BJV report

Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

Ausgabe 1/2013

Der BJV zieht im Mai um

Zeitungen: Redaktionen unter Druck

Süddeutscher Journalistentag in Mainz

stoersender.tv stört dank Crowdfunding

www.bjv.de / www.djv.de

PAID CONTENT

Die Zukunft des Journalismus?

1 Artikel € 0,50

2 Artikel € 1,-

3 Artikel € 1,50

Lokales € 0,50

Meinung € 0,62

Sport € 1,10

Atemberaubend.
Auch für die Ohren.

Der neue Loewe Individual. Ihr Stil bis ins Detail.

Gestalten Sie Ihren persönlichen Fernseher und erleben Sie Filme in perfekter Bild- und unerreichter Soundqualität: Der neue Loewe Individual Slim Frame sorgt mit acht integrierten Breitbandlautsprechern für ein besonders realitätsnahes Fernseherlebnis. Jetzt bei Ihrem Fachhandelspartner oder auf **loewe.tv**

LOEWE.

Kein Spielraum für Neonazis

Dr. Wolfgang Stöckel
ist Vorsitzender des Bayerischen Journalisten-Verbands
Foto: Thomas Geiger

Es sind Szenen, die an die Gestapo erinnern und die wir in Deutschland eigentlich nicht mehr erleben wollten. Beim Prozess gegen Norman Bordin, der sich im Münchner Amtsgericht wegen einer Pro NSU-Demo und des Abspielens des sogenannten Paulchen-Panther-Liedes verantworten muss, loteten ein Dutzend Neonazis aus, wie weit sie in der deutschen Demokratie ungestraft gehen können. Eine Reporterin der *Süddeutschen Zeitung* wurde durch Anrempeln am Schreiben gehindert, bis sich ein Justizwachtmeister zwischen Journalistin und Pöbler setzte, einem Team des *BR*-Magazins „Quer" wurde die Kameralinse beschmiert und es musste sich von frech grinsenden Neonazis üble Beschimpfungen anhören.

Richterin und Ordnungsdienst wurden der Situation nicht Herr und mussten zunächst auch herbe Kritik einstecken, den Amtsgerichtspräsidenten eingeschlossen, der sich verständlicherweise vor seine Mitarbeiter stellte.

Doch es geht eigentlich gar nicht um Schuldzuweisungen, es geht gerade im Umfeld des anstehenden Gerichtsverfahrens gegen Beate Zschäpe darum, wie unabhängige Richter mit dem Thema „Presse und Öffentlichkeit" umgehen. Es geht um den schmalen Grat zwischen dem Recht von Angeklagten und Prozessbesuchern am eigenen Bild und der journalistischen Verpflichtung, die nicht im Gerichtssaal befindliche Öffentlichkeit stellvertretend und ausführlich über das Geschehen einschließlich des neonazistischen und rechtsradikalen Umfelds zu informieren.

In anderen Bundesländern ist das Problem schon viel virulenter, aber wir wollen natürlich zunächst in Bayern Eskalationen vermeiden. In ersten Gesprächen wurden mögliche Gegenmaßnahmen andiskutiert. So ist überall dort, wo die baulichen Gegebenheiten es zulassen, eine eigene Pressebank wünschenswert, um das Aufeinandertreffen von Journalistinnen und Journalisten und Neonazis zu erschweren. Die Justizwachtmeister sollten noch besser geschult werden in Sachen Konfliktvermeidung und sie sollten genauer kontrollieren, wer zur Presse gehört und wer zur öffentlichen Zuhörerschaft. Und damit sind wir beim springenden Punkt. Einer der pöbelnden Neonazis hatte wohl einen Presseausweis, ausgestellt von einer obskuren Organisation. Das sind die Folgen des Ausstiegs der Innenministerkonferenz aus der Vereinbarung für einen bundeseinheitlichen Presseausweis.

Es ist höchste Zeit, dass sich die Innenminister in dieser Sache mal wieder an einen Tisch setzen und mit den seriösen Medienverbänden zusammen eine Regelung aushandeln, die rechten und linken Chaoten die Provokation unter einem scheinbar offiziellen Deckmäntelchen erheblich erschwert. Die Politik muss begreifen, dass 99 Prozent aller Journalisten Verfechter der demokratischen Ideale sind – und wegen des restlichen Prozents müssen wir die NPD noch nicht einmal verbieten. Die Zustände, die im Nationalsozialismus zur Gleichschaltung der Medien führten, kann heutzutage doch niemand mehr ernsthaft wollen. Rempeleien und Pöbeleien sind ein Angriff auf die Pressefreiheit. Also wehret den Anfängen!

Ein weiteres Ärgernis ist die neue Rundfunkgebühr, an der zunehmend Kritik geübt wird. Derzeit strampeln sich Intendanten und Gremien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit Erklärungen, Erläuterungen und Entschuldigungen ab, dass man sich nur wundern kann. Warum eigentlich? Die neue haushalts- und betriebsstättenbezogene Rundfunkgebühr ist doch ausschließlich eine Forderung und Erfindung der Staatskanzleien der Länder. Dann sollten sich die verantwortlichen Politiker auch öffentlich hinstellen und diese ihre Idee vertreten und erklären. Das Abschieben auf die Anstalten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks legt den Verdacht nahe, dass die Intendanten doch nicht so staatsfern sind, wie sie es gerne hätten. Eines jedenfalls darf nicht passieren: Die Auseinandersetzung darf letztlich nicht mit weniger Finanzausstattung für die öffentlich-rechtlichen Sender enden. Das wäre das Ende des Qualitätsrundfunks nach dem Motto „Alle ab ins Dschungel-Camp"!

Und zum Schluss, weil ich mich an der Brüderle-Diskussion nicht beteiligen möchte, noch was (schmunzelnd) Klassenkämpferisches: Der Journalistinnenbund fordert in den Aufsichtsgremien von *ARD* und *ZDF* eine 30-prozentige Frauenquote. Das ist an und für sich auch legitim. Problem ist nur die Konstruktion der Gremien, in die viele der sogenannten gesellschaftlichen Gruppen jeweils nur eine(n) Vertreter/in entsenden dürfen. Da wird es dann quotenmäßig äußerst schwierig, denn es geht nur Frau oder Mann. Umso erstaunlicher ist, dass der Rundfunkrat des kleinsten *ARD*-Senders *Radio Bremen* zu 58,3 Prozent mit Frauen besetzt ist. Was ist los, Männer in Bremen? Wehrt euch!

Dr. W. Stöckel

Nur wer wagt, gewinnt

Michael Anger
Leitender Redakteur
Foto: Thomas Geiger

Wo sind Sie geblieben, die Unendlich-Erlöse aus dem Printgeschäft? Tieffurchigen Gesichts ziehen Verleger durch die Lande, mahnen angesichts lumpiger acht Prozent Rendite Geschäftsführer zum Sparen. Politikern flüstern sie so beschwörend vom nahen Untergang der Demokratie ins Ohr, dass die harmlos Denkenden ihnen das Hinausstehlen aus der verfassungsmäßig festgelegten Verantwortung per Leistungsschutzrecht vergolden und mittels öffentlich-rechtlich finanzierter Zeitungen erleichtern wollen. Aber die Chancen fürs Überleben der privatwirtschaftlich organisierten Presse stehen gut. Die Verleger haben Paid Content entdeckt. Sie scheinen zu begreifen, dass man nicht für Print Geld nehmen und im Internet alles verplempern kann. Auch dort muss auf lange Sicht wirtschaftlich gearbeitet werden. Und unsere journalistischen Leistungen sind das auch Wert. Man muss nur ein bisschen Mut haben und die Geldspeicher könnten sich noch mehr füllen. Man könnte natürlich auch abgeben, an die Journalisten, die Verlagserfolge erst möglich machen.. **Seiten 10 – 15**

Mut haben auch vier Journalistenverbände, darunter der BJV, den Süddeutschen Journalistentag wieder erstehen zu lassen. Schwindende Besucher- und vor allem Sponsorenzahlen hatten eine Pause ratsam erscheinen lassen, denn leicht kommt da ein fünfstelliges Defizit zustande. Andererseits hatte der erste Mitteldeutsche Journalistentag in Berlin einen verheißungsvollen Start und in Nordrhein-Westfalen kommen die Verantwortlichen nach ihrer jährlichen Veranstaltung dieses Namens aus dem Freudestrahlen kaum noch heraus. Die Süddeutschen treffen sich wieder in Mainz und sollten dank ihres buntgemischten, aber anspruchsvollen Programms die Erwartungen von Besuchern und Veranstaltern nicht enttäuschen. **Seiten 37- 40**

Mehr Not als Wagemut bestimmt den Umzug der BJV-Geschäftsstelle. Als ideal galt der Standort in der Nähe des Münchner Hauptbahnhofs, gegenüber der Zentrale des Bayerischen Rundfunks. Das Gebäude war es aber nicht. Nach einem Wassereinbruch tauchte ein Problem ums andere auf. Bis der Geschäftsführende Vorstand mutig war und beschloss: Umzug. Da mag es Vorteile und Nachteile geben. Das Wichtigste aber ist: Das Team der Geschäftsstelle bleibt dasselbe, ob Innenstadt oder Obergiesing. Mit ihm wird der vielzitierte gute Geist umziehen – und der perfekte Service an den Mitgliedern bleiben. **Seiten 8/9**

Inhalt

Verband

Neue Räume für die BJV-Geschäftsstelle 8
Ende Mai 2013 zieht der BJV in die Münchner St. Martin-Straße um

Titel

Bitte zahlen Sie jetzt! 10
Immer mehr Medienhäuser setzen im Internet auf Paid Content. Auch für freie Journalisten ergeben sich neue Finanzierungsmodelle

Aus anonymen Nutzern sollen Kunden werden 14
Joachim Braun, Chefredakteur des Nordbayerischen Kuriers, will „Print-Abonnenten nicht länger für blöd verkaufen“

Medienszene

Redaktionen unter Druck 16
Verlag der Mittelbayerischen verlangt Ausgabenkürzung

Service

Rechtstipp 18
Gerichtsreporter an die Kette nehmen?
Netzschau 19
Alles, außer Google
Technik 20
Bildbearbeitung, die den Geldbeutel schont
Rezensionen 22
Sprachglosse 23
Kurse der ABP 23

Verband

Süddeutscher Journalistentag in Mainz 37

Wir BJV

Deutsche Zeitungen relativ „gesund“ 41
Netzwerktreffen mit US-Generalkonsul Bill Moeller in Pullman City
Nur der Kir Royal fehlte 42
Klatschkolumnist Graeter zu Gast an der Uni München

Zur Person

Jubilare 43
Nachrufe 44
Leserbriefe 44

Sagen Sie mal

„Wir sind mehr als ein Fernsehkanal“ 45
Der Münchner Journalist Stefan Hanitzsch gründet stoersender.tv mit Dieter Hildebrandt als Star

Erst zahlen, dann lesen

Paid Conent heißt das neue Zauberwort der Verlage. Die meisten stellen sich darunter eine Art Dukatenesel vor, der den Internet-Auftritt lukrativ macht. Einige fürchten immer noch, dass nur Gratisangebote im WWW beachtet werden, andere preisen die Gerechtigkeit, dass endlich nicht nur die Print-Abonnenten journalistische Arbeit bezahlen müssen, und wohl viele überlegen schon, wie man die lange Namensliste der bisher anonymen User anderweitig in klingende Münze umwandeln kann. **Seite 10**

SÜDDEUTSCHER JOURNALISTENTAG

DJV BADEN-WÜRTTEMBERG BAYERN HESSEN RHEINLAND-PFALZ

Journalisten, Piraten und die hohen Ideale

Infos, Diskussionen und Networking bietet der Süddeutsche Journalistentag in Mainz. Heiße Themen: Missbrauch von Social Media als Wahlkampfplattform, Voyeurfotos in der Berichterstattung, Sportjournalisten und das Hinterfragen. Befragen kann man bestimmt auch, etwa Bruno Kramm zur Demontage des Urheberrechts durch die Piratenpartei, oder, nutzbringender, Wolfgang Kiesel zur Existenzgründung. **Seite 37**

Samstag, 16. März 2013, 11 - 16 Uhr, ZDF-Konferenzzentrum Mainz

Fotos: John Coulter/Corbis

IMPRESSUM

Herausgeber:
Bayerischer Journalisten-Verband e.V.
– Dr. Wolfgang Stöckel, 1. Vorsitzender –
Seidlstraße 8/VI, 80335 München
Tel. 089 545 04 18-0, Fax -18
info@bjv.de – www.bjv.de

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:
Michael Busch, Stellvertretender Vorsitzender, busch@bjv.de
Tel. privat 09135 727 98 60
Tel. Büro 09132 745 022
Fax Büro 09132 745 029

Anschrift der Redaktion:
Michael Anger, Albert-Preu-Straße 12
95444 Bayreuth
Tel. 0921 515 018, mobil 0160 964 575 18
m.anger@t-online.de
Leitender Redakteur:
Michael Anger, m.anger@t-online.de
Stellvertreter:
Alois Knoller, alois.knoller@t-online.de
Tel. 0821 777 2155, privat Tel. 0821 741 000
Redaktionsmitglied:
Senta Krasser, info@krasserjournalismus.de
Tel. 0174 1799 682

Autoren dieser Ausgabe:
Wolfgang Stöckel (T), Thomas Geiger (F), Nadine Dwersteg (F), Maria Goblirsch (T), Michael Schwerberger (F), Johannes Michel (T), Thomas Mrazek (T), Barbara Weidmann (T), Simone Kuhnt (T), Andreas Pirchmoser (F)

Layout: Eberhard Wolf
Titelbild: Eberhard Wolf

Anschrift des Verlags:
W. Tümmels
Buchdruckerei und Verlag
GmbH & Co. KG
Gundelfinger Straße 20
90451 Nürnberg

Verantwortlich für Anzeigen:
Peter&Werbung
Allersberger Straße 185/F
90461 Nürnberg
Anzeigenunterlagen bitte direkt an die Verlagsanschrift schicken.
Der Bezugspreis ist im Mitgliedsbeitrag des *BJV* enthalten.
Anzeigenvorlagen bitte per Mail (PDF) an info@pundwag.de
oder per Post direkt an die Verlagsanschrift

Auflage: 10.000 Exemplare
Erscheinungsweise: zweimonatlich

Redaktionsschluss für Ausgabe 2/2013:
29. März
Anzeigenschluss: 22. März

ISSN: 0947-8337

Copyright 2012 by BJV & Autoren
Druckerei: W. Tümmels
Buchdruckerei und Verlag
GmbH & Co. KG
Gundelfinger Straße 20
90451 Nürnberg

Vorstand unterwegs

9. Januar
Besprechung Internetauftritt AK Gemeinsame Vergütungsregeln
11. Januar
Beerdigung Ernst Hauzenberger, Landau an der Isar
Neujahrsempfang Ministerpräsident, Residenz München
14. Januar
DJV-Gesamtvorstandssitzung in Würzburg
Eröffnung Pressefoto Bayern bei Mercedes in Nürnberg
16.Januar
Arbeitstreffen Süddeutscher Journalistentag beim ZDF in Mainz
23. Januar
Kuratoriumssitzung Herwig-Weber-Preis, Presseclub München
25. Januar
Vorstellung neue Mitgliederverwaltungssoftware, BJV-Geschäftsstelle
„Gemeinsam Wirtschaften für gute Arbeit", Diskussion der SPD in Nürnberg
26. Januar
Presseball Hamburg
30. Januar
Klausurtagung Geschäftsführender Vorstand, München
4. Februar
Vorstandssitzung, München
6. Februar
Vorbesprechung Mitgliederversammlung, Aschaffenburg
25. Februar
Mitgliederversammlung Presseclub München
28. Februar
Eröffnung Pressefoto Bayern, Flughafen München
2. März
DJV Thüringen, Mitgliederversammlung in Jena
8./9. März
Klausurtagung Vorstand, Würzburg
16. März
Süddeutscher Journalistentag, Mainz
8. April
Abschluss-Treffen Mentoring-Projekt, München

„Meine Leidenschaft ist schreiben"

BJV unterstützt Stipendiat der Deutschen Journalistenschule

Ein Reporterjob für ein Qualitätsmedium, darauf hofft Marian Schäfer. Der 26-Jährige gehört zur 51. Masterklasse der Deutschen Journalistenschule (DJS) und wird vom BJV unterstützt.

Jedes Jahr stellt das *BJV-Sozialwerk* 210 Euro monatlich für einen Stipendiaten der *DJS* zur Verfügung. Marian Schäfer, geboren in Steinfurt, hat an der Uni Münster seinen Master gemacht, Schwerpunkt: Politik in einer globalisierten Welt. Den Bachelor hat er in Politik und Soziologie, Thema: Vom Computerspiel zum Amoklauf – Pfadverläufe zwischen virtueller und realer Gewalt.

Ein Semester studierte er Kommunikationswissenschaften an der Ramkhamhaeng Universität in Thailand.

Seine journalistischen Sporen verdiente sich Marian Schäfer ab 2004, zunächst „ganz klassisch", wie er sagt. Heißt, mit Berichten für die *Westfälischen Nachrichten* in Münster. Es blieb nicht bei Print. Ein Jahr arbeitete er für den *Westdeutschen Rundfunk,* Erfahrungen sammelte er auch im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Veröffentlicht hat Schäfer auch bei *Spiegel online.*

Dank Redaktionsvertretungen und koordinierender Tätigkeiten kennt er auch die sogenannte andere Seite des Schreibtisches.

An die Deutsche Journalistenschule zog es ihn wegen der multimedialen Ausbildung: „Auch wenn ich Fernsehen und Radio spannend finde und hoffe, während der DJS-Zeit in diesen Bereichen viel zu lernen – meine Leidenschaft ist schreiben. Ein toller Reporterjob bei einer größeren Zeitung wäre sicherlich ein Traum." Thematisch interessieren ihn gesellschaftliche, politische, soziale und Bildungsthemen.

Dass Festanstellungen keine Selbstverständlichkeit mehr sind, nimmt er mit Humor: „Sollte ich im Lotto gewinnen oder zufällig auf große Geldgeber stoßen, könnte ich mir auch durchaus vorstellen, im Regionalen ein eigenes Medium auf die Beine zu stellen." Dann hätte Marian Schäfer aber endgültig kaum noch Zeit für Fotografie, Triathlon und Radrennsport. Denn in ein paar Wochen wird er Vater.

ma.

Nadine Dwersteg

Reise zur EU-Kommission für junge Journalisten

Das Bildungs- und Sozialwerk des BJV organisiert im Juni 2013 eine Informationsreise zur EU-Kommission nach Brüssel. Teilnehmen können 15 Journalistinnen und Journalisten. Geplant sind unter anderem Gespräche mit hochrangigen Politikern der EU wie Vizepräsidentin Viviane Reding oder EU-Kommissar Günther Oettinger. Bevorzugte Themen sind die Möglichkeit staatlicher Beihilfen im Medienbereich, die Harmonisierung des Urheberrechts, der Europäische Datenschutz, die Frauenquote oder die Zukunft der Regionalpolitik.

Drei Termine im Juni (17.-19.6., 19.-21.6. und 24.-26.6.2013) sind derzeit in Planung. Die Anreise erfolgt am Vortag, die Abreise am Abend des zweiten Besuchstages. Die EU-Kommission übernimmt die Hotel- und Reisekosten. Interessenten sollten nicht älter als 40 Jahre sein und für bayerische Medien arbeiten. Bewerbungen mit einigen kurzen Angaben zur Person und zu Ihrer Tätigkeit richten Sie bitte an schulz@bjv.de. Entscheidend für die Teilnahme ist die Reihenfolge des Eingangs der Bewerbungen.

Hohe Auszeichnungen warten auf Sieger

PresseClub vergibt wieder 10.000 Euro – Neuer Medienpreis von Rotary

Volks- und Raiffeisenbanken

Bewerbungen um die drei Journalistenpreise der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken sind ab sofort möglich. Bis zum 30. April können sich Vertreter von Medienhäusern mit Sitz in Bayern, Korrespondenten mit Redaktionsbüros im Freistaat sowie freie Journalisten mit Wohnsitz oder Arbeitsplatz in Bayern um die Auszeichnungen bewerben. Bewerbnungen an Genossenschaftsverband Bayern, Türkenstraße 22 – 24, 80333 München, presse@gv-bayern.de.

Rotarischer Medienpreis

Der Rotary Distrikt 1840 vergibt heuer erstmals den mit 5000 Euro dotierten „Rotarischen Medienpreis“ für engagierten Gesellschaftsjournalismus. Ausgezeichnet werden „herausragende mediale Beiträge oder Projekte, die in beispielhafter Weise über die verschiedenen Facetten des multikulturellen Miteinanders berichten oder durch deren Berichterstattung grenz- und kulturüberschreitende Hilfsprojekte ermöglicht wurden“. Die Beiträge müssen 2012 veröffentlicht worden sein. Einsendeschluss ist der 1. April. Meldungen an

ROTARY MEDIENPREIS 2013

Rotarischer Medienpreis, c/o Günther Glück, Bergäckerweg 8, 86825 Bad Wörishofen, glueck@guenther-glueck.de.

Herwig-Weber-Preis

Der PresseClub München vergibt heuer wieder den Herwig-Weber-Preis. Diese Auszeichnung wird alle drei Jahre an drei Preisträger verliehen und ist mit insgesamt 10.000 Euro dotiert. Größter Einzelsponsor ist der Bayerische Journalisten-Verband. Die stellvertetende BJV-Vorsitzende Hilde Stadler ist Mitgliedr der Jury.

Der PresseClub zeichnet damit hervorragende journalistische Arbeiten in Wort, Ton und Bild aus, die von Zeitungen, Zeitschriften oder Rundfunkanstalten in und außerhalb Münchens verbreitet wurden. Sie sollen das Münchener Leben treffend darstellen. Benannt ist der Preis nach dem 1969 verstorbenen langjährigen ersten Vorsitzenden des PresseClubs, Herwig Weber, 20 Jahre Korrespondent der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* in München. Einsendeschluss ist der 17. Juni. Einsendungen an die Geschäftsstelle des PresseClubs München e.V., Marienplatz 22, 80331 München, info@presseclub-muenchen.de.

Herbert Riehl-Heyse-Preis

„Unaufdringlich, distanziert, oft selbstironisch, aber auch scharf im Ton“: Zur Erinnerung an den 2003 verstorbenen Journalisten vergibt der Süddeutsche Verlag den Herbert Riehl-Heyse-Preis. „Ausgezeichnet wird ein politischer Essay, ein Kommentar oder ein nachdenklicher Aufsatz, der in den Jahren 2011 oder 2012 in einer deutschsprachigen Zeitung oder Zeitschrift erschienen ist. Übersetzungen sind ausgeschlossen. Jeder Bewerber kann seine Arbeit selber einreichen. Einsendeschluss ist am 9. März. Nominierungen an: Süddeutsche Zeitung, Chefredaktion, Hultschiner Straße 8, 81677 München oder per E-Mail an: Herbert-Riehl-Heyse-Preis@sueddeutsche.de.

Wenn JournalistInnen Eltern werden

Welche Fördermöglichkeiten bietet der Staat? Wie lässt sich der Nachwuchs mit der journalistischen Karriere vereinbaren? Wie können Mütter oder Väter auf Teilzeit umsteigen? Der vom Bundesfachausschuss Gleichstellung erarbeitete neue DJV-Ratgeber „Zwischen Schnuller und Schlagzeile“ hilft Journalisten-Eltern, den Spagat zwischen Kindern und Redaktionsalltag zu bewältigen. **www.djv.de**

Personalien

Claudia Fromme, die bisher im Feuilleton der *Süddeutschen Zeitung* tätig war, verantwortet künftig die Medienseite der Süddeutschen. Vorgänger Christopher Keil wechselt ins Investigativ-Ressort.

Ulrich Meyer, zuletzt bei *dapd* verantwortlich für die Regionalberichterstattung, spricht jetzt für die bayerische SPD und ihren Spitzenkandidaten für die Landtagswahl, Christian Ude.

Termine

28. Februar - 1. April
Ausstellung Pressefoto Bayern 2012 am Flughafen München
4. März
Medientreff im Münchner Presse-Club
16. März
Süddeutscher Journalistentag, Konferenzzentrum des ZDF, Mainz
18. März
BSW-Seminar: Die Zeit fest im Griff, BJV-Geschäftsstelle, München
4. - 30. April
Ausstellung Pressefoto Bayern 2012, Neue Stadtbücherei Augsburg
28.-30. April
Nachrichten im Journalismus 2.013, Evangelische Akademie Tutzing
2. Mai
BSW-Seminar: Ich werbe, also bin ich!, PresseClub Nürnberg
7./8. Mai
Nachhaltigkeit vermitteln – Workshop für Journalisten, Evangelische Akademie Tutzing
11/12. Mai
Bayerischer Journalistentag – Mitgliederversammlung 2013, Stadthalle Aschaffenburg
6. Juni
BSW-Seminar:
Meine Geschichte multimedial, BJV-Geschäftsstelle, München
17. Juni
Medientreff im
Münchner Presse-Club
4. Juli
Medien-Schafkopfen, PresseClub Nürnberg
22. Juli
BSW-Seminar: Mit Leben und Beruf im Einklang, BJV-Geschäftsstelle, München
20. September - 11. Oktober
Ausstellung Pressefoto Bayern 2012, Spielbank Bad Füssing
24. September
BSW-Seminar Presserecht, BJV-Geschäftsstelle, München

Neue Räume für die BJV-Geschäftsstelle

Ende Mai 2013 zieht der BJV in die Münchner St. Martin-Straße um

Von Maria Goblirsch

Wenn über der Münchner Maxvorstadt Gewitter aufziehen, ist das für manchen ein faszinierendes Naturschauspiel. Für BJV-Geschäftsführerin Jutta Müller und ihr Team waren das in den letzten beiden Jahren eher bange Momente. Denn bei heftigen Regenfällen lief das Wasser nicht nur außen an der Fassade hinunter, sondern durch das undichte Flachdach auch ins Innere des Bürohauses in der Seidlstraße 8 – und damit in die im sechsten Stock liegenden Räume der BJV-Geschäftsstelle.

Doch es blieb nicht nur bei hässlichen Flecken an der Decke oder den Wänden. Eines Tages stand der Serverraum unter Wasser, der Server musste für zwei Tage abgeschaltet werden. Beim nächsten schweren Gewitter im Juni 2012 setzte der Regen der Mitgliederablage zu, das an den Wänden herabrinnende Wasser lief in die Akten – die feuchten Schriftstücke mussten kopiert werden.

Während der Trocknungsarbeiten wurden Möbel und Büroschränke gerückt, umgebaut und neu sortiert, Teppiche herausgeschnitten und Löcher zum Trocknen in den Boden gebohrt. Feinstaub und Lärm waren die Folge. Trockungsgeräte standen für viele Wochen in den Räumen – die Luftfeuchtigkeit sank auf kaum zumutbare Werte. Das Ganze glich mehr und mehr einer Großbaustelle. Und auch die Mitglieder spürten die Auswirkungen der Wasserschäden, wenn Seminare verschoben oder ganz abgesagt wurden, weil die dafür vorgesehenen Räume nicht zu benutzen waren.

Zunächst setzten Jutta Müller und der Geschäftsführende Vorstand darauf, dass eine Renovierung der Räume durch die Hausverwaltung für Abhilfe und für akzeptable Arbeitsbedingungen in den Büros sorgen würde. Doch das dicke Ende kam noch: Die Handwerker entdeckten unter den Teppichen und an den Wänden Schimmel. Verdächtig gerochen hatte es schon lange.

Ein Gutachten des Baubiologen und TÜV-Sachverständigen Michael Lutz bestätigte die bösen Vorahnungen: Bei den im Labor untersuchten Sporen aus der BJV-Geschäftsstelle handelt es sich um eine gesundheitsgefährdende Spezies. Zwei Räume durften fortan

In diesen Komplex in Obergiesing zieht der BJV im Mai um.
Foto: sunyard

nicht mehr betreten werden. Riesige Plastikplanen trennten die befallenen Bereiche von dem Teil der Geschäftsstelle, in dem das Team weiter seiner Arbeit nachging.

Letztlich wusste niemand genau, wie weit sich der schädliche Schimmel schon ausgedehnt hatte. Deshalb hätten auch die Küchenzeile und sämtliche Kacheln entfernt werden müssen, um sicherzustellen, dass nicht auch dort Wände befallen sind, oder um sie zu sanieren.

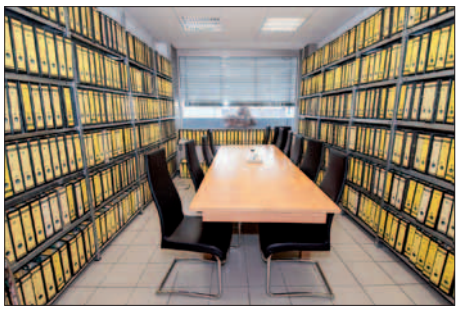
Was wie die TV-Folge einer Hausmeister-Soap anmutet, führte zur Entscheidung: Weil in der Seidlstraße ein geordneter Betrieb während der Sanierungsarbeiten für Wochen nicht mehr möglich gewesen wäre, beschloss der Vorstand, auch im Interesse der Mitglieder, neue Büroräume zu suchen.

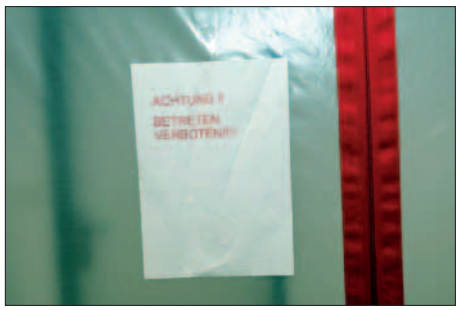
„Die Vorstellung, für Monate in einem Provisorium weiterzuarbeiten, bis möglicherweise weitere Schäden auftreten, war keine wirkliche Alternative mehr“, betont Jutta Müller. „Es ging einfach nicht mehr, wir müssen aus der Seidlstraße weg.“ Leicht fiel es keinem, die Räume und die zentrale Lage nur wenige Gehminuten vom Hauptbahnhof nach 35 Jahren aufzugeben.

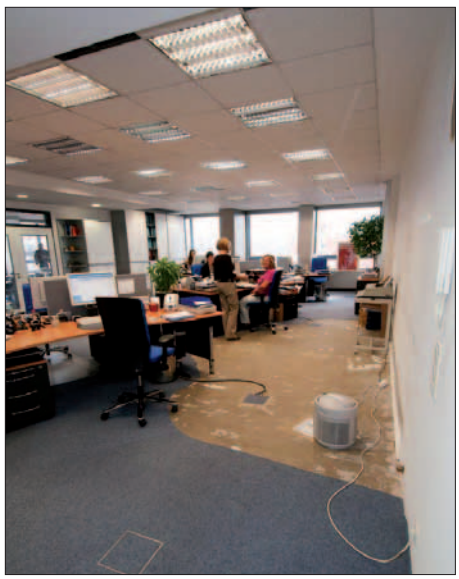
Die Suche nach geeigneten neuen Räumen zog sich über Monate hin und gestaltete sich alles andere als leicht, zumal die Preise für Gewerbe-Immobilien in München seit Jahren steigen. Die neuen Geschäftsstellen-Räume sollten für die Mitglieder gut erreichbar, aber auch vom Mietpreis her vertretbar sein. Außerdem benötigt die Geschäftsstelle neben einer gewissen Größe auch den richtigen Zuschnitt der Räume.

Jetzt ist ein geeignetes Objekt in Obergiesing am St. Martins-Platz gefunden, der Mietvertrag bereits unterschrieben. Die Räume im zweiten Stock des Bürogebäudes „Sunyard“ in der St. Martin-Str. 58-68 bieten annähernd gleich viel Platz, sind aber besser geschnitten. Sie erlauben es auch, die Geschäftsstelle häufiger für Veranstaltungen von Fachgruppen oder Seminare zu nutzen.

Die neue BJV-Geschäftsstelle liegt in unmittelbarer Nähe der S-Bahn-Station St. Martin-Straße (S3, S7) und sechs Stationen vom Hauptbahnhof entfernt (Fahrzeit rund zehn Minuten). Sie ist auch mit der Trambahn (Haltestelle St. Martins Platz) und per Bus gut erreichbar. Der Umzug soll in der letzten Mai-Woche stattfinden (mehr Infos zum neuen Bürokomplex unter www.sunyard.de).





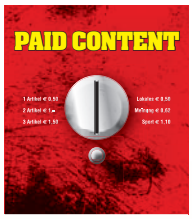


Einer Baustelle gleicht nach einem Wasserschaden seit Wochen die BJV-Geschäftsstelle. An den Wänden und unter dem Teppichboden entdeckten die Handwerker Schimmel. Im Mai zieht die Geschäftsstelle nach Obergiesing um.
Fotos: BJV, Michael Schwerberger

Bitte zahlen Sie jetzt!

Immer mehr Medienhäuser setzen im Internet auf Paid Content. Auch für freie Journalisten ergeben sich neue Finanzierungsmodelle

Von Thomas Mrazek



Seit mehr als zehn Jahren wird darüber diskutiert, wie man journalistische Inhalte im Netz zu Geld machen kann. Zaghafte Experimente wurden zumeist wegen Erfolgslosigkeit wieder eingestellt – die Nutzer ziehen nicht mit, wenn Inhalte an der nächsten Ecke im Netz frei erhältlich sind. In den letzten Monaten hat jedoch ein Umdenken eingesetzt. Die konsequente Strategie, bei den Nutzern ein Bewusstsein für den Wert professionell erstellter Inhalte zu schaffen, wird in immer mehr Medienhäusern umgesetzt. Und auch für freie Journalisten tun sich neue Möglichkeiten der Finanzierung ihrer Arbeit auf.

Der *Nordbayerische Kurier* zum Beispiel richtet vom 1. März an eine Bezahlschranke ein (siehe Interview Seite 14). Inhalte nur gegen Bezahlung gibt es beim Online-Angebot des *Fränkischen Tags, InFranken.de,* schon seit Anfang des Jahres. Die Einführung der Bezahlinhalte erfolgte in einem mehrstufigen Prozess. Rund ein Jahr lang dauerte die Vorbereitungsphase, berichtet der stellvertretende Chefredakteur, Falk Zimmermann. Zunächst überarbeiteten die Oberfranken ihr Portal komplett. Im Oktober 2012 war der Neustart. Sie teilten beispielsweise in einer 24-seitigen Beilage ihren Lesern mit, was sie künftig von ihrer Zeitung im Netz erwarten können (die Beilage ist online als PDF, 10,7 MB, abrufbar: *tinyurl.com/infranken-relaunch):* „Mehr Inhalt, mehr Community, mehr Zeitung im Netz“, verkündete die Mediengruppe Oberfranken (MGO) in einer Pressemitteilung. Und das Ganze auch noch in einem neuen Design. Um diese hohen Ansprüche auch entsprechend umzusetzen, wurde die Online-Redaktion von drei auf sechs Mitarbeiter aufgestockt.

Die MGO teilte ihren Lesern aber auch mit, dass sie künftig für Inhalte auf der Internet-Seite bezahlen müssen. Freilich nicht von heute auf morgen. Nach dem Relaunch wurden Artikel, für die in Zukunft bezahlt werden soll, mit dem Signet *InFrankenPLUS* kenntlich gemacht. Bezahlen brauchte zu diesem Zeitpunkt noch niemand. In der nächsten Stufe mussten sich die Nutzer auf dem Portal anmelden, um diese Inhalte weiterhin kostenfrei zu nutzen. Erst zum 1. Januar 2013 wurden die unter *InFrankenPLUS* publizierten Inhalte dann kostenpflichtig. Im Oktober befürchtete MGO-Geschäftsführer Phillip Magnus Froben noch: „Wir werden uns darauf einstellen müssen, dass ein User, der gewohnt ist, Inhalte im Internet kostenlos zu erhalten, diese Entscheidung zunächst nicht verstehen wird.“

Anfang Februar atmeten die Kollegen bei der MGO auf: „Es gab seit der Einführung von Paid Content am 1. Januar keine Reichweiteneinbrüche“, bilanziert Zimmermann. „Vielmehr bewegt sich *InFranken.de* im Januar sogar deutlich über den Dezember-Werten. Unser Bezahlmodell scheint aufzugehen, für den Zugang zu den kostenpflichten Inhalten werden überplanmäßig Tages- und Wochenabos verkauft.“ Für bemerkenswert hält er es zudem, dass auch die Print-Bestandskunden über ihren Abo-Zugang das Portal intensiver nutzen. Konkrete Zahlen will Zimmermann allerdings keine nennen. „Wir hegen nicht die Erwartung, dass bereits im ersten Jahr nach Einführung unseres Paid-Content-Modells wesentliche Deckungsbeiträge erwirtschaftet werden. Aber kleinere Summen sind durchaus erreichbar“, steckt Zimmermann den Erwartungshorizont ab. Grundsätzlich gehe es darum, „dass die Reichweiten-Stabilität mit einem moderaten Wachstum bei den Erlösen für Bezahlinhalte einhergeht“. Und schließlich soll InFrankenPLUS auch noch einen psychologischen Effekt bewirken: „Die Abonnenten unserer Print-Titel sollen nicht länger das Gefühl haben, dass sie für etwas bezahlen, was online gratis zu haben

Fotos: John Coulter/Corbis

ist“, sagt der stellvertretende Chefredakteur.

Auch journalistisch änderte sich mit den Bezahlinhalten manches: Grundsätzlich seien alle originären Inhalte der Redakteure und festen Mitarbeiter kostenpflichtig, erläutert Zimmermann. Die letzte Entscheidung darüber, welcher Artikel tatsächlich hinter die Bezahlschranke gehören soll, obliege der Online-Redaktion in Absprache mit dem Zentraldesk. Ferner solle möglichst eine „Content-Veredelung“ bei jedem Beitrag stattfinden: Durch zusätzliche Angebote wie Bildergalerien, Videos, Audiofiles und Grafiken sollen die Artikel aufgewertet werden. Zimmermann lobt die enge Kooperation von Verlag und Redaktion bei der einjährigen Konzeption des Angebotes. 36 Kollegen haben nach Angaben der MGO an diesem Projekt mitgearbeitet.

„Exklusivität und Exzellenz werden überlebenswichtig“

Stefan Plöchinger

Die digitale Ökonomie und der Medienwandel erfordern andere Denkweisen. „Ich halte den gebräuchlichen Ausdruck ‚Paywall‘ für falsch fokussiert“, sagt *Süddeutsche.de*-Chefredakteur Stefan Plöchinger. „Ich glaube, wir dürfen nicht mit Mauern drohen, wenn wir Leser dazu bekommen wollen, unsere Arbeit mitzufinanzieren.“ Er glaube „sehr wohl“ an Paid Content: „Das zeigt uns unter anderem der Erfolg der SZ-App für iPad und Windows 8.“ Es müsse jetzt darum gehen, Gratisangebote so klug weiterzuentwickeln, „dass Leser gerne in die Zukunft des Qualitätsjournalismus investieren“, sagt der Online-Chef.

„Exklusivität und Exzellenz werden überlebenswichtig – auch im Netz“, sagt er in einem Beitrag auf seinem privaten Blog *(ploechinger.tumblr.com).* Plöchinger hat leicht reden, sein Haus hat unbestritten die beiden vorgenannten Merkmale bei seinen Inhalten aufzuweisen, aber wie steht es um die anderen? „Jeder etablierte Titel, ob groß oder klein, hatte bisher seine Marktlücke – und der Job ist es, sich diese Marktlücke im digitalen Raum zu erobern“, sagt Plöchinger im Gespräch mit dem *BJVreport*. „Wer es nicht versucht, macht einen Fehler. Wieso sollten es zum Beispiel Lokalzeitungen nicht schaffen, digitale Leser mit Exklusivität und Exzellenz zu überzeugen? Im Lokalen kann das doch oft sonst keiner bieten.“ Welche weiteren Pläne nun der Süddeutsche Verlag in Sachen Bezahlinhalte hegt, mag Plöchinger nicht sagen, nur so viel: „Wir wollen uns weiterentwickeln – und ich bin einer der wenigen Online-Chefs, die glauben, dass wir auf Dauer nur mit Leserfinanzierung unseren Journalismus absichern können.“

Im Konflikt um das Leistungsschutzrecht hofft der Onliner darauf, dass es zu einer gütlichen Einigung kommt: „Ich freue mich, dass über Google gut 25 Prozent unserer Nutzer auf unsere Seite finden. Da sind viele neue Leser dabei, von denen manche dauerhaft bleiben. Das Werben von Neukunden ist gerade für Bezahlangebote essentiell.“ Ein jahrelanger Streit um die Internet-Angebote würde die digitalen Leser nur verunsichern oder gar verprellen, befürchtet Plöchinger.

Viel Gedanken über den digitalen Medienwandel muss sich auch Plöchingers Kollege Dirk von Gehlen machen. Er arbeitet als Leiter Social Media/Innovation bei der *Süddeutschen Zeitung.* Für sein privates Buchprojekt „Eine neue Version ist verfügbar“ *(www.enviv.de)* nahm er per Crowdfunding bislang rund 14.000 Euro ein.

„Beim Crowdfunding ermöglichen viele Geldgeber gemeinsam ein Projekt“, beschreibt es die neue Journalismus-Crowfunding-Plattform *Krautreporter.de.* So stellen beispielsweise Buchautoren im Internet ihre Idee vor und bitten um Finanzierung einer bestimmten Summe innerhalb einer bestimmten Frist.

Für von Gehlen stellt Crowdfunding einen Ansatz dar, der klassische Geschäftsmodelle zwar nicht ersetzen aber „sicher ergänzen wird“. Wichtig sei dabei „die veränderte Grundhaltung, die dahinter steht: Wir müssen offenlegen und erklären, warum die Leser für unsere Produkte bezahlen sollen.“ Wie dieses „Offenlegen“ aussehen kann, kann sehr transparent auf von Gehlens Projekt-Seite nachvollzogen werden. „Das ‚Darstellenkönnen‘ ist ein wichtiger Punkt, den viele Kollegen nicht mögen“, hat von Gehlen festgestellt: „Es geht darum, darstellen zu können, wofür man steht, darstellen zu können, weshalb es sich lohnt, ausgerechnet diesen Texten Aufmerksamkeit zu schenken und für sie womöglich auch zu bezahlen.“

„Ich wüsste gerade keinen besseren Ort, um am und mit dem Medienwandel zu arbeiten, als eine Tageszeitung“, postulierte von Gehlen in seinem Blog-Beitrag „Mein Lob der Tageszeitung“ *(tinyurl.com/lob-der-tageszeitung).* Aber wie können Tageszeitungen denn in Zukunft im Netz Geld verdienen? „Ich weiß nicht die eine Antwort auf die Frage, ich weiß aber, dass wir viele Antworten finden können, wenn wir es denn ausprobieren. Dazu zählt aber, dass wir auch die Bereitschaft aufbringen zu scheitern. Ich vermisse manchmal die Experimentfreude im Journalismus“, erklärt von Gehlen. Er konstatiert eine Veränderung in der Bezahlkultur, „ein Begriff, den man bewusst gegen das Wort der vermeintlichen Kostenloskultur denken sollte: Menschen sind bereit, für individuelle Kreativität zu bezahlen. Die Crowdfunding-Projekte bis hin zum aktuellen Bei-

spiel des Bloggers Andrew Sullivan – (ein US-Amerikaner, der Anfang des Jahres sehr erfolgreich eine Bezahlschranke einführte, d.Red.) – zeigen, dass es dort eine Bereitschaft zum Zahlen gibt, wo es gute Begründungen gibt." An eben diesen Begründungen zu arbeiten, „sollte jedem Journalisten und jeder Journalistin viel Spaß machen, es ist schließlich der Kern unserer Arbeit", so van Gehlen. Er plädiert für mehr Wagemut und Selbstbewusstsein in unserer Branche.

Wie wir in Zukunft „mit (gutem) Journalismus im Netz Geld verdienen" darum geht es im Blog Karsten Lohmeyers. Ende 2012 gründete der Münchner Journalist das Blog *Lousy Pennies (www.lousypennies),* frei benannt nach dem 2009 verkündeten Stoßseufzer des Verlegers Hubert Burda: „You get lousy pennies on the web." Lohmeyer und sein Co-Blogger Stephan Goldmann denken in ihrem Blog öffentlich über Monetarisierungs-Möglichkeiten nach. Und sie verdienen erst mal kein Geld mit diesem Angebot: „Ich werde in Aufmerksamkeit bezahlt", sagt Lohmeyer. „Die spannenden Diskussionen, die Gewissheit, dass ich Themen anspreche, die die Menschen bewegen – das ist unbezahlbar." Das sei etwas, was er als Print-Journalist mit rund 23 Arbeitsjahren auf dem Buckel nicht kenne.

Mit seinem Blog möchte er Kollegen Hinweise geben, „wie man sich in Zukunft sein Auskommen mithilfe des Internets sichern oder ergänzen kann". Mit einem eigenen Newsletter-Service für die Versicherungsbranche *(Das Tagesbriefing, www.tagesbriefing.de),* den er im Januar startete, möchte er Geld verdienen. Dass solche Modelle funktionieren können, zeigt das Beispiel des täglichen Newsletters Mobilbranche.de, der, so die Eigenwerbung, „ mobile Entscheider zu wichtigen Themen, Entwicklungen und Trends kurz und kompetent informiert." Für Lohmeyer geht es bei diesem Projekt jetzt erst mal darum, Reichweite aufzubauen. „Das ist ein hartes Brot, wir kämpfen um jeden Abonnenten." Frühestens in einem halben Jahr sei an die Monetarisierung zu denken, derzeit stecken er und sein Partner insgesamt vier bis fünf Stunden Arbeit pro Tag in dieses Projekt.

Lohmeyer rät auch festangestellten Kollegen, ihre Fühler verstärkt im Netz auszustrecken und sich eine „Fangemeinde" in sozialen Netzwerken wie Twitter und Facebook aufzubauen. Das klingt mitunter blumig und unökonomisch, aber Lohmeyer nennt ein gutes Beispiel, welches manchen Zweifel widerlegt: Jim Roberts, der Chef vom Dienst der *New York Times,* unterzeichnete kürzlich nach 26 Jahren Dienst einen Auflösungsvertrag. Er nimmt mit seinem Twitter-Account eine Gefolgschaft von 75.000 Abonnenten mit. „Mit einer solchen Zahl muss er sich eigentlich keine Gedanken darüber machen, wie er in Zukunft sein Geld verdient, sofern er die Ökonomie des Netzes verstanden hat", sagt Lohmeyer. Journalistenschüler und Volontäre müssten lernen, sich eine eigene Marke im Netz aufzubauen und diese auch außerhalb von Medienhäusern gewinnbringend zu nutzen, fordert Lohmeyer.

„Wir kommen nur mit Ausprobieren weiter."

Dirk von Gehlen

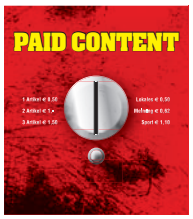
Hier setzt auch der Kommunikationswissenschaftler Christoph Neuberger an: Gerade die Ausbildung biete Freiräume, um Neues auszuprobieren: „Einige Studiengänge wie in Eichstätt, Darmstadt, Dortmund und Passau haben sich zu Journalismus-Labors entwickelt. Dort wird über die Zukunft des Journalismus nicht nur geforscht, sondern sie wird auch praktisch erprobt. Auch an den Journalistenschulen wird viel experimentiert." Bislang habe der Journalismus wenig Interesse an einer Professionalisierung gezeigt: „Begleitforschung und Innovationsmanagement sind in vielen Redaktionen noch Fremdworte", sagt der Professor, der sich an der Münchner Uni vor allem mit dem Medienwandel befasst. Neuberger moniert zudem eine mangelnde Experimentierbereitschaft in den Verlagen. Das Argument, dass es in den Medienhäusern mitunter an Zeit und Geld für Experimente mangelt, lässt er nicht gelten: „Innovativ zu sein, ist nicht nur eine Frage des Geldes. Das zeigen Jahr für Jahr die Preisträger des Grimme Online Award. Zeitungen müssen nicht alles im Netz machen, was denkbar ist. Es reichen zwei, drei Vorzeigeprojekte aus, die den Unterschied machen."

Die Diskussion um Paid Content verfolgt er mit Skepsis: „Das baldige Ende der Gratiskultur im Netz kündigen die Verlage schon seit den 1990er Jahren an. Ich habe nicht den Eindruck, dass die User heute eher zahlungsbereit sind als vor ein paar Jahren." Andererseits wachse aber der Druck auf die Verlage. Neuberger folgert: „Es wäre die beste Lösung, wenn alle Zeitungen in einem gemeinsamen Schritt Gebühren einführen würden. Außerdem sollten die Leser möglichst viel Flexibilität bei den Bezahlmodellen haben. Daran hapert es aber noch. Und vor allem: Den Lesern muss erkennbar mehr geboten werden – im Vergleich zur Druckausgabe und zum Rest im Netz." Wie kann das „Mehr" im Netz aussehen: „Der Journalismus sollte erkennbar das liefern, was es anderswo nicht gibt und was nicht weitererzählt werden kann: Kompetenz in ausgewählten Themenfeldern, Netzrecherche jenseits von Google, Vertiefung aus dem eigenen Archiv, gut moderierte Foren, Expertenrunden, Redakteure als Gesprächspartner."

Aus anonymen Nutzern sollen Kunden werden

Joachim Braun, Chefredakteur des *Nordbayerischen Kuriers*, will „Print-Abonnenten nicht länger für blöd verkaufen“

Von Thomas Mrazek



Wer vom 1. März an den *Nordbayerischen Kurier* lesen will, muss dafür bezahlen. Wir sprachen mit Chefredakteur Joachim Braun über Bezahlschranken bei kleinen Zeitungen, Leserorientierung und „Sitzredakteure“.

Es gibt unterschiedliche Strategien für Paid Content: Wie wird Ihr Modell aussehen?

Aus meiner Sicht ist das so genannte Metered Modell, das die *New York Times* konzipiert hat, also den Nutzern eine bestimmte Zahl von Freischüssen zu ermöglichen, für Regionalzeitungen nicht so gut geeignet, weil unser Artikelangebot im Web doch von unterschiedlicher Qualität ist – zwischen Polizeimeldung und investigativer Recherche. Wir haben uns darum für ein Freemium-Modell entschieden. Das heißt, die Redaktion entscheidet im Einzelfall, welche Artikel etwas kosten sollen. Das werden natürlich nur eigene Recherchen sein und nur solche, die thematisch auch attraktiv genug sind. Die Teaser der jeweiligen Artikel, und damit die Nachricht, werden kostenlos bleiben. Bezahlt werden muss das, was in die Tiefe geht.

Wie flexibel wird das Angebot für die Nutzer sein?

Wir ermöglichen den Einzelkauf von Artikeln, bieten einen Tagespass an und unterschiedliche Abo-Formen, auch im Zusammenhang mit einer iOS-App, die wir gleichzeitig einführen. Unsere Print-Abonnenten bekommen einen kostenlosen Online-Zugang.

Wie lange haben Sie dafür gebraucht, das zu konzipieren – wie ist die Redaktion in diesen Prozess involviert?

Das Konzept ist nicht schwierig. Wir können ja schließlich auf Erfahrungen anderer Verlage zurückgreifen. Die Redaktion wurde immer wieder über den Stand der Dinge und die Überlegungen informiert, war aber sonst nicht beteiligt, Meine wichtigsten Gesprächspartner neben dem Geschäftsführer sind unser technischer Dienstleister, der sagen muss, was möglich ist, und der Portalmanager.

Welche Erwartungen verknüpfen Sie mit der Einführung kostenpflichtiger Inhalte?

Am wichtigsten ist, dass die jetzt anonymen User zu Kunden werden, also zu Nutzern unseres Angebots, die hoffentlich erkennen, dass journalistische Arbeit eine teure, wertvolle Dienstleistung ist. Es geht auch darum, Print-Abonnenten nicht länger für blöd zu verkaufen, in dem wir ihnen etwas anbieten, was es im Netz kostenlos gibt. Wenn am Ende noch nennenswerte Erlöse herausspringen, freut es mich umso mehr.

Stellt die Einführung von Bezahlinhalten für Sie nicht ein riskantes Experiment dar oder ist es für das relativ kleine Online-Angebot Ihrer Zeitung genau der richtige Zeitpunkt?

Wir diskutieren intern schon eineinhalb Jahre über Paid Content, jetzt aber ist für unser Haus der Zeitpunkt gekommen, wo wir ein solches Konzept umsetzen können, weil wir uns in guter Gesellschaft befinden. Auch der Nachbar *Fränkischer Tag* hat inzwischen Paid Content. Ich bin überzeugt, dass es in zwei Jahren kaum noch Medienhäuser gibt, die ihre Inhalte komplett kostenlos weitergeben. Und Risiko? Nun, jeder Veränderung ist ein Risiko, aber nichts zu verändern wäre in unserer Situation – und damit meine ich die gesamte Branche – die Entscheidung zum Suizid. Mal ganz ehrlich: So umwerfend sind unsere Werbeerlöse im Netz nicht, dass uns ein Rückgang, nicht mal ein starker, an den Rand der Insolvenz bringen würde.

Sie erwähnten kürzlich, dass Sie nicht daran glauben, dass der Nordbayerische Kurier in gedruckter Form noch die nächste Generation Oberfranken mit Nachrichten versorgen wird. Können Sie das zeitlich noch etwas konkreter ausdrücken? So gesehen könnte die Einführung von Paid Content die essentielle Vorsorge für die Zukunft darstellen, oder?

Mit dieser Meinung stehe ich ja nun nicht alleine da. Das große Problem sind auch nicht die erodierenden Auflagen, sondern der Anzeigenmarkt, der – wie das zweite Halbjahr 2012 gezeigt hat – in keiner Weise verlässlich ist. Sicher ist nur, die Anzeigen werden weniger. Und das

Joachim Braun ist Chefredakteur beim *Nordbayerischen Kurier*, Bayreuth. Von der Jury des *Medium Magazins* wurde er zum „regionalen Chefredakteur des Jahres“ 2012 gewählt. Braun bloggt unter: *ankommen.nordbayerischer-kurier.de*

Foto: Nordbayerischer Kurier

gefährdet innerhalb der nächsten zehn Jahre das gesamte Geschäftsmodell. Paid Content ist da sicher kein Allheilmittel, sondern Teil einer Digitalstrategie, die viele kleine Geschäftsfelder umfassen wird, in denen jeweils „lousy pennies“ verdient werden. Aber Kleinvieh macht eben auch Mist. Was mich schon lange ärgert, ist die Trägheit der Branche beim Entwickeln neuer Geschäftsfelder im Netz. Im besten Fall kaufen große Häuser noch Start-ups ein. Wir können so etwas nicht, wir müssen gute Ideen haben und sie konsequent umsetzen. Das allein ist schon extrem schwierig.

Sie haben ja einen sehr guten Überblick darüber, was bei den Tageszeitungen passiert. Wie schätzen Sie die Erfolgschancen für Bezahlinhalte ein, wird es auch Verlage geben, bei denen das Bezahlangebot im Netz einfach nicht funktioniert?

Das Bezahlangebot wird überall dort scheitern, wo die Inhalte nicht passen. Der Relevanzverlust der Tageszeitungen ist weniger eine Folge des Internets, als eine Konsequenz daraus, dass wir jahrzehntelang zu viel Kraft zum Laufen hatten und permanent an den Lesern vorbei geschrieben haben. Solange wir das lokale Meinungsmonopol hatten, funktionierte das noch. Jetzt nicht mehr: Wer den Weg zum Leser nicht schleunigst findet, der ist verloren, mit oder ohne Paid Content.

Apropos „am Leser vorbei geschrieben“: Zu Vor-Internet-Zeiten haben Lokalzeitungsmacher doch gerne und stolz behauptet, dass sie ihre Leserschaft bestens kennen und genau wissen, wie diese Völkchen tickt oder gefälligst zu ticken hat. Jahrzehnte später haben sich die Verhältnisse grundlegend geändert, wie Sie ja auch eingestehen. Ist es nicht aberwitzig, dass viele Verlagshäuser jetzt geradezu davor zittern, ihren Lesern nun Inhalte auf digitalen Kanälen verkaufen zu wollen? Wie können wir ein vernünftiges Verhältnis zu unseren Lesern aufbauen und gleichzeitig – die von ihm leider mitunter so empfundene – Knute „Paid Content“ auspacken?

Das ist nur dann ein Problem, wenn, wie eben erwähnt, die Inhalte keine Relevanz haben. Jeder von uns bezahlt, auch im Netz, für Dinge, die für ihn wertvoll sind. Also müssen wir ihm solche Themen anbieten. Die Schwierigkeiten liegen in zwei Bereichen: Zum einen sind viele Redaktionen zu aufwändigen Recherchen schon deshalb nicht in der Lage, weil sie zu klein gespart wurden. Für mindestens ebenso problematisch halte ich aber, dass ein Großteil der Redakteure – und das sind leider vielfach die altgedienten – nicht bereit sind, aus ihrer Komfortecke herauszukommen und umzudenken und den Wandel mitzugestalten. Vielleicht ist das aber auch vielen gar nicht möglich. Dann müssen die Verlage über die richtigen Schlussfolgerungen nachdenken.

Sie fordern eine stärkere Leserorientierung und folgern: „Inhalte, Neugierde, Leidenschaft, Haltung, Gemeinschaft, Bereitschaft zur Veränderung – Zeitungen, die sich an diesen Qualitäten orientieren (…) haben eine Perspektive für die Zukunft“. Hehre Worte, aber wie kann das konkret aussehen?

Meinen Sie die Frage ernst? Wir müssen einfach das tun, was wir als Journalisten mal – zumindest in der Theorie – gelernt haben. Wir sind ja nicht, ich jedenfalls nicht, Journalisten geworden, um ein Teil der örtlichen Schickeria zu sein, abends Häppchen essen zu gehen und in einem Nine-to-Five-Job das zu schreiben, was bestimmte Leute gerne lesen, die sich dann dafür auch, wenigstens mit Anerkennung, dankbar zeigen. So aber sieht Lokaljournalismus derzeit vielfach, natürlich nicht überall, aus. Und so missachtet er die Interessen von 98 Prozent unserer Abonnenten. Journalismus ist Arbeit, kein Vergnügen, und kaum eine Journalismus-Spielart erfordert so viel persönliches Engagement wie guter Lokaljournalismus, weil man immer schrecklich nah dran ist.

Für Sie als Chefredakteur spielen neben ihrer Redaktion und den Lesern auch noch andere Akteure eine wichtige Rolle: Ich nenne nur das Verlagshaus; den Verlegerverband bzw. Verlagslobbyisten (die beispielsweise ein Leistungsschutzrecht fordern); die Politik, die für gewisse Rahmenbedingungen zuständig ist; aber auch wir Gewerkschaften. Wie können diese Akteure Sie und Ihre Kollegen bei der Gestaltung des Wandels am besten unterstützen?

Paid Content ist da sicher kein Allheilmittel, sondern Teil einer Digitalstrategie.

Mit meiner Hauptforderung mache ich mir in einer Gewerkschafts-Zeitung keine Freude. Denn ich wünsche mir eine Abkehr vom derzeitigen Tarifsystem, weil es die belohnt, die lange ausgeharrt haben, und die Leistungsträger benachteiligt, die, vor allem wenn sie jung sind, viel weniger bekommen als Sitzredakteure. Ich weiß, dass Leistungskomponenten in einem nicht von Kennzahlen geprägten Beruf extrem schwierig umzusetzen sind, aber ich weiß auch, dass das jetzige System an seine Grenzen gekommen ist, wie auch die tarifflüchtigen Verlage zeigen. Was soll ich vom Verlegerverband erwarten? Der ist, wie der Name schon sagt, für die Verleger da. Das Leistungsschutzrecht halte ich prinzipiell für richtig, aber kaum umsetzbar. Und von meinen Verlegern und meinen Geschäftsführern erwarte ich einen allzeit konstruktiven Dialog und die Unterstützung in einem schwierigen Wandlungsprozess. Ich neige nun nicht zu Schmeicheleien, aber in diesem Punkt bin ich tatsächlich in den vergangenen zwei Jahren beim *Nordbayerischen Kurier* nicht enttäuscht worden.

Redaktionen unter Druck

Verlag der *Mittelbayerischen* verlangt Ausgabenkürzung

Von Michael Anger

NZ NÜRNBERGER ZEITUNG
FRÄNKISCHER KURIER

Donnerstag, 7. Februar 2013 | 210. Jahrgang, Nummer 32 | Preis 1,40 €

2:1-Sieg in Frankreich: Start nach Maß für Löws Elf

Sollten Ihnen heute im Laufe des Tages weiße Flecken vor den Augen herumtanzen: „Cool" bleiben, ist nix Schlimmes. Sie sind nur von einem der lokalen Schneeschauer aus der Wetterprognose erwischt worden.

www.nz.de
www.nz.de/blogs
www.franken-wiki.de

Heute lesen Sie:

„Kokowääh": Interview mit Helmut Zierl
Fernsehzuschauern ist der vielseitige Schauspieler Helmut Zierl bestens vertraut. Jetzt hat ihn Til Schweiger für eine Rolle in der Fortsetzung des Kinohits „Kokowääh" besetzt. Im Interview erzählt er davon. (Feuilleton S.7, Film S.22)

Vielfältiges Programm rund um die Bio-Messe
Zur Nürnberger Fachmesse „Bio-Fach" wird in der nächsten Woche ein umfangreiches Begleitprogramm geboten. Unterdessen soll in Bayern die Anbaufläche für Bio-Lebensmittel verdoppelt werden. (Nürnberg S.11, Region/Bayern S.16)

Zumindest die Redaktion der Nürnberger Zeitung ist unter Druck: weniger Leute machen mehr Seiten. Und als besonders sicher gelten die restlichen Arbeitsplätze auch nicht.

Die Zeitungsverlage in Bayern wollen weiter sparen. Wieder wird an den Stellschrauben „Personal", „Bezahlung", „Arbeitsbedingungen" gedreht. Wir beleuchten die Situation in fünf Häusern. Für diese Tage waren wieder Verhandlungen in Regensburg bei der *Mittelbayerischen Zeitung* angekündigt. Die Verlagsseite möchte die Ausgaben senken, der Betriebsrat sieht keine Notwendigkeit. Denn, das gibt der Arbeitgeber auch unumwunden zu, man möchte „für die Zukunft gewappnet sein". Immerhin will er seine unkonkreten Befürchtungen erstmals mit konkreten Zahlen unterfüttern.

Ob diese Zahlen nicht nur Forderungen an die Belegschaft, sondern auch die aktuelle Ertragslage widerspiegeln, muss man abwarten. Betriebsratsvorsitzender Gustav Norgall ist vorsichtig optimistisch. Was die Ertragslage betrifft, schon gar: „Wir haben immerhin wieder Volontäre übernommen, befristete Verträge wurden verlängert." So ist nicht recht einzusehen, warum gespart werden soll. Doch seit der letzten Tarifauseinandersetzung macht der Verlag entsprechend Stimmung. Einen Tag nach der bundesweiten Einigung 2011 trat man aus dem Flächentarif aus. Was bedeutet, dass dieser Tarif noch für die 123 Redakteure und Volos der *MZ* gilt und dann tritt erst einmal die Nachwirkung in Kraft.

Regensburg: Leistungskomponenten

Inzwischen gibt es auch ein Eckpunkte-Papier des Arbeitgebers. Darin wird „mehr Flexibilität" beim Gehalt gefordert, etwa durch „Leistungskomponenten", aber auch eine Beteiligung am Betriebsergebnis. Das alles soll angesichts allgemein sinkender Auflagezahlen die Zukunft sichern. An die denkt der Verlag immerhin durch intensives Vorbereiten einer Paywall. Kurzfristig hat die Zukunft die Gestalt eines Umzugs im Sommer mit allen Betriebsteilen in ein neues Gebäude. Bei solchen Aktionen pflegen Geschäftsführungen logistische oder personelle Synergieeffekte zu entdecken.

Der Betriebsrat will sich konkreten Gesprächen nicht verschließen, versucht aber schon Pflöcke einzuschlagen. So sollen eventuelle Vereinbarungen auch für die Kollegen gelten, die jetzt in einer eigenen Firma für die Crossmedia-Aktivitäten zuständig sind.

In Augsburg hat es schon viele Gespräche zwischen Betriebsrat und Verlagsleitung gegeben. Dem Klima bei der *Allgemeinen* hat das offenbar gut getan. Zeitgleich mit der Bekanntgabe, nur wenige der rund ein Dutzend Volontäre zu übernehmen und die Hälfte der Zeitverträge nicht zu verlängern, hatte die Verlagsseite auch eine Projektgruppe angekündigt, die journalistische Qualitätsstandards erarbeiten soll, mit Beteiligung der Arbeitnehmervertretung. Diese Gruppe hat ihre Arbeit auch aufgenommen, so Betriebsrat Alois Knoller.

Augsburg: Business as usual

Einige Kollegen haben inzwischen die Redaktion verlassen, der Personalabbau hat also begonnen. Dennoch ist business as usual angesagt. So ist der neue Volontärsjahrgang im bisherigen Umfang am 1. Januar ins Haus eingezogen. Ihnen wurde auch korrekt mitgeteilt, dass sie nicht von einer Übernahme ausgehen können. Angestellt sind die Volos bei der Medienakademie.

Außer der *Augsburger Allgemeinen* gehört zur Mediengruppe Pressedruck auch die Würzburger *Main-Post* und der *Südkurier* in Konstanz. Da werde man doch Synergien nutzen? Knoller: Sicher werden noch stärker regional ungebundene Texte von der Zentrale bearbeitet und nach Würzburg und Konstanz weitergegeben, und ein gemeinsames Redaktionssystem werde wohl ins Auge gefasst. Allerdings langfristig, da die Zeitungsformate unterschiedlich sind.

NZ: Weniger Redakteure, mehr Seiten

Die Reduzierung schon hinter sich hat die Redaktion der *Nürnberger Zeitung*. Zwölf Kolleginnen und Kollegen sind gegangen, sozialverträglich. Wer bei der großen Schwester *Nürnberger Nachrichten* unterkam, hat Besitzstände wie Jahre der Betriebszugehörigkeit mitnehmen können, bestätigt Betriebsrätin Clara Grau. Jetzt sei wieder relative Ruhe eingekehrt, aber „im Sommer war es furchtbar". Der Abbau sei zwar frühzeitig angekündigt worden, aber viel zu lange hätten die letztendlich Betroffenen nichts gewusst. Allerdings, rein formal betrachtet, habe die Arbeitgeberseite stets korrekt gehandelt. Die Arbeitsbelastung der jetzt noch rund 50 Kolleginnen und Kollegen sei natürlich gestiegen, denn man habe schon den Ehrgeiz, die gleiche Qualität zu garantieren. Vor allem in Sport und Kultur

biete die *NZ* der *NN* die Stirn. Grau: „Im Sport zum Beispiel sind wir nach wie vor Spitze, gerade im Amateur-Fußball.“ Die Zahl der von der Redaktion zu produzierenden Seiten sei durch Umstrukturierungen eher gestiegen. „Wir machen mit weniger Leuten mehr Seiten“, stellt die Betriebsrätin fest. *NZ* und *NN* haben zusammen eine gedruckte Auflage von 287.000. Offiziell gibt es keine Zahl für die *NZ*, sie wird auf 28.000 geschätzt.

Coburg: Acht sind gegangen

„Jetzt haben wir aber wirklich keine personellen Reserven mehr.“ Dieses Fazit zieht BJV-Mitglied Norbert Klüglein für die *Neue Presse Coburg*. Bis vor anderthalb Jahren arbeitete man dort in den klassischen Ressorts. Dann wurde umstrukturiert. Eines der Ziele: Die Vertretung zwischen den Ressorts zu erleichtern. So galt etwa die Lokalredaktion als chronisch unterbesetzt. Das Ziel wurde erreicht, meint Klüglein, gibt aber auch zu, dass man de facto mit weniger Redakteuren die gleiche Seitenzahl produzieren müsse. Eine ganze Reihe von Kolleginnen und Kollegen waren nicht bereit, oft in anderen Ressorts einzuspringen oder drei Tage lang von Coburg nach Kronach pendeln zu müssen. Acht Journalisten hat die *NP* verloren. Sie haben gekündigt. Bei insgesamt rund 40 Stellen ist das erheblich. Nicht für jeden Redakteur kam ein neuer. Klüglein: „Das Stammpersonal wurde reduziert.“ Am Flächentarif, der bei der *NP* gilt, soll offenbar zumindest derzeit nicht gerüttelt werden. Das Blatt gehört zur Gruppe Hof-Coburg-Suhl, die Eigentum des *Süddeutschen Verlags* ist. Vor längerer Zeit hatte die Belegschaft einige Jahre lang auf mehr als zehn Prozent ihrer Bezüge verzichtet, um die Vorstufe zu erhalten.

Main-Echo: Noch wird verhandelt

In einem halben Jahr lohne sich ein erneutes Telefonat, um Bilanz zu ziehen. So die erste Reaktion von Dietmar Schreck, Betriebsrat beim *Main-Echo* in Aschaffenburg. Dort hatte man Unmutsäußerungen gehört, weil der Verlag das Desk-System einführen wolle und dabei unzumutbare Versetzungen plane. Noch sei alles im Fluss, so Schreck, der Betriebsrat auch entsprechend den Vorschriften eingebunden. Beim *Main-Echo* gilt der Flächentarif. Derzeit diskutiere man intensiv wegen geplanter Abgruppierungen, die allerdings durch den Tarif gedeckt seien.

Journalistenpreise der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken

Preise: Auch 2013 vergeben die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken Journalistenpreise. Dabei loben sie den ***Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Preis*** für einen Beitrag zum Thema wirtschaftliche Bildung (8.000 Euro), den ***Hermann-Schulze-Delitzsch-Preis*** für einen Beitrag zum Verbraucherschutz (8.000 Euro) sowie den ***Volontärspreis*** für einen Beitrag zum Themenfeld Nachhaltigkeit (4.000 Euro) aus. Ausgezeichnet werden herausragende publizistische Arbeiten aus Print, TV, Hörfunk sowie online.

Bewerbungen: Um die Preise bewerben können sich Vertreter von Medienhäusern mit Sitz in Bayern, Korrespondenten von Medienhäusern mit Redaktionsbüros im Freistaat und freie Journalisten mit Wohnsitz oder Arbeitsplatz in Bayern. Vorschlagsberechtigt sind darüber hinaus Verleger, Chefredakteure sowie Ressortleiter. Es werden Beiträge berücksichtigt, die zwischen 1. Januar 2012 und 31. Dezember 2012 erschienen sind.

Jury: Eine Fachjury aus Vertretern der unterschiedlichen Mediengattungen bewertet die eingegangenen Bewerbungen und entscheidet über die Preisträger.

Die Bewerbungen müssen bis 30. April 2013 vorliegen. Sie sind zu senden an

Genossenschaftsverband Bayern e.V.
Dr. Jürgen Gros
Vorstandsstab und Kommunikation
Türkenstraße 22 – 24, 80333 München
Tel. (089) 28 68 – 34 02
presse@gv-bayern.de

oder online auf www.gv-bayern.de/journalistenpreise einzureichen, wo sich weitere Informationen zu den Preisen und Bewerbungsmodalitäten finden.

Gerichtsreporter an die Kette nehmen?

Rechte der Berichterstatter bei Verhandlungen

Von Maria Goblirsch

Bei der Verhandlung gegen den Ottobrunner Neonazi Norman Bordin vor dem Münchner Amtsgericht rempelten rechte Sympathisanten *BR*-Reporter an und beschmierten die Linsen ihrer Video-Kameras mit einer fettigen Substanz. Um solche Zusammenstöße beim bald anstehenden NSU-Prozess gegen Beate Zschäpe auszuschließen, dachte Amtsgerichtsdirektor Gerhard Zierl laut über ein partielles Film- und Fotografierverbot und einen Ausschluss der Journalisten von der Verhandlung nach. Doch wäre so etwas überhaupt zulässig? Hier die wichtigsten Fragen und Antworten zum „Fall Bordin“:

Hätte das Gericht den Reporter schützen müssen?

„Ein entschiedeneres und konsequenteres Eintreten gegen die Provokateure wäre wünschenswert gewesen“, erklärt BJV-Geschäftsführerin Jutta Müller. Und dies wäre den Justizwachtmeistern im konkreten Fall auch möglich gewesen. Nach Nr.3.1 der Bekanntmachung des Justizministeriums über die Aufgaben des Justizwachtmeister-Dienstes haben diese „für die Aufrechterhaltung der Ruhe, Ordnung und Sicherheit in den Justizgebäuden und den dazu gehörenden Bereichen, insbesondere durch Videoüberwachung, Sicherheitsrundgänge und Personenkontrollen“ zu sorgen. Sie sind auch zuständig dafür, „sitzungspolizeiliche Maßnahmen nach den Weisungen des Vorsitzenden, bei dessen Abwesenheit erforderlichenfalls aus eigenem Entschluss“ umzusetzen.

Hätte auch ein Zuschauer oder ein Kollege eingreifen können?

Wird jemand auf frischer Tat ertappt und kann seine Identität nicht sofort festgestellt werden oder will er fliehen, so darf ihn jedermann vorläufig festnehmen (Paragraph 127 Strafprozessordnung). Danach hätte ein Kollege, aber auch etwa ein Zuschauer oder Justizangestellter eingreifen können, wenn eine Straftat, wie eine Sachbeschädigung oder eine (versuchte) Körperverletzung, vorliegt. Wird einem Kameramann die Kamera ins Gesicht geschlagen, sind ernste Verletzung bis hin zum Verlust des Augenlichts möglich.

Sind Fernseh- und Bildaufnahmen in der Verhandlung erlaubt?

Nein. Zwar sind Verhandlungen einschließlich der Urteilsverkündigung öffentlich, besagt das Gerichtsverfassungsgesetz (Paragraf 169 GVG), aber: Ton- und Fernsehaufnahmen während der Verhandlung „zum Zweck der öffentlichen Vorführung“ sind ausdrücklich tabu, weil sie den Angeklagten und die Zeugen von der Hauptverhandlung ablenken und ihre Aussagen hemmen oder beeinflussen könnten.

Vor und nach der mündlichen Verhandlung?

Ja, TV-Aufnahmen vor und nach Gerichtsverhandlungen sind erlaubt, wenn der Prozess von öffentlichem Interesse ist, hat das Bundesverfassungsgericht entschieden. Allerdings dürfen die Gerichte auch Vorkehrungen treffen, um die Verfahrensbeteiligten zu schützen – etwa durch die Pflicht zur Anonymisierung der Aufnahmen.

Nach einem Grundsatzurteil deckt die Rundfunk- und Pressefreiheit nicht nur die Anwesenheit von Journalisten in einem Prozess, sondern auch Filmaufnahmen in seinem Umfeld. Allerdings müssten die Persönlichkeitsrechte der Angeklagten und anderer Prozessbeteiligter wegen einer möglichen Prangerwirkung der Berichterstattung gewahrt werden.

In einem späteren Fall klagte eine freie Journalistin vor dem Bundesverfassungsgericht. Sie wollte bei der Verhandlung gegen einen Mann drehen, der eine israelische Studentin entführt und in seiner Wohnung festgehalten hatte. In der Verhandlung ging es auch darum, ob der Angeklagte in der Psychiatrie unterzubringen sei. Die Richter entschieden, ein Verbot von Aufnahmen käme nur in Betracht, wenn der Schutz der Grundrechte nicht auch durch weniger einschneidende Maßnahmen wie etwa das Anonymisieren erreicht werden könne.

Wann wird das Recht am eigenen Bild verletzt?

Bilder von Personen dürfen nur mit der vorherigen Einwilligung des Abgebildeten veröffentlicht werden. Sobald die Person erkennbar ist, braucht es ihre Zustimmung (Paragraf 22 und 23 Kunsturhebergesetz). Davon macht das Gesetz in folgenden Fällen eine Ausnahme: bei Persönlichkeiten der Zeitgeschichte, bei Bildern von einer Örtlichkeit, auf denen eine Person nur „schmückendes Beiwerk“ ist, sowie bei Aufnahmen von Versammlungen. Nach dieser Regel dürfen Journalisten den Verhandlungssaal mit den darin sitzenden Zuschauern vor Verhandlungsbeginn fotografieren oder filmen, solange nicht einzelne Personen besonders herausgehoben werden.

Wer darf die Presse vom Prozess ausschließen?

Der Vorsitzende Richter, da er das Hausrecht im Sitzungssaal ausübt. Außerhalb des Saals der Gerichtspräsident. Schließt er die Presse oder die Journalisten von der Verhandlung aus, muss dem erst einmal gefolgt werden. Dabei ist freilich das Recht zur freien Berichterstattung nach Artikel 5 Grundgesetz zu achten. Gerade bei Prozessen mit rechtsradikalem Hintergrund ist es wichtig, dass sich die Öffentlichkeit ein Bild vom Umfeld des Angeklagten macht.

Stehen Pressevertretern eigene Reihen im Gerichtsaal zu?

Darauf haben Sie keinen rechtlichen Anspruch, es wäre zumindest sinnvoll, wenn sie von den Zuschauern getrennt sitzen. Nach vorheriger Prüfung des Presseausweises durch die Wachtmeister könnte so sichergestellt werden, dass sich Provokateure nicht als Pressevertreter ausgeben könnten, um in die Nähe der „echten“ Journalisten zu kommen. Ansonsten können Journalisten auch dadurch geschützt werden, dass sich z.B. ein Justizwachtmeister zwischen die Presse und Störer setzt.

Alles, außer Google

Inhalte von heute und gestern lassen sich auch ohne den Giganten finden

Von Thomas Mrazek

Google-Bashing soll an dieser Stelle nicht betrieben werden. Wir wollen nur auf einige Angebote hinweisen, die ergänzende oder gar bessere Recherche-Möglichkeiten bieten.

André Kühnlenz, ehemaliger Redakteur der *Financial Times Deutschland,* wies per Twitter *(twitter.com/ftd_wunder)* darauf hin, dass derzeit sämtliche Print-Artikel der am 7. Dezember letzten Jahres eingestellten Zeitung im Netz frei erhältlich sind *(www.ftd.de/print-archiv).* Die Archive reichen zurück bis zur Erstausgabe vom 21. Februar 2000. Auch die nochmals mit viel Herzblut und Witz erstellte letzte Ausgabe mit dem Titel „Endlich schwarz" kann heruntergeladen werden (PDF, 103 Seiten, 40,8 MB: *tinyurl.com/endlich-schwarz).* Dass die Inhalte noch komplett online abrufbar sind, ist für Rechercheure eine feine Sache. Gleichzeitig ist es auch eine Reverenz an die großartige Arbeit all der Kolleginnen und Kollegen, die dort publizierten.

Die *FTD* ist leider Vergangenheit. Auf den Rückblick in vergangene Zeiten spezialisiert ist das *Internet Archive (www.archive.org).* Das 1996 in San Francisco gegründete, gemeinnützige Projekt hat sich die Langzeitarchivierung digitaler Daten in frei zugänglicher Form zur Aufgabe gemacht (Quelle: Wikipedia-Beitrag zum Internet-Archive: *tinyurl.com/wayback-wikipedia).* Urheberrechtlich ist dies freilich oftmals bedenklich, wie auch bei Wikipedia angemerkt wird. Neu ist, dass „das Internet-Gedächtnis, das Zeitreisen zu Webseiten, Usenet-Beiträgen und Software ermöglicht, nun 240 Milliarden Seiten und damit 60 Prozent mehr als vorher bietet", schreibt Jörn Brien in der Online-Ausgabe des „Magazins für Digitales Business", *T3N (tinyurl.com/wayback-t3n).* Mit der WayBack-Machine des *Internet Archive* lassen sich auch Uralt-Versionen von Websites anzeigen, so etwa die Seite der *Süddeutschen Zeitung* von 1996, die damals im WWW noch unter *SZonNet* firmierte: *tinyurl.com/szonnet.*

Zurück in die Zukunft: Die Library of Congress, die als eine der bedeutendsten Bibliotheken der Welt gilt, hat derzeit rund 170 Milliarden Twitter-Kurznachrichten (Tweets) archiviert. „Die Archivierung geschieht in Übereinkunft mit Twitter, die Suchmöglichkeiten werden aufgrund der vorhandenen Metadaten bedeutend detailreicher sein als bei Twitter selbst", schreibt Albrecht Ude im Newsletter des Netzwerk Recherche *(netzwerkrecherche.de/newsletter).* Noch ist das Archiv allerdings nicht öffentlich nutzbar. Bislang sind die Nutzer bei Recherchen hauptsächlich auf die eher leistungsschwache Twitter-Suche angewiesen *(twitter.com/search).*

Demnächst auch in Deutschland nutzbar sein dürfte die erweiterte Suche in einem anderen sozialen Netzwerk. Rund eine Milliarde Menschen nutzen Facebook inzwischen, in Deutschland sind es immerhin 25 Millionen (Quelle: *allfacebook.de/userdata).* Ein Recherchefundus, an dem kaum noch ein Journalist vorbeikommt. Was bislang bei Facebook fehlte – vom mangelnden Datenschutz ganz zu schweigen – war eine effiziente Suchfunktion und das gezielte Filtern von Informationen. Mit der von Facebook Anfang des Jahres vorgestellten Social Graph Search *(facebook.com/about/graphsearch)* ist diese Möglichkeit nun im Beta-Stadium schon vorhanden. Was die Facebook-Suche Journalisten bringt, beschreibt *Meedia*-Autor Felix Disselhoff auf dem *Medienportal (tinyurl.com/facebook-recherche).* Mit nur einem Screenshot verdeutlicht *Zeit Online*-Journalist Fabian Mohr, welche Möglichkeiten sich für künftige Recherchen ergeben könnten: *tinyurl.com/fb-recherche.* Das Bild lässt sich durch Anklicken vergrößern.

Rund eine Milliarde Menschen nutzen Facebook, in Deutschland sind es immerhin 25 Millionen. Ein Recherchefundus, an dem kaum noch ein Journalist vorbeikommt.

Bereits seit gut einem halben Jahr nutzbar ist *Fernsehsuche.de.* Diese Suchmaschine bietet einen Überblick über die aktuellen Sendungen in den Mediatheken der privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehsender. Die Qualität der Sucherresultate schwankte allerdings bei mehreren Tests, manchmal blieb nämlich der Bildschirm schlichtweg schwarz, obgleich über die herkömmliche Suche, direkt über die Mediatheken der Sender, Ergebnisse vorhanden waren. Das liegt nicht unbedingt am Macher dieser Suchmaschine, dem Berliner Holger Drewes, sondern unter anderem an den uneinheitlichen Archivierungsformen der TV-Sender. Trotzdem handelt es sich hier um ein ausbaufähiges Nischenprodukt. Die Mediathek des *Bayerischen Rundfunks* ist aus technischen Gründen – wie ein paar andere Angebote von TV-Sendern auch – leider noch nicht abrufbar. Die rund 150.000 Audios und Videos auf der Website des Senders können über die Adresse *br.de/mediathek* gefunden werden. Das Medienmagazin des *BR* berichtete im Januar übrigens auch über *Fernsehsuche.de,* Beitrag abrufbar unter *tinyurl.com/br-medienmagazin.*

Zuletzt gibt es noch eine überparteiliche Wahlempfehlung für unsere Leser. Über gute Ideen für die Wahlberichterstattung in Zeitungen berichtet laufend das Wahlen-Blog der *Drehscheibe (drehscheibe.org/der-wahlen-blog.html).* Redaktionen zeigen dort beispielsweise, wie Internet-müde Politiker „in Print getwittert" werden können (PDF, eine Seite, 249 kb: *tinyurl.com/twitter-politik)* oder wie die Leser online beim Kandidatencheck mitwirken können *(tinyurl.com/wahl-kandidaten).* Die *Drehscheibe*-Redaktion lädt ausdrücklich dazu ein, eigene Wahl-Beiträge einzuschicken: *info@drehscheibe.org.*

Fehlerkorrektur: In der letzten Ausgabe erwähnten wir das Portal Liesmich, das wöchentlich lesenswerte Reportagen empfiehlt. Leider nannten wir die falsche Adresse. Sie finden das Angebot unter *liesmich.me.*

Bildbearbeitung, die den Geldbeutel schont

Freeware: Es muss nicht immer Photoshop sein

Von Johannes Michel

Photoshop steht seit Jahren als Synonym für Bildbearbeitung. Die Software von Adobe hat unter Grafikern, Fotografen und allen Berufsgruppen, die sich professionell mit Fotos beschäftigen, einen hervorragenden Ruf. Stolz ist dafür aber auch der Preis, den Adobe aufruft. Mindestens 850 Euro werden für eine Vollversion fällig. Daher wird Photoshop zumeist im Paket mit weiteren Programmen (InDesign, Illustrator, Acrobat) verkauft, das dann ab 1500 Euro zu haben ist. Viel Geld, vor allem für freie Journalisten, die auch nicht den vollen Funktionsumfang von Photoshop benötigen. Daher stellen wir die Frage: Was leisten Freeware-Programme in Sachen Bildbearbeitung?

PhotoScape: Einfacher geht's kaum

Auf den ersten Blick ist die Software PhotoScape ein Bildbetrachter. Seine eigentliche Arbeit erledigt das Programm im Vergleich zu Googles Picasa, dem zurzeit führenden Bildbetrachter, allerdings eher schlecht. Dafür finden sich auf den zweiten Blick Bearbeitungsfunktionen, die so in einem Betrachtungsprogramm eigentlich nicht zu erwarten sind.

Beim Starten der Software steht zunächst eine ganze Reihe an Auswahlmöglichkeiten zur Verfügung. Interessant sind die Schaltflächen „Bildbearbeitung" und „Raw Konvertierer". Letzterer ermöglicht es, in RAW-Formaten aufgenommene Bilder von Spiegelreflexkameras in JPG zu konvertieren und anschließend weiterzuverarbeiten. Unter „Bildbearbeitung" kann PhotoScape diese Dateien nicht direkt öffnen. Dafür stehen andere Funktionen bereit, die sich allerdings nicht sofort erschließen. Das liegt am Fehlen der aus anderen Bildprogrammen gewohnten Symbol- oder Menüleisten. Bei genauerem Hinsehen verstecken sich hinter vier Reitern am unteren Bildrand die Einstellungen für die Bildbearbeitung.

Der Reiter „Startseite" beinhaltet die wichtigsten Funktionen wie Ändern der Bildgröße, Helligkeitskorrektur oder Steuerung des Gegenlichtes. Außerdem lassen sich Fotos in Graustufen umwandeln oder drehen und neigen. Unter „Objekt" können Text, Linien oder weitere Fotos ins Bild eingefügt werden. Gut gelungen ist der Reiter „Zuschneiden". Neben dem freien Zuschneiden stehen auch bestimmte Seitenverhältnisse zur Verfügung, was vor allem für Internet-Fotostrecken eine Erleichterung darstellt. Des Weiteren können unter „Tools" rote Augen und Leberflecke entfernt sowie mit der Farbpipette Farben aus dem Bild entnommen werden.

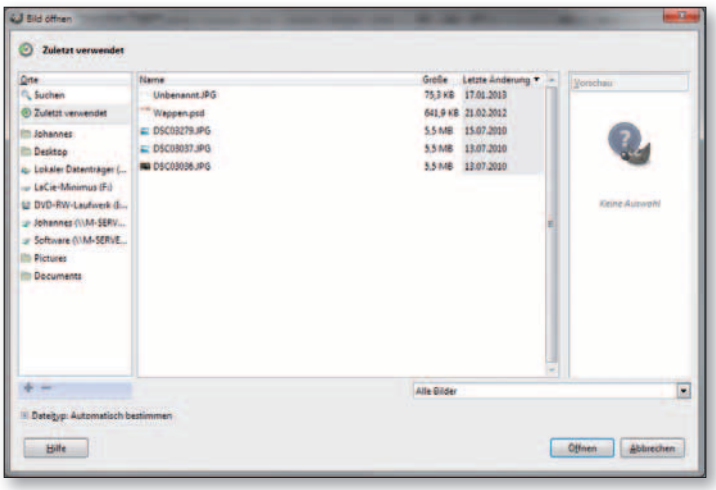
Zwischenfazit: PhotoScape bietet alles, was für Einsteiger im Umgang mit digitalen Bildern nötig ist. Neben einem Bildbetrachter lassen sich Fotos zuschneiden, aufhellen, abdunkeln, schärfen oder weichzeichnen. Die Software ist allerdings nicht immer selbsterklärend. Ein Tipp: PhotoScape liefert während der Installation möglicherweise eine Zusatz-Software mit, die nur dann nicht installiert wird, wenn das entsprechende Häkchen abgewählt wird.

Paint.NET: Freeware von Microsoft

Im Gegensatz zu PhotoScape ist Paint.NET vollständig als Bildbearbeitungssoftware ausgelegt. Das Programm wird nach wie vor weiterentwickelt – an der Washington State University, mit Hilfe von Microsoft. Eigentlich war es einmal als Ersatz für das mit jedem Windows-Betriebssystem ausgelieferte „MS Paint" gedacht, dieser Schritt wurde aber nie vollzogen. Eigentlich unverständlich, denn die Freeware bietet weit mehr Funktionen, darunter Features, die sonst nur teure kommerzielle Produkte mitbringen.

Besonders lobenswert: Paint.NET-Anwender haben die Möglichkeit, mit mehreren Ebenen zu arbeiten. Das können sonst nur Photoshop & Co. Die Arbeitsfläche erscheint auf den ersten Blick sehr übersichtlich. Neben der von Windows bekannten Leiste „Datei – Bearbeiten – Ansicht – …" organisiert sich die Arbeit mit Paint.NET über kleinere Fenster, die im Vordergrund liegen. Das sind „Tools", „Farben", „Verlauf" und „Ebenen". Gerade der Verlauf ist eine tolle Funktion, erlaubt er doch, auch mehrere Schritte zurückzunehmen und ständig einen Überblick über Änderungen des Fotos zu erhalten. Neben den Standardfunktionen wie Bildgröße und Beschneiden bringt Paint.NET auch zahlreiche „Effekte" mit, darunter die Rote-Augen-Korrektur. Zudem ist es möglich, auf die Gradationskurven zuzugreifen und mehrere Fotos gleichzeitig zu bearbeiten.

Während Paint.NET in früheren Versionen nicht gerade durch Geschwindigkeit glänzte, scheinen diese Probleme ausgeräumt zu sein. Selbst komplexere



Allein die Menüstruktur verrät: GIMP wurde eigentlich für Linux programmiert.

Bearbeitungsschritte zwangen im Test ein Standard-Notebook nicht in die Knie. Besonders hervorzuheben ist die Fähigkeit von Paint.NET in Sachen Erweiterung: Für viele Zusatzfunktionen lassen sich Plugins installieren. Ein Beispiel: Nach der Installation kann Paint.NET mit RAW-Dateien nichts anfangen, ein Plugin stellt daher die Kompatibilität her.

Zwischenfazit: Paint.NET ist eine sehr benutzerfreundliche Bildbearbeitung, die sich durch Plugins sinnvoll erweitern lässt. Für fortgeschrittene Anwender fehlen aber Optionen beim Arbeiten mit Ebenen (Ebenenmasken, Einstellebenen).

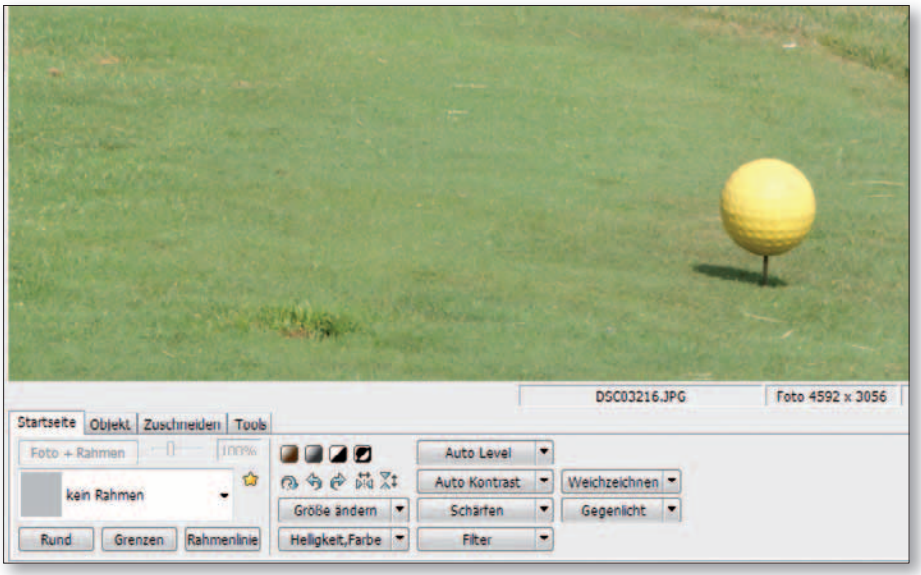
GIMP: Auf allen Systemen präsent

Die kostenfreie Bildbearbeitungssoftware GIMP wurde eigentlich für Linux-Betriebssysteme entwickelt – und lange Zeit ignorierte es daher die Konventionen von Windows. Mit der neuen Version 2.8.2 steht es aber nun auch optisch den weiteren Freeware-Programmen in nichts mehr nach.

In Sachen Funktionalität ist GIMP ähnlich ausgestattet wie Paint.NET. In vielen Bereichen geht GIMP aber einen Schritt weiter und erfüllt damit auch etwas höhere Ansprüche. Die Standardfunktionen sind gut gelöst: Schnell lassen sich Bilder zuschneiden, Ausschnitte freistellen oder Änderungen ganz einfach zurücknehmen. Um auch komplexere Bearbeitungen realisieren zu können, lassen sich auch Ebenen anlegen. Auch für GIMP gibt es zahlreiche Plugins. Eines, das Plugin „PSPI“, ermöglicht sogar, eigentlich für Adobe Photoshop erstellte Plugins zu installieren. Einen Nachteil bringen die vielen Funktionen aber mit: GIMP verlangt dem Nutzer einiges ab. Ohne Einarbeitung lässt sich nur ein Bruchteil der vielen Funktionen sinnvoll nutzen. Hinzu kommt, dass die Software nicht vollständig selbsterklärend ist. Glücklicherweise stehen im Internet zahlreiche Tutorials bereit.

Zwischenfazit: GIMP leistet mehr als viele günstige Kaufprogramme. Neben der Windows-Version gibt es GIMP für Linux, Mac und USB-Sticks. Ein Tipp: Bei der Installation sollte unter „Custom Installation“ unbedingt „Full Installation“ ausgewählt sein, damit auch die deutsche Sprachdatei mitinstalliert wird.

Von Microsoft mitentwickelt und optisch ans Windows-Betriebssystem angepasst: Paint.NET.



Photoscape: Die Bearbeitungsoptionen verstecken sich bei PhotoScape am unteren Bildschirmrand.

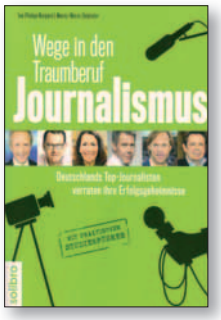
Fazit: Ausprobieren heißt die Devise

Selbst für gehobene Ansprüche reicht ein kostenfreies Bildbearbeitungsprogramm aus. Insbesondere bei Bildern, die fürs Internet verkleinert und korrigiert werden, ist kein teures Kaufprogramm vonnöten. Profis, speziell im Lifestyle- und Printbereich, kommen aber um Photoshop nicht herum. Unser Rat: Erst die kostenfreien Programme ausführlich testen – eine nachträgliche Investition in Adobes Kaufsoftware ist immer noch möglich. Und auch Adobe bietet immerhin eine 30-Tage-Testversion zum kostenlosen Ausprobieren.

Tipps zum Download und mehr

Die Programme können Sie entweder auf den Herstellerseiten (www.photoscape.org, www.getpaint.net und www.gimp.org) oder bei Software-Portalen wie www.chip.de und www.softonic.de kostenfrei herunterladen.
Plugins für Paint.NET und GIMP finden sich in den zumeist englischsprachigen Foren (zum Beispiel www.forums.getpaint.net).
Auch außerhalb des Windows-Welt gibt es kostenlose Bildbearbeitungsprogramme. GIMP ist in einer Mac-Version erhältlich. Ein weiteres interessantes Programm ist ChocoFlop (www.chocoflop.com).

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



Vom Journalist zum Millionär

Der Zeitungsforscher Horst Röper hat jüngst gesagt, dass er jungen Leuten guten Gewissens heute nicht mehr empfehlen könne, Journalist zu werden. Bei Twitter und Facebook wird über die Röper-Aussage seither heftig debattiert. Und es ist anzunehmen (oder zu befürchten?), dass sich viele dieser „jungen Leute", die Journalismus trotz allem für einen Traumberuf halten, nicht schrecken lassen. Sie finden Bestätigung in einer neuen Journalismusfibel für Berufseinsteiger, in der Star-Journalisten hemmungslos schwärmen dürfen, wie toll es ist, was sie machen dürfen. So plaudert das political animal Hans-Ulrich Jörges vom *Stern* über Dinner mit der Kanzlerin, *Bild*-Boss Kai Diekmann über einen verschwitzten Obama und die *Vogue*-Chefin Christiane Arp über Küsschen von Karl Lagerfeld. Teils informative Karrieregespräche sind das, ergänzt von Video-Botschaften, die man downloaden kann. Bei aller Ekstase vergessen die Autoren zum Glück nicht zu erwähnen, dass nicht jeder Journalist Chefredakteur oder Millionär wird. Zur Chancensteigerung ist ein Service-Teil angehängt mit Bewerbungstipps, wichtigen Adressen und einem eigentlich immer praktischen Glossar. Man hätte allerdings wirklich nicht gedacht, dass Begriffe wie „Zeile" und „Überschrift" erklärungsbedürftig sind. Auch nicht für den unbedarften Mediennachwuchs.

Senta Krasser

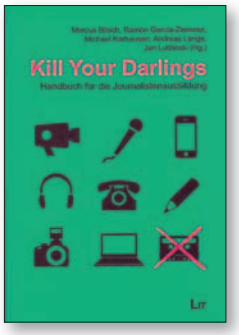
Jan Philipp Burgard, Moritz-Marco Schröder: Wege in den Traumberuf Journalismus – Deutschlands Top-Journalisten verraten ihre Erfolgsgeheimnisse, Solibro 2012, 286 Seiten, 16,95 Euro, ISBN 978-3-932927-15-7, ISBN-Suche der Wikipedia*: tinyurl.com/traumberuf-isbn. Verlagsinformationen zum Buch: www.solibro.de/journalismus

Arbeiten bis zum Umfallen

Mit hohem Tempo lässt uns Matthias Onken an seinem (Arbeits-)Leben teilhaben. Sein Traum vom Journalistenberuf, der gelungene Berufseinstieg ohne abgeschlossenes Studium, die erste Festanstellung und der schnelle Aufstieg zum Chefredakteur der *Hamburger Morgenpost* und schließlich in die Chefredaktion der Bild. Ein fast schon traumhafter Karriereweg. Alles wächst: das Gehalt, das Renommee, aber auch die Verantwortung, die Selbstzweifel und der Stress. Man ist schnell drin in Onkens Geschichte und kann sich mit ihm oder zumindest seinen Arbeitsumfeldern identifizieren. „Was mache ich hier eigentlich?", fragt sich Onken am Ende eines 13-stündigen Arbeitstags. Sein Leben außerhalb der Arbeit leidet: gescheiterte Beziehungen, Puffbesuche, Saufereien, ab und zu der Konsum anderer Drogen und erste ernsthafte gesundheitliche Probleme – alles dabei. Onken kriegt die Kurve und steigt mehr oder weniger aus. Was in Onkens Protokoll fehlt, ist die Kritik von Arbeitswelten, die Einzelne etwa in das von ihm geschilderte Workaholic-Dasein treiben.

Thomas Mrazek

Matthias Onken: Bis nichts mehr ging. Protokoll eines Ausstiegs. Rowohlt, Reinbek bei Hamburg, 2013, 176 Seiten, 8,99 Euro, ISBN 978-3-499-63000-2, ISBN-Suche der Wikipedia*: tinyurl.com/onken-isbn (E-Book, 8,99 Euro, ISBN 978-3-644-48391-0, ISBN-Suche der Wikipedia*: tinyurl.com/onken-ebook). Verlagsinformationen zum Buch: tinyurl.com/onken-buch



Wimmelbuch nicht nur für Ausbilder

Eine „sanfte Guerilla-Taktik" im Umgang mit dem Nachwuchs bescheinigen Kollegen Bernhard Graf von der Schulenburg, der 13 Jahre die Journalistenausbildung der Deutschen Welle leitete. Zum Abschied ehren seine Co-Trainer das „System Schulenburg" mit einer unorthodoxen Festschrift: In „Kill Your Darlings" sammeln sie Gedanken zum derzeitigen Ausbildungssystem, berichten aus der Praxis, von ihrem „besonderen Zugang" zu ihrem Fachbereich – und zu den Volontären. Entstanden sind individuelle Beiträge in Kapiteln wie „Trainieren", „Anwenden", „Probieren" oder „Vorausschauen". Eine farbenfrohe Melange aus Anekdoten, Übungstipps für Text, Film oder Interview, Recherchestories, dazu Basics wie Küchenzuruf oder Nachrichtenpyramide. Kontemporär zwischen Smartphone und Crossmedia-Workflow. „Handbuch" ist etwas hochgegriffen. Das dünne Paperback kann nur an der Oberfläche kratzen. Aber es schafft ein Bewusstsein für Erfordernisse und Defizite. Es ist ein flammendes Plädoyer für Qualitätsjournalismus und Qualität in der Journalistenausbildung (DW-Eigenlob inklusive). Ein „Wimmelbuch zum Stöbern, zum Ideenklauen und Weiterentwickeln". Für Ausbilder, mehr noch für den Nachwuchs selbst. Die Idee zu diesem Buch, so die Autoren, sei spontan auf dem Wochenmarkt entstanden. Gute Idee!

Barbara Weidmann

Marcus Bösch, Ramón Garcia-Ziemsen, Michael Karhausen, Andreas Lange, Jan Lublinski (Hg.): Kill Your Darlings - Handbuch der Journalistenausbildung, LIT Verlag, Berlin 2012. 220 Seiten. 19.90 EUR. ISBN 978-3-643-11895-0, , ISBN-Suche der Wikipedia*: tinyurl.com/darlings-isbn. Verlagsinformationen zum Buch: tinyurl.com/lit-kill

Foto: Thorsten Wulff

Von Kühen, Busen und älteren Herren

Von Senta Krasser

Kommt ein Politiker in den Kuhstall . . . das ist nicht der Beginn eines Witzes, sondern der Einstieg in den Versuch zu erklären, warum sich der Humor alter Herren und speziell gereifter Politiker keiner großen Beliebtheit erfreut. Zu Unrecht!

Reißt ein Mann jenseits der 50 einen Witz, spricht man reflexhaft vom Altherrenwitz. Reißt eine Frau im Teenageralter einen Witz, sagt niemand Jungfrauenwitz. Warum das so ist? Weil junge Frauen nicht so witzig sind wie alte Herren?

Die freie Enzyklopädie Wikipedia vermerkt unter „Altherrenwitz" beziehungsweise „Altherrenhumor": „ein schlüpfriger Witz, dessen Pointe mit Sexualität zu tun hat". Dagegen ist nichts einzuwenden. Es gibt auch Pointen, die mit Polen oder Blondinen zu tun haben. Weiter heißt es, dass viele Menschen der Altherrenhumor nerve, „weil sie annehmen, dass der Erzähler einen Mangel an tatsächlichen Sexerlebnissen durch das Erzählen solcher kompensiert". Dass „vorgeblich gerade ältere Männer aus biologischen und sozialen Gründen weniger Sex haben", habe dieser Art von Humor ihren Namen gegeben.

Ich finde diese Unterstellung diskriminierend – Silvio Berlusconi, 76, lässt stellvertretend grüßen. Und ein User namens „Markus Mueller", Alter unbekannt, fand das wohl auch, weshalb der Artikel am 25. Januar 2007 um 8.17 Uhr aus der Wikipedia verschwand. Also ziemlich exakt Sex, pardon sechs Jahre, bevor Rainer Brüderle zum Synonym von Altherrenhumor wurde.

Nun ist nicht bekannt, wie es um den Sex des FDP-Politikers Brüderle, 67, bestellt ist. Das ist privat. Das soll es auch bleiben. Eine Sache zwischen Brüderle und seiner Ehefrau. Trotzdem diagnostizierte das Magazin *Stern* in einem Brüderle-Porträt, dass sich der neue Spitzenmann der FDP und mutmaßliche „Weinköniginnenküsser" „als Verkörperung des wandelnden Herrenwitzes gefällt".

Ich kenne Rainer Brüderle nicht so gut wie die Autorin Laura Himmelreich. Ich war auch noch nie Weinkönigin. Aber ein Aspekt, auf den freundlicherweise Matthias Matussek, der bekannte Frauenversteher vom *Spiegel*, in einer Talkshow hingewiesen hat, leuchtet mir ein: Als der Politiker in weinseliger Stimmung der Kollegin Himmelreich auf den Busen schaute und bemerkte, dass sie ein Dirndl gut ausfüllen könne, habe er ihr lediglich zeigen wollen, dass er noch nicht zu alt ist, um die FDP wieder nach vorne zu bringen. Soll heißen: Wir haben es nicht mit dem merkwürdigen Balzverhalten eines geschlechtsreifen Großpolitikers zu tun. Rainer Brüderle hat sich gegen Altersdiskriminierung gewehrt!

Gut, manche finden solche Verbalerotik schlüpfrig, sexistisch, sogar sexuell belästigend. Man kann es aber auch charmant finden. Witzig. Ja, originell. Das in solchen Situationen gern genommene, aber schon gehörig durchgenudelte Kompliment „Mei, Sie ham vui Hoiz voa da Hüttn" hätte nicht zu Brüderle gepasst. Brüderle ist Rheinland-Pfälzer.

Unbestritten, keiner weiß sein Expertenwissen über die weiblichen Geschlechtsorgane besser in einen Witz zu verpacken als Rainer Brüderle. Außer vielleicht noch Thomas Gottschalk. (Dem, daran sei kurz erinnert, die Sorge um die Eierstöcke einer betagten Wettkandidatin noch immer nachhängt.) So stellte Brüderle beim Besuch eines Großbauernhofs im schleswig-holsteinischen Puls fachmännisch fest, der Euter einer Kuh, die wartete, gemolken zu werden, habe „Körbchengröße 90L". Die *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* fasste nach. Vom Besitzer der Kuh erfuhr sie exklusiv, die Kuh habe keinen Schaden davongetragen.

Die Kuh hat Humor.

Grundkurse und Seminare der Akadamie der Bayerischen Presse

Februar

Titel, Untertitel, BU – Zeitung 21. - 22. Feb.
Videoschnitt mit Premiere Pro CS6 21. - 22. Feb.
Facebook für Redaktionen 25. - 27. Februar
Homepage bauen mit Wordpress 28. Feb. – 1. März

März

FJ - Professionell in die Selbstständigkeit 4. - 6. März
Online-Videos I 4. - 8. März
Zeitungsjournalismus I, Kulmbach 4. - 15. März
MiR - Vom Mitarbeiter zum Vorgesetzten 11. - 13. März
Der Videoreporter I 11. - 15. März
Public Relations – Krisenkommunikation 14. - 15. März
MiR - Workflow und Qualitätsmanagement 14. - 15. März
Kreatives Schreiben III – Einzelcoaching 16. März
MiR – Arbeitsrecht 18. - 19. März
Texten fürs Fernsehen 18. - 21. März
Wirtschaftsjournalismus 18. - 22. März
Verbandszeitschriften 20. - 22. März
Interview I + II 25. - 27. März
Kreatives Schreiben – Online 25. - 27. März
Reportage I + II 25. - 28. März
Feature I + II 25. - 28. März
Online-Texten, Kulmbach 25. - 28. März

April

Kommentar und Leitartikel, Kulmbach 2. - 4. April
Kreatives Schreiben - Zeitung I 2. - 4. April
Porträtreportage I + II 2. - 4. April
Redigieren – Zeitung 2. - 4. April
Multimedia Storytelling 2. - 4. April
Coaching für Textchefs 5. - 6. April
Rhetorik 8. - 10. April
Crossmedia - Video, Audio, Slideshow 8. - 13. April
Magazinjournalismus I, Kulmbach 8. - 19. April
Das digitale Feuilleton 15. - 17. April
Coaching für Ausbildungsredakteure – Zeitschrift 18. April
Coaching für Ausbildungsredakteure – Zeitung 18. April
Public Relations im Web I 18. - 19. April
Public Relations – Strategien 22. - 23. April
Mobile Publishing II – Praxis 22. - 24. April
Interview - PR und UK 24. - 26. April
Investigative Recherche I + II 29. - 30. April
Presserecht und Medienethik 29. - 30. April
Themenfindung 29. - 30. April
Facebook, Twitter, Google+, YouTube I 29. - 30. April

Mai

Sprechen fürs Radio, Kulmbach 2. - 3. Mai
Politikjournalismus 2013 2. - 3. Mai

Pressestellen-Information von A bis Z

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

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

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

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

D
Das Bayerische Baugewerbe / LV Bayerischer Bauinnungen (VB)
Deutsche Rentenversicherung Bayern Süd (V)
DIEHL Diehl Stiftung (U)
Dräxlmaier Group (U)

E
E.ON Bayern (E)
Erdgas Schwaben (E)
ESB Energie Südbayern (E)
E-T-A Elektrotechnische Apparate (U)

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

G
Generali Versicherungen (V)
GfK Grow from Knowledge (U)
GVB Genossenschaftsverband Bayern (F)

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

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

L
Landesvereinigung der Bayerischen Milchwirtschaft (VB)
LBS Bayerische Landesbausparkasse (F)
LEW Lechwerke (E)
LfA Förderbank Bayern (F)
Linde Material Handling (U)
Littmann Bürodienstleistungen (DS)
LMU Ludwig-Maximilians-Universität München (BW)
LOEWE (U)

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

N
N-ERGIE (E)
NÜRNBERGER Versicherungsgruppe (V)

O
OMV Deutschland (U)
OSRAM (U)

P
Playmobil Brandstätter Gruppe (U)
Porsche (U)

R
REHAU (U)
RMD Rhein-Main-Donau (E)

S
SIEMENS Region Bayern (U)
Sparkassenverband Bayern (F)
Stadtsparkasse München (F)
StWN Städtische Werke Nürnberg (U)
Süddeutscher Verband reisender Schausteller und Handelsleute (VB)
swa Stadtwerke Augsburg (E)

T
Thüga (E)
TK Techniker Krankenkasse (V)
TÜV Rheinland (U)
TUM Technische Universität München (BW)

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

W
WBG Nürnberg Gruppe (U)

Wir danken auch folgenden Inserenten:
AFAG Messe und Ausstellungen
GVB Genossenschaftsverband Bayern
HypoVereinsbank – Member of UniCredit
LOEWE
Presse-Versorgung
W.Tümmels Buchdruckerei und Verlag

Kontaktbörse „Pressestellen"

Die Rubrik „Pressestellen" im *BJVreport* ist ein gern genutzter „Treffpunkt" für Kammern, Verbände, Organisationen, Dienstleister und Unternehmen aus vielen Bereichen, die regelmäßige und fundierte Pressearbeit betreiben. Nutzen Sie diese Kontaktbörse, alle zwei Monate, ein ganzes Jahr lang für nur 1.300,– € inkl. Gestaltung und zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6x jährlich,** jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** ca. vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter www.bjv.de • **Planung/Abwicklung:** PETER & WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer, Allersberger Str. 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

Bayern Innovativ

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

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

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

---

Wir eröffnen Perspektiven

Berufliche Fortbildungszentren der Bayerischen Wirtschaft (bfz) gemeinnützige GmbH
Unternehmenskommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

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

www.bfz.de

Fraunhofer

Franz Miller

Leiter Presse und Öffentlichkeitsarbeit
Fraunhofer-Zentrale

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

Fraunhofer ESK

Susanne Baumer

Leiterin Presse und Öffentlichkeitsarbeit
Fraunhofer-Einrichtung für
Systeme der Kommunikationstechnik ESK

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

Fraunhofer IIS

Thoralf Dietz

Leiter Presse und Öffentlichkeitsarbeit
Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS

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

Hanns Seidel Stiftung

Hanns-Seidel-Stiftung e.V.

Hubertus Klingsbögl
Pressesprecher

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

E-Mail: presse@hss.de

www.hss.de

---

hochschule hof
University of Applied Sciences

Kirsten Broderdörp
Pressesprecherin

Alfons-Goppel-Platz 1
95028 Hof

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

www.hof-university.de

kirsten.broderdoerp@hof-university.de

Bitte beachten Sie die aktuellen Termine *BJVreport* 2013

Ausgabe	Anzeigen	Redaktion/DU	Erscheinung
1/2013	18.01.2013	25.01./06.02.2013	16.02.2013
2/2013	22.03.2013	29.03./10.04.2013	20.04.2013
3/2013	17.05.2013	25.05./05.06.2013	15.06.2013
4/2013	19.07.2013	26.07./07.08.2013	17.08.2013
5/2013	20.09.2013	27.09./09.10.2013	19.10.2013
6/2013	15.11.2013	22.11./04.12.2013	14.12.2013

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

BILDUNG/WISSENSCHAFT

LMU LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN

Luise Dirscherl
Kommunikation und Presse
Leitung

Leopoldstr. 3
80802 München

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

www.lmu.de

E-Mail: dirscherl@lmu.de

Technische Universität München

Dr.
Ulrich Marsch

Pressesprecher des Präsidenten
Leiter Presse & Kommunikation

Arcisstr. 21
80333 München

Tel + 49.89.289.22778
Fax + 49.89.289.23388

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

MESSEN/AUSSTELLUNGEN

AFAG WIR MACHEN MESSEN

Wolfgang Heinrich
Presse und Öffentlichkeitsarbeit

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

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

Messe München International

MESSE MÜNCHEN GmbH
Dirk Sturny
Leiter Zentralbereich Unternehmenskommunikation

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

FINANZEN

Bayerische Börse AG, Träger der
börse münchen

Ulrich Kirstein
Pressereferent

Karolinenplatz 6
80333 München

Telefon 089 549045-25
Fax 089 549045-55

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

Kommunikation & Presse

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

Matthias Priwitzer *Leiter*
Matthias Lücke *Pressesprecher*

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

BayernLB

PUNKT-LANDUNG

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

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

Der nächste *BJVreport* (alle 2 Monate) erscheint am 20.04.2013, Anzeigenschluss ist am 22.03.2013.
BJV Anzeigenannahme: PETER & WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer, Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

FINANZEN

GVB Genossenschaftsverband Bayern

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

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

Ihre Ansprechpartner:

Christian Kraus
Leiter Unternehmenskommunikation

Telefon: 089 - 20 30 7 13 01
Telefax: 089 - 20 30 75 13 01
christian.kraus@interhyp.de

Heidi Müller
Leiterin Public Relations

Telefon: 089 - 20 30 7 13 05
Telefax: 089 - 20 30 75 13 05
heidi.mueller@interhyp.de

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

interhyp
Baufinanzierung

LBS

LBS Bayerische Landesbausparkasse
Zentralbereich Unternehmenskommunikation

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

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

Wir geben Ihrer Zukunft ein Zuhause.
Sparkassen-Finanzgruppe

LfA FÖRDERBANK BAYERN

Florian Albert
Vorstandsbüro /
Unternehmenskommunikation

Königinstraße 17
80539 München

Telefon: 089 / 2124 - 22 26
Telefax: 089 / 2124 - 22 55

www.lfa.de

florian.albert@lfa.de

Sparkassenverband Bayern

Hans Schmid
Pressesprecher

Karolinenplatz 5
80333 München
Telefon: 089/ 21 73-15 99
Telefax: 089/ 21 73-21 18
Hans.Schmid@svb-muc.de
www.sparkassenverband-bayern.de

Dr. Joachim Fröhler
Pressesprecher
Leiter Abteilung Presse | Interne Kommunikation

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

Stadtsparkasse München
Die Bank unserer Stadt.

Ist Ihr Eintrag noch aktuell?

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

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

VERSICHERUNGEN

Wir sind Marktführer in Bayern.

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

Michael Leonhart M.A.
Pressesprecher

AOK Bayern – Die Gesundheitskasse
Zentrale
Carl-Wery-Straße 28 / 81739 München
Telefon: 089 62730-146
Telefax: 089 62730-650099
e-mail: presse@by.aok.de
www.aok.de

AOK Die Gesundheitskasse.

VERSICHERUNGEN

Deutsche Rentenversicherung
Bayern Süd

Matthias C. Boehnke
Pressesprecher und Teamleiter Unternehmenskommunikation

Am Alten Viehmarkt 2
84028 Landshut
Tel. 0871 81-2711
Fax 0871 81-2259

Thomas-Dehler-Straße 3
81737 München
Tel. 089 6781-2211
Fax 089 6781-2850

matthias.boehnke@drv-bayernsued.de
Mobil: 0151 46134712

Generali Versicherungen
Ihre Ansprechpartner

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

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

Christian Krause
Pressesprecher Komposit
Telefon (089) 5121-2283

Generali Versicherungen
Adenauerring 7
81737 München
www.generali.de

GENERALI Versicherungen

Ulrich Zeidner
Abteilungsleiter Medien

NÜRNBERGER VERSICHERUNGSGRUPPE

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

Techniker Krankenkasse
Landesvertretung Bayern
Pressestelle

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

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

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

Techniker Krankenkasse
Gesund in die Zukunft.

VERSICHERUNGSKAMMER BAYERN
Finanzgruppe

Claudia Scheerer
Pressesprecherin

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de

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

Bitte beachten Sie die aktuellen Termine *BJVreport* 2013

Ausgabe	Anzeigen	Redaktion/DU	Erscheinung
1/2013	18.01.2013	25.01./06.02.2013	16.02.2013
2/2013	22.03.2013	29.03./10.04.2013	20.04.2013
3/2013	17.05.2013	25.05./05.06.2013	15.06.2013
4/2013	19.07.2013	26.07./07.08.2013	17.08.2013
5/2013	20.09.2013	27.09./09.10.2013	19.10.2013
6/2013	15.11.2013	22.11./04.12.2013	14.12.2013

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

ENERGIE

bayerngas
Energiepartnerschaft mit Zukunft

Dirk Barz
Pressesprecher

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

Bayerngas GmbH
Poccistraße 9
80336 München

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

E.ON Bayern
Ihre Ansprechpartner

Josef Schönhammer
Leiter Unternehmenskommunikation/
Vorstandsangelegenheiten
Tel. 0941 / 201-7020, Fax 0941 / 201-7023
Mobil 0179 / 123 83 27
josef.schoenhammer@eon-bayern.com

E.ON Bayern AG
Lilienthalstr. 7, 93049 Regensburg

www.eon-bayern.com

e·on | Bayern

erdgas schwaben

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

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

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

ENERGIE

Mit Energie im Dialog.

Bettina Gaebel
Leitung Marketing & Unternehmenskommunikation

Energie Südbayern GmbH
Ungsteiner Straße 31
81539 München
Telefon: 089/680034-61
Telefax: 089/680035-19
E-Mail: bettina.gaebel@esb.de
Internet: www.esb.de

ESB
IDEEN. INNOVATIONEN. ENERGIE.

LEW
Lechwerke

Ansprechpartner für die Presse

Eckart Wruck
Leiter Kommunikation u. Marketing
T +49 (0)821/328-1650
F +49 (0)821/328-1660
M +49 (0)172/8188043
eckart.wruck@lew.de

Ingo Butters
Pressesprecher
T +49 (0)821/328-1673
F +49 (0)821/328-1660
ingo.butters@lew.de

VORWEG GEHEN

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

N-ERGIE
AKTIENGESELLSCHAFT

Melanie Söllch
Leiterin Unternehmenskommunikation
Pressesprecherin

Am Plärrer 43
90429 Nürnberg

Telefon 0911 802-58050
Telefax 0911 802-58053

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

RMD
RHEIN-MAIN-DONAU

Jan Kiver
Pressesprecher

Leiter
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
Vorstandsbüro

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

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

swa
Stadtwerke Augsburg

Kontaktbörse „Pressestellen"

Die Rubrik „Pressestellen" im *BJVreport* ist ein gern genutzter „Treffpunkt" für Kammern, Verbände, Organisationen, Dienstleister und Unternehmen aus vielen Bereichen, die regelmäßige und fundierte Pressearbeit betreiben. Nutzen Sie diese Kontaktbörse, alle zwei Monate, ein ganzes Jahr lang für nur 1.300,– € inkl. Gestaltung und zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6x jährlich,** jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** ca. vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter www.bjv.de • **Planung/Abwicklung:** PETER & WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer, Allersberger Str. 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

ENERGIE

Carmen Meinhold
Pressesprecherin

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

thüga
Das große Plus für alle

Ist Ihr Eintrag noch aktuell?

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

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

VERKEHR

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

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

www.bayernhafen.de

bayernhafen Gruppe
Aschaffenburg – Bamberg – Nürnberg – Roth – Regensburg – Passau

Flughafen München

Unternehmenskommunikation
Hans-Joachim Bues
Postfach 23 17 55
85326 München
Telefon: (0 89) 9 75-4 10 00
Fax: (0 89) 9 75-4 10 06
E-Mail: achim.bues@munich-airport.de
www.munich-airport.de

VAG
Verkehrs-Aktiengesellschaft Nürnberg

Melanie Söllch
Leiterin Unternehmenskommunikation
Elisabeth Seitzinger
Pressesprecherin
Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg
Telefon 0911 271-3613
Telefax 0911 271-3152
E-Mail: elisabeth.seitzinger@stwn.de
www.vag.de

Verkehrsverbund Großraum Nürnberg GmbH

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

Manfred Rupp
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

UNTERNEHMEN

Unser Presseteam:

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

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

Ursula Fuchs
Tel.: +49 (0) 8342/77-271
Fax: +49 (0) 8342/77-98869
E-Mail: ursula.fuchs@AGCOcorp.com

AGCO Your Agriculture Company
Wer Fendt fährt, führt! FENDT

www.premium-aerotec.com

PREMIUM AEROTEC

Edmund Reitter
Leiter Unternehmenskommunikation
86136 Augsburg
Tel. 0821 801-63770, Fax 0821 801-63685
e-mail: edmund.reitter@premium-aerotec.com

Markus Wölfle
Leiter Interne und Online-Kommunikation
86136 Augsburg
Tel. 0821 801-63675, Fax 0821 801-63685
e-mail: markus.woelfle@premium-aerotec.com

UNTERNEHMEN

AUDI AG
Kommunikation
85045 Ingolstadt

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

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

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

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

HANDELN MIT PERSPEKTIVE

BayWa AG
PR/Unternehmens-
kommunikation
Pressesprecherin:
Marion Danneboom

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

BMW GROUP

Rolls-Royce Motor Cars Limited

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

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

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

Postanschrift
BMW AG
D-80788 München

Hausanschrift
BMW Haus
Petuelring 130
80788 München

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

Internet: www.press.bmw.de

DIEHL

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

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

Dräxlmaier

Dräxlmaier Group

Pia-Maria Görner
Leitung
Unternehmenskommunikation

Dräxlmaier Group
Landshuter Straße 100
84137 Vilsbiburg | GERMANY

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

www.draexlmaier.com

MOVING AHEAD THE AUTOMOTIVE FUTURE

E-T-A ENGINEERING TECHNOLOGY

Thomas Weimann
Leiter Unternehmenskommunikation

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

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

PUNKT-LANDUNG

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

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

Der nächste *BJVreport* (alle 2 Monate) erscheint am 20.04.2013, Anzeigenschluss ist am 22.03.2013.
BJV Anzeigenannahme: PETER & WERBUNG, Manfred Peter/ Sabrina Sporer, Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

UNTERNEHMEN

GFK

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

Corporate Communications
www.gfk.com
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Growth from Knowledge

Linde Material Handling · Linde

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

Detlef Sieverdingbeck
Leiter Unternehmenskommunikation
detlef.sieverdingbeck@linde-mh.de

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

Susanne Schmidtchen
Interne Kommunikation
susanne.schmidtchen@linde-mh.de

Nathalie Müller
Externe Kommunikation
nathalie.mueller@linde-mh.de

Alexandra Popp
Interne Kommunikation
alexandra.popp@linde-mh.de

LOEWE.

Loewe AG

Dr. Roland Raithel
Pressesprecher

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

MR

Maschinenfabrik Reinhausen GmbH

Otmar Reichmeyer
Head of Communications

Falkensteinstraße 8
93059 Regensburg

Tel 0941/4090-648
Fax 0941/4090-666

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

MTU Aero Engines

Deutschlands führender Triebwerkshersteller

MTU Aero Engines GmbH
Dachauer Straße 665
80995 München

www.mtu.de

Ihre Ansprechpartner:

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

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

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

Leiter Communications

Thomas Bauer
OMV Deutschland GmbH
Haiminger Str. 1
84489 Burghausen

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

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

Mehr bewegen. OMV

Ihre Ansprechpartner. Wir stehen gerne zu Ihrer Verfügung

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

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

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

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

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

Nadine Kleinert
Tages- und Publikumspresse
n.kleinert@osram.com
T: +49 89 6213-3769

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

OSRAM

---

playmobil
BRANDSTAETTER GRUPPE

Judith Weingart
Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Corporate Communications Executive

geobra Brandstätter GmbH & Co. KG
Brandstätterstraße 2-10
D-90513 Zirndorf
www.playmobil.de

Tel.: +49 (0) 911 9666 1436
Fax: +49 (0) 911 9666 961435
Mobil: +49 (0) 170 8522045
judith_weingart@playmobil.de

PORSCHE

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

Porscheplatz 1
70435 Stuttgart

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

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

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

Bau
Automotive
Industrie

REHAU
Unlimited Polymer Solutions

WOLFGANG NARR
LEITER PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT
REHAU GRUPPE

REHAU AG + Co · Rheniumhaus · Postfach 14 06 · D-95104 Rehau
Tel.: +49 9283 77-2385 · Fax: +49 9283 77-7756 · wolfgang.narr@rehau.com

www.rehau.com

SIEMENS

Bernhard Lott
Pressesprecher Siemens Region Bayern

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

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

StWN
Städtische Werke Nürnberg GmbH

Melanie Söllch
Leiterin Unternehmenskommunikation

Elisabeth Seitzinger
Pressesprecherin

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

TÜVRheinland®
Genau. Richtig.

Rainer Weiskirchen
Pressesprecher

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

---

wbg
Nürnberg
Immobilien

Wohnen ist unser Produkt

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

Dieter Barth
Leiter Unternehmenskommunikation

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

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

Wir gestalten LebensRäume.

Kontaktbörse „Pressestellen"

Die Rubrik „Pressestellen" im *BJVreport* ist ein gern genutzter „Treffpunkt" für Kammern, Verbände, Organisationen, Dienstleister und Unternehmen aus vielen Bereichen, die regelmäßige und fundierte Pressearbeit betreiben. Nutzen Sie diese Kontaktbörse, alle zwei Monate, ein ganzes Jahr lang für nur 1.300,– € inkl. Gestaltung und zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6x jährlich,** jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** ca. vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter www.bjv.de • **Planung/Abwicklung:** PETER & WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer, Allersberger Str. 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

KAMMERN

BAYERISCHE LANDESÄRZTEKAMMER

Pressestelle

Dagmar Nedbal
Leiterin der Pressestelle,
Bayerisches Ärzteblatt,
Internet

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

BLZK | Bayerische LandesZahnärzte Kammer

Isolde M. Th. Kohl

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

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

Handwerkskammer für München und Oberbayern

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

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

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

Bitte beachten Sie die aktuellen Termine *BJVreport* 2013

Ausgabe	Anzeigen	Redaktion/DU	Erscheinung
1/2013	18.01.2013	25.01./06.02.2013	16.02.2013
2/2013	22.03.2013	29.03./10.04.2013	20.04.2013
3/2013	17.05.2013	25.05./05.06.2013	15.06.2013
4/2013	19.07.2013	26.07./07.08.2013	17.08.2013
5/2013	20.09.2013	27.09./09.10.2013	19.10.2013
6/2013	15.11.2013	22.11./04.12.2013	14.12.2013

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

IHK Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken

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

Hauptmarkt 25/27 | 90403 Nürnberg
Telefon 0911 1335 386, Fax -300

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

VERBÄNDE

BAUINDUSTRIE BAYERN

Dr. Josef Wallner

Öffentlichkeitsarbeit und Volkswirtschaft
Bayerischer Bauindustrieverband e.V.

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

Bayerischer BauernVerband

Brigitte Scholz
Leitung Kommunikation

Tel. 089/55873-210
Brigitte.Scholz@BayerischerBauernVerband.de

Max-Joseph-Str. 9 - 80333 München
Fax: 089/592311 - www.BayerischerBauernVerband.de

VERBÄNDE

Bayerischer Jagdverband e.V.

Thomas Schreder (Dipl. Biol.)
Leiter Kommunikation
Pressesprecher

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

DAS BAYERISCHE BAUGEWERBE

Holger Seit
Fachgruppen, Öffentlichkeitsarbeit

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

---

sanitär heizung klima

Fachverband Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik Bayern

Dr. Wolfgang Schwarz
Hauptgeschäftsführer

Pfälzer-Wald-Straße 32
81539 München

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

www.haustechnikbayern.de

presse@haustechnikbayern.de

Katharina Rau
Pressestelle
Öffentlichkeitsarbeit

Milch und Käse aus Bayern

Landesvereinigung der
Bayerischen Milchwirtschaft e.V.

Kaiser-Ludwig-Platz 2
80336 München

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

www.milchland-bayern.de
k.rau@milchland-bayern.de

Nürnberger Volksfest

Bayerns zweitgrößtes Volksfest
Frankens Erlebnisvolksfest

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

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

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

VBEW

Verband der Bayerischen Energie- und Wasserwirtschaft e.V.

Jessica Hövelborn
Referentin für Kommunikation
und Internet

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

Energie. Wasser. Leben.

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

Elementar für unsere Zukunft

Die Bayerische Chemie

Presse-und Öffentlichkeitsarbeit

Franz X. Völkl
Geschäftsführer

Postfach 86 08 29
81635 München

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

www.die-bayerische-chemie.de

email: weiss@chemie-kvi-bayern.de

Ist Ihr Eintrag noch aktuell?

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

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

SOZIALES/KIRCHE

Caritas

Ihr Kontakt
zur Pressestelle

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

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

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

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

caritas
Bei uns in guten Händen
www.caritas-bamberg.de

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

Dr. Klaus-Stefan Krieger
Referent für Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 0951 8604-120
Telefax 0951 8604-33 120
klaus.krieger@caritas-bamberg.de

Sekretariat Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 0951 8604-131 oder -102

Wir nehmen uns gerne Zeit für Sie!

SOZIALVERBAND
VdK
BAYERN

Zukunft braucht Menschlichkeit.

Ob Rente, Behinderung, Gesundheit oder Pflege, Fachkompetenz in allen sozialpolitischen Fragen.

Michael Pausder, Pressesprecher
Schellingstraße 31 · 80799 München · Tel. 089/2117-217
Fax 089/2117-280 · pausder@vdk.de · www.vdk-bayern.de

DIENSTLEISTER / SERVICE

Erika Littmann
Bürodienstleistungen I Transkriptions- & Schreibservice
your private office

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

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

Menschen wie du und ich

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

Anzeigen im *BJVreport* sind imagebildend und verkaufsfördernd, sprechen starke Zielgruppen an – und unterstützen die Arbeit im BJV Bayerischen Journalistenverband.

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

SÜDDEUTSCHER JOURNALISTENTAG

DJV BADEN-WÜRTTEMBERG BAYERN HESSEN RHEINLAND-PFALZ

#SDJT13

Samstag, 16. März 2013, 11 - 16 Uhr, ZDF-Konferenzzentrum Mainz

ZEIT	FORUM 1	FORUM 2	FORUM 3
10.30	Frühstück		
11.00	Begrüßung Andrea Wohlfart, DJV-Landesvorsitzende Rheinland-Pfalz		
11.10 - 11.55	IMPULS: „Wert des Journalismus" Peter Frey, Chefredakteur ZDF		
12.00 - 12.45	Forum RUNDFUNK **Gundula Gause** | ZDF **Ulrich Meyer** | SAT.1 **Tatjana Ohm** | N24 Moderation: **Sissi Pitzer**	Forum LOKAL **Joachim Braun** | Nordbayerischer Kurier **Claus Morhart** | Main Echo **Ulrike Trampus** | Ludwigsburger Kreiszeitung* **Michael Konken** | DJV Moderation: **Thomas Godawa**	Forum EUROPA **Prof. Rolf D. Cremer** | EBS **Cerstin Gammelin** | Süddeutsche Zeitung* **Joachim Weidemann** | dpa Insight EU Moderation: **N.N.**
12.50 - 13.35	Forum SPORT **Daniel Drepper** | WAZ **Imke Duplitzer** | Fechterin **Niklas Schenck** | freier Journalist **Eike Schulz** | ZDF **Christian Klaue** | Deutscher Olympischer Sportbund (DOSB) Moderation: **Hans-Ulrich Heuser**	Forum ENERGIE **Dieter Janecek** | Bündnis 90/ Die Grünen **Gero Lücking** | Lichtblick AG **Jürgen Stellpflug** | Öko-Test Moderation: **Karin Lambert-Butenschön**	Forum RUNDFUNK **Gundula Gause** | ZDF **Ulrich Meyer** | SAT.1 **Tatjana Ohm** | N24 Moderation: **Sissi Pitzer**
13.40 - 14.25	Forum NETZPOLITIK **Bruno Kramm** | Piratenpartei Deutschland **Steffen Grimberg** | Zapp **Birgit Sippel** | SPD **Tarek Al-Wazir** | Bündnis 90/Die Grünen Moderation: **Gregor Mayer**	Forum EUROPA **Prof. Rolf D. Cremer** | EBS **Cerstin Gammelin** | Süddeutsche Zeitung* **Joachim Weidemann** | dpa Insight EU Moderation: **N.N.**	Forum MEDIEN & RELIGION **Stefan Aigner** | Regensburg-digital.de **Detlev Bierbaum** | Evangelisch-Lutherische Kirche Bayern **Kamran Safiarian** | ZDF Moderation: **Dr. Wolfgang Stöckel**
14.30 - 15.15	Forum LOKAL **Joachim Braun** | Nordbayerischer Kurier **Claus Morhart** | Main Echo **Ulrike Trampus** | Ludwigsburger Kreiszeitung* **Michael Konken** | DJV Moderation: **Thomas Godawa**	Forum BILD **Peter Bitzer** | laif **Michael Ebert** | freier Fotograf **Gaby Sommer** | freie Fotografin **Prof. Eberhart Wolf** | AMD Moderation: **Heike Rost**	Forum SPORT **Daniel Drepper** | WAZ **Imke Duplitzer** | Fechterin **Niklas Schenck** | freier Journalist **Eike Schulz** | ZDF **Christian Klaue** | Deutscher Olympischer Sportbund (DOSB) Moderation: **Hans-Ulrich Heuser**
15.20 - 16.05	Forum NETZPOLITIK **Bruno Kramm** | Piratenpartei Deutschland **Steffen Grimberg** | Zapp **Birgit Sippel** | SPD **Tarek Al-Wazir** | Bündnis 90/ Die Grünen Moderation: **Gregor Mayer**	Forum BILD **Peter Bitzer** | laif **Michael Ebert** | freier Fotograf **Gaby Sommer** | freie Fotografin **Prof. Eberhart Wolf** | AMD Moderation: **Heike Rost**	Forum MEDIEN & RELIGION **Stefan Aigner** | Regensburg-digital.de **Detlev Bierbaum** | Evangelisch-Lutherische Kirche Bayern **Kamran Safiarian** | ZDF Moderation: **Dr. Wolfgang Stöckel**

*angefragt

Mit freundlicher Unterstützung von: BMW GROUP, DieRedaktion.de DIE JOURNALISMUS-BÖRSE

IMPULS

11.10 – 11.55 Uhr

Moderation:
Andrea Wohlfart

»Zum Wert des Journalismus«

In Zeiten einer ständig verfügbaren kostenlosen Informationsflut hat sich die Rolle des professionellen Journalismus verändert. Doch dieser Selbstfindungsprozess ist noch lange nicht abgeschlossen. Dr. Peter Frey, Chefredakteur des ZDF, eröffnet daher als Gastgeber den Süddeutschen Journalistentag mit einem kurzen Impulsreferat zum Wert des Journalismus im Jahr 2013.

Dr. Peter Frey
Chefredakteur ZDF

RUNDFUNK

12.00 – 12.45 Uhr
12.50 – 13.35 Uhr
Moderation:
Sissi Pitzer

»Über die Rolle der Moderatoren«

Jung, dynamisch und sexy – sind das die Eigenschaften, die ein Moderator heute vor allem braucht? Bleibt die Sach- und Vermittlungskompetenz dabei auf der Strecke? Und wie verändern sich die Anforderungen durch die Digitalisierung und eine sich weiter verbreitende On-Demand-Kultur?

Foto: ZDF/Carmen Sauerbrei

Gundula Gause
Co-Moderatorin heute Journal, ZDF

Foto: SAT.1/Arne Weychardt

Ulrich Meyer
SAT.1-Moderator

Tatjana Ohm
Chefmoderatorin N24

LOKAL

12.00 – 12.45 Uhr
14.30 – 15.15 Uhr
Moderation:
Thomas Godawa

»Die Nachricht ist tot – es lebe der Hintergrundbericht: Wie sich Lokal- und Regionalzeitungen mit fundierter Berichterstattung profilieren können«

Die reine Information gibt es heute überall kostenlos im Internet. Die Lokal- und Regionalzeitung muss sich daher spezialisieren, will sie weiterhin einen Mehrwert für ihre Leser bieten. Doch wo kann der liegen? Klar, in Qualität und fundierter Hintergrundberichterstattung.

Joachim Braun
Chefredakteur Nordbayerischer Kurier

Michael Konken
Bundesvorsitzender Deutscher Journalisten-Verband

Foto: Victoria Schilde

Claus Morhart
Chefredakteur Main Echo

SPORT

12.50 – 13.35 Uhr
14.30 – 15.15 Uhr
Moderation:
Hans-Ulrich Heuser

»Quo vadis, Sportförderung? Leistungssportler zwischen Zielvereinbarung und Funktionärsklüngel«

Sportförderung in Deutschland ist allzu oft an konkrete Gegenleistungen geknüpft. Trotz Millionen vom Ministerium mangelt es an allem – und die Sportjournalisten? Nur selten decken sie die Strukturen auf und hinterfragen sie kritisch. Woran liegt das und wie lässt es sich ändern?

Daniel Drepper
freier Reporter, Rechercheressort WAZ-Mediengruppe

Imke Duplitzer
deutsche Fechterin

Niklas Schenck
freier Journalist, u.a. FAZ, SWR, Deutschlandfunk

Eike Schulz
Sportredakteur, ZDF

Christian Klaue
Leiter Medien und Öffentlichkeitsarbeit, Deutscher Olympischer Sportbund

ENERGIE

12.50 – 13.35 Uhr

Moderation: Karin Lambert-Butenschön

»Zwischen Aufklärer- und Aufreger-Journalismus: Kommunikation über ein komplexes Thema«

Die Energiewende ist gut, aber bitte nicht vor der eigenen Haustüre. Ist der Journalist lieber Anwalt der Anwohner oder der guten Sache? Oder lieber neutraler Vermittler? Und wenn Letzteres, wie kann er diesem komplexen Thema gerecht werden?

Foto: Hans-Jürgen Staudt

Dieter Janecek
Landesvorsitzender Bündnis 90 / Die Grünen im Bayerischen Landtag

Gero Lücking
Leiter Energiewirtschaft, Mitglied des Vorstands Lichtblick AG

Jürgen Stellpflug
Chefredakteur Öko-Test

EUROPA

12.00 – 12.45 Uhr
13.40 – 14.25 Uhr
Moderation: N.N.

»Blick auf Europa: Versagt Journalismus, weil Europa ‚nicht vermittelbar' ist?«

Kaum etwas anderes bestimmt die politische Sphäre so wie die Europapolitik – und wird dabei gleichzeitig so wenig beachtet. Dabei wäre dies eigentlich die ureigenste Aufgabe des Journalismus. Ist Europa nicht vermittelbar oder ist das Versagen des Journalismus hausgemacht?

Prof. Rolf D. Cremer
Präsident EBS Universität für Wirtschaft und Recht i.Gr.

Joachim Weidemann
Projektleiter dpa Insight EU

Cerstin Gammelin*
Korrespondentin Süddeutsche Zeitung

BILD

14.30 – 15.15 Uhr
15.20 – 16.05 Uhr

Moderation: Heike Rost

»Dokumentation, Illustration, Imagination – Macht & Missbrauch von Bildern in der Berichterstattung«

Bilder erreichen die Leser viel unmittelbarer als ein Text, wecken Emotionen und (Vor-)Urteile. Journalisten erliegen nicht selten der Versuchung, mit Bildern Stimmung zu machen oder den mutmaßlichen Voyeurismus des Publikums zu befriedigen. Besteht so die Gefahr einer ethischen Grenzüberschreitung?

Peter Bitzer
Geschäftsführer laif Agentur für Photos & Reportagen GmbH

Foto: Rainer Hotz

Michael Ebert
Fotojournalist

Gaby Sommer
freie Fotografin

Foto: Heike Rost

Prof. Eberhart Wolf
Professor für visuelle Kommunikation, Akademie für Mode und Design

NETZPOLITIK

13.40 – 14.25Uhr
15.20 – 16.05Uhr

Moderation: Gregor Mayer

»Wie nutzen Parteien und Politiker Medien, Blogs und das Netz für ihre Zwecke?«

Wahlkampf via Facebook, Twitter & Co.? Parteien und Politiker nutzen das Netz immer stärker zur Selbstdarstellung und Kommunikation ihrer Interessen. Schafft Social Media in der Politik mehr Bürgernähe und Transparenz? Oder einfach nur mehr politische Plattformen?

Foto: Nikolai Schilde

Bruno Kramm
Beauftragter für Urheberrecht, Piratenpartei Deutschland

Steffen Grimberg
Medienredakteur „Zapp"

Birgit Sippel
SPD Europaabgeordnete

Tarek Al-Wazir
Sprecher für Medienpolitik, Fraktionsvorsitzender BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Hessen

*angefragt

MEDIEN & RELIGION

13.40 - 14.25 Uhr
15.20 - 16.05 Uhr
Moderation:
Dr. Wolfgang Stöckel

»Zwischen Aufklärer- und Aufreger-Journalismus: Kommunikation über ein komplexes Thema«

Kirche und Medien – zwei Welten, die nicht zusammenpassen? Während in der Gesellschaft das Bedürfnis nach transzendentaler Sinnstiftung steigt, beherrschen die Negativschlagzeilen das mediale Bild der Kirche. Was muss sich ändern, um miteinander statt nur übereinander zu reden?

Stefan Aigner
Herausgeber regensburg-digital.de

Detlev Bierbaum
Oberkirchenrat, Evangelisch-Lutherische Kirche in Bayern

Kamran Safiarian
Moderator „Forum am Freitag", ZDF

Die Workshops

EIGENMARKETING

12.00 - 12.45 Uhr

»Texte per Lizenz verkaufen - zusätzliche Umsätze erzielen«

Michael Jansen
DieRedaktion.de

Wie können Journalisten mit rechtssicheren Lizenzen neue Kunden gewinnen und zusätzlich Einnahmen sichern? Das alles und mehr erklärt Michael Jansen.

URHEBERRECHT

12.45 - 13.35 Uhr

»Fragen & Antworten zum Urheberrecht«

Susanne Gruber
Rechtsanwältin

In der aktuellen Debatte um das Urheberrecht tauchen immer wieder Fragen und Unsicherheiten auf. Susanne Gruber erklärt, worauf Journalisten achten müssen.

EXISTENZGRÜNDUNG

13.40 - 14.25 Uhr

»Gewusst wie: Informationen und Tipps zur Existenzgründung«

Foto: Heike Rost

Wolfgang Kiesel
freier Journalist

Wolfgang Kiesel informiert über die verschiedenen Möglichkeiten der Existenzgründung, die der Markt für Journalisten bietet.

ZUKUNFT

14.30 - 15.15 Uhr
15.20- 16.05 Uhr

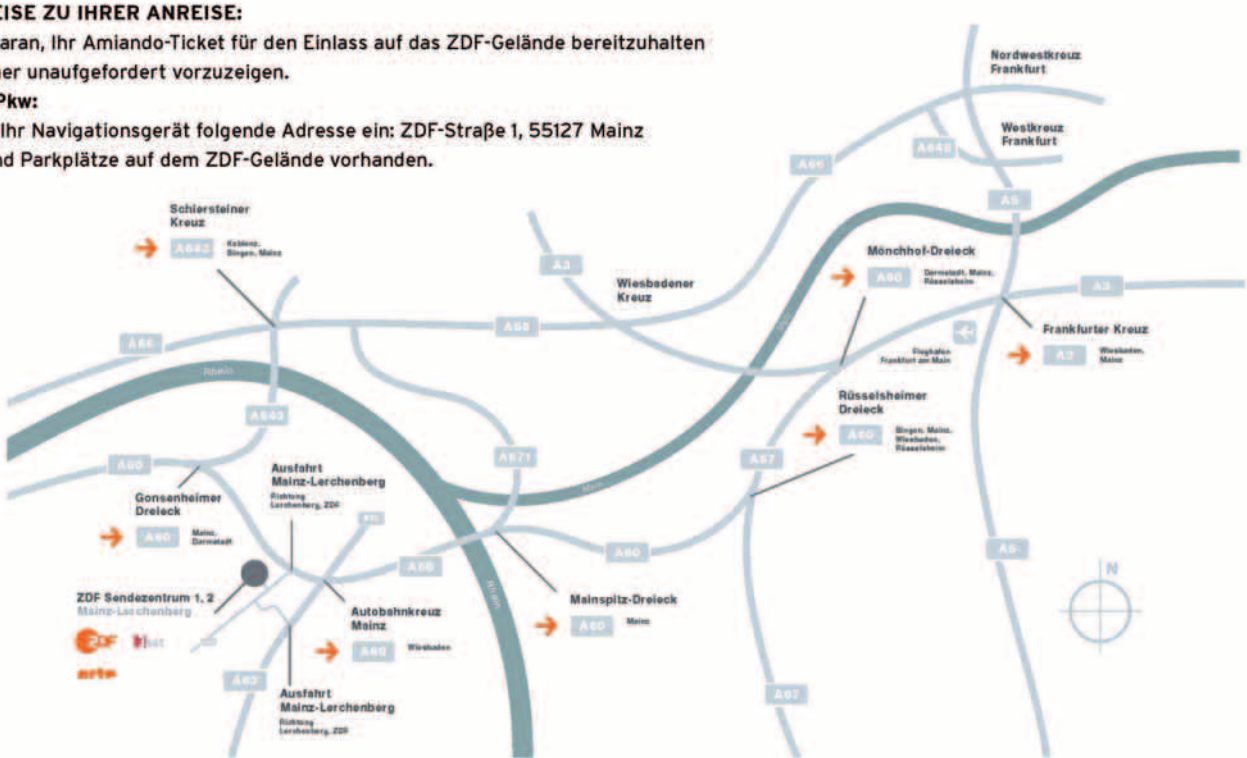
»Ein Blick in die Zukunft - auf der Suche nach neuen beruflichen Zielen«

Rolf Skrypzak
freier Journalist

Wie stellt man sich am besten als Freier dar? Welche Chancen bietet das Corporate Publishing, welche Skills sollte man mitbringen? Rolf Skrypzak gibt Orientierung.

Kostenlose Anmeldung unter: www.sueddeutscher-journalistentag.de

WICHTIGE HINWEISE ZU IHRER ANREISE:
Bitte denken Sie daran, Ihr Amiando-Ticket für den Einlass auf das ZDF-Gelände bereitzuhalten und es dem Pförtner unaufgefordert vorzuzeigen.
Anreise mit dem Pkw:
Bitte geben Sie in Ihr Navigationsgerät folgende Adresse ein: ZDF-Straße 1, 55127 Mainz
Es sind ausreichend Parkplätze auf dem ZDF-Gelände vorhanden.



Redaktion und Layout dieser Sonderbeilage:
RDN Agentur für Public Relations GmbH & Co. KG

Deutsche Zeitungen relativ „gesund“

BJV-Netzwerktreffen mit US-Generalkonsul Bill Moeller in Pullman City

Von Simone Kuhnt

Beim Netzwerktreffen des Regionalverbands Passau und des Bezirksverbands Niederbayern/Oberpfalz in der Westernstadt Pullman City in Eging am See hatten die Teilnehmer Gelegenheit, sich mit US-Generalkonsul Bill Moeller aus München über das Zeitungssterben in den USA und den angeschlagenen deutschen Zeitungsmarkt auszutauschen.

Die Zeitungslandschaft hierzulande sei – verglichen mit der amerikanischen – „gesund“, erklärte Moeller auf Nachfrage der BJV-Bezirksvorsitzenden Daniela Albrecht. Es gebe hier viele gute Regionalzeitungen, die Artikel in deutschen Zeitungen seien detaillierter und interessanter. In Amerika käme in manchen großen Städten nur noch eine Tageszeitung heraus, das schränke die Meinungsvielfalt ein. Und welche Zeitungen liest der Generalkonsul in Deutschland? „Vor allem die *Süddeutsche Zeitung,* den *Münchner Merkur,* den *Spiegel* – und die *Bild*-Zeitung. Das ist wichtig, um zu wissen, worüber die Leute reden.“

Bill Moeller, der einen Bachelor-Abschluss in Politikwissenschaft und Zeitungsjournalismus (1984) und einen Master-Abschluss in Internationalen Angelegenheiten (1990) hat, trat im September 2012 sein Amt als Generalkonsul in München an. Er besuchte zum ersten Mal den deutsch-amerikanischen Weihnachtsmarkt in Pullman City zusammen mit seiner Familie sowie mit Leyla Ones, Konsulin für Öffentliche Angelegenheiten, und Pressereferent Thomas Schaller.

An der lockeren Gesprächsrunde nach seinem Rundgang nahmen neben den Journalisten auch rund 30 Amerikanistik- und Anglistik-Studenten der Universität Passau teil. Deutschland sei politisch und wirtschaftlich ein sehr wichtiger Partner der USA, betonte Bill Moeller. Er lobte zudem die Gesprächsführung der Deutschen. Sie brächten Probleme auf den Punkt, „und das ist gut so“. Mit sozialen Medien wie Facebook und Twitter versuche das Generalkonsulat, junge Menschen in Bayern für die gemeinsame Sache zu begeistern. So wurde etwa auch der Besuch in Pullman City zeitnah getwittert.

Menschen wie du und ich

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

Anzeigen im *BJVreport* sind imagebildend und verkaufsfördernd, sprechen starke Zielgruppen an – und unterstützen die Arbeit im BJV Bayerischen Journalistenverband.

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

Nur der Kir Royal fehlte

Klatschkolumnist Graeter zu Gast an der Münchner Uni

Von Thomas Mrazek

Wer sich dafür interessiert, wer in der Münchner Bussi-Gesellschaft was mit wem hat oder hatte, der ist bei Michael Graeter bestens aufgehoben. Täglich schreibt der gebürtige Münchner Journalist (Jahrgang 1941) für die *Abendzeitung* über das menschliche Treiben in jenen illustren Kreisen: „Drei Mal 45 Zeilen und drei Mal 150 Zeilen in der Woche“, erklärt Graeter den Studenten im Institut für Kommunikationswissenschaft- und Medienforschung der Münchner Uni. Die BJV-Fachgruppe Junge Journalisten hatte ihn zum Werkstattgespräch eingeladen.

Graeter ist nicht einverstanden mit der Arbeitsweise seiner heutigen Kollegen im Klatschmetier: „Die Bubis kennen mehr die Tasten ihrer Laptops“, sagt Graeter. Dabei komme es doch darauf an, die Menschen zu kennen. Um sich dieses Netzwerk zu erarbeiten, brauche man mindestens drei bis vier Jahre. Seine Geschäftsgrundlage sei das Vertrauen der Menschen zu ihm. Andererseits verfolgten die Leute natürlich auch ihre eigenen Interessen, um mit dieser oder jener privaten Information in den Klatschspalten zu erscheinen oder eben auch mal nicht. Da sei vor allem sein Gespür gefragt.

Ist mit seinen „Kollegen“ unzufrieden: Michael Graeter. Links FG-Vorsitzender Christian Pfaffinger. Foto: Michael Helmerich

Für Helmut Dietls Filmreihe *Kir Royal* war Graeter die Vorlage für den Klatschreporter Baby Schimmerlos. In einer Szene versucht der Großindustrielle Haffenloher (gespielt von Mario Adorf) Schimmerlos (Franz Xaver Kroetz) zu bestechen. Ob das tatsächlich vorkomme? Graeter winkt amüsiert ab: „Da hat der Dietl übertrieben.“ So glamourös wie im Film sei sein Berufsleben nicht. Früher sei es zudem „juristisch leichter“ gewesen, erzählt Graeter und erwähnt das Caroline-Urteil. An den Gastgeber Christian Pfaffinger, Vorsitzender der Fachgruppe Junge, richtet Graeter einen Wunsch: „Beim nächsten Mal bitte Kir Royal.“ In der Uni musste der Gesellschaftsreporter sich mit Selters aus dem Plastikbecher begnügen.

Jubilare

Für ein frisches Weißbier ist **Waldemar Hartmann** immer zu haben, auch wenn er am 15. Dezember seine letzte Sportsendung in der *ARD* moderierte. Nach 33 Jahren war Schluss für den als „Duzmaschine" bekannten Sportjournalisten, der seinen Job gern als Kumpel der Sportler und Sportfunktionäre ausführte und immer gern ein bisschen hemdsärmelig auftrat. Unverdrossen zieht er jetzt mit seiner Live-Show „Born to be Waldi" durch die Lande. Wir gratulieren zum 65. Geburtstag am 10. März.

In der Kainsbacher Betriebsräterunde hatte **Eckehardt R. Kubec** über viele Jahre einen Stammplatz. Seine Kollegen bei den *Nürnberger Nachrichten* respektieren den aufrechten Franken nicht nur als profilierten Lokalredakteur, sondern auch als ihren engagierten Interessensvertreter. Am 25. März feiert er seinen 65. Geburtstag.

Auf ihn können der Ortsverband Passau und der Bezirksverband Niederbayern-Oberpfalz seit Jahrzehnten vertrauen. **Wolfgang Bauer** macht kein Aufheben um seine Person. Der Motorroller, mit dem er als langjähriger Lokalchef des *Vilshofener Anzeigers* von Termin zu Termin eilte, war sein Markenzeichen. Im BJV ist Bauer, der am 21. April 65 wird, einfach verlässlich da, wo er gebraucht wird – in der Heimat wie auch im Vorstand des Sozialwerks.

Noch auf seine „alten Tage" drückte sich **Michael Schwerberger** nicht davor, die Leitung der Fachgruppe Bild zu übernehmen. Gut ein Jahr war der Münchner Fotograf und Spezialist für visuelle Konzepte für die Bildkollegen im Einsatz, bis er sein Amt zur Verfügung stellte. Am 19. April feiert er seinen 60. Geburtstag.

Den BJV in Mittelfranken und **Jürgen Dennerlohr** nennt man seit mindestens 20 Jahren stets in einem Atemzug. Länger als im Ortsverband Neumarkt und im Bezirksverband Mittelfranken engagiert ist „der Denni" nur noch Redakteur als bei den *Nürnberger Nachrichten* – und wenige Monate nach der Einstellung als Volontär ein unermüdlich aktives BJV-Mitglied. Am 8. April feiert er seinen 50. Geburtstag.

In den 90ern

Max-Hermann Bloch, München (18.4.1922)
Dr. Sandor Gergelyfy, München (8.3.1920)
Marina Hammer, Esslingen (22.3.1920)
Erhard Köhler, München (8.4.1920)
Werner Marx, Nürnberg (5.4.1922)
Heinz Richter, Bernau (10.3. 1921)
Karl-Heinz Schmidt, Zirndorf (14.3.1922)

In den 80ern

Adolf Althen, Unterhaching (28.3.1931)
Erhard Bayer, Passau (28.4.1927)
Prof. Dr. Wolfgang Buhl, Nürnberg (15.4.1925)
Rudolf Creutz, Fürstenfeldbruck (30.4.1924)
Alfred Diel, Großkrotzenburg (10.4.1924)
Geza Ekecs, München (24.3.1927)
Salah Elenany, München (31.3.1932)
Rudolf Förster, Buckenhof (19.4.1931)
Emmerich Hainzl, München (21.3.1926)
Dietrich Hartung, Eckersdorf (23.3.1927)
Ernst Hess, München (18.3.1928)
Heinz Hofmann, München (27.4.1931)
Hans-Wilhelm Kirchner, Würzburg (10.4.1927)
Dr. Sieglinde Kirmayer, Wasserburg (2.3.1927)
Johannes Leeb, München (25.3.1932)
Martin Klein, München (11.3.1932)
Liselotte Nüsslein, München (30.3.1931)
Erwin Oberndorfer, München (2.3.1926)
Ernst Schell, Fürth (9.3.1932)
Prof. Dr. Ursula Schrag, Mittenwald (20.3.1930)
Dr. Friedrich Schreiber, Lochham (30.3.1932)
Milan Schulz, München (6.4.1930)
Dr. Peter Sczygiol, München (27.4.1927)
Marianne Sin-Pfältzer, Nuoro (12.4.1926)
Dr. Bernhard Wittek, München (28.4.1926)

80 Jahre

Dr. Anton Gälli, München (14.4.)
Hans Krieger, München (13.3.)

75 Jahre

Karl-Friedrich Bähr, Sauerlach (28.3.)
Christel Beyersdörfer, Dirlewang (9.4.)
Rainer Binder, Alassio (26.4.)
Franz Gamringer, Neumarkt (3.4.)
Ulrike Grimmer, Seeshaupt (11.3.)
Wolfgang Renner, Freising (20.4.)
Holger Wurms, Kressbronn (18.3.)

70 Jahre

Ursula Dornberger, Feldafing (22.4.)
Peter Dudzik, München (10.4.)
Holger Goblirsch, München (28.3.)
Dietger Grünwald, Himmelstadt (28.3.)
Sibylle Lazzeroni, München(7.3.)
Wolfgang Klein, Karlsfeld (7.4.)
Prof. Frank Mader, Nittendorf (12.4.)
Wolfram Mathea, Nürnberg (21.3.)
Ilona Vogel, München (18.3.)

65 Jahre

Dr. Mehmet Aktan, Köln (13.3.)
Dr. Philippa Durst, München (5.4.)
Hannelore Gießen, Kirchheim (8.3.)
Frank Leonhardt, München (24.4.)
Norbert Lewandowksi, München (25.3.)
Norbert M. Marx, Celle (9.3.)
Klaus Neuböck, Moosinning (20.4.)
Wilhelm Novy, München (2.4.)
Robert Piffer, Burghausen (2.3.)
Norbert Strauch, München (12.4.)
Rainer Weichenrieder, Nürnberg (24.4.)

60 Jahre

Prof. Peter P. Pachl, Berlin (24.4.)
Dr. Eva-Maria Bartenschlager, Meilen-Toggwill (26.3.)
Franz Bergbauer, Osterhofen-Altenmarkt (13.3.)
Brigitte Birkeneder, München (5.4.)
Sven Dalbert, Biebesheim (8.3.)
Volker Everts, Markt Schwaben (29.3.)
Klaus Haag, Finning (18.3.)
Heinz Henneberger, Würzburg (2.4.)
Rudolf Jirka, Dießen a. A. (11.3.)
Dr. Barbara Knab, München (13.4.)
Thomas K. J. Kraus, Augsburg (19.4.)
Thomas Liebelt, Lliber (23.4.)
Karl-Hans Obermann, Großhabersdorf (14.4.)
Wolfgang Ottinger, Würzburg (5.4.)
Peter Ponnath, Cadolzburg (22.4.)
Jutta Rapp, München (10.4.)
Gabriele Rieth-Winterherbst, München (10.3.)
Helmut Ruhland, Schondorf (31.3.)
Dr. Hannelore Schnell, München (12.3.)
Monika Sedlmayr, München (8.4.)
Dr. Angelika Sigl, Oberschleißheim (1.4.)
Uwe Rudolf Still, Höchberg (4.3.)
Eberhard Unfried, München (10.4.)

Scharfzüngiger Niederbayer

Ernst Hauzenberger starb im Alter von 70 Jahren in Plattling

Nur auf wenige Kollegen trifft der Titel „journalistisches Urgestein“ so zu wie auf Ernst Hauzenberger. Er hat genau hingeschaut und zugehört, um seinen Stoff dann packend, treffend und schnörkellos aufzuschreiben. Bei aller nötigen Kritik, aber auch mit Verständnis für die Menschen und Liebe zur Heimat. Einen Tag vor Silvester ist der langjährige Redaktionsleiter der *Landauer Neuen Presse* und engagierte Gewerkschafter im Alter von 70 Jahren im Krankenhaus Landau einer heimtückischen Infektion erlegen.

Am 24.Juli 1942 als Eisenbahner-Bub in Plattling geboren, begann er seine journalistische Karriere 1961 beim *Straubinger Tagblatt.* Am 1. April 1965 holte ihn Verleger Hans Kapfinger persönlich zur *Passauer Neuen Presse.* So unbestechlich berichtete er als Sportreporter, dass ihm einmal die Ehefrau eines Torwarts an den Kragen wollte, weil Ernst Hauzenberger nicht nur dessen

Foto: Thomas Geiger

Paraden gelobt, sondern auch seine Unsicherheiten notiert hatte. In Landau fand er die Rolle seines Lebens – als „der“ Redakteur klassischer Prägung, der mit den Honoratioren in Politik und Vereinen ebenso gut zurechtkam wie mit den einfachen Leuten. Sein Talent für geschliffene Sprache und Pointen nutzte er auch als begehrter Büttenredner und scharfzüngiger Fastenprediger. Auch im BJV war Ernst Hauzenberger für einen guten Witz immer zu haben. In jeder Lebenslage blieb er humorvoll – und schlug mit Begeisterung die Löffel. Wahrscheinlich war ihm die Lebensfreude als waschechter Bayer, wie er ausdrücklich in seinem Aufnahmeantrag vermerkte, schon in die Wiege gelegt. Der „Hauzi“ war viele Jahre Passauer Ortsvorsitzender und leitete zwölf Jahre den Bezirksverband Niederbayern/Oberpfalz. Als Schriftführer gehörte er von 1997 bis 2007 auch zum geschäftsführenden BJV-Landesvorstand. In den schwierigen Jahren der Aufspaltung der *PNP* in Einzelbetriebe war er außerdem engagierter Betriebsrat. Streit ist er meist aus dem Weg gegangen, aber keiner Debatte – wobei ihm seine Hartnäckigkeit Respekt verschaffte. Ausgezeichnet mit der Ehrennadel des BJV ging er in den Ruhestand. Im BJV seit Mai 1979.
ak/tom

Johann Löffelmann, freier Journalist in München, starb am 21.November im Alter von 64 Jahren. Als Beauftragter für Sekten- und Weltanschauungsfragen in der Erzdiözese München und Freising beantragte er 1978 die Aufnahme. Die Öffentlichkeitsarbeit habe sich als sein Tätigkeitsschwerpunkt herauskristallisiert, schrieb der studierte Psychologe und Theologe, der in Arnschwang im Bayerischen Wald geboren wurde. Es waren Jahre, in denen das Auftreten verschiedener neuer religiöser und esoterischer Bewegungen die Öffentlichkeit stark verunsicherte. Löffelmann schrieb über Sekten und Okkultismus, Psychotherapie und Jugendfragen. Im BJV seit Februar 1979.

Ivan Laputka, Bildjournalist und Kameramann, starb am 20. Dezember in München im Alter von 66 Jahren. Geboren war er in Zavadka in der Slowakei. Er machte die Gehilfenprüfung als Fotograf. Berufsbegleitend, er war schon für Redaktionen von Zeitungen und Zeitschriften tätig, erwarb er das Universitätsdiplom in Journalistik. Im Dezember 1983 floh er in die Bundesrepublik und etablierte sich als Pressefotograf, unter anderem beim *Bayerischen Rundfunk.* Profil gewann er mit Reportagen über Operationen, Helikoptereinsätze und ähnlich spektakuläre Vorgänge. Im BJV seit Januar 1986.

Leserbrief

Ausgabe 6/2012, zum Titelthema **„Fotografieren kann jeder - aber Qualität und Bildjournalisten bleiben auf der Strecke“**, Seiten 14-22

Angesichts der vielen Probleme, angefangen beim Urheberrecht, war der Artikel überfällig! Die Billigmacher sind wohl nicht unbedingt die Redakteure, eher die Verlage. Im Grunde gibt es zu viele unnütze Blätter. Man müsste aussortieren und regionalisieren. Es sollte ein Pflichthonorar geben für die Profis und Honorarkürzungen für die Knipser oder verpflichtende Sozialabgaben dieser Gruppe.

Schuld an dem Dilemma der Zeitungsbranche sind zwar auch Facebook und andere, doch kommt oft das Unvermögen der Geschäftsleitung dazu, die womöglich auch noch aus dem Bankensektor stammt. Es liegt aber auch, wie ich es selbst erleben musste, an einer gewissen Überheblichkeit oder am Abgehobensein, der Chefredaktion. Die sitzt sozusagen geschützt im Glashaus, lässt wenig Recherche zu, das magere Ergebnis wird aber effekthaschend hinausposaunt, in der Hoffnung, die Auflage zu steigern. Die Quittung kommt langsam, aber sicher: Die Auflage schmilzt. Und damit der verdiente Lohn der Mitarbeiter.

Maximilian Schreiner, Unterstall

Liebe Leserinnen und Leser des Reports,
gerne drucken wir Ihren Leserbrief ab. Kritisch, lobend, ergänzend – das Reportteam freut sich auf Reaktionen und Anregungen. Zur Form sei nur Folgendes gesagt: Leserbriefe sind keine redaktionellen Meinungsäußerungen. Die Redaktion behält sich vor, Briefe zu kürzen. Bitte geben Sie in Ihrem Leserbrief Ihren vollen Namen und Ihre Adresse, für Rückfragen möglichst auch Ihre Telefonnummer, an. Adresse und Telefonnummer werden von uns selbstverständlich nicht veröffentlicht. Eine Verpflichtung zur Veröffentlichung besteht nicht. Anonyme Briefe werden nicht veröffentlicht.

„Wir sind mehr als ein Fernsehkanal“

Der Münchner Journalist Stefan Hanitzsch gründet *stoersender.tv* – mit Dieter Hildebrandt als Star

Von Senta Krasser

Wenn viele geben, wird manches möglich – und manchmal kommt dabei auch ein Internetkanal heraus wie jetzt *stoersender.tv.* In nur zwei Monaten sammelten Stefan Hanitzsch und Dieter Hildebrandt auf der Spendenplattform Startnext 125.000 Euro ein. Von März an wollen sie im Netz alle zwei Wochen ein crossmediales Magazin präsentieren – und stören.

Sagen Sie mal, Herr Hanitzsch, wen wollen Sie mit Ihrem Störsender stören?

Stören wollen wir all jene, die Demokratie stören. Das fängt bei Politikern an, die uns nicht die Wahrheit sagen. Es geht weiter mit Großfinanzoligarchen, die bestimmen möchten, wie die Eurorettung abzulaufen hat, und hört mit Extremisten, die ihre Interessen mit Gewalt durchsetzen wollen, nicht auf.

Und Sie meinen, diese großkopferten Demokratiefeinde lassen sich von einem Magazin irritieren, das alle zwei Wochen fürs Internet produziert wird?

Wir sind zwar nur ein kleiner Privatsender von Künstlern, Kabarettisten, Journalisten und NGOs. Aber wenn wir es schaffen, mit unserer halben Stunde Programm den einen oder anderen Zuschauer zu mehr Engagement zu motivieren, als bloß passiv vor der Glotze zu hocken, dann haben wir schon viel erreicht. Unser Slogan heißt ja: „Zuschauen war gestern. Störsehen ist heute.“

Zu was genau wollen Sie motivieren?

Zu Störereien. Wir wollen unsere Zuschauer zu zivilem Ungehorsam anstiften. Das kann eine Demo gegen Neonazis sein. Oder ein Flashmob auf einer Wahlkampfveranstaltung. Auf jeden Fall sollen es friedliche Aktionen sein. Die Occupy-Bewegung hat es uns vorgemacht. Da haben sich Menschen zusammengefunden, die die Auswüchse des Kasinokapitalismus stoppen wollen. Menschen werden unterdrückt, die Umwelt wird zerstört. Es ist fünf vor zwölf. Eigentlich kommen wir viel zu spät mit unserem Störsender.

Taugt denn das klassische Fernsehen nicht zum Störsehen?

Natürlich gibt es bei den Öffentlich-Rechtlichen wunderbare Störenfriede. Aber die kommen meist erst nach 23 Uhr vor, weil es wichtiger zu sein scheint, einen „Musikantenstadl“ zur Hauptsendezeit zu bringen. Der Unterschied zu *ARD* und *ZDF* ist: Wir können zum Stören zusammentrommeln. Wir sind mehr als ein Fernsehkanal. Wir sind eine Kampagnenplattform.

Ein ehemaliger Top-Störenfried der ARD *ist jetzt der Star Ihres Kanals. Wie haben Sie es geschafft, Dieter Hildebrandt zu begeistern?*

Dieter Hildebrandt ist zwar nicht so aktiv im Internet, aber er kennt dessen Möglichkeiten. Ich sollte eigentlich seine Webseite neu konzipieren. Zum Vorstellungstermin hatte ich aber noch keine zündende Idee. Die Kreativität ließ mich im Stich. Im gemeinsamen Gespräch über Gott und die Welt kam mir die Idee, einen Internetsender aufzubauen, der die Demokratie fördert. Dieter Hildebrandt hatte im nächsten Augenblick den Namen erfunden. Und so ging es los.

Hildebrandt sagt über stoersender.tv, da können „Verrückte Dampf ablassen“. Dampf welcher Art, bitteschön?

In jeder Sendung wird es einen Auftritt von Dieter Hildebrandt geben. Politisches Kabarett auf der Höhe der Zeit. Mein Vater, Dieter Hanitzsch, fertigt dazu die Karikatur des Tages. Aufgezeichnet wird

„Zuschauen war gestern. Störsehen ist heute“: Stefan Hanitzsch (links) und Dieter Hildebrandt (rechts) wollen auf *stoersender.tv* zu zivilem Ungehorsam anstiften. In der Mitte Teammitglied Toni Polito, früher Chefbeleuchter beim BR.

Foto: Andreas Pirchmoser

... Herr Hanitzsch

in seinem Arbeitszimmer. Kabarett füllt aber nur zu einem Drittel unser Programm.

Das zweite Drittel?

Ist journalistisch. Wir bringen Storys, die sich andere nicht trauen oder die zu kurz kommen. So planen wir einen Bericht über die jüngsten Urteile in der Mobilfunkbranche. Warum wird totgeschwiegen, dass Mobilfunkstrahlen Krebs erzeugen können? Die Mobilfunkfirmen schalten ohne Ende Anzeigen. Allein die Telekom beschäftigt 100 Lobbyisten in Berlin. Das kann kein Zufall sein. Im dritten Drittel geht es um spannende Störereien von Störsehern und Aktivisten. Wenn Greenpeace ein Schiff kapert, berichten wir.

Wenn man auflistet, wer Sie mit kreativen Beiträgen unterstützen will, bekommt man den Eindruck, stoersender.tv sei ein Ventil für Kabarettisten, die vom klassischen Fernsehen frustriert sind: Georg Schramm, Frank-Markus Barwasser, Gerhard Polt, Sigi Zimmerschied, Konstantin Wecker und so fort.

Mag sein. Es gibt ja zunehmend weniger Möglichkeiten bei ARD und ZDF. Der „Scheibenwischer“ existiert nicht mehr. In „Neues aus der Anstalt“ wird immer mehr Comedy gebracht, und ich wage zu bezweifeln, dass Herr Barwasser und Herr Priol diese Entwicklung fördern. Eine Reihe guter Leute kommt im Fernsehen gar nicht vor. Bei uns können sie sich austoben.

Wer passt auf, dass nicht zu wild getobt wird?

Zu wild sehe ich nicht als Gefahr, solange es friedlich bleibt. Viele sind eher zu brav. Natürlich gibt es einen Redakteur, das bin ich, der mit einem Netzwerk aus Journalisten, Kameraleuten und Cuttern zusammenarbeitet. Aber es wird keinerlei künstlerische oder redaktionelle Einschränkungen geben.

Das begeistert wohl nicht zuletzt Ihren Star Hildebrandt, der sich über die zunehmende Macht der TV-Redakteure beklagt. Kommen da nicht für Sie, quasi als Hildebrandts Chefredakteur, diskussionsfreudige Zeiten zu?

Ganz sicher werden wir diskutieren. Ganz sicher bin ich nicht sein Chefredakteur. Wir sind ein Team. Obwohl Dieter Hildebrandt der Doyen des deutschen Kabaretts ist, kann man ihm alles sagen. Er hat seine eigene Meinung, akzeptiert aber auch andere. Natürlich hat er als Vorsitzender des künstlerischen Beirats ein Vetorecht. Schließlich ist er das Gesicht von *stoersender.tv.*

Stefan Hanitzsch, 35, ist Erfinder, Redakteur, Autor und Projektleiter von *stoersender.tv.* Als Politik-Student schrieb er unter anderem für *Münchner Merkur, Süddeutsche Zeitung* und die Radios des *Bayerischen Rundfunks*. Nach dem Studium wechselte er in die Politik. Für die SPD war er mehrere Jahre in Berlin und München als Pressesprecher, wissenschaftlicher Mitarbeiter, Redakteur und Wahlkämpfer aktiv. Seit einem Jahr arbeitet Hanitzsch mit Dieter Hildebrandt und seinem Vater Dieter Hanitzsch an der Entstehung von *stoersender.tv.*

Wie verrückt sind eigentlich Sie?

Ausführlich! Ich wage immer noch zu träumen und genieße es, dass es keine Steuer darauf gibt. Der eine oder andere Beitrag aus meiner bescheidenen Werkstatt wird sich in den Störsender einfinden.

„Bescheidene Werkstatt“? Da stapeln Sie tief. Sie verkehrten lange im innersten Zirkel der SPD. Verarbeiten Sie auf stoersender.tv *diese Erfahrung?*

Ganz sicher! Ich habe für die SPD als Wahlkämpfer, politischer Redakteur und Pressesprecher gearbeitet. Und ich stelle fest, dass diese Partei, deren Mitglied ich nach wie vor bin, sich leider nicht so verhält, wie viele Menschen es sich wünschen. Zu viele SPDler sind stärker an ihrem Fortkommen als an der Sache interessiert. Nicht ohne Grund gibt es die Initiative „Sozialdemokraten innerhalb der SPD“. Da ist Oppositionsluft nach oben drin.

Müssen Peer Steinbrück und Co. stoersender.tv *fürchten?*

Wir sind ausgewogen und spießen auch Merkels Podcasts auf. Nicht nur die SPD bekommt also was auf den Deckel durch „Hannelore Spieß-Rutenlauf“.

Eine Parodie auf Hannelore Kraft?

Mit dieser Figur verarbeite ich Erfahrungen mit Andrea Nahles, aber auch mit anderen Parteifunktionären. An Hannelore Spieß-Rutenlauf will ich demonstrieren, woran es liegen könnte, dass viele Menschen sich nicht mehr in einer Partei engagieren möchten.

Absicht oder Zufall, dass stoersender.tv ausgerechnet im Superwahljahr 2013 startet?

Ich würde sagen: Fügung. Auf jeden Fall werden wir im Wahlkampf stören.

Schnapsidee oder Avantgarde, dass Sie stoersender.tv *vom Schwarm finanzieren lassen?*

Crowdfunding ist die Heiligsprechung von künstlerischer und redaktioneller Freiheit. Und es ist definitiv ein Zukunftsmarkt. Die Macht der Masse nutzen immer mehr Kreative. Ob Filmemacher oder Blumenhändler.

Statt Klimpergeld im Netz zu sammeln, könnten Sie Werbung schalten lassen.

Werbung wird es bei uns niemals geben. Kein Werbepartner wird uns unter Druck setzen können, was und wie wir senden. Einen Unterhaltungsredakteur, der Angst hat, dass die Programmoberen etwas zu scharf finden, haben wir übrigens auch nicht. Eher schließen wir den Sender.

So einfach, so radikal?

Es muss auch andere Möglichkeiten geben, einen Sender zu finanzieren. Die Entwicklung im Journalismus, dass alles der Ökonomisierung unterworfen ist, macht mir Sorgen. Eine Demokratie ist nur dann eine solche, wenn sie auch freie Medien hat.

www.stoersender.tv

Foto: Andreas Pirchmoser

AFAG WIR MACHEN MESSEN Termine 2013

13. - 16. Januar 2013
HOGA Nürnberg
Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und GV
www.hoga-messe.de

27. Februar - 3. März 2013
Freizeit Messe Nürnberg
Urlaub, Lifestyle, Autos, Wassersport, Camping, Caravans
www.freizeitmesse.de

16. - 24. März 2013
Augsburger Frühjahrs-Ausstellung
Vervraucher-Messe für Lifestyle mit Bauen & Wohnen
www.afa-messe.de

29. Mai - 2. Juni 2013
RheinSchauKöln
Publikumsmesse für das Rheinland
www.rheinschau.de

28. August - 1. September 2013
Americana Augsburg
Internationale Messe für Reitsport und Westernkultur. World Open Championship Westernriding. www.americana.de

28. September - 6. Oktober 2013
Mainfranken-Messe Würzburg
Verbraucher-Messe für Lifestyle mit Bauen & Wohnen
www.mainfranken-messe.de

15. - 18. Oktober 2013
interlift Augsburg
Internationale Fachmesse für Aufzüge, Komponenten und Zubehör
www.interlift.de

26. Oktober - 3. November 2013
Consumenta Nürnberg
Verbraucher-Messe für Lifestyle mit Bauen & Wohnen
www.consumenta.de

29. Oktober - 3. November 2013
Faszination Pferd Nürnberg
Messe, Sport + Show
www.faszination-pferd.de

31. Oktober - 3. November 2013
iENA Nürnberg
Internationale Fachmesse „Ideen - Erfindungen - Neuheiten“
www.iena.de

fama Mitglied im Fachverband Messen und Ausstellungen FKM Mitglied der Gesellschaft zur freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen

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

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

AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Messezentrum · 86159 Augsburg
☏ (08 21) 58 982 - 0 · (08 21) 5 89 82 - 300
www.afag.de · info@afag.de

TEN TOWERS MÜNCHEN

Qualitätsimmobilie mit hervorragenden Aussichten ...

06/11 Gesamtbewertung AA
SCOPE ® Management Rating Geschlossene Fonds
Immobilien AA+
Stand: 06/2011

... auch auf die Münchner Innenstadt!

Wenn eine herausragende Immobilie an einem der bedeutendsten Immobilienstandorte Europas von einem der renommiertesten Anbieter für Sachwertanlagen auf den Markt kommt, werden Zeichen gesetzt.

Qualitätsimmobilien gelten als verlässliche Sachwerte. Sie können Wertstabilität und Ertragsstärke bei weitgehendem Inflationsschutz vereinen. Bringen Sie diese Vorteile auch in Ihr Portfolio – mit der hohen Marktexpertise von WealthCap. Über 25 Jahre Erfahrung und ein Scope Management Rating im Segment Immobilien AA+ (sehr hohe Qualität) sprechen für sich.

Interesse?
Wir freuen uns auf Sie!

www.wealthcap.com/tentowers

Member of UniCredit

WealthCap
Ihr Spezialist für Sachwertanlagen

Die Angaben zu dieser Beteiligung sind verkürzt dargestellt und stellen kein öffentliches Angebot dar. Es können sich Veränderungen, Ergänzungen und Aktualisierungen ergeben, die den vorgestellten Fonds in seinen Merkmalen erheblich verändern. Die Einzelheiten sowie insbesondere die neben den Chancen vorhandenen Risiken, die mit einer Investition als unternehmerischer Beteiligung verbunden sind, entnehmen Sie dem allein verbindlichen Verkaufsprospekt, der noch zu veröffentlichen ist. Bezüglich des öffentlichen Angebots des WealthCap Immobilien Deutschland 35 wird die WealthCap Initiatoren GmbH einen Verkaufsprospekt veröffentlichen und ein Vermögensanlagen-Informationsblatt bereithalten. Der Verkaufsprospekt wird bei der im Verkaufsprospekt benannten Zahlstelle zur kostenlosen Ausgabe bereitgehalten, was im Bundesanzeiger und in einem überregionalen Börsenpflichtblatt bekannt gemacht wird.