als freier Mitarbeiter, wie wichtig es ist, Redaktionen rechtzeitig zu beliefern. Und er hat es noch drauf,

einen komplexen juristischen Sachverhalt auf den Punkt zu bringen, spannende O-Töne oder einen verständlichen Hintergrund zum Fall in exakter Länge zu produzieren. Das führt dazu, dass er in den Medien, vor allem auf Facebook, Twitter, Instagram oder über seinen YouTube-Kanal längst dauerpräsent ist.

Morddrohungen und Hass

Doch die große Publicity hat auch ihre Schattenseiten. In den letzten Jahren erhielt Chan-Jo Jun immer wieder Morddrohungen. Er wurde mit Hasskommentaren überzogen und im letzten Jahr rund ein Dutzend Mal von Protagonist*innen aus der rechten Szene verklagt. „Es ist nicht so, dass diese Klagen Aussicht auf Erfolg hätten. Es geht darum, mich einzuschüchtern. Das sind Disziplinierungsmaßnahmen, um mich vom Spielfeld zu drängen“, sagt er. Rund 10.000 Euro hätten ihn diese Prozesse schon gekostet, dazu jede Menge Arbeitszeit und Nerven.

Jun geht zum PC und lässt mich eine Drohmail lesen, die seine Kanzlei - nahezu wort- und zeitgleich mit der österreichischen Ärztin Dr. Lisa Maria Kellermayr – im Juli 2022 erhielt. Der Inhalt ist widerlich, abstoßend, angsteinflößend. Lisa Maria Kellermayr beging wenig später Suizid. Wie hält Jun das aus, wie schützt er sich?

Die strikte Abschottung des Privatlebens

ist Regel Nummer eins, kein Wort über die Familie. Aber auch das Kanzlei-Team bietet eine Angriffsfläche und muss geschützt werden. „Auch wenn man selbst immunisiert ist und sagt, ich halte das aus, dann laufen einem vielleicht die Mitarbeiter weg. Die sagen: ‚Ich will hier nur meinen Job machen und will nicht Angst haben müssen, dass hier irgendwann ein Irrer vorbeikommt und mir die Kehle durchschneidet‘“, schildert es der Anwalt. Man müsse auch sehen, was solche „bloßen“ Drohungen mit Menschen anrichten.

In letzter Zeit sei es mit Angriffen etwas ruhiger geworden, meint Jun. Auch, weil die Querdenkerszene etwas weniger präsent sei. Als im Juni 2022 und nach dem Suizid von Lisa Maria Kellermayr die Auseinandersetzungen auf Twitter ausarteten, deaktivierte Chan-Jo Jun seinen Account. „Ich merkte, dass ich mit sachlichen Argumenten nicht mehr ankam, nicht einmal mehr bei meinen juristischen Kollegen“, sagt er. Sechs Wochen später kehrte er jedoch zu Twitter zurück: Weil er es nicht aushielt, den Diskurs allein den „Hatern“ zu überlassen.

Der Anwalt betont, er habe dann seine eigene Einstellung geändert und für sich Regeln aufgestellt: „Ich schreibe weniger, ich beteilige mich nicht an Empörungswellen, analysiere nur noch sachlich. Ich habe früher oft selbst Öl ins Feuer gegossen. Das war nicht gut, egal ob berechtigt oder nicht“, räumt er ein. Habe

man 8300 Follower und greife jemanden an, so habe das auch eine Wirkung auf die angegriffene Person. Aus diesem Spiel müsse man sich rausnehmen. Heute sehe er seine Rolle darin, juristisches Wissen zum Diskurs beizusteuern.

Für sein Engagement gegen Hasskriminalität im Netz und für die Menschenrechte hat der Würzburger Anwalt zahlreiche Preise erhalten, die in einer Glasvitrine in seinem Arbeitszimmer zu sehen sind. „Es ist schön, Wirksamkeit und Anerkennung zu erleben“, so Jun.

Warum tut er sich den Stress weiter an, warum hört er nicht auf? „Wenn es leicht wäre, würde es ja jeder machen“, sagt er nachdenklich. Die große öffentliche Aufmerksamkeit sei „im Grunde ein Vorschuss gewesen, und den muss man sich erarbeiten, auch wenn das manchmal entbehrungsreich ist“. Am Anfang wisse man noch nicht, auf was man sich einlasse. Es habe leicht ausgesehen, die Öffentlichkeit zu mobilisieren. Dann aber sei es auch schon mit den ersten Morddrohungen losgegangen.

Teil des Spiels sei es eben auch, dass man Dinge aushalten müsse, für die es keinen Applaus gebe. Das alles koste einen erheblichen Preis. Aber: „Jede unangenehme Erfahrung macht mich stärker. Und es tröstet mich, dass mir jede dieser Erfahrungen beim nächsten Mal ein Stück weniger ausmachen wird.“

Twitter muss ehrverletzende Tweets löschen

LG Frankfurt: Auch sinngemäße Äußerungen sind zu entfernen

Baden-Württembergs Antisemitismusbeauftragter Michael Blume hat Ende Dezember 2022 vor Gericht gegen Twitter geklagt und in erster Instanz gesiegt. Der Religions- und Politikwissenschaftler hatte sich gegen verleumderische Tweets gewehrt, in denen ihm unter anderem ein Seitensprung mit einer Asiatin in New York vorgeworfen und behauptet wurde, er habe eine „Nähe zur Pädophilie“ und er habe im Netz Kontakt zu minderjährigen Userinnen gesucht. Blume verlangte, dass Twitter die entsprechenden Tweets dauerhaft zu entfernen habe, außerdem seien auch weitere sinngemäße Äußerungen anderer Nutzer zu löschen. Twitter weigerte sich.

Die Kernfrage lautet: Darf Twitter Unwahrheiten und Verleumdungen stehen lassen mit dem Argument, es sei ihm finanziell nicht zuzumuten, die Wahrheit herauszufinden? Oder muss der Messengerdienst reagieren und

löschen, sobald er von solchen Tweets erfährt? Blume wurde von dem Würzburger Anwalt Chan-Jo Jun vertreten. HateAid, eine gemeinnützige Organisation zur Unterstützung von Opfern von Online-Hassreden und -Kommentaren, finanzierte das Verfahren. Das Landgericht Frankfurt am Main entschied, die Tweets seien wahrheitswidrig und im sachlichen Zusammenhang auch rechtswidrig gewesen. Twitter habe zwar keine allgemeine Monitoringpflicht mit Blick auf seine rund 237 Millionen Nutzer*innen. Es müsse aber prüfen, wenn eine Persönlichkeitsverletzung beanstandet worden sei. Im konkreten Fall hätte Twitter daher die ehrverletzenden Äußerungen nicht mehr weiter verbreiten dürfen. Ebenso Tweets, die mit einer gewissen Abweichung einen „identischem Äußerungskern aufweisen“ (Az.: 2-03 O 325/22). „Das bedeutet, dass Twitter solche Inhalte

überall auf der Plattform umfassend und dauerhaft entfernen muss. Die Löschungspflicht erstreckt sich auch auf nicht gemeldete Tweets, die etwas anders formuliert sind, aber die gleiche Aussage treffen. Das ist eine Sensation, weil das nicht der bisherigen Übung entspricht, nur einen bestimmten Tweet oder eine bestimmte URL zu löschen“, kommentiert Anwalt Jun das Urteil. Er geht davon aus, dass die Moderation von gemeldeten Inhalten bei Twitter fast ausschließlich durch Algorithmen erfolge. Das funktioniere bei bestimmten unerwünschten Begriffen oder Schimpfwörtern, nicht aber bei unwarhen Tatsachenbehauptungen, Verleumdungen oder Hetze, da es hier auf die konkrete Formulierung und den Kontext ankomme. Hier müsse ein Mensch recherchieren und entscheiden, ob ein Tweet entfernt werden muss. Das Urteil ist nicht rechtskräftig. Twitter hat Berufung eingelegt. (mgo)

Hit Radio N1 bereits zum fünften Mal Preisträger

Das Radiosiegel erhalten Sender für gute Ausbildung. Was diese auszeichnet

Von Johannes Michel

Erfolg für die bayerischen Radiosender. Beim sechsten, von der Grimme-Akademie organisierten, RadioNetzwerkTag wurden mehrere bayerische Stationen für gute Ausbildung mit dem Radiosiegel ausgezeichnet. Mit dabei ist auch *Hit Radio N1* – nicht zum ersten Mal. Was macht die Ausbildung beim Nürnberger Sender besonders?

„Unsere Ausbildung ist eine klassische Hörfunkausbildung mit vielen crossmedialen Elementen wie Video und Social Media. Auch die Vermittlung der digitalen Strategie von *Hit Radio N1* steht im Mittelpunkt“, erklärt Jörg Dippold, Chef vom Dienst. „Wir setzen zudem auf eine permanente Betreuung und zum Beispiel regelmäßige Airchecks durch die Programmleitung und externe Berater.“ Und das zahlt sich aus. *Hit Radio N1* holt sich das Radiosiegel schon zum vierten Mal in Folge – und insgesamt zum fünften Mal.

Eine Fachjury vergibt den seit dem Jahr 2011 ausgelobten Preis, nominiert werden die Sender aber von den Volontär*innen selbst. Die honorieren damit einen gelungenen Start ins Berufsleben – und bekommen zudem die Chance, mit ihren Ausbilder*innen den Preis beim RadioNetzwerkTag in Frankfurt am Main entgegenzunehmen. Die Einladung zu einer mehrtägigen Medien-Exkursion nach Berlin mit Workshop gibt es obendrauf.

Auch die Bezahlung ist ein Kriterium

„Wichtig ist uns die Vermittlung von fundiertem Radiogrundwissen und die Reflexion über Grundlagen des Journalismus wie Verantwortung und Ethik, Objektivität und Wahrheit, das Spannungsfeld zwischen Journalismus und Public Relations und zwischen



Viele strahlende Sieger*innen bei der Verleihung des Radiosiegels 2022. Foto: Lars Gräber

den Ansprüchen von Werbekunden und redaktioneller Freiheit“, so Dippold weiter. Im Schnitt gibt es bei *Hit Radio N1* zwei Volontär*innen, die die zweijährige Ausbildung durchlaufen. Bereits seit 30 Jahren wird hier ausgebildet – mit mehreren Stationen im Funkhaus Nürnberg. Das bedeutet auch: Die Chancen auf Übernahme nach der Ausbildung sind gut. „Hier ist immer auch ein Wechsel zu unseren anderen drei terrestrischen Funkhaussendern (*Charivari* 98.6, *Gong* 97.1 und *Radio F*) eine Option. Aktuell sind bei *Hit Radio N1* vier ehemalige Volontär*innen als festangestellte Redakteur*innen tätig sowie bei *Radio F* eine weitere ehemalige *N1*-Volontärin.“

Für Volontariats-Workshops arbeitet der Sender mit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) zusammen. Mit Markus Heldmann gibt es zudem einen professionellen Sprecherzieher, der einmal monatlich sowohl einzeln als auch in der Gruppe seine Erfahrungen weitergibt. Aber nicht nur die Ausbildung an sich, sondern auch die angemessene Bezahlung ist eines der Kriterien, das die Preisträger*innen erfüllen müs-

sen. „Mit diesem zusätzlichen Kriterium setzt das Radiosiegel einen wichtigen Impuls. Nur wer auch anständig zahlt, wird Talente gewinnen und halten können“, erklärt Dr. Thorsten Schmiege, Präsident der BLM.

Aber nicht nur *Hit Radio N1* hat einen Preis erhalten. Die bayerischen Radiosender schnitten bei der Verleihung diesmal sehr gut ab – Radiosiegel-Träger 2022 sind auch *Antenne Bayern* (Ismaning), die Dienstleistungsgesellschaft für Bayerische Lokal-Radioprogramme (BLR, Garching bei München), *Radio 8* (Ansbach) und *Radio Gong* 96.3 (München). Erstmals wurden *Antenne Bayern* und *Radio 8* mit dem Radiosiegel ausgezeichnet. *Radio Gong* 96.3 und die BLR erhalten es bereits zum dritten Mal.

Hintergründe zum Radiosiegel

Die Volontär*innen selbst schlagen ihre Sender für das Radiosiegel vor. Die Entscheidung über die Preisträger*innen fällt dann eine Jury. Sie besteht aus Jörg Bollmann, Geschäftsführer und Direktor des Gemeinschaftswerks der Evangelischen Publizistik in Frankfurt, Dennis Horn, Moderator und Autor sowie Digitalexperte für mehrere Sendungen in der ARD und Mitglied des Podcast-Teams des Medienpodcasts „Was mit Medien“, Waltraud Riemer, Redaktionsleiterin im Agenturbereich in Volo- und VJ-Ausbildungen sowie freie Reporterin, und Klaus Kranewitter, Programm- und Ausbildungsleiter des Münchner Aus- und Fortbildungsangebots M94.5. Das Radiosiegel geht zurück auf eine Initiative von Landesmedienanstalten, Verbänden, Institutionen und Ausbildungseinrichtungen. Der Initiative gehören unter anderem die BLM und auch der BJV an.



Gutes Handwerk, Schnelligkeit und viel Fleiß

Mit *fussball.news* kann der Münchner Daniel Michel in der Bundesliga mitspielen

Ob er nach der zumindest für Deutschland ziemlich enttäuschenden Fußball-WM nicht deprimiert sei, möchte ich beim Treffen mit Daniel Michel gleich zum Einstieg wissen. Der sportliche Frust sowie Ärger und Groll über das umstrittene Austragungsländ Katar und den dubiosen Fußballverband FIFA bei Fans, Medien und Werbetreibenden könne sich doch nur negativ auf sein Geschäft auswirken. Michel, Jahrgang 1981, betreibt in München seit 2015 das werbefinanzierte Nachrichten-Portal *fussball.news*, das sich überwiegend der ersten Bundesliga widmet.

Er habe schon viel im Fußball, in 17 Jahren Journalismus (unter anderem bei den Online-Angeboten von *Sport1* und *Eurosport*) und eben mit seinem eigenen Portal erlebt. Sportlich sei es die beste Weltmeisterschaft mit „dem besten Finale ever“ gewesen, sagt er, und weiter: „Ich lebe 24 Stunden Fußball. Wir hatten mit *fussball.news* das beste Jahr unserer Geschichte, und für 2023/2024 erhoffe ich mir weiter steigende Klickzahlen.“ Und so schaut er auf die Stimmungslage mit Blick auf sich wie seine Arbeit gelassen. Auf seinen Erfahrungsschatz und das Gefühl für das Metier greift er täglich zurück, schließlich zählen hier vor allem Schnelligkeit und Effizienz. Die Idee, ein Portal für Fußball-Nachrichten zu gründen, kam ihm 2015 eines Morgens in der U-Bahn. Als er um 6.30 Uhr durch München fuhr, wollte er auf seinem Smartphone die neuesten Nachrichten rund um den Fußball lesen – musste aber feststellen, dass zu dieser frühen Stunde noch keine im Netz standen.

Die Idee für das Portal *fussball.news* war geboren, neben der Seite gründete er die Absolut Fußball GmbH und startete mit der Vorgabe „Die Nummer eins in Deutschland mit den schnellsten Fußball-Nachrichten am Morgen“ zu werden, ergänzt durch Hintergrundstücke und Interviews. Doch er hatte sich übernommen. Die ersten zehn Monate seien „die Hölle“ gewesen, erzählte er 2017 bei einer BJV-Veranstaltung. So ziemlich alles, was schief laufen konnte, sei auch schief gelaufen. „Nach meinem Businessplan hätte ich schon längst zusperrern müssen.“ Doch mit täglichem Aufstehen um 5.30 Uhr, wenig Schlaf und zehn freien Mitarbeitenden habe er es geschafft, seine Abrufzah-



Daniel Michel präsentiert sein neues Portal *spielerfrauen.news*. Foto: Katrin Hupe / bhp-design München

len kontinuierlich zu steigern und für Werbeeinnahmen zu sorgen.

Dass er gleich zum Start eine GmbH gründete, hält er für wichtig. Das signalisiere Geschäftspartnern wie Vermarktern, dass es sich um ein seriöses Unternehmen handle. Dass er gleich mit 30 freien Mitarbeiter*innen startete, sei einer seiner größten Fehler und einfach nicht zu finanzieren gewesen. Da habe er viel Lehrgeld bezahlt. Mittlerweile habe er ein Stammteam von fünf freien Mitarbeitern, Frauen täten sich diesen Job bislang eher nicht an. Schwierig sei es zunächst auch gewesen, einen guten Werbevermarkter als Partner zu finden. Das hat sich längst geändert.

Spielberichte bringen keine Klicks

Das Prinzip der *fussball.news* erscheint gewagt, so vermisst man als Besucher der Seite die klassischen Spielberichte, Liveticker und Tabellen: „Spielberichte bringen uns keine Klicks“, erklärt Michel. Die Inhalte seines Angebots finden die Nutzer vor allem über die *OneFootball-App*, unter deren Dach einige Portale ihre Inhalte präsentieren. Spielberichte deckt ein anderes Portal ab. Bei der WM wurden vorwiegend Zitate von Spielern aus Internet-Quellen als Artikel aufbereitet. „Wir haben uns eher auf Reaktion fokussiert, was sagt der Spieler nach dem Match“, erklärt Michel. Vor den Spielen erfolge eine normale Berichterstattung, die beispielsweise

se auf Pressekonferenzen basiert. „Man muss immer effizient denken“, betont Michel. Die Nutzer würden zumeist mehrere Portale und Apps für ihre speziellen Interessen haben. Für sein Portal bliebe auch im Angebot der Branchengrößen wie etwa *Kicker.de* oder *Sport1* noch genug übrig: „Wenn zum Beispiel ein Spieler wie Joshua Kimmich nach der WM sagt, er falle in ein Loch, bringt uns diese Nachricht über 100.000 Leser.“ Freilich müsse man dabei immer unter den Ersten sein, die solche Nachrichten kuratieren und über die App pushen.

Journalistisch biete man auch Einordnungen, Analysen und Prognosen. Zumeist werden die Inhalte von ihm und seinen Kollegen ziemlich schnell zweitverwertet. Zu urheberrechtlichen Streitigkeiten sei es bisher nicht gekommen, betont Michel, der viel Wert auf fairen Journalismus sowohl unter Kolleg*innen als auch gegenüber den Nutzer*innen legt. Mittlerweile gäbe es 50, 60 Portale, die ähnlich arbeiten. Das Wichtigste sei nach wie vor, „dass wir in der Frühe zwischen 6 und 9 Uhr News bieten“, auch abends nach 19 Uhr lege einer seiner Mitarbeiter los und poste mehrere Artikel. Die Erfolgsgeheimnisse seien dieser „Zeit-Gap, das fachliche Wissen und Handwerk sowie unheimlich viel Fleiß“. Seine Mitarbeiter erfüllen diese Maximen und arbeiten in Teilzeit und aus dem Homeoffice für ihn, einige sind schon seit fünf Jahren dabei.

Jeden Tag finde „ein Kampf um die Klicks statt“, ein Stammpublikum habe man nicht, „weil wir nicht emotionalisieren“. Vor allem User*innen unter 25 Jahren nutzten das Angebot bei *OneFootball*. Gemächlicher geht es bei einem zweiten Portal zu, das Michel Ende 2022 startete: *spielerfrauen.news*, hier „dreht sich alles rund um die Lebensgefährtinnen der Fußballstars“. Diese Seite soll sich zu einem zweiten, ruhigeren Standbein für den flinken Nachrichtenmacher entwickeln. Michel hat immer an seine Idee geglaubt, wenn es Rückschläge gab, habe er nach neuen Lösungen gesucht. Schwierige Phasen habe es immer wieder gegeben, er hatte Schulden für das Portal, aber ans Aufgeben habe er nie gedacht. Er will weiter in der Bundesliga mitspielen.

Thomas Mrazek



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

Über den Tellerrand geschaut

Die „Briefträger des Rundfunks“

In 1700 Metern Höhe verhindern Sendertechniker des BR auf dem Grünten Programmausfälle. Zur Arbeit geht es morgens mit der Seilbahn

Von Michaela Schneider

Es ist frostig an diesem Morgen im Dezember. Minus 11 Grad Celsius meldet das Thermometer im Tal. Ein Stück unterhalb des Grüntengipfels – Einheimische nennen den Berg aufgrund seiner Lage nördlich der 2000er gern den „Wächter des Allgäus“ – dürfte es noch ein paar Grad frischer sein. Dort ragt in 1700 Metern über Normalnull der 98 Meter hohe Sendemast des Bayerischen Rundfunk gen Himmel und versorgt das südliche Bayerisch-Schwaben sowie weite Teile der Region Bodensee-Oberschwaben in Baden-Württemberg mit Hörfunk und Fernsehen. Mitbenutzt wird der Mast auch von verschiedenen Mobilfunkbetreibern.

Hier befindet sich allein aufgrund der Lage ein außergewöhnlicher Arbeitsplatz: Im Gebäude mit einer Fläche von mehr als 2000 Quadratmetern in 134 Räumen auf vier Stockwerken arbeiten im Auftrag des BR vier Sendertechniker und eine Sendertechnikerin, ein Seilbahnbetriebsleiter mit zwei Stellvertretern sowie ein Haustechniker. Vom hier aus sind die Mitarbeiter*innen neben der Station am Grünten für 13 weitere Sendestationen zwischen Lindau, Ulm und Hohenpeißenberg zuständig.

Sie seien, sagte ein früherer Betriebsleiter gern, so etwas wie die „Briefträger des Rundfunks“. Kommt es irgendwo im Zuständigkeitsgebiet zu einer Störung, schrillt im Gebäude auf dem Grünten ein Alarmton. Dann ist es zentrale Aufgabe der Sendertechniker, sofort zu reagieren mit dem obersten Ziel, Programmausfälle zu verhindern. Mal hängen sich Geräte auf, mal kommt es zu elektronischen Fehlern, zu einer Unterbrechung der Stromversorgung oder auch



Vom südlichen Oberallgäu aus werden das südliche Bayerisch-Schwaben sowie weite Teile der Region Bodensee-Oberschwaben in Baden-Württemberg mit Hörfunk und Fernsehen versorgt.

Fotos: Michaela Schneider

einer defekten Senderantenne. Erst am Vortag war wohl ein Verstärker in Memmingen kaputt und in Marktwald bereitete ein Steuersender Probleme. Davon merkt der Endnutzer in den meisten Fällen nichts. Die Arbeit hier oben ist so

„Unsere Aufgabe war und ist es, die Programme in guter Qualität zu den Menschen zu bringen.“

Sendestationsleiter Reinhold Kutter

komplex, dass es um die zwei Jahre dauert, ehe neue Mitarbeitende die Rufbereitschaft übernehmen können.

Mit der BR-eigenen Seilbahn geht es aber zunächst einmal auf den Grünten hoch. Eine vereiste Dachlawine hat den Gang von der Seilbahn ins Gebäude in eine Art Eistunnel verwandelt. Im Haus wartet Sendestationsleiter Reinhold Kutter. Von der Kälte ist hier nichts zu spüren, nahezu das ganze Gebäude wird

über die Abwärme der Gerätschaften gewärmt. Die Aussicht reicht vom Bürofenster des Stationsleiters aus über Sonthofen ins Illertal. Ehrlich gesagt, gesteht er, falle ihm nur noch auf, wie schön sein Arbeitsplatz eigentlich sei, wenn er darauf angesprochen werde. Das erstaunt nicht: Schon seit 1988 arbeitet er auf dem Grünten, Stationsleiter ist er seit 15 Jahren. Eine Ausbildung explizit zum Sendertechniker gibt es nicht. Die Basis sollte „etwas Elektronisches“ sein, über Fortbildungen wird beim BR das nötige Spezialwissen vermittelt. Kutter hatte, ehe er zum Bayerischen Rundfunk ging, als Radio- und Fernsehetechniker im

Handwerk in Kempten gearbeitet.

„Unsere Aufgabe war und ist es, die Programme in guter Qualität zu den Menschen zu bringen“, sagt der 56-Jährige. Über die Jahre habe sich das Berufsbild dennoch deutlich verändert, statt analoger Technik und Handarbeit sei heute in jeden Sender ein eigener Computer eingebaut, regelmäßig seien elektronische Fehler zu beheben. „Und es geht darum, das Vorhandene zu pflegen, etwa indem man aktuelle Konfigurationen vornimmt.“ Zwei weitere Veränderungen der letzten Jahre sind für Kutter aber weitaus gravierender: Zum einen die Erweiterung auf DAB+. Zum anderen ist das zu betreuende Gebiet deutlich größer geworden – und gleichzeitig arbeiten die Sendertechniker seit diesem Winter nicht länger im Schichtdienst.

Ein Blick in die Historie. Einen ersten Sendeturm hatte der BR bereits 1951 errichtet. 1956 erfolgte für die Ausstrahlung der ersten Fernsehprogramme eine Aufstockung auf 38 Meter Höhe, 1961 wuchs er weiter zur heutigen Größe. Die BR-Seilbahn indes wurde erst



Reinhold Kutter überprüft, ob die Sender korrekt arbeiten. Das geschieht heute zu großen Teilen via Computer.



Ungewöhnlicher Weg zur Arbeit: Mit der BR-eigenen Seilbahn fahren die Sendertechniker morgens auf den Grünten.

1971 gebaut. Bis dahin mussten die Mitarbeiter mühsam auch bei Schnee auf den Berg marschieren. Zeiten, die Reinhold Kutter so nicht mehr erlebte? Ja und Nein. Bei Sturm kann es auch heute noch passieren, dass die Seilbahn still steht. Weil dies vor allem im Winter vorkommt, arbeiteten die Sendertechniker noch bis voriges Jahr im Schichtdienst. Eine Schicht dauerte acht Tage, übernachtet wurde oben am Berg. Entsprechend wohnlich sind Bereiche der Senderstation eingerichtet. Über dem Esstisch erinnern hölzerne Schneeschuhe an den mühsamen Arbeitsweg der ersten Sendertechniker-Generation.

Den ersten Winter kein Schichtdienst

„Es ist die erste Wintersaison, die wir nicht rund um die Uhr oben am Berg sind“, sagt Kutter. Der winterliche Arbeitsdienst dauert nun stattdessen von 8 bis 17.15 Uhr, jeweils ein Mitarbeiter hat nachts Rufbereitschaft. Ob dadurch Senderausfälle zunehmen werden, kann der Stationsleiter zum jetzigen Zeitpunkt nicht sagen, Hauptsturmzeit sei im Frühjahr. Hinzu kommt: Seit November ist das Grüntenteam für vier weitere Sendestationen im Oberbayerischen verantwortlich, über die Jahre wuchs das Zuständigkeitsgebiet deutlich an. Als Reinhold Kutter 1988 für den *Bayerischen Rundfunk* zu arbeiten begann, betreute das Team einzig den Grüntensender. Entsprechend länger dauern kann es heute, bis einer der Techniker vom Oberallgäuer Grünten aus beim Problem vor Ort ist.

Warum die Branche die Abschaltung des analogen UKW anstrebt und eine komplette Umstellung auf den digitalen Nachfolger DAB+ favorisiert, wird beim Rundgang durch

die Technikräume greifbar. Während über ein UKW-Sendegerüst und eine Frequenz genau ein Programm ausgesendet werden kann, sind es bei DAB+ pro Sendegerüst gleicher Größenordnung um die zehn Programme. „Wir brauchen deutlich weniger Sendeleistung für die Digitaltechnik“, erklärt Kutter. Deshalb sei sie energietechnisch und vom Aufwand her viel effizienter.

Ob in den Technikräumen mit den Sendern, im Schaltraum mit Hochspannungstrafos oder im Raum mit Aggregaten zur Notstromversorgung: Überall wird klar, warum es so gut wie nie zu Programmabbrüchen kommt, denn für jede Eventualität gibt es einen Plan B oder auch C. So führen zum Beispiel immer zwei Leitungen vom Sender zur Antenne hoch. Beide sind ständig in Betrieb, fällt eine aus, kann auf die andere ausgewichen werden. Und auch im Außenbereich zeigt Kutter etwa Empfangsantennen der Nachbarsender, auf die umgeschaltet werden kann, kommt es auf dem Grünten zu Ausfällen. Wenn etwas kaputt sei, sagt er, müsse sein Team immer erstmal fürs Provisorium sorgen.

So anders als andere Arbeitsplätze sei die Sendestation auf dem

Grünten eigentlich nicht, meint er mit einem Schulterzucken. Und dann erzählt er im Laufe des Rundgangs doch von Ereignissen, die ein Städter im Arbeitsalltag kaum erleben dürfte: Von Kugelblitzen, die früher sichtbar durchs Gebäude fuhren, von Schichtwechseln zu Fuß oder von einem Hangrutsch Anfang der 90er

Jahre, der die Stromversorgung aus dem Tal mehrere Tage lahm legte. Und als ein Sturm seinerzeit das Blechdach beschädigte und es ins Gebäude regnete, sei es gut gewesen, dass es danach kalt wurde: Dadurch froh das Dach zu und es drang kein weiteres Wasser ein.

Arbeiten mit Absturzgefahr

Und schließlich zeigt Reinhold Kutter noch ein anderes: In einem eigenen Raum wurde der Zylinder des Sendemasts nachgebaut, um für den Notfall Rettungen zu üben. Das Rettungskonzept mit Seilen ist dabei ein besonderes, weil im Zylinder kein Metall verbaut sein darf. Tatsächlich muss, wer als Sendertechniker auf dem Grünten arbeiten will, die „G41“ bestehen – eine arbeitsmedizinische Eignungsuntersuchung der körperlichen Gesundheit von Beschäftigten, die Arbeiten mit Absturzgefahr ausüben. Mit den zweijährlichen Routinekontrollen am Sendemast

wird zwar eine externe Firma betraut. Für den Ernstfall aber sind Reinhold Kutter und sein Team gewappnet.



Auf dem Grünten ragt in 1700 Metern Höhe über Normalnull der 98 Meter hohe Sendemast des *Bayerischen Rundfunk* gen Himmel.

Medien brauchen Freiheit

mit Sonderpreis
Ukraine

Bundesweiter Wettbewerb zum Tag der



Einsendeschluss: 12. April 2023

Eine demokratische Gesellschaft funktioniert nur mit einer freien Presse. Deshalb vergibt der **Bayerische Journalisten-Verband (BJV)** einen Preis zum **Tag der Pressefreiheit 2023**. Ausgezeichnet wird ein journalistisches Werk (Karikatur, Foto, Video-/Audioclip oder Text), das sich herausragend mit dem Wert der Pressefreiheit auseinandersetzt. Nähere Informationen finden Sie unter: [bjv.de/pressefreiheit2023](https://www.bjv.de/pressefreiheit2023)

www.bjv.de

facebook.com/bjvde

twitter.com/bjvde

BJV

Bayerischer
Journalisten-Verband
e.V.

„Aus”gebildet

Ein Standpunkt von Michael Busch

Luisa ist Volontärin bei einem Radiosender. „Ich mache das, was alle machen, bekomme aber weniger Geld.” Pietro ist Volontär bei einem Reichweitenportal. „Zwei Tage Einweisung in die Programme, seitdem bin ich ein Content-Schubser.” Ferdinand ist Volontär bei einer Tageszeitung. „Seit 14 Monaten in einer kleinen Lokalredaktion und manchmal sogar als Einziger hier vor Ort.”

Die Namen sind fiktiv, leider jedoch nicht die Zu- und Umstände des Volontariats. Wir müssen in der Branche dringend über das Thema Ausbildung reden. Für immer noch zu viele Medienhäuser ist sie ein Freibrief, junge Menschen als billige Arbeitskräfte in den Redaktionen einzusetzen. Manchmal garniert mit ein oder zwei Grundkursen an journalistischen Ausbildungsstätten. Doch ist das nicht mehr als ein Feigenblättchen, mit dem nach außen postuliert werden soll: Man verfare doch anständig und nach dem tarifvertraglich festgelegten Anspruch der Volontär*innen auf festgelegte Ausbildungsinhalte.

Dieser ist zum einen (bis auf den Zeitschriftensektor) nicht allgemeinverbindlich; und zum anderen macht der Teil der „externen Ausbildung“ nur einen winzigen Part des Vertragswerks aus. Mit anderen Worten: Es gibt viele Lücken und Schlupflöcher, die von Ausbildungsbetrieben genutzt werden können. Und so verlassen Jahr für Jahr Volontär*innen aller Mediengattungen Häuser, deren Ausbildungsbandbreite kaum zu überblicken ist.

Dabei soll in den zwei Jahren Ausbildung der Volo in verschiedenen Abteilungen und Redaktionen ausgebildet werden. Im Tarifvertrag steht: „Im Idealfall lernt er so den gesamten Ablauf einer Redaktion und die von ihr zu erfüllenden Aufgaben kennen. Während der Ausbildung sollen mindestens drei Ressorts durchlaufen werden, wobei Lokales (Nachrichten) und Politik verpflichtend sind und durch ein drittes Ressort nach Wahl, zum Beispiel Wirtschaft, Sport oder Kultur, ergänzt werden. Es besteht während des Volontariates ein Anspruch auf einen oder mehrere insgesamt vierwöchige überbetriebliche Bildungsabschnitte sowie einen in der Regel zwei-

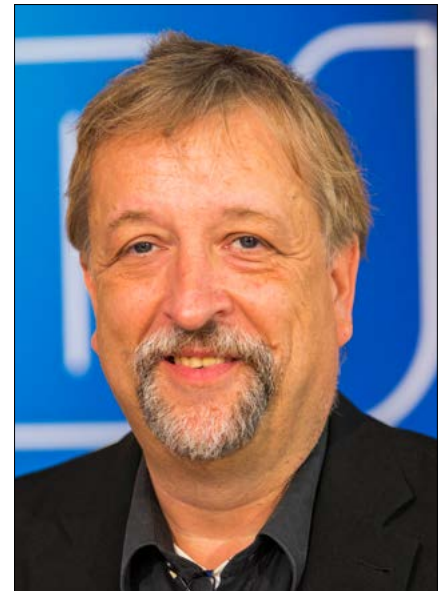
wöchigen innerbetrieblichen Bildungsabschnitt.“ Kurz aufgelacht, denn diesem Anspruch werden viele Häuser nicht gerecht.

Digitale und analoge Bereiche werden als Antipode wahrgenommen und vermittelt. Instagram und Podcast sind Fremdworte, selbst das gemeinsame Redigieren von Texten ist oft nicht Selbstverständlichkeit, sondern Ausnahme. Wenn dann noch Kolleg*innen dazu kommen, die den Modus des Herrschaftswissens in sich tragen und so wenig Information wie möglich oder nötig weitergeben wollen, muss es einem Angst und Bange um die nächste Journalist*innen-Generation werden.

Ein solches Handeln ist verantwortungslos. Betriebe stellen Menschen ein, die oft nach einem (langen) Studium noch eine weitere, in der Regel 24-monatige Ausbildung auf sich nehmen. Statt ihnen so viel Wissen wie möglich zu vermitteln, werden sie als billige Arbeitskräfte missbraucht. Und dann wundern sich vermutlich genau diese Betriebe, dass die jungen Leute nach der Ausbildung recht schnell wieder verschwinden. Sie wundern sich, dass so wenig Menschen den Traumjob Journalist*in ergreifen wollen und klagen über Fachkräftemangel.

Vielleicht sollten sie selbst noch einmal ganz vorne anfangen und sich zu echten Ausbilder*innen ausbilden lassen. Dann klappte es auch mit den Volontär*innen.

P.S.: Diejenigen, die vernünftig ausbilden, sind natürlich nicht angesprochen. Aber schreibt uns doch mal, wie Ihr Eure Volos begeistert und mitnimmt.



Michael Busch
ist Vorsitzender des Bayerischen Journalisten-Verbands – und Ausbildungsredakteur bei der Mediengruppe Oberfranken Foto: Thomas Geiger

„Bayern muss von Rückforderungen der Corona-Soforthilfe absehen“

In einem Schreiben weist der BJV auf die prekäre Lage der Freien hin

Viele freie Journalistinnen und Journalisten erreichte im Dezember überraschend Post vom bayerischen Wirtschaftsministerium (StMWi). Sie wurden aufgefordert, ihre Umsätze während der Bezugszeit für die sogenannte Corona-Soforthilfe online zu erfassen. Die Folge für viele Freie dürften hohe Rückzahlungsforderungen sein. Dabei hatte das Bayerische Wirtschaftsministerium eine allgemeine Überprüfung der Corona-Soforthilfe von bis zu 5000 Euro zuvor ausgeschlossen. Viele Solo-Selbstständige hatten sich darauf verlassen, dass diese, wie zunächst von der Politik suggeriert, nicht zurückgezahlt werden müsse.

Der Bayerische Journalisten-Verband hatte bereits vor Weihnachten Ministerpräsident Markus Söder und Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger auf die fatalen Folgen hingewiesen. „Unsere freiberuflichen Kolleginnen und Kollegen haben sich von der Corona-Krise kaum erholen können. Durch die hohe Inflation und immer neue Sparmaßnahmen journalistischer Medien sind die finanziellen Polster bei vielen aufgebraucht“, sagt der BJV-Vorsitzende Michael Busch. Die bayerische Regierung müsse davon absehen, die betroffenen freien Journalist*innen durch Rückzahlungen zusätzlich zu

belasten. „Diese bedrohen Existenzen und letztendlich auch die Medienvielfalt in Bayern, wenn sich Solo-Selbstständige den Journalismus als Beruf nicht mehr leisten können“, so der Verbandsvorsitzende.

Derzeit ist nicht absehbar, ob eine positive

politische Lösung, für die der BJV sich einsetzt, gefunden werden kann. Ebenso gibt es zu den Rückforderungen noch keine Präzedenzurteile in Bayern. *Benedikt Frank*



www.bjv.de/corona-soforthilfe

Was Betroffene jetzt tun sollten

Betroffen ist, wer von März bis spätestens 31. Mai 2020 die Corona-Soforthilfe beantragt hat. Tendenziell haben diejenigen, die vor dem 31. März Corona-Soforthilfe beantragt haben, bessere Chancen, keine Rückzahlung leisten zu müssen, wenn sie ein entsprechender Bescheid erreicht, da bis zu diesem Zeitpunkt der „Liquiditätsengpass“ noch nicht genauer definiert war. Es spielen jedoch bei allen Anträgen, auch vor dem 31. März, zahlreiche individuelle Faktoren wie zum Beispiel das private Vermögen im Antragszeitraum eine Rolle in der rechtlichen Bewertung. Um die möglichen Folgen für sich abschätzen zu können, sollten Betroffene den Betrag der möglichen Rückforderung berechnen (vom StMWi „Überkom-

pensation“ genannt). Auf der Website des StMWi gibt es eine Berechnungshilfe. Zur eigenen Absicherung sollte man unbedingt Rücklagen für eine entsprechende Rückforderung bilden, sofern man dazu in der Lage ist.

Für die Rückzahlung und -meldung ist eine Frist bis zum 30. Juni 2023 gesetzt. „Sollte dies aufgrund der besonderen wirtschaftlichen Situation nicht möglich sein“, heißt es in der FAQ, „besteht die Möglichkeit, bis Juni 2023 einen Teilbetrag anzusparen und ab Mitte Juni 2023 im begründeten Einzelfall Ratenzahlung für den Restbetrag zu beantragen.“

Bei weiteren Fragen können sich betroffene BJV-Mitglieder an *rechtsberatung@bjv.de* wenden.

Weltverknüpfertin und Kosmopolit

Die Journalistin Deniz Aykanat (*Süddeutsche Zeitung*, Bayern-Teil) und der freie Journalist Karl Stankiewicz wurden mit den Ernst-Hoferichter-Preisen 2023 in Höhe von je 5000 Euro ausgezeichnet. Die Jury würdigte Aykanat als „eine heiter plaudernde, weltverknüpfende Erzählerin von Alltagsgeschichten“. Stankiewicz sei ein „Kosmopolit, noch dazu einer, der sein Metier als Weltbetrachter, salopp gesagt, seit Menschengedenken ausübt“. Der 94-Jährige legte bei der Verleihung ein selbstverlegtes 50-seitiges Buch vor: „Meine sieben Plagen – Krankheiten, Unfälle und eine Seuche im Erleben des Reporters Karl Stankiewicz“, es ist sein 39. Sachbuch. Mehr unter: muenchen.de/hoferichter-preis (tm)



Karl Stankiewicz und Deniz Aykanat

Foto: Thomas Stankiewicz

WANTED

FREItag, FREIstunden, Stammtische – die Fachgruppe Freie im BJV ist sehr aktiv und auf der Suche nach Mitgliedern, die in unserem Vorstandsteam mithelfen. Gerne auch projektbezogen. Ob Organisation von Präsenz- und Onlineveranstaltungen, Unterstützung von Kolleginnen und Kollegen oder Netzwerken im Team – wir freuen uns über jeden, der mitmacht. Schreibt gerne an fg-freie@bjv.de.

Sonderpreis Ukraine zum Tag der Pressefreiheit

Der BJV schreibt zum neunten Mal den Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit aus. Gesucht werden die besten Beiträge zum Thema Pressefreiheit 2022/23. Ausgezeichnet werden journalistische Werke (Karikatur, Foto, Video-/Audio-clip oder Text), die sich herausragend mit dem Wert der Pressefreiheit auseinandersetzen.

Das Preisgeld beträgt 1500 Euro für Sieger*innen, der zweite Preis ist mit 750 Euro, der dritte Preis mit 500 Euro dotiert. Bewerben können sich hauptamtliche Journalist*innen sowie Karikaturist*innen, die ihren Wohnsitz oder Arbeitsplatz in Deutschland haben. Journalist*innen in Ausbildung (Volontariat, Journalistenschulen, Universitäten und Hochschulen – Fachbereiche Journalismus, Gestaltung und Design) können sich zudem wieder für einen Sonderpreis Junger Journalismus bewerben. Das Preisgeld beträgt 1000 Euro (Sponsor ist das Versorgungswerk der Presse).

Der mit 1000 Euro dotierte „Sonderpreis Ukraine“ richtet sich überdies an alle Journalist*innen, die in den letzten zwölf Monaten vor dem Einsendeschluss aus der Ukraine berichtet haben. Die Beiträge sollen in deutscher oder englischer Sprache verfasst sein – oder bei anderen Sprachen eine deutsche oder englische Übersetzung als Anlage der Bewerbung enthalten. Ein Wohnsitz oder Arbeitsplatz in Deutschland ist nicht erforderlich, ebenso wenig die deutsche Staatsangehörigkeit.

Einsendeschluss ist Dienstag, 11. April 2023. Eingereicht werden können auch Beiträge, die zum Beispiel in Beilagen oder Sendungen zum Internationalen Tag der Pressefreiheit am 3. Mai 2023 veröffentlicht werden, aber bereits produziert sind. Mehr unter bjv.de/pressefreiheit2023. (mgo)

Am Puls der Zeit bleiben

Volker Figura übernimmt Vorsitz der FG Öffentlichkeitsarbeit

Volker Figura ist der neue Vorsitzende der Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Bayerischen Journalisten-Verband. Ein Unbekannter ist er nicht: Seit Dezember 2014 war der heute 68-jährige bereits im Vorstandsteam der Fachgruppe. Unterstützen werden ihn künftig als gleichberechtigte Stellvertreter*innen Caroline Hannig-Sachon (56), die als PR- und Kommunikationsberaterin für internationale Kunden bei der Agentur GlobalCom PR Network in Garching bei München arbeitet, der Unternehmensberater und Gründer des Münchner Unternehmens „FutureScape“ Klaus G. Hommer (62) sowie Isolde Kohl (65), die bis zu ihrem Ruhestand bei der Pressestelle der Landes Zahnärztekammer gearbeitet hat und nun weiter als freie Journalistin tätig ist.

Figura hat bei den *Nürnberger Nachrichten* volontiert, arbeitete später als Redakteur in der Motor- und Reisedredaktion des *kicker-sportmagazin*, als Chefredakteur der Zeitschrift *Auto Magazin* und übernahm dann ab 1997 bei BMW im Internationalen Marketing die Leitung der Produkt- und Wettbewerbskommunikation. Seit Anfang 2014 befindet er sich in Altersteilzeit und ist seitdem freiberuflich als Journalist für Agenturen und Medien tätig. Er löst Michael Helmerich im Amt ab,



Der neu gewählte Vorstand der Fachgruppe Presse und Öffentlichkeitsarbeit (von links): Klaus Hommer, Caroline Hannig-Sachon, Isolde Kohl und Volker Figura.

Foto: Michael Busch

der aus beruflichen Gründen nicht mehr kandidiert hatte. Helmerich hatte den Vorsitz seit Dezember 2014 inne, im Fachgruppen-Vorstand hatte er damals schon sieben Jahre mitgearbeitet. Figura sagt gegenüber dem *BJVreport*, dass er die Zusammenarbeit mit anderen Fach- und Bezirksgruppen intensivieren wolle. Auch innerhalb des DJV schwebt ihm eine intensivere Vernetzung mit den Fachgruppen anderer Landesverbände vor. Wichtig sei ihm, das Ohr immer am Puls der Zeit zu haben und auf aktuelle Ereignisse zu reagieren, die Fachgruppenmitglieder tangieren. Bewährtes will Figura fortsetzen, so unter anderem Unternehmensbesuche mit Blick hinter die Kulissen und einen intensiven Kontaktaustausch mit Pressesprecher*innen aus unterschiedlichsten Bereichen. (mic)

Save the date: Journalistentag im Juni in Nürnberg

Dieses Datum im Kalender markieren: Die Mitgliederversammlung des BJV, der Bayerische Journalistentag, findet in diesem Jahr am Wochenende des 17./18. Juni in Nürnberg statt. Als Veranstaltungsort konnte das Studio Franken des *Bayerischen Rundfunk* gewonnen werden. Details zum Programm, zur Teilnahme und Registrierung werden demnächst in einer Einladung an alle Mitglieder bekannt gegeben. (bf)

Das Vorstandsthema

Das Thema ist komplex: Wie gehen wir mit Journalist*innen um, die ihr Land aufgrund bestimmter Umstände verlassen mussten? Wir wollen helfen, wir wollen sie unterstützen - das steht außer Frage. Dennoch gibt es Dinge zu klären, zum Beispiel: Welche Nachweise braucht es, um im Journalisten-Verband aufgenommen zu werden? Arbeitsverträge oder Arbeitsproben vorzulegen, kann schwierig sein. Gibt es Unterschiede zwischen Geflüchteten aus verschiedenen Kriegsgebieten? Was ist mit russischen Kolleg*innen, die fliehen, um nicht als Kanonenfutter für den Krieg gegen die Ukraine eingezogen zu werden? Sind deutsche Sprachkenntnisse Voraussetzung für eine Mitgliedschaft? Was können wir den Kolleg*innen in Gremien und als Verband bieten? Fragen über Fragen, die mit den Mitgliedern weiterdiskutiert werden. Michael Busch

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

Jana Islinger

24 Jahre, freie Fotografin in München,
BJV-Mitglied seit Juni 2021
Preisträgerin Pressefoto Bayern 2022



Foto: Jens Schwarz

Ausbildung: Nach dem Abitur Bachelorstudium der Fotografie an der Hochschule München, Schwerpunkt Dokumentarfotografie. Projektarbeiten unter anderem über junge alleinerziehende Mütter, eine Hare-Krishna-Community oder auch außerhalb des Studiums in Albanien über die letzte dort öffentliche Fußballschule.

Deshalb wurdest Du Fotografin: Fotografiert habe ich schon immer gern. Meine Leidenschaft zur Dokumentarfotografie entdeckte ich 2016 während eines schulischen Auslandspraktikums in Tansania in Montessori-Kindergärten und -schulen. Ich habe dort mehr fotografiert als alles andere. Ich fand es total interessant, Themen durch die Fotografie nochmal von einem anderen Standpunkt aus betrachten zu können. Ursprünglich war mein Plan, in den sozialen Bereich zu gehen. Mit der Dokumentarfotografie lässt sich das wunderbar verknüpfen.

Das zeichnet gute Fotografie aus: Mich berühren Fotos, die eine Geschichte erzählen und einen Hintergrund haben. Besonders spannend finde ich es, wenn dies auf den ersten Blick gar nicht erkennbar ist, sondern sich erst durch den Kontext erschließt. Man liest den Text oder die Bildunterschrift, schaut das Foto ein zweites Mal an – und auf einmal fallen ganz neue Dinge auf.

Deine beste fotografische Arbeit: Meine Bachelorarbeit „Droa. Georgien im Aufbruch“. Droa heißt übersetzt „Es ist Zeit“. Es geht in der Arbeit um die Transformation der georgischen Gesellschaft. Mich beschäftigt lange schon die Frage, was es für Menschen bedeutet, in Europa zu leben, aber nicht Teil der EU zu sein.

Das beeindruckte Dich in Georgien besonders: Das Bachelorarbeit-Thema hatte ich schon vor dem Ukrainekrieg. Mit dem Krieg hatte es aber eine ganz andere Relevanz, als ich im April und Mai 2022 nach Georgien reiste. Ich schaute bewusst auch auf die zwei abtrünnigen Gebiete. Bewegend war, als ich Menschen traf, die

1991 aus Abchasien geflohen waren. Seitdem sind sie von der Regierung in ehemaligen sowjetischen Hotels untergebracht und haben die Hoffnung nie aufgegeben, eines Tages wieder in ihre Heimat zurückkehren zu können.

So gelingt Porträtfotografie: Es braucht gute Menschenkenntnis und Einfühlungsvermögen. Viele Menschen fühlen sich vor Kameras sehr unsicher. Man muss eine Vertrauensbasis schaffen. In Georgien habe ich teilweise einfach bei Leuten an die Türe geklopft oder Menschen auf der Straße angesprochen mit meiner Projektidee. Ich war überrascht, wie viele sich fotografieren ließen. Aber ich redete immer zuerst und erklärte, was ich vorhabe.

Da willst Du beruflich hin: Ich habe mich im Herbst 2022 selbstständig gemacht. Im Moment geht es darum, Sichtbarkeit zu bekommen, Jobs zu akquirieren und viele Kontakte zu knüpfen. Aktuell arbeite ich vor allem für die SZ und private Auftraggeber, meine Schwerpunkte sind Porträts, Dokumentarfotografie und Reportagen. Für die Zukunft hoffe ich auf eine gute Mischung aus Auftragsarbeiten, hauptsächlich aus dem redaktionellen Bereich, und eigenen Arbeiten. Toll wäre, wenn ich das eine oder andere freie Projekt auch im Ausland umsetzen könnte.

Dein Vorbild: Der Dokumentarfotograf Rob Hornstra. Er erzählt mit großen Geschichten wiederum kleine Geschichten. Ich mag seine Bildsprache. Und er hat eine sehr respektvolle Art, Menschen zu fotografieren und zu dokumentieren. Er hält nicht einfach nur drauf, sondern schafft erst einmal Raum.

Für die BJV-Mitgliedschaft spricht: Der Austausch mit Fotograf*innen und Journalist*innen ist für mich sehr wertvoll. Beim BJV hat man ein Netzwerk und auch verschiedene Ansprechpartner*innen bei Fragen oder Problemen. Dadurch wird einem ein bisschen der Rücken frei gehalten.

Michaela Schneider

Hilfe bei Hass und Gewalt

Journalist*innen, die zum Ziel von Angriffen werden, brauchen Unterstützung

Prävention

Der BJV bietet in Kooperation mit dem Institut für Konfliktmanagement und Gewaltprävention Praeveni und dem MTV München von 1879 e.V. ein kostenloses Training für Journalist*innen an. Dieses vermittelt Wissen zum Umgang mit Gefahrensituationen und Strategien zur Deeskalation und Selbstverteidigung. Es gibt 20 Plätze, die zunächst für freie Kolleg*innen reserviert sind, andere Interessent*innen können auf freie Plätze nachrücken.

Samstag, 25. März, 13 Uhr; Infos und Anmeldung unter bjv.de/gewaltpraevention

Schutz

Jene Menschen zu schützen, die das eigene Produkt herstellen, liegt im Interesse der Medienhäuser. Mit dem Schutzkodex verpflichten sie sich, wirksame Maßnahmen zu ergreifen - von festen Ansprechpersonen und Weiterbildungen bis zu psychologischer und juristischer Unterstützung. In Bayern ist die *Süddeutsche Zeitung*

SWMH dem Kodex beigetreten. Andere Häuser sind aufgerufen, zu folgen.

schutzkodex.de

Konsequenzen

Die Initiative der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien und des bayerischen Justizministeriums „Konsequent gegen Hass“ ist eine Schnellstraße zur Strafanzeige. Wer online mit strafbarer Hassrede Kontakt hat, kann eine Prüfbitte an die Staatsanwaltschaft stellen, der diese priorisiert nachgeht. An einer entsprechenden Schulung können auch freie BJV-Mitglieder teilnehmen.

konsequent-gegen-hass.de; Nächste Schulung am 23. März

Aufmerksamkeit

BJV und DJV suchen regelmäßig das Gespräch mit lokalen und nationalen Sicherheitsbehörden, sowie auf europäischer Ebene mit Europol. Mechanismen für den Schutz der Berichterstat-

tung von Demonstrationen zu entwickeln, ist auch Ziel des Pilotprojekts „Sicherheit für Journalistinnen und Journalisten“. Dieses bringt unter der Koordination von *Medien.Bayern* Journalist*innen mit Polizist*innen an einen runden Tisch. Termine für die Treffen sind im März in München, Nürnberg und Würzburg geplant. Ein Ergebnispapier soll im Laufe des Jahres präsentiert werden.

Demo-Reporter*innen, die Erfahrungen einbringen möchten, können sich melden unter info@bjv.de

Beratung

Hass und Gewalt gegen Journalist*innen hat auch juristische Folgen. Zudem gehört die Androhung von Klagen längst zum Instrumentarium der Pressegegner. Die Rechtsabteilung des BJV berät Mitglieder zu allen Themen, die ihre Arbeit betreffen – und verteidigt ihr Recht auch vor Gericht.

rechtsberatung@bjv.de

Benedikt Frank

Anzeige

Die EU-Kommission hat ein „Medienfreiheitsgesetz“ ausgeheckt. Mit der Freiheit der Presse hat es leider wenig zu tun. Ganz im Gegenteil.



„Eine demokratische und offene Gesellschaft ist ohne Journalismus nicht möglich.“
merton-magazin.de

Weil ohne Journalismus niemand Geschichte schreibt.

Es gibt keine Freiheit ohne Pressefreiheit
fr.de

„Wehrhafte Medien sind Verbündete der Freiheit“
bdzv.de

Geschichte fällt nicht einfach vom Himmel. Sie wird geschrieben. Dafür braucht es zweierlei: Protagonisten und Journalisten. Die einen werden oft gegen ihren Willen Teil der Geschichte – die anderen schreiben sie oft gegen deren Willen auf. Noch heute muss das Recht auf freie Presse erst eingefordert werden, damit Sie und Ihre Mitarbeitenden ungehindert ihrer Arbeit nachgehen können. Das tun wir seit 1949. Jetzt mehr erfahren! www.presse-versorgung.de

BJV mentoring

Dein Tandem zum Erfolg!



Foto:
Thomas
Geiger

„Aus Unzufriedenheit wurde neue Energie:

Das BJVmentoring hat mich bestärkt, zu kündigen und ein Start-up zu gründen.

Inzwischen verpassen wir mit rund 20 Medienschaffenden dem Lokaljournalismus die nötige Frischekur – konstruktiv, zukunfts- und lösungsorientiert.“

*Alexandra Haderlein
Gründerin und Geschäftsführerin
relevanzreporter.de, Nürnberg*

Wir bieten:

- Ein Mentoring, das zu Deiner konkreten Situation passt
- Strategien für Deine berufliche Weiterentwicklung
- Förderung Deiner Stärken
- Entwicklung Deiner Persönlichkeit durch konstruktives Feedback
- Unser Netzwerk von qualifizierten Mentor*innen und Mentees



Weitere Infos online:
bjv.de/bjv-mentoring

**Jetzt
bewerben!**
Bis zum 17. März
Programmdauer:
Mai 2023 – Mai 2024

Google Fonts: Abmahnung wegen Verstoß gegen Datenschutz

Dynamische Einbindung der Schriften ohne vorherige Einwilligung ist rechtswidrig

Von Maria Goblirsch

Vorigen Herbst erhielten zahlreiche Betreiber*innen von Websites ein Anwaltsschreiben: Sie wurden abgemahnt und zur Zahlung von 170 Euro Schadenersatz aufgefordert, um nicht verklagt zu werden. Der Vorwurf: Durch die Nutzung von Google Fonts hätten sie gegen die Datenschutzregeln verstoßen und das Persönlichkeitsrecht von User*innen verletzt, deren IP-Adressen dabei an Google übertragen wurden.

Um was geht es konkret? Unter dem Begriff „Google Fonts“ bietet Google seit 2010 knapp 1500 Schriftarten an, die kostenlos für die Gestaltung von Internetseiten genutzt werden dürfen. Auch Lizenzgebühren fallen keine an. Diese Schriften können auf unterschiedliche Weise eingebunden sein. Entweder sie werden auf dem eigenen Webserver lokal gespeichert oder „dynamisch“ eingebunden. Das heißt, dass bei jedem Aufruf einer Website eine Verbindung zu Google hergestellt wird. Durch die Anbindung zum Google-Server in den USA stellt dieser dann die Schriftart bereit.

Und hier liegt das Problem. „Unproblematisch ist die Verwendung, wenn die Schriftarten heruntergeladen werden und vom eigenen Server auf die Webseite eingestellt werden“, stellt BJV-Justiziar Jakob Bürner klar. Anders sehe es bei der dynamischen Einbindung der Google Fonts aus.

„Beim Aufrufen der Internetseite werden automatisch die IP-Adressen der Geräte an Google übermittelt, auf denen die Seite gerade geöffnet ist. Bei diesen IP-Adressen handelt es sich um personenbezogene Daten, die ohne vorherige Einwilligung der Betroffenen nicht verarbeitet werden dürfen. Erfolgt die Datenverarbeitung ohne die Zustimmung des Betroffenen, liegt ein Datenschutzverstoß vor.“ Die Folge: es droht eine Abmahnung. Ob die eigene Website betroffen ist, kann man durch so genannte „Google Font-Checker“ überprüfen. (siehe *Technikstipp* Seite 34).

Die Grundlage für die zahlreichen Abmahnungen bildete ein Gerichtsurteil. Das Landgericht München hatte im Januar 2022 entschieden, dass die dynamische Verwendung des Google-Dienstes „Google Fonts“ ohne vorherige Einwilligung einen Datenschutzverstoß darstellt (Az.: 3 O 17493/20). Die Richter gaben einem Mann Recht, der einen Websitebetreiber auf Unterlassung der unerlaubten Weitergabe seiner IP-Adresse an Google verklagt hatte, und sprachen ihm 100 Euro Schmerzensgeld zu.

Zur Begründung führten sie aus, dass die Übertragung der IP-Adresse eine Verarbeitung von personenbezogenen Daten darstelle, die nicht durch ein berechtigtes Interesse des Websitebetrei-

bers gedeckt sei. Damit liege ein Verstoß gegen das Recht auf informelle Selbstbestimmung vor. Die Folge der Datenweitergabe sei ein „individuelles Unwohlsein“, das so erheblich sei, dass es einen Schadenersatzanspruch rechtfertige.

Dass es sich bei den IP-Adressen, mit denen Google den Standort der Websitesbesucher*innen bestimmen kann, um personenbezogene Daten handelt, hatte zuvor bereits der Bundesgerichtshof entschieden (BGH, Urteil vom 16. Mai 2017 – Az.: IV ZR 135/13). Datenschützer gehen davon aus, dass Google die so gewonnenen Daten im Zusammenspiel mit anderen Daten dazu nutzt, einen Fingerabdruck des Nutzers zu kreieren und ihn so beim Besuch anderer Websites wiedererkennt. Alle gewonnenen Nutzerdaten könnten zudem für Tracking verwendet werden.

Das Münchner Urteil machte sich der Anwalt Kilian Lenard aus Baden-Württemberg zu Nutzen. Er soll, so berichtet der *Tagesspiegel* in seiner Ausgabe vom 12. Dezember 2022 ([bjvlink.de/abmahnanwalt](https://www.tagesspiegel.de/abmahnanwalt)) gemeinsam mit seinem 41-jährigen Mandanten Martin Ismail 350.000 Euro von eingeschüchterten Website-Betreiber*innen erpresst haben. Gegen den Anwalt wird

von der Staatsanwaltschaft Berlin in 2418 Fällen wegen gewerbsmäßigen Betrugs und Erpressung ermittelt. Die Masche der Beiden: Sie sollen mit einer eigens programmierten Software Websites die Google Fonts nutzen, gesucht und dann mit einer weiteren Software Besuche dieser Internetseiten automatisiert und damit fingiert haben. Es hat also nie eine natürliche Person die Seite besucht, sondern die (zweite) programmierte Software. Somit wäre in diesem Fall keine Persönlichkeitsrechtsverletzung gegeben.

Die Rechtsabteilung berät

BJV-Justiziar Jakob Bürner rät, die dynamische Einbindung der Google Fonts trotzdem nicht ohne Zustimmung zu verwenden, da es bei einem tatsächliche Websitesbesuch einer (echten) Person zur Persönlichkeitsrechtsverletzung oder zur Abmahnung kommen kann. Betroffene BJV-Mitglieder können sich an die Rechtsabteilung des BJV wenden: rechtsberatung@bjv.de.

„Die unerlaubte Weitergabe der dynamischen IP-Adresse verletzt das Persönlichkeitsrecht.“

Das Landgericht München



Die Autorin

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

Foto: Stefan Gregor

Der Freien-Tipp



Mehr „nicht-publizistischer Zuverdienst“ möglich

Die Corona-Pandemie hatte viele freie Journalist*innen hart getroffen. Weil Einnahmen wegbrachen, nahm manch einer auch „nicht-künstlerische Tätigkeiten“ an. Damit allerdings riskierten Freie ihre Absicherung durch die Künstlersozialkasse (KSK). Die gute Nachricht: Seit Jahresbeginn können Freie deutlich mehr Geld durch berufsfremde Tätigkeiten dazuverdienen, ohne aus der gesetzlichen Krankenversicherung zu fallen. Bislang durfte bei Hinzuverdiensten die Geringfügigkeitsgrenze von 450 Euro pro Monat nicht überschritten werden. Seit Januar 2023 fällt aus der gesetzlichen Krankenversicherung

indes erst, wer in der weiteren Tätigkeit mehr verdient, als in der publizistischen oder künstlerischen Tätigkeit. Zu einem Ausschluss aus der KSK indes führt dies nicht, Kulturschaffende bleiben weiter über die KSK rentenversichert. Im Bereich der Rentenversicherung bleibt es bei der bisher geltenden Obergrenze. Laut Gesetzgeber ist dort ein Gewinn erlaubt in Höhe „der Hälfte der für dieses Jahr geltenden Beitragsbemessungsgrenze in der allgemeinen Rentenversicherung“. Die Bemessungsgrundlage liegt in Bayern aktuell bei 7300 Euro im Monat, die Hälfte davon sind also 3650 Euro.

Mehr unter bjvlink.de/KSK0123

Michaela Schneider

Der Buchtipp



Das Positive im Journalismus sichtbar machen

Die Herausgeber Matthias Daniel und Stephan Weichert bemühen sich seit einigen Jahren in ihren Funktionen stetig darum, den Journalismus zu verbessern. Daniel als Chefredakteur und Verleger des *journalist*, Weichert als Wissenschaftler unter anderem mit dem VOCER Institut für Digitale Resilienz. Sie treten dabei nicht als Dogmatiker oder Missionare auf, sondern greifen auf ein vielfältiges und agiles Netzwerk von Kolleg*innen zurück. Und so ergibt es sich auch, dass man wohl nicht mit allen in diesem Sammelband vertretenen – als „klug“ angepriesenen – 40 Positionen einverstanden sein mag. Das verlangt auch niemand. In kurzen Aufsätzen geht es unter anderem um die Klimakrise (der Umfang könnte ein Gran mehr sein!) oder um „neue Spielarten des Lokaljournalismus und den Dialog mit dem Publikum“; alles ist

angenehm praxisorientiert. Die Autor*innen sind überwiegend Journalist*innen, „Nachwuchstalente“, aber auch Forscher*innen, Berater*innen oder Vertreter*innen von Unternehmen wie Google oder Meta (Letzteres mag manch einem aufstoßen) und tragen ihre Erkenntnisse, aber auch ihre Agenda bei. Nach der Lektüre hat man das Gefühl, doch ganz gut auf dem Laufenden zu sein. Und man kann sich auch als einigermaßen informierter Kollege zumindest einzelne Aspekte für das eigene Arbeiten rauspicken. *Thomas Mrazek*

Matthias Daniel, Stephan Weichert (Hg.): Resilienter Journalismus. Wie wir den öffentlichen Diskurs widerstandsfähiger machen. Herbert von Halem Verlag Köln, 2022, 344 Seiten, 24 Euro, ISBN 978-3-8696-2630-7 (PDF: 20,99 Euro, ISBN 978-3-8696-2631-4). bjvlink.de/resilienter



Der Techniktipp



Google Fonts: Habe ich sie?

Wer eine Webseite betreibt, dem wurde es in den vergangenen Jahren selten langweilig. Neben der normalen Arbeit wie dem Einpflegen neuer Artikel oder dem Aktualisieren vorhandener Daten kamen vielfältige Änderungen hinzu, insbesondere bezüglich Themen wie Datenschutz. Das führte zu umfangreichen Datenschutzerklärungen und hat auch uns Journalist*innen viel Arbeit gekostet. Ende des vergangenen Jahres schlug dann das Thema „Google Fonts“ auf. Denn bei der Nutzung werden IP-Adressen der Webseiten-Besucher*innen in die USA übertragen. In unserem Rechtstipp auf Seite 33 dieser Ausgabe geht es um einige konkrete rechtliche Fragen und Antworten dazu. Wie aber findet man überhaupt heraus, ob Google Fonts auf der eige-

nen Webseite genutzt werden? Am besten mit dem Scanner auf [e-recht24 \(bjvlink.de/fonts\)](http://e-recht24.de/fonts). Dort einfach die URL eingeben, den Rest erledigt das Tool. Im Internet gibt es zahlreiche Anleitungen, wie sich die Google Fonts deaktivieren beziehungsweise lokal einbinden lassen, so dass eine Datenübertragung ausgeschlossen wird (unter anderem auf der genannten Webseite). Gegebenenfalls sollte man Jemanden über die Webseite(n) schauen lassen, der oder die sich auskennt. Und was viele nicht wissen: Auch andere Schriftarten-Tools wie „Font Awesome“, die gerne als Alternativen genannt werden, senden IP-Adressen in die USA. Daher hilft insgesamt betrachtet nur eine lokale Einbindung von Schriften.

Johannes Michel

„Ich bin kein Freund der Quote“

Schon wieder ein Mann, wurde geätzt, als Ivo Knahn die Führung der *Main-Post* übernahm. Dabei steht seine Zeitung in Sachen Frauen gar nicht schlecht da

Von Senta Krasser

Klar, das Thema weibliche Führungskräfte beschäftigt auch Ivo Knahn, 46, der im Oktober Michael Reinhard als Chefredakteur der *Main-Post* ablöste – aber viel mehr die Frage, wie man guten Journalismus hinbekommt.

Sagen Sie mal, Herr Knahn, gibt es zu viele Kerle mit Macht im Lokaljournalismus?

Ivo Knahn: Vielleicht zu wenige Frauen. Zumindest nicht zu wenige Kerle.

Nach einer aktuellen Studie des Vereins ProQuote Medien sind Frauen auf journalistischen Führungsposten weiterhin deutlich in der Unterzahl. Bei den 36 bayerischen Tageszeitungen gibt es nur drei Chefredakteurinnen. Braucht es die Quote?

Ich bin kein Freund der Quote, sondern glaube: Der passende Mensch muss an den passenden Platz. Das hat dazu geführt, dass wir in der Redaktion der *Main-Post* zu 53 Prozent Frauen als Führungskräfte haben. 2017 waren es nur 7 Prozent.

Ein beachtlicher Sprung – dank Ihrer Förderung? Weder mein Vorgänger, Michael Reinhard, noch ich haben das als Ziel formuliert. Es hat sich ergeben, weil unter den nachkommenden Leuten mit Führungspotenzial deutlich mehr Frauen sind.

Kommt Zeit, kommt Frau?

Kommt der passende Mensch auf die passende Aufgabe! Schauen Sie, im Sport haben wir eine Ressortleiterin und eine Stellvertreterin. Steckt ein Konzept dahinter? Nein. Carolin Münzel und Natalie Greß sind die beiden Menschen, die den Sport am besten leiten können.

Bleibt der Fakt: Die Chefredaktion ist nach wie vor nahezu frauenlos.

Wir sind zu fünft, darunter ist mit Britta Buss eine Frau. Der erste Kommentar unter der Nachricht, dass ich Chefredakteur werde, hieß: Schon wieder ein Mann. Damit war zu rechnen. Auch in der Geschäftsleitung sind wir mit neun Männern und keiner Frau sicher nicht optimal besetzt. Aber, wie gesagt,

ich halte nichts davon zu sagen, wir brauchen auf Biegen und Brechen eine Chefin.

Fühlen Sie sich unter Rechtfertigungsdruck, seit die Schwesterzeitung Augsburger Allgemeine von einer Frau, Andrea Kümpfbeck, geführt wird?

Ich fühle mich überhaupt nicht unter Druck. Wenn ich auf unser Führungsteam in der Redaktion schaue, gibt es mehr Frauen als Männer. Viele davon sind übrigens Mütter.

Inwiefern erleichtern Sie es Müttern, Beruf und Familie zu vereinbaren?

Das Allerwichtigste ist, dass wir Frauen die Sorge nehmen, dass Familie und Job nicht zusammenpassen. Jungen, kinderlosen Kolleginnen erlaube ich mir zu sagen: Bitte nimm keine Rücksicht auf uns bei deiner Familienplanung. Du wirst den Job auch als Mutter gut machen können, und wir organisieren den Rest, also die Pause, den Übergang, die Vertretung. Bisher war das nie ein Problem. Führungskräfte in Teilzeit sind bei uns nichts Besonderes.

Sie selbst sind vierfacher Vater. Wie gut klappt das mit dem Chef sein?

Das klappt gut. Das liegt auch daran, dass meine beruflichen Veränderungen nie plötzlich kamen und wir uns als Familie immer wieder anpassen konnten. Außerdem sind die zwei ältesten Söhne bereits erwachsen und aus dem Haus.

Schon mit 15 schrieben Sie für die Main-Post. 30 Jahre später, noch immer dieselbe Zeitung, ganz ehrlich, wollten Sie nie wo anders hin?

Ganz ehrlich: Nein, weil ich hier immer einen neuen Raum zum Ausprobieren bekam. Ich durfte die Wochenzeitung *Boulevard Würzburg* und das

Seit vorigem Oktober trägt Ivo Knahn die Hauptverantwortung für den Rahmen, in dem guter Journalismus möglich ist. Selbstgebaute Seiten mit Nachrichten aus aller Welt werden bald nicht mehr dazugehören. Die *Main-Post* bereitet sich im Zuge ihres Relaunches auf Zulieferung aus Augsburg vor.

Foto: Silvia Gralla



**Ivo Knahn**

ist in Marktheidenfeld geboren und aufgewachsen. Er stand kurz vor der Anmeldung an einer Stuntschule in Köln, entschied sich dann aber für das Abenteuer Journalismus. Nach dem Volontariat bei der *Main-Post* arbeitete er als Lokalredakteur in Lohr. Anschließend baute er Magazine im Haus auf; *neun7* wurde 2008 mit dem Adenauer-Preis für Lokaljournalismus ausgezeichnet. Die Magazin-Erfahrung brachte er in seine Aufgabe als Art Direktor der *Main-Post* ein. Bei der Tochter *Main-Post Digitale Medien* war er für Content-Development zuständig, bevor er Transformationsmanager wurde. 2017 stieg er zum Vize- und 2022 zum Chefredakteur auf. Knahn hat vier Kinder und ein Faible fürs Reiten und Cowboys.

Foto: Angie Wolf

Magazin *neun7* aufbauen und leiten. Als Art Director gestaltete ich die Optik der Tageszeitung und als Manager die digitale Transformation. Bei dieser Vielfalt an Entwicklungsmöglichkeiten kam nie ein Wechselgedanke auf. Abgesehen davon bin ich der Region eng verbunden. Auch wie wir bei der *Main-Post* miteinander umgehen, ist außergewöhnlich gut und macht den Laden für mich aus.

Wie hat sich das Miteinander verändert, seit Sie Chef sind?

Diejenigen, mit denen ich seit vielen Jahren eng zusammenarbeite, werden ihr Verhalten mir gegenüber nicht verändern, nur weil ich jetzt ihr Chefredakteur bin. Ich trage zwar letztlich die Verantwortung und Sorge für den Rahmen, in dem guter Journalismus möglich ist, aber ich bin nicht schlauer als zuvor. Ich kenne mich mit Kennzahlen nicht so gut aus wie unsere Data-Leute. Ich bin nicht der beste Autor, nicht der beste Rechercheur. Journalismus ist Teamarbeit und ich bin nach wie vor auf das Feedback und die Hilfe der anderen angewiesen.

Aus dem Antrittsinterview in Ihrer Zeitung las man heraus, Sie wünschten sich intern mehr Widerspruch.

Die meisten Menschen wünschen sich Harmonie. Das halte ich auch für gut und richtig. Im Zwist zusammenarbeiten macht keinen Spaß. Trotzdem ist es so, wenn man sich lange kennt und mag, fällt es schwerer, sich auch mal inhaltlich hart zu fetzen. Das offen zu halten und immer die Person von der Sache zu trennen, das ist, glaube ich, die Kunst.

Wie gut gelingt das, seit die Main-Post 2019 mit dem Artikelscore ein Messinstrument, manche sagen auch: Kontrolltool, eingeführt hat?

Machen Sie aus „Kontrolle“ „Qualitätskontrolle“, dann verliert es sofort seinen Schrecken. Am Anfang stand die Frage: Wie können wir Daten über Reichweite oder Verweildauer nutzen, um besseren Journalismus zu machen, der noch mehr Menschen erreicht? Das zu messen, daraus einen Veränderungsprozess abzuleiten und dann zu kontrollieren, ob es den Effekt hat, den wir uns erhofft haben, finde ich wichtig. Meiner Meinung nach haben wir das sehr gut in die Breite bekommen. Die Akzeptanz für die Arbeit mit Kennzahlen ist voll da.

Aber am Anfang war die Furcht, dass low und high performer in der Redaktion gegeneinander ausgespielt würden.

Das ist eine Art von Wettbewerb, den wir weder brauchen noch wollen. Deswegen messen wir nicht den Einzelnen, sondern Autorengruppen, um gemeinsam herauszufinden, bei welchen Inhalten es bei den Leuten ein er-

höhtes Informationsbedürfnis gibt. Weil das in Würzburg zum Beispiel beim Thema Verkehr der Fall ist, macht es doch Sinn, dort immer wieder mit Geschichten nachzulegen und auch zu schauen, ob wir unser Ziel erreicht haben und ob jeder mitgeht.

Und wer nicht mitgeht, was dann?

Wenn sich jemand dauerhaft verweigert, werde ich wirklich humorlos. Das ist nicht fair gegenüber den anderen, die ihre ganze Energie in ein besseres Produkt stecken. Dass mir der BJV vor einigen Jahren im Kontext Kontrolle öffentlich „Stasi-Methoden“ vorgeworfen hat, ohne mit mir zu sprechen, hat mich sehr getroffen. Das bin ich nicht.

Sondern?

Ich denke, ich habe lange Zeit zu hart kommuniziert und das Thema Kontrolle viel zu selbstverständlich vorausgesetzt, weil es für mich überhaupt kein Problem ist. Ich erwarte ja, dass mein Umfeld mich genauso kontrolliert: Ivo, du hattest ein Ziel, aber was ist daraus geworden?

Okay, dann kontrollieren oder besser bilanzieren wir: Welche Wunder hat Aladin vollbracht, das gleichnamige Transformationsprojekt, zu dessen Bausteinen der Artikelscore gehört und das als Ihr Gesellenstück gilt?

(lacht) Wunder gibt es auch in Würzburg nicht. Das ist schlicht und ergreifend harte Arbeit. Was uns, glaube ich, sehr gut gelungen ist, ist die Belegschaft auf diesen Weg mitzunehmen und ihn mitgestalten zu lassen. Zweitens haben wir jetzt Klarheit in den Prozessen und Aufgaben und natürlich bessere Werkzeuge. Das macht uns schneller und beweglicher.

Aladin ist wiederum Teil des großen Strategieprojekts MP24, das die Weichen für die Main-Post im Jahr 2024 stellen soll. Was ist noch zu tun?

Großes Thema ist, wie wir in der Gruppe, also mit Augsburg, Konstanz und dem Allgäu, erfolgreicher zusammenarbeiten. Doppelte Arbeit wollen wir vermeiden. Deshalb entwickeln wir eine gemeinsame technische Plattform. Außerdem übernehmen wir in Würzburg ab 2. Mai das Layout der *Augsburger Allgemeine*, die dann täglich etwa zehn überregionale Seiten für uns produzieren wird.

Heißt: Wieder geht ein Stück Vielfalt auf dem Zeitungsmarkt verloren und Stellen obendrein?

Sieben von 114 vollen Stellen in der Redaktion fallen weg. Das ist im Haus seit längerem bekannt. Einige gehen in Ruhestand, einige wechseln intern. Was die Vielfalt betrifft: Bei uns bearbeitet momentan ein Team von Blattmachern dieselben Inhalte wie Kolleginnen und Kollegen in Augsburg. Das ist das Dümme, was man in der heutigen Zeit machen kann! Die *Main-Post* wird die *Main-Post* bleiben, weil wir unsere Reporter-Einheiten nicht reduzieren und uns voll auf regionale Inhalte fokussieren können. Neue Kunden gewinnen wir nicht mit selbstgebauten Seiten über Nachrichten aus aller Welt. Für uns ist das der richtige Weg.

**Die Autorin**

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

Foto: Enric Mammen

Kontakt im Kleinformat

The collage features several covers of the BJVreport magazine and a page from the 'Pressestellen' (Job Openings) section. The covers include headlines such as 'Unter Druck Pressefreiheit in Europa', 'Im Universum der Forscher Journalismus und Wissenschaft heute', and 'Verirrt im Bilder-Dschungel Brauchen Fotojournalisten Artenschutz?'. The 'Pressestellen' page lists various companies and their contact information, including bayerngas, schwaben netz, bayernwerk, GVB, LEW, N-ERGIE, and Sparkassenverband Bayern.

Rubrikanzeige „Pressestellen“ im BJVreport

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

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

Wann dürfen wir Sie im BJV-Report begrüßen?

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

AFAG-Termine 2023

Netzwerke für
Geschäftserfolge!

Fachmessen



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



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



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



25. - 26. Oktober 2023
Personalmesse München
Fachmesse für erfolgreiches
Personalmanagement
www.personal-messe-muenchen.de



25. - 26. Oktober 2023
Sales Marketing Forum München
Kongressmesse für Marketing & Vertrieb
www.sales-marketing-forum.de



Herbst 2023
iENA Nürnberg
Internationale Fachmesse
„Ideen - Erfindungen - Neuheiten“
www.iena.de



17. - 20. Oktober 2023
interlift Augsburg
Weltleitmesse der Aufzugsbranche
www.interlift.de



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

Publikumsmessungen



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



28. Oktober - 5. November 2023
Consumenta Nürnberg
Süddeutschlands größte Publikumsmesse
für Lifestyle, Bauen & Wohnen
www.consumenta.de

Special Interest Messen



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



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



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



28. - 30. Oktober 2023
Heintier Messe Nürnberg
Angebote, Informationen und Show
rund um die tierischen Freunde
www.heintier-messe.de



4. + 5. November 2023
GIN+Tonic Messe Nürnberg
GINmarket-Treffpunkt für
Gin- und Tonic-Freunde
www.gin-tonic-messe.de



Mitglied im Fachverband
Messen und Ausstellungen



Mitglied der Gesellschaft zur freiwilligen
Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen