BJV report

Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

Ausgabe 1/2015

Burda schließt Schlussredaktion
Schlechte Stellen für gute Freie
Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit
Katastrophe (fast) ohne Folgen

www.bjv.de / www.djv.de

Arbeitszeiterfassung

Hält sich das Weltgeschehen an Dienstpläne?

Kontakt im Kleinformat

Rubrikanzeige „Pressestellen“ im *BJVreport*

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

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

Wann dürfen wir Sie im BJVreport begrüßen?

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

Nous sommes journalistes

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

Es ist kein günstiger Moment, das Editorial zu schreiben. Es ist Freitag, der 9. Januar, 14 Uhr. Es ist zwei Tage nach „Charlie“. Der Anschlag auf das Satiremagazin sollte das Thema für das Editorial sein. Pressefreiheit, Meinungsfreiheit, Fundamentalisten des Glaubens – Themen, die uns immer, aber nach solch einem feigen Attentat noch mehr beschäftigen müssen.

Doch nun läuft im Fernsehen die Berichterstattung über die Attentäter, die in der Nähe von Paris in einer Druckerei festgesetzt wurden, sowie einem weiteren Attentäter, der in einem Supermarkt Geiseln genommen hat. Und das Thema, obwohl mit dem ersten Attentat zu tun, ändert sich schlagartig. Warum? Weil wir alle dabei sind. Live. Vor Ort. Wir bekommen Kollegen mit, die versuchen Polizeisperren zu umgehen, um näher an den Ort des Geschehens zu gelangen. Wir hören verzweifelte Formulierungen, die mit einer Qualitätsberichterstattung nichts zu tun haben. Da wird vom „Showdown“ nach Westernmanier gesprochen, um einen „sauberen Übergang“ zurück zur Druckerei zu finden. Es wird überraschenderweise erklärt, dass die Polizisten bewaffnet sind, und dass die Täter ebenfalls im Waffenbesitz sind. Inhaltsleere Formulierungen decken sich mit Bildern, die den Zuschauer mitnehmen wollen in diese böse Welt in Frankreich.

Ist das sauberer Journalismus? Vor allem, wenn TV-Kameras ebenso wie Internetportale live zeigen, wie und wohin sich die Einsatzkräfte bewegen? Gut, dass ein Terrorist tatsächlich auf sein Smartphone oder auf den Fernseher starrt, ist eher unwahrscheinlich. Aber machen die KollegInnen, sich in diesem Fall nicht zu Helfern? Vielleicht sogar zu Mittätern?

Es hat etwas von Dschungel-Camp, von Big Brother. Es scheint alles so harmlos zu sein. Der Zuschauer muss sich wie in einem Film oder einer Doku-Soap fühlen.

Haben wir aus Gladbeck nichts gelernt? Was wurde danach alles versprochen, was man nicht mehr machen wolle. Nicht mehr Werkzeug von Menschen zu sein, die mit Gewalt ihre Ideen vertreten. Doch die Berichterstattung zeigt, dass es offensichtlich Lippenbekenntnisse waren. Im Kampf um die Quote gibt es keine Moral mehr. Da wird die Exekution des Polizisten ebenso gezeigt wie die Flucht durch die Republik.

Nachrichtliche Inhalte? Gehen im Rahmen der Live-Schalten verloren. Mal nachdenken über das, was man sendet? Geht im Rahmen der Live-Schalten verloren.

Es war kein gutes Bild, das die Gilde in diesen Stunden abgeliefert hat. Wir werden darüber sprechen müssen, wir werden wieder über Moral reden müssen. Und wir werden diskutieren müssen, warum wir so agieren. Die Angst, „nur“ Zweiter zu sein? Die Befürchtung, den Ansprüchen des Konsumenten nicht gerecht zu werden? Fehlende Ausbildung?

Wir werden reden müssen.

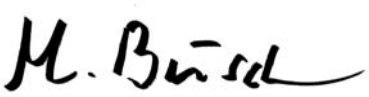
Die weiteren Entwicklungen haben Sie mit Sicherheit verfolgt. Mit Sicherheit auch exzellente Berichterstattung wahrnehmen dürfen.

Nachsatz: Es gibt Momente, da fehlen Journalisten die Worte. Solche Gräueltaten sind nicht leicht zu bewerten, zu beschreiben, zu kommunizieren. Es sind schnell Sätze gesagt wie: „Angriff auf die Pressefreiheit!“ Doch fehlen uns die richtigen Worte.

Wir sind in Gedanken bei den Kollegen in Paris, wir sind bei deren Familien, die nun erleben müssen, was es heißt, sich mit Worten für die Pressefreiheit, für die Demokratie einzusetzen. Wir sind bei den weiteren Opfern, die umgebracht wurden.

Wir wissen aber auch, dass diese Tat nur die Aufforderung sein kann, an den Aufgaben einer freien Presse festzuhalten. Unterdrückung, Tyrannei, ungerechte Behandlung, all das kann nur dort wachsen, wo es keine Menschen gibt, die diese falschen Ideen offen legen. Der feige Mordanschlag muss Journalisten bestärken, gemeinsam gegen Unrecht vorzugehen.

In diesem Moment sind wir Franzosen. Wir sind „Charlie“.



Leben um zu arbeiten?

Michael Anger
Leitender Redakteur
Foto: Thomas Geiger

Eine Stoppuhr auf der Titelseite? Im digitalen Zeitalter? Doch, doch, das ist Symbolik, gleich mehrfach: stoppt die Ausbeutung, stoppt endlich eure Arbeitszeit, stoppt die überholten Erfassungstechniken. Manche Arbeitgeber sähen immer noch gerne wöchentlich nur ein Zettelchen, auf dem lediglich eine Zahl steht, die der geleisteten Überstunden. Wie soll da der Betriebsrat kontrollieren, wozu er ja gesetzlich verpflichtet ist? Die Verlage hoffen wohl, dass die Belegschaft beim analogen Anschreiben großzügig ist. Die Elektronik hingegen registriert unerbittlich jede Minute Mehrarbeit, und dann wird es teuer. Weil sich herausstellen könnte, dass ohne mehr Personal die Gesetze nicht einzuhalten sind. In Bayern hat die *Main-Post* die Arbeitszeiterfassung eingeführt. Weil das flexibel gehandhabt wird, bleibt der Arbeitsablauf ungestört. Die elektronische Erfassung ist relativ bequem, verhindert unnützen Papierkrieg. Bei der Mediengruppe Oberfranken in Bamberg wird hart verhandelt, im Konzern *Passauer Neue Presse* war der erste Anlauf ein Fehlschlag. Wir haben uns dort und in anderen Redaktionen umgehört, beleuchten natürlich auch rechtliche Fragen. Bayerns Verlegerpräsident Andreas Scherer wollte „vor dem Hintergrund laufender Verhandlungen in einigen Häusern derzeit keine Stellungnahme abgeben". **Seite 8**

Weder analoge noch digitale Zettelchen soll es künftig in der Schlussredaktion von Burda geben. Die wird einfach aufgelöst. Ein Lektorat will man sich als Qualität propagierender Verlag schon gönnen, aber das geht doch auch outgesourct. Wildfremde Leute ohne Bezug zu Redaktion und Autoren lesen dann gegen? Aber nein. Nach Burdas Vorstellungen sind die gleichen wie bisher am Werke, nur als Freie und viel billiger. **Seite 20**

Arbeitszeiterfassung ist für die meisten freien Journalisten und Journalistinnen ein Wort aus einer anderen Welt. Wie 5-Tage-Woche, Arbeitgeberanteil, Urlaub. Da muss man doch frohlocken ob des Angebots der Gruppe Hof-Coburg-Suhl, den Pauschalisten all diese Errungenschaften zugute kommen zu lassen. Sie bräuchten nur einen Anstellungsvertrag unterschreiben. „Insourcing" sozusagen. Der Run auf die extra gegründete Firma hält sich in Grenzen: sie ist tariflos, zahlt 30 Prozent weniger Gehalt, lässt länger arbeiten. **Seite 19**

800 Stunden, so schätzt Uwe Moosburger, hat er in die Aufarbeitung einer Katastrophe gesteckt. Das Fotostudio des freien Bildjournalisten war ausgebrannt, mit allem Zubehör. Seine Arbeitszeit hat der Unverzagte erfolgreich dem Neuanfang gewidmet. Unser Positivbeispiel an Unternehmertum. **Seite 22**

Inhalt

Titel

Das Ende der Selbstausbeutung 8
Arbeitszeiterfassung kann Stellen sichern
Pflicht und Eigenverantwortung 9
Seit 1. Januar wird bei der Main-Post *die Arbeitszeit elektronisch erfasst*
Die Watschn – für die Jungen 10
Belegschaft des Konzerns Passauer Neue Presse *lehnt Arbeitszeiterfassung ab*
Zuckerbrot und Peitsche 11
Beim Fränkischen Tag *wird hart um die Arbeitszeiterfassung gerungen*
Vertrauen ist gut . . . 12
Die Redaktionen in Bayern gehen ganz unterschiedlich mit ihrer Arbeitszeit um
Arbeitszeiterfassung – nicht ohne den Betriebsrat 14
Daten dürfen nur zur Überprüfung der Anwesenheit genutzt werden

Verband

Das größte regionale Netzwerk in Bayern 16
Mehr als die Hälfte aller BJV-Mitglieder gehört zum Bezirksverband München-Oberbayern
24 Stunden Zukunft in München 17
DJV-Tagung für den journalistischen Nachwuchs am 14./15. März
Zu viel Ehrfurcht vor „academic divas" 17
Unerwünschte Nebeneffekte der Praxisnähe an den Hochschulen
Wir machen Sie fit für den Online-Journalismus 18
Seminare 2015 der Fachgruppe Online und des BSW
Lockrufe aus dem Tarifabgrund 19
Die Gruppe Hof-Coburg-Suhl bietet Freien Arbeitsplätze – zu Dumpinggehältern
Schluss mit der Schlussredaktion 20
Outsourcing bei Burda: Rund 40 Journalisten im Lektorat verlieren ihre Festanstellung. Externe Kräfte sollen künftig korrigieren – aber zu welchem Preis?

Medienszene

Existenz vernichtet? Weitermachen! 22
Wie der Bildjournalist Uwe Moosburger mit einer Brandkatastrophe fertig wurde
Journalisten brauchen Freiheit 25
BJV-Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit

Service

Rechtstipp 24
BGH: Keine Richtigstellung nach erlaubter Verdachts-Berichterstattung
Technik 26
Storytelling für alle?
Rezensionen 28
Kurse der ABP 28

Wem die Stunde schlägt

Betriebsräte überall in Bayern rackern viele Stunden, damit ihre RedaktionskollegInnen mehr Stunden zuhause verbringen können. Stunden, die sie dem Arbeitgeber über ihre vertragliche Pflicht hinaus zur Verfügung stellen – als Überstunden. Die sollten selbstverständlich ausgeglichen werden. Der Widerstand dagegen ist teilweise enorm. Nicht nur seitens der Verlage, sondern auch mancher Redakteure, die mit dem Finanzamt um jeden Cent feilschen, sich aber nicht trauen, mit Vorgesetzten über Unmengen unbezahlter Mehrarbeit zu diskutieren. Was das Gesetz zur Arbeitszeit fordert, welche Argumente ausgetauscht werden und wie man Arbeitszeiterfassung friedlich regeln kann, lesen Sie **ab Seite 16**

Alle müssen raus!

So beliebig wie seit langem der Jahresschlussverkauf ist offenbar der Mitarbeiterausverkauf bei Burda. 42 Mitarbeiter sind von der Auflösung der Schlussredaktion betroffen. Das Lektorat soll outgesourct werden. Und dann? Naja, die Entlassenen könnten die Arbeit weitermachen, als Freie. Vielleicht. Zu welchen Konditionen? Keine Ahnung. Nur eines weiß Zeitschriften-Präsident Hubert Burda genau: Er spart mindestens die Hälfte der Kosten. **Seite 20**

Fotos: Flirt/F1online, Burda Verlag

Zur Person

Jubilare 39
Nachrufe 40
Der Papa vom Volksblatt
Walter Hohler, der dienstälteste Betriebsrat und Familienmensch, starb mit 89 Jahren

Sagen Sie mal

„Wir sind ein echtes Familienmagazin“ 41
Willkommen im Club: Der frühere ABP-Direktor Martin Kunz ist jetzt beim ADAC Chefredakteur des Vereinsmagazins Motorwelt *und will verloren gegangene Leser zurückgewinnen*

IMPRESSUM

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

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

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

Autoren dieser Ausgabe:
Michael Busch (T,F), Veronika Vogelsang (F), Thomas Geiger (F), Maria Goblirsch (T), Christian Pfaffinger (T), Ulf J. Froitzheim (F), Stefanie Hattel (T), Olaf Konstantin Krueger (F), Thomas Mrazek (T), Uwe Moosburger (F), Johannes Michel (T,F), Theresa Müller (F), Sepp Beck (F), Martin Moser (F), Flirt/F1online (F), Andy Ridder/F1online (F)

Gestaltung: Eberhard Wolf
Titelbild: Eberhard Wolf

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

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

Auflage: 8300 Exemplare
Erscheinungsweise: zweimonatlich

Redaktions- und Anzeigenschluss für Ausgabe 2/2015: 20. März

Erscheinungstermin: 18. April

ISSN: 0947-8337
Copyright 2014 by BJV & Autoren
ISSN: 0947-8337

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

Vorstand unterwegs

Es ist kaum zu glauben, aber der Jahresübergang war für den Vorstand tatsächlich recht ruhig. Diverse **Weihnachtsfeiern** wurden noch im Dezember besucht. Hervorzuheben sind die Feiern der **Bezirke Nordbayern-Franken** und **München-Oberbayern,** da dort viele Kolleginnen und Kollegen die Zeit nutzen, um mal ganz ungezwungen mit den Vorstandsvertretern zu reden.
Im neuen Jahr ging es dann mit Planungen weiter. So ging es an den **Flughafen München,** um die bisher tolle Kooperation weiter auszubauen. Um mit den Kollegen des **DJV** das Jahr 2015 produktiv anzugehen, diente dann das erste **Treffen** am 25. und 26. Januar. Die Bayern sind sowohl in der Strukturkommission vertreten als auch in der eigentlichen Gesamtvorstandssitzung, um die Interessen der Journalisten im Freistaat zu vertreten. Ein Blick auf den Kalender zeigt allerdings: So ruhig wird es in den nächsten Monaten nicht bleiben.

Termine

26. Februar – 29. März
Ausstellung 10 Jahre Pressefoto Bayern am Flughafen München
3. März
FG Freie besucht torial, München
14. März
OV Regensburg bei „Jesus Christ Superstar", Theater Regensburg
14./15. März
DJV-Tagung 24 Stunden Zukunft für junge Journalisten: Wenn nicht jetzt, wann dann?, SZ-Hochhaus/DJS, München
6. April
Regionaler Stammtisch FG Freie, Würzburg
9./10. Mai
Bayerischer Journalistentag – BJV-Mitgliederversammlung, Universität Augsburg

Der BJV – täglich für Sie im Netz

www.bjv.de

Twitter
twitter.com/bjvde

Facebook
facebook.com/bjvde

Newsletter
www.bjv.de/newsletter

Hier gilt´s der Kunst

BJV-Sozialwerk unterstützt Volontärin der Deutschen Journalistenschule

Nicht ungewöhnlich, wenn man in der Richard-Wagner-Stadt Bayreuth geboren wurde: Die Bayreutherin Christina Hertel möchte einmal im Kulturteil einer Zeitung arbeiten. Der Haken: München ist teuer. Deshalb unterstützt das Sozialwerk des Bayerischen Journalisten-Verbandes die 23-Jährige mit einem Stipendium.

Hertel machte 2011 ihr Abitur am naturwissenschaftlich ausgerichteten Graf-Münster-Gymnasium in Bayreuth und studierte anschließend drei Jahre lang in München Theaterwissenschaften und Kommunikationswissenschaften bis zum Bachelor. In dieser Zeit absolvierte sie Praktika in der Unternehmenskommunikation der Kulmbacher Brauerei, bei den *Nürnberger Nachrichten* und bei *Oberfranken TV.* Seit 2012 war sie freie Mitarbeiterin des *Münchner Merkurs.*

Christina Hertel

Während des Studiums blieb ausreichend Zeit als „Tagesdienst" ein bis zwei Mal in der Woche in der Lokalredaktion des Blattes zu arbeiten. Dies sei jetzt, in der Kompaktklasse der Deutschen Journalistenschule nicht mehr möglich, führt Hertel in ihrer Stipendiumsbewerbung aus. Wenn sie von der elterlichen Unterstützung Miete, MVG-Ticket und Handyrechnung abziehe, blieben gerade 250 Euro monatlich zum Leben. Mehr wolle sie aber den Eltern gar nicht abverlangen, denn das Lehrerehepaar greife auch dem Bruder, der in Dresden Architektur studiere, finanziell unter die Arme.

Sie wolle gerne im Kulturteil einer Zeitung arbeiten. Dafür sei es wichtig, Theater, Kino, Konzerte, Museen zu besuchen. In den letzten Jahren habe sie sich damit ein breites Wissen über die Münchner Kulturszene angeeignet und dies sei in beruflicher Hinsicht auch weiter notwendig.

Das Stipendium beträgt 210 Euro monatlich und wird 14 Monate lang gewährt.

250 Millionen Euro ausgezahlt an ehemalige Mitarbeiter von Leo Kirch

Fast 13 Jahre nach der Pleite der Kirch-Gruppe haben die Gläubiger des früheren Medienkonzerns in München erneut Geld erhalten. Wie Insolvenzverwalter Michael Jaffé Ende Januar mitteilte, wurden weitere 250 Millionen Euro ausgeschüttet. Es ist bereits das achte Mal, dass die Gläubiger, darunter vor allem ehemalige Mitarbeiter von Kirch Media, Geld zurückbekommen. Als Kleingläubiger mit Forderungen im mittleren fünfstelligen Bereich oder weniger, also bis 50.000 Euro, stellen sie das Gros der insgesamt 1500 Einzelforderungen. Summa summarum waren gegen Kirch Ansprüche in Höhe von etwa fünf Milliarden Euro geltend gemacht worden. 1,3 Milliarden Euro sind jetzt beglichen, was einer ungewöhnlich hohen Befriedigungsquote entspricht; häufig bekommen Gläubiger bei Insolvenzen nur einen einstelligen Prozentsatz ihres Geldes zurück. Möglich wurde dies unter anderem durch die Verwertung von Kirchs Film-Bibliothek und den Verkauf von Unternehmensteilen. Der Insolvenzverwalter rechnet derweil mit einer weiteren, der dann neunten Auszahlungsrunde an die Gläubiger. Die im Schadenersatzprozess der Kirch-Erben gegen die Deutsche Bank erstrittenen 925 Millionen Euro müssen noch verteilt werden.

ABP-Mitbegründer Erhardt Stiebner verstorben

Der Ehrenvorsitzende des Verbands der Zeitschriftenverlage in Bayern (VZB), Erhardt D. Stiebner, ist am 21. Januar im Alter von 90 Jahren verstorben. Der gebürtige Bamberger war von 1970 bis 1987 Vorsitzender des Verbandes. In dieser Zeit, im Jahre 1986, gründete der VZB zusammen mit dem Zeitungsverleger-Verband und dem Bayerischen Journalisten-Verband auf Initiative von dessen Vorsitzendem Erich Geiersberger, die Akademie der Bayerischen Presse.

Stiebner war seit 1950 als Verleger und Autor tätig. Er war unter anderem Geschäftsführender Gesellschafter der F. Bruckmann

KG in München. Der Verlag war nach eigener Darstellung „bis zum Ende des 20. Jahrhunderts ein Qualitätssiegel vor allem für hochwertige Kunstbildbände“. Seit 1930 erscheint dort die Zeitschrift *Bergsteiger*. Unter Stiebners Führung wurden Bücher des berühmten Südtiroler Bergsteigers Luis Trenker verlegt.

Journalistenpreise der Volks- und Raiffeisenbanken

Insgesamt 20.000 Euro Preisgeld ausgelobt haben die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken für ihre Journalistenpreise 2015. Mit je 8000 Euro dotiert sind der Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Preis zum Thema „Wirtschaftliche Bildung“ und der Hermann-Schultze-Delitzsch-Preis zum Thema „Verbraucherschutz“. 4000 Euro werden mit dem Förderpreis für junge Journalisten zum Thema „Nachhaltigkeit“ vergeben.

Die Banken wollen mit den Preisen an ihre Gründerväter erinnern. Deren Kernthesen gälten noch heute: Nur wer ökonomische Zusammenhänge erkennt, kann sich selbst ein Urteil bilden. Wirtschaftliches Wissen ist die Basis von Verbraucherschutz.

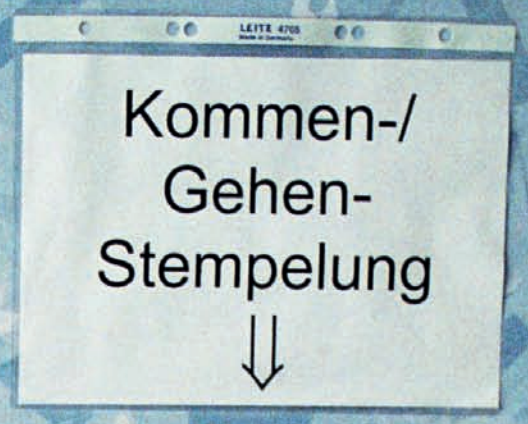
Bewerben kann man sich mit Beiträgen aus Print, TV, Hörfunk oder Online-Medien, die zwischen dem 1. Januar und 31. Dezember 2014 erschienen sind. Einsendeschluss ist der 30. April 2015. Bewerben können sich Vertreter von Medienhäusern mit Sitz in Bayern, Korrespondenten von Medienhäusern mit Redaktionsbüro im Freistaat und freie Journalisten mit Wohnsitz oder Arbeitsplatz in Bayern. Näheres unter www.gv-bayern.de/journalistenpreise.

So ist es richtig

Ob der Fehler, der in der Ausgabe 6/2014 des *BJVreports* auf Seite 20 passierte, ein Freud´scher Verschreiber war, sei dahingestellt. Aber er hätte nicht passieren dürfen und der Autor muss sich dafür entschuldigen. Im Artikel „Geordnete Bahnen kontra stets gemeinsam“ hatten wir Stellungnahmen von Parlamentariern zum geplanten Gesetz zur Tarifeinheit abgedruckt. Wir zitierten auch MdB Bernd Rützel aus Gemünden. Der ist unter anderem für die Sozialdemokratische Fraktion Mitglied im Ausschuss für Arbeit und Soziales des Deutschen Bundestags. In seinem Statement steht auch zweimal deutlich SPD. Dennoch wurde er im abschließenden Hinweis der CSU zugerechnet. Das tut uns natürlich Leid. Wie gesagt, vielleicht hat es damit zu tun, dass in Sachen Tarifeinheit die drei Berliner Koalitionsparteien einer Meinung sind, zumindest offiziell. ma.

Personalien

Arno Makowsky, ehemaliger Chefredakteur der Münchener *Abendzeitung,* ist jetzt stellvertretender Chefredakteur des Berliner *Tagesspiegels*.



Das Ende der Selbstausbeutung

Arbeitszeiterfassung kann Stellen sichern

Von Michael Anger

Stechuhrjournalismus – das war das böse Wort, das schon vor vielen Jahren in den Redaktionen KollegInnen an den Kopf geworfen wurde, die dafür eintraten, dem Arbeitgeber nicht mehr unbezahlte Überstunden, und damit viel Geld, zu schenken und sie sich und der eigenen Familie indirekt zu stehlen. Arbeitszeiterfassung war lange Zeit ein rotes Tuch. Das störe den Redaktionsablauf, behindere Kreativität und womöglich gar die Erfüllung des öffentlichen Auftrags der freien Presse, denn die Ereignisse orientierten sich ja nicht am Dienstplan. So blieb es meist einzelnen vorbehalten, ihre Überstunden aufzuschreiben und dies abzeichnen zu lassen, um einen Ausgleich zu erhalten.

Ein Sinneswandel vollzieht sich. Zum Teil sicher, weil immer deutlicher wird, dass das hehre Anliegen des Journalismus für viele Arbeitgeber ein rotes Tuch ist. Die kümmern sich lieber um Arbeitsverdichtung, Entlassungen, Zombie-Zeitungen, hohe Renditen. Aber auch, weil immer mehr Beispiele beweisen, dass die Bedenken aufgelöst werden können. Niemand hat etwa dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk Qualitätsminderung unterstellt, nur weil dort schon vor Menschengedenken Dienstpläne eingeführt wurden. In Redaktionen quer durch Deutschland entstanden dank Erfassung erstmals Dienstpläne, konnte der Betriebsrat gezielt verhandeln, weil personelle Lücken dokumentiert wurden, haben Mitarbeiter endlich die Chance, durch Überstundenabbau ein Sabbatical einzulegen. So kann man Arbeitsplätze sichern.

Pflicht und Eigenverantwortung

Seit 1. Januar wird bei der *Main-Post* die Arbeitszeit elektronisch erfasst

Von Michael Anger

Illustration: Andy Ridder/Fotolia

Der Betriebsrat der *Main-Post* hat geschafft, woran viele gescheitert sind: Eine Arbeitszeiterfassung und alle machen mit und sind`s zufrieden. Der *BJVreport* hat versucht, vom Vorsitzenden Josef Schäfer das Geheimnis des Erfolgs zu erfahren.

Der freut sich sowohl darüber, dass es geklappt hat, als auch über die Anfragen von Betriebsräten anderer Unternehmen, bleibt aber ganz pragmatisch: „Das System gilt seit 1. Januar. Eine erste Bilanz kann man frühestens nach drei Monaten ziehen." Seinen präzisen Darlegungen zufolge gibt es mehrere „Geheimnisse": ein langer Atem – auch gegenüber der Belegschaft, Erfassung, Verbindlichkeit für alle, Flexibilität gegenüber der Arbeitsweise der KollegInnen und für diese viel Eigenverantwortung.

Noch vor zehn Jahren sei Arbeitszeiterfassung kein Thema gewesen. Seit damals werde im Haus ein deutlicher Sparkurs gefahren, vor allem bei den Berufseinsteigern. Es gibt einen Haustarif, aufs Weihnachtsgeld habe man mehrere Jahre lang verzichtet. Andererseits fielen eine ganze Reihe der heute rund 150 Redaktionsmitglieder unter den Bestandsschutz. Wie in anderen Redaktionen kam mit strukturellen Veränderungen Unmut auf, etwa wenn bei Arbeit am Desk keine Zeit mehr für eigene Artikel bleibt.

Schriftliche Umfrage

2012 wollte der Betriebsrat durch eine schriftliche Umfrage erfahren, wie sich die Situation genau darstellt. Bei einem Rücklauf von 60 Prozent erklärten rund zwei Drittel, dass sie regelmäßig Überstunden leisteten. Aber wiederum nur ein Drittel davon meinte, sie hätten die Chance auf Ausgleich. „Dieses Ergebnis", so Schäfer, „sahen wir als Arbeitsauftrag an."

Die Redaktion ist bei der *Main-Post* GmbH & Co KG angestellt. Im Hause gab es bereits Arbeitszeiterfassung, so beim Archiv. Der Betriebsrat sah sich auch in anderen Häusern um, kam aber schnell zur Erkenntnis, dass jedes Haus seine eigenen Regeln erfordere. In der Belegschaft gab es, vorwiegend aus dem Reporterkreis, Stimmen, die vor Einschränkung der Kreativität warnten und vor Behinderung einer vernünftigen Arbeitsweise. Der Arbeitgeber plädierte für Zeiterfassung auf Vertrauensbasis. Lange Diskussion im Betriebsrat, dann war sich das Gremium einig: verbindliche Erfassung, weil nur so der vollständige Zeitausgleich für jeden garantiert werden kann. Eine mehrmonatige Verzögerung gab es noch, weil die *Main-Post* für die Zeiterfassung ein neues System einführen wollte.

Heute kann Josef Schäfer feststellen: „Alle machen diszipliniert mit." Jeder hat ein Arbeitszeitkonto. Die Kollegen vom Desk loggen sich ein, wenn sie den PC hochfahren, mit dem Abschalten bei Verlassen der Redaktion erfolgt das Ausloggen. Die Reporter haben dafür eine App auf ihrem Betriebs-Smartphone zur Verfügung, können also von überall die Erfassung durchführen. Was ist Arbeitszeit? Schäfer: „Wir wollten ein möglichst flexibles System und das haben wir erreicht." Zunächst sei jeder Redakteur selbst dafür verantwortlich, was als Pause zu betrachten ist. Die Raucher, so erzählt der Betriebsrat, hätten kein Problem damit, sich für zehn Minuten ein- und auszuloggen. Zusammen mit der Chefredaktion hat man einen knappen Leitfaden entwickelt, der besagt: Bei einem redaktionellen Auftrag ist alles Arbeitszeit, was damit zusammenhängt, also auch das informelle Gespräch nach einer Stadtratssitzung. Wer ein Seminar zur Weiterbildung besucht, dem wird, analog dem Flächentarif, eine Arbeitszeit von 7,3 Stunden pro Tag gutgeschrieben.

Jedes System hat seine Schwachpunkte und die traten auch in Unterfranken auf. So massiv, dass ein regelrechter Stau beim Korrekturbedarf entstand. Denn es war zuvor festgelegt worden, dass jede Korrektur und auch jede Mehrarbeit ab der ersten Minute auf einem Konto – man kann sich ja mal bei der Eingabe vertippen – von einem Vorgesetzten genehmigt werden muss. „Eine Genehmigungspyramide ist ganz wichtig", betont Schäfer. Die musste aber nicht neu erfunden werden, weil schon seit längerem Urlaub elektronisch beantragt und genehmigt wird.

Ausnahmen möglich

Zur unkomplizierten Handhabung der Arbeitszeiterfassung gehört es für den Betriebsrat der *Main-Post* auch, dass er sich erst einschaltet, wenn sich auf einem Konto 20 Überstunden angesammelt haben. Dann, so ist es mit dem Arbeitgeber vereinbart, muss abgebaut werden. Festgelegt wurde auch, dass ab 15 Stunden der Abbau in Tagen erfolgen kann, also in diesem Fall zwei freie Tage. Ausnahmen von der 20-Stunden-Regelung sind möglich, wenn etwa ein Kollege für einen ungewöhnlich langen Urlaub „ansammeln" oder gar eine Auszeit nehmen möchte. Sonn- und Feiertagsdienste werden auch erfasst, aber separat gebucht, weil man keine Höchstgrenze für Wochenenddienste festgelegt hat. Die Arbeitszeiterfassung gilt für Redakteure, alle journalistisch arbeitenden Onliner und auch die „Volontärspraktikanten", Studenten der Uni Dortmund, die ein Jahr bezahlte Mitarbeit bei der *Main-Post* absolvieren. Die *Main-Post* hat keinen freigestellten Betriebsrat und Josef Schäfer gibt zu, in dem Jahr Verhandlungen wisse man

als Arbeitnehmervertreter schon, was man, trotz anwaltlicher Unterstützung, alles geackert habe, aber aus seiner Sicht hat es sich gelohnt: „Die Belastungen für die Redaktion werden zunehmen. Durch unser Einsichtsrecht in die Arbeitszeiterfassung haben wir als Betriebsrat die Chance, zum Beispiel Strukturprobleme in den 14 Redaktionen frühzeitig zu erkennen und mit Chefredaktion und Verlag zu verhandeln.“ Auch die Belegschaft scheint zufrieden zu sein. Die erste Betriebsversammlung nach Einführung der Erfassung war hingegen sehr gut besucht und – keine Diskussion oder Nachfrage zu diesem Thema.

Die Watschn – für die Jungen

Belegschaft des Konzerns *Passauer Neue Presse* lehnt Arbeitszeiterfassung ab

Von Michael Anger

Viele wollten die Arbeitszeiterfassung im Konzern *Passauer Neue Presse* – die Nachwuchsredakteure, der Betriebsrat, sogar der Arbeitgeber. Dann passierte, was Konzernbetriebsratsvorsitzender Werner Schötz eine „unerwartete Watschn“ nennt: Die Belegschaft lehnt mehrheitlich ab. Wer jetzt noch den geregelten Totalausgleich für Mehrarbeit möchte, muss den Häuserkampf in den fünf einzelnen GmbHs wagen.

Ungläubiges Staunen ob des Abstimmungsergebnisses auch beim Bayerischen Journalisten-Verband, wo die Belegschaft der *Passauer Neuen Presse* seit langem den Ruf tapferer Kämpfer um die Rechte der Arbeitnehmer genießt. 2004, als die Eigentümer den Austritt aus dem Flächentarif und die Aufsplitterung beschlossen, gaben sich Spitzenvertreter des Verbandes und Juristen quasi die Passauer Türklinke in die Hand, um die Belegschaft zu unterstützen.

Offener Brief vom BJV

Ungewöhnlich auch der Offene Brief von BJV-Vorsitzendem Michael Busch an den Konzernbetriebsrat. Busch, selbst für die Arbeitszeiterfassung kämpfender Betriebsrat, lobte das Engagement der Passauer Arbeitnehmervertreter und folgerte, die Belegschaft habe die Chance verpasst, sich mit den jungen Kollegen und Kolleginnen solidarisch zu zeigen. Es sei leider Tatsache, dass zwar die meisten Redakteure über Arbeitsverdichtung klagten und viele sich ausgebeutet fühlten, aber ein guter Teil von ihnen Kontrolle bei der Arbeitszeit ablehne oder sich gar von Verlagsbemerkungen wie „Ob wir uns dann noch so viele Redakteure leisten können?“ beeindrucken ließen.

Die Abstimmung vorgeschlagen hatte die Arbeitgeberseite. Der Betriebsrat stimmte zu, weil aus seiner Sicht bereits durch die Chefredaktion Stimmung gegen eine Arbeitszeiterfassung gemacht wurde. Es gab zwei Infoveranstaltungen, auf denen der Betriebsrat das Thema ausführlich erläuterte, aber auch alle Bedenken diskutiert wurden. Im November wurde schriftlich und geheim im ganzen Konzern an mehreren Tagen abgestimmt. 160 von 169 Stimmberechtigten nahmen teil, 89 Kollegen, das sind rund 56 Prozent, stimmten gegen eine Arbeitszeiterfassung.

Sonderregelung seit 1995

Über die Gründe kann man spekulieren. Es gibt natürlich auch im Haus *Passauer Neue Presse* eine Vorgeschichte. 1995 wurde im Tarifvertrag die Arbeitszeit um eine Stunde auf 36,5 pro Woche gesenkt. Der Verlagsleitung gefiel das nicht und sie brachte den damaligen Betriebsrat dazu, mit ihr zu vereinbaren, dass die wöchentliche Arbeitszeit freiwillig auf 38,5 Stunden erhöht werden könne und es dafür einen freien Tag Ausgleich pro Monat gebe. Festgelegt wurde auch, dass dies nur gegen Nachweis so geregelt werden könne. Schötz zum *BJVreport*: „Da hat sich kaum einer dran gehalten.“

Diese „BV-Tage“ gibt es für alle Journalisten, die bis 2004, dem Zeitpunkt des großen Outsourcings, zum Konzern kamen. Alle, die aber in den letzten zehn Jahren angestellt wurden, sind, so Schötz drastisch vor der Abstimmung in einem Rundschreiben an die Belegschaft, „die Deppen“: Sie arbeiteten länger, verdienten weniger, hätten weniger Urlaub und wegen der befristeten Verträge kaum eine berufliche Perspektive. Für diese Kollegen forderte der Betriebsratsvorsitzende Solidarität ein und stellte die rhetorische Frage, wer denn die BV-Tage vereinbarungsgemäß im darauffolgenden Monat nehme? De facto plane man sie doch für den Urlaub ein.

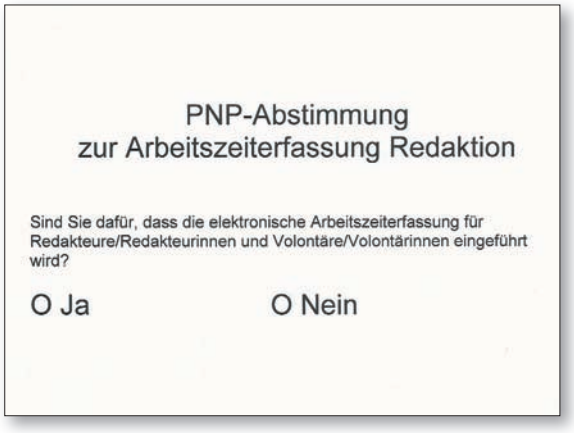
Appelle und Mahnungen haben die knappe Mehrheit der Belegschaft nicht beeindruckt, sie lehnte ab. Solche Abstimmungen sind aber für einen Betriebsrat juristisch nicht bindend und deshalb wollte das Gremium in Passau mit der Verlagsleitung weiter verhandeln. Die aber entwickelte die Logik, konzernweit sei die Arbeitszeiterfassung abgelehnt worden; man respektiere dieses demokratische Ergebnis und da der Konzernbetriebsrat eh nicht zuständig sei, würde man höchstens auf Ebene der einzelnen GmbHs verhandeln, wenn deren Betriebsräte dies denn wünschten.

Streit um Zuständigkeit

Ein Betriebsrat möchte dies sicher, denn er hatte die Diskussion um die Arbeitszeit angestoßen. 2012 war die Oberland–GmbH und damit das *Trostberger Tagblatt* in den Konzern aufgenommen worden. Nun wollte die *PNP* ihr Redaktionssystem ATOSS auch dort anwenden. Das bringt aber für die Trostberger zusätzliche Arbeit und deshalb forderte deren Betriebsrat eine Betriebsvereinbarung. Der Verlag betrachtet ihn aber als nicht zuständig. Das eingeschaltete Gericht meinte zwar, verhandelt über ATOSS müsse werden, aber man solle sich doch vorher über die Zuständigkeit einigen.

Jetzt plötzlich kam die Verlagsleitung auf den Konzernbetriebsrat zu und bestand auf Verhandlungen mit diesem Gremium statt mit den Traunsteinern. Schötz und Kollegen mussten laut Betriebsverfassungsgesetz darauf eingehen, denn ATOSS wird konzernweit verwendet und auch mit dem Konzernbetriebsrat gab es noch keine Vereinbarung darüber – trotz Mitbestimmungspflicht. So entstand die kuriose Situation, dass in Sachen Arbeitszeiterfassung der Verlag treibende Kraft wurde, wohingegen die Chefredaktion äußerte, dies sei der journalistischen Arbeit abträglich.

Dies ist der Stand der Dinge. Aus Sicht der Betriebsräte nicht erfreulich, aber das Thema ist nicht vom Tisch. Schötz wirkt enttäuscht, aber schon wieder kampflustig. Er und etwa zwei Dutzend KollegInnen führen Buch über ihre Arbeitszeit, lassen das abzeichnen und fordern Zeitausgleich ein. Dieses Recht hat laut Gesetz jeder Arbeitnehmer, nur muss er sich eben ohne Betriebsvereinbarung persönlich „auf die Hinterbeine stellen“. Schötz hofft auf Einsicht der Erfassungsgegner, denn viele von ihnen würden noch mehr als 38,5 Stunden arbeiten und bekämen ohne Zeiterfassung dafür niemals einen Ausgleich. Auch er weist auf die gestiegene Belastung der Redaktion hin trotz „auf Kante genähter Personaldecke“. Nach seiner Berechnung macht die Belegschaft pro Jahr Überstunden im Wert von rund 300.000 Euro. Dafür könnte man eine ganze Reihe Mitarbeiter zusätzlich beschäftigen.



89 Kollegen kreuzten überraschend „Nein“ auf dem Stimmzettel an, zehn zuviel. Jetzt will die Arbeitgeberseite die Verhandlungen um eine Arbeitszeiterfassung in die einzelnen Firmen des Konzerns verlagern.

Zuckerbrot und Peitsche

Beim *Fränkischen Tag* wird hart um die Arbeitszeiterfassung gerungen

Von Michael Anger

Mittendrin im Streit um die Arbeitszeiterfassung ist man beim *Fränkischen Tag* in Bamberg. Streit ist das richtige Wort, denn kürzlich haben sich Arbeitgeber und Betriebsrat vor der Einigungsstelle wiedergesehen. Eigentlich überflüssig, meint Betriebsratsvorsitzender Michael Busch, den der *BJVreport* gefragt hatte, ob sich nach der Debatte im Haus vor einigen Jahren etwas Neues ergeben habe. Damals wurden bei einer Umfrage aus der Belegschaft Klagen laut, dass durch den Ausbau der Online-Tätigkeit teilweise eine Sieben-Tage-Woche praktiziert werde. Die Arbeitnehmervertreter errechneten eine Mehrleistung der 100-Mann-Belegschaft im Wert von rund 86.000 Euro pro Monat, ohne Gegenleistung. Der Unmut hatte wohl auch personellen Hintergrund, denn nach dem Wechsel in der Chefredaktion schlief die Debatte ein.

2012 kam sie wieder hoch, als der Betriebstrat den Arbeitgeber nach der Aufzeichnung der Überstunden gefragt hatte. Die ist gesetzlich vorgeschrieben. Der Betriebsrat machte dem Arbeitgeber konkrete Vorschläge, der wiegelte ab. Dann eine Art Waffenstillstandsabkommen: keine Betriebsvereinbarung, aber in drei Redaktionen wird „niedrigschwellig“ aufgezeichnet. Ein Jahr später stellen Kollegen erstaunt fest: Sapperlot, ich hab 100 Überstunden, Betriebsrat, tu etwas.

Der wiederholt dem Verlag seine Vorschläge von 2012, unter anderem soll erst ab 70 Überstunden der Betriebsrat eingeschaltet werden, einmal im Quartal muss die Zahl der Überstunden auf fünf heruntergefahren werden. Der Verlag schreibt alles in einen Vereinbarungsentwurf, bis auf die entscheidende Kleinigkeit: Er will eine „negative“ Erfassung, also nur die Zahl der Überstunden hinschreiben, das genüge ja; der Betriebsrat hingegen beharrt auf einer „positiven“, also die Arbeitszeit aufschreiben und daraus ergeben sich die Überstunden. So ist nachträglicher Streit ausgeschlossen.

Der Verlag ruft die Einigungsstelle an – und beklagt sich auf einer von ihm initiierten Infoveranstaltung vor der Belegschaft, dass das teuer werde. Noch teurer seien die Controller, die man bei einer „Positiverfassung“ benötige. Ein Kollege fordert prompt eine Abstimmung, drei Tage zuvor war die Erfassung in Passau abgelehnt worden. Der Betriebsrat sagt, als Meinungsbild kann

man das machen. Tags darauf geht ein Infoblatt zur Abstimmung herum. Der Text ist mit dem Betriebsrat nicht abgesprochen, auch die Wählerliste betrachtet er als unkorrekt.

Mit zehn Stimmen Vorsprung wird das „Positivmodell“ des Betriebsrats abgelehnt. Der Verlag: Hurra, alles entschieden, das Geld für die Einigungsstelle bekommen die Jungredakteure. Der Betriebsrat: Das Ergebnis ist rechtlich nicht bindend, wir nehmen es als Meinungsbild mit in die Verhandlungen vor der Einigungsstelle. Und auch der Betriebsrat bietet ein Zuckerl an: Wenn der *Fränkische Tag* in den Flächentarif zurückkehrt, fällt kein Wort mehr über Arbeitszeiterfassung.

Ganz genau . . . daneben

Von Michael Busch

Kennen Sie den Kollegen Alfred Übergenau? Nein, ist das ein interessanter Mensch, weil der als Journalist alles weiß und sehr korrekt ist. Meint er. Verfolgen wir ihn bei einem „normalen“ Arbeitstag und halten mal fest, wo er gegen gültige Gesetze im Bereich „Arbeitszeit“ verstößt.

Übergenau startet um 9 Uhr in seiner Redaktion und hat bereits den ersten Verstoß hinter sich. Denn am Vortag war er auf einer Faschingssitzung, die sich bis 0.30 Uhr zog. Nun heißt es im Arbeitszeitgesetz §5 (1) „Die Arbeitnehmer müssen nach Beendigung der täglichen Arbeitszeit eine ununterbrochene Ruhezeit von mindestens elf Stunden haben.“ Tja, Start wäre um 11.30 Uhr.

Nun gut, weiter geht es. Bisschen Schreibkram, viel Computerarbeit. Drei Stunden ununterbrochen über das närrische Treiben schreiben. Doch die „Verordnung über Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit an Bildschirmgeräten“ sagt in Artikel 5: Der Arbeitgeber hat die Tätigkeit der Beschäftigten so zu organisieren, dass die tägliche Arbeit an Bildschirmgeräten regelmäßig durch andere Tätigkeiten oder durch Pausen unterbrochen wird, die jeweils die Belastung durch die Arbeit am Bildschirmgerät verringern. Drei Stunden ununterbrochen sind zu viel.

Es wird knapp, denn nun geht es zur Einweihung eines neuen Kinos. Termin um 14.45 Uhr. Trotz der Anfahrt von 45 Minuten noch geschafft. Festakt, Reden, Banddurchschneiden – gut zwei Stunden zieht sich das hin. Gut, dass Übergenau nicht weiß, dass er nach sechs Stunden Arbeit (ArbZG/§4) mindestens eine halbe Stunde Pause machen müsste. Sprich, um 9 Uhr angefangen, heißt, um 15 Uhr die Pause einlegen. Ausgerechnet bei der Rede des Bürgermeisters.

Dann zurück in die Redaktion, hektischer Tag heute. Der Stadtrat steht noch an (der muss glücklicherweise erst einen Tag später geschrieben werden). Von 17 bis 22 Uhr – Übergenau ist einfach nur müde. Daher versteht er auch gar nicht, dass er die Regelarbeitszeit von acht Stunden um satte fünf Stunden überschritten hat. Diese Überstunden sind a) durch den Vorgesetzten anzuordnen, b) dürfen die maximale Tagesarbeitszeit von elf Stunden nicht überschreiten, c) können vom Arbeitnehmer, wenn kein Notfall vorliegt, abgelehnt werden (ArbZG, BetrVG). Und ganz prickelnd: Jede einzelne Überstunde ist durch den Betriebsrat zu genehmigen. Doch das ist Übergenau egal. Und auf das „Egal“ achtet er peinlich genau.

Vertrauen ist gut . . .

Die Redaktionen in Bayern gehen ganz unterschiedlich mit ihrer Arbeitszeit um

Von Alois Knoller

Auch wenn die Arbeitszeit in den Redaktionen vielerorts (noch) nicht offiziell erfasst wird, lässt sich eines doch für die gesamte bayerische Medienlandschaft feststellen: Im aktuellen journalistischen Geschäft fällt unweigerlich Mehrarbeit an. Denn Ereignisse und Entwicklungen, die journalistisch begleitet, beschrieben und bewertet werden wollen, halten sich nicht an feste Bürozeiten. Flexibel darauf zu reagieren, ist der sorgfältigen Berufsausübung einfach geschuldet. Wie gehen bayerische Redaktionen mit der Arbeitszeit um? Das erfragten wir quer durchs Land in Stichproben.

dpa: alles reibungslos

Bei der *Deutschen Presse-Agentur (dpa)* in München wird ein bundeseinheitliches System zur Erfassung der Arbeitszeit seit einigen Jahren angewendet. „Anfallende Überstunden werden per Outlook gemeldet, dafür gibt's ein Formular“, berichtet Sebastian Raabe, der stellvertretende Vorsitzende des Betriebsrats im Landesdienst Bayern. Die Erfassung liege in der Verantwortung jedes einzelnen Redakteurs. Überstunden sollten zeitnah mit Freizeit ausgeglichen werden. „Das funktioniert alles reibungslos und ohne Probleme“, so der dpa-Betriebsrat.

Bei der *Augsburger Allgemeinen* will der Betriebsratsvorsitzende Josef Karg erst die Erfahrungen abwarten, die der Würzburger Tochterverlag *Main-Post* mit der neu eingeführten Zeiterfassung der Redaktion macht. Eine inoffizielle Erhebung des BJV-Bezirksvorsitzenden Richard Mayr, an der fast fünfzig Redakteure aus der Zentralredaktion und einzelnen Lokalredaktionen teilnahmen, ergab, dass im Durchschnitt bei jedem Redakteur circa 17 Überstunden pro Monat anfallen. Dieses Ergebnis haben sie dieser Tage der Chefredaktion und der Herausgeberin mitgeteilt. Denn das laufende, großzügig ausgestattete Programm für Altersteilzeit für Redakteure, das dutzende Kollegen in Anspruch nehmen, lässt die Besorgnis aufkeimen, dass nicht mehr alle freiwerdenden Stellen wieder besetzt werden und mithin die Arbeitsverdichtung anwächst. „Wir arbeiten gern und viel, aber halt nicht unbegrenzt“, meint Mayr. BR-Chef Karg sieht derzeit „wenig Neigung“ unter den Kollegen, die redaktionelle Arbeitszeit zu erfassen. Auch er selbst stehe „für die redaktionelle Freiheit“, seine Arbeitszeit nach Bedarf einzuteilen. Zumal

der Freizeitausgleich für anfallende Mehrarbeit flexibel gehandhabt werde und die Arbeitsbedingungen in Augsburg „relativ ordentlich“ seien.

Beim Nachrichtenmagazin *Focus* in München indes sieht Betriebsrat Ulrich Schmidla die Arbeitszeiterfassung „auf die Agenda kommen“. „Wir bereiten eine Umfrage unter den Kollegen vor, ob wir im Zeichen spürbarer Arbeitsverdichtung eine Zeiterfassung einführen sollen“, informiert er. Vor fünf Jahren habe der Betriebsrat schon einmal das Meinungsbild erhoben. Schwach sei damals die Einstellung gewesen, dass es so etwas braucht. „Jetzt aber kriegen wir andere Signale aus der Belegschaft“, sagt Schmidla. Er vermutet, „dass inzwischen eine immer größere Zahl von Kollegen eine Zeiterfassung möchte“. Bei *Focus* gilt die Vertrauensarbeitszeit. Allerdings: „Nur wenig Redakteure schaffen es, Zeitausgleich für Mehrarbeit zu nehmen“, beobachtet Betriebsrat Schmidla.

Von 6.30 Uhr bis Mitternacht

Bei der *Mittelbayerischen Zeitung* in Regensburg zieht ebenfalls die Arbeitszeiterfassung am Horizont auf. Das hänge, so der Betriebsratsvorsitzende Gustav Norgall, mit der neuen Struktur der Redaktionen zusammen. Durchgängig sind sie jetzt von 6.30 Uhr morgens bis Mitternacht besetzt, um auch die elektronischen Kanäle stets aktuell zu beschicken. „Ohne Schichtpläne geht es gar nicht“, weiß Norgall. Die Redakteure kommen hier zu ganz unterschiedlichen Zeiten ins Haus und hören mit ihrer Arbeit auch zu unterschiedlichen Zeiten wieder auf. Eine gemeinsame Mittagspause sei inzwischen eine Seltenheit. Wer schon im Morgengrauen mit der Arbeit angefangen hat, sage um 14 Uhr „sehr viel leichter“, er lässt jetzt den Griffel fallen und geht heim. Eine Vorstellung, die für viele Redakteure immer noch geradezu einem Verrat am Berufsethos gleichkommt. Der Regensburger Betriebsrat möchte nun für alle Kollegen verbindliche Dienstpläne einführen. Zumal für jeden einzelnen Redakteur in diesem Schema die Arbeitsverdichtung immer bedrängender werde, denn Online und Print verquicken sich. Eine freiwillige Arbeitszeiterfassung in der *Mittelbayerischen*, die sogar von der Chefredaktion mitgetragen wurde, habe schon vor zwei Jahren ergeben, dass regelmäßig über die 36,5-Stunden-Woche hinaus gearbeitet wird.

Bei der *Süddeutschen Zeitung* in München ist Arbeitszeiterfassung laut Betriebsrat Peter Fahrenholz „kein Thema“, obwohl bekanntermaßen Überstunden „in allen Bereichen anfallen“. Unter den Kollegen, so die Einschätzung von Fahrenholz, würde Stundenschreiben jedoch nicht durchgehen. Allenfalls in Streikzeiten seien sie bereit, arbeitszeitbewusster zu arbeiten.

„Die Kollegen wissen sich zu schützen“

Im *Bayerischen Rundfunk* arbeiten die aktuellen Redaktionen nach Dienstplan – in der Regel in drei Schichten und eine Nachtbesetzung, wo sie erforderlich ist. Geplant

Journalistenpreise
der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken

Preise: Die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken vergeben drei Journalistenpreise für herausragende publizistische Arbeiten: Den ***Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Preis*** zum Thema wirtschaftliche Bildung (8.000 Euro), den ***Hermann-Schulze-Delitzsch-Preis*** zum Thema Verbraucherschutz (8.000 Euro) sowie den ***Förderpreis für junge Journalisten*** zum Thema Nachhaltigkeit (4.000 Euro). Ausgezeichnet werden Beiträge aus Print, TV, Hörfunk sowie online, die im Jahr 2014 erschienen sind.

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

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.

Die Bewerbungen müssen bis **30. April 2015** vorliegen. Sie sind zu senden an

Genossenschaftsverband Bayern e.V.
Dr. Jürgen Gros
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.

Preisgelder gesamt 20.000 Euro!

werde der Personaleinsatz sechs Wochen im Voraus. „Das ist relativ komfortabel. Ich weiß lange im Voraus, wann ich dran bin. Und unter Umständen kann ich immer noch einzelne Dienste mit Kollegen tauschen“, berichtet Rudolf Baumeister, Redakteur bei B 5 aktuell und stellvertretender Vorsitzender des Personalrats. Die tägliche Arbeitszeit richte sich grundsätzlich nach den Vorgaben des Tarifvertrags. Dabei bleibe Spielraum für individuelle Bedürfnisse. „Ich kann meinem Chef schon mal sagen: Ich bleibe noch ein bisschen und mach etwas fertig. Diese Überstunde kann ich dann durch Vertrauensarbeitszeit wieder ausgleichen“, sagt Baumeister. Natürlich gebe es auch zugespitzte aktuelle Lagen, bei der man als verstärkte Besetzung einfach länger in der Redaktion bleibt und sich gegenseitig bei der Bewältigung der Berichterstattung hilft. Baumeister: „Das wird ja wohl auch bei Tageszeitungen so praktiziert.“ Klagen über regelmäßig anfallende Mehrarbeit in Redaktionen hat der BR-Personalrat freilich noch nie im Haus gehört. „Die Kollegen wissen sich zu schützen und sagen: Jetzt ist Schluss! Es wird bei uns auch erwartet, dass sie sich selbst bei ihrer Arbeitszeit organisieren.“

Arbeitszeiterfassung – nicht ohne den Betriebsrat

Daten dürfen nur zur Überprüfung der Anwesenheit genutzt werden

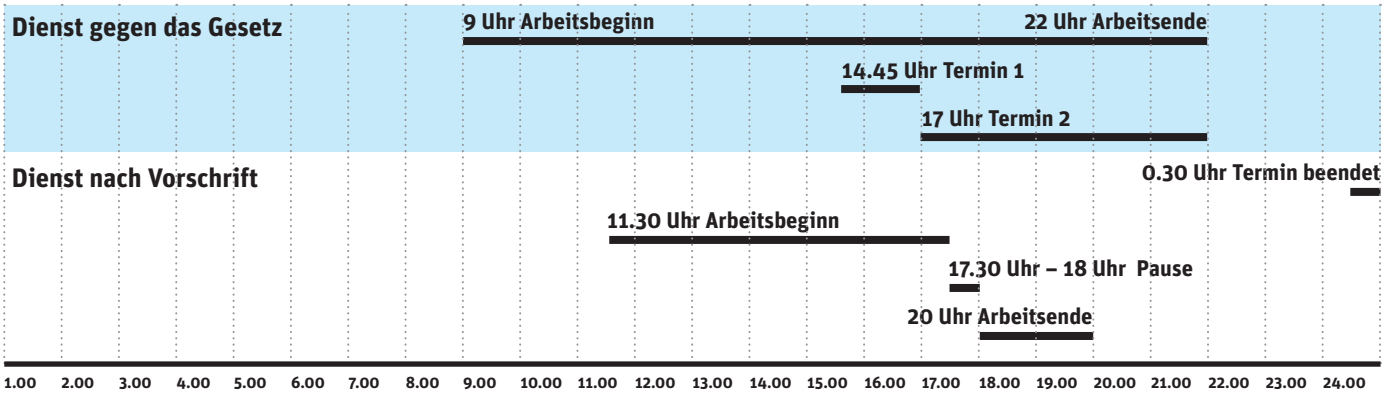
Von Maria Goblirsch

In der Verlagsbranche verlangt in der Regel der Betriebsrat die Erfassung der Arbeitszeit der Mitarbeiter. Laut Arbeitszeitgesetz (ArbZG) ist der Arbeitgeber sowieso verpflichtet, jede Überstunde zu dokumentieren und dies zwei Jahre lang aufzuheben. Schon deshalb wird er sich dem Wunsch auf Erfassung der Arbeitszeit auf Dauer nicht verschließen. Er wird eine elektronische Erfassung vorschlagen. Dabei kommt er allerdings am Betriebsrat nicht vorbei. Er darf die Zeiterfassung nicht einführen, bevor der Betriebsrat nicht dazu befragt wurde und zugestimmt hat. Denn nach dem Betriebsverfassungsgesetz (§ 87 Absatz 1 Nr.6) hat dieses Gremium ein Mitbestimmungsrecht, wenn technische Einrichtungen zur Verhaltens- und Leistungskontrolle der Mitarbeiter eingesetzt werden sollen. Das Gleiche gilt für die Beschäftigten im öffentlichen Dienst, wenn ein Personalrat existiert.

Die Mitbestimmung beim Thema Arbeitszeit kann sogar gerichtlich erzwungen werden. Egal, ob es sich um eine mobile Zeiterfassung, Fingerprints oder eine klassische Stechuhr handelt, die Rechte des Betriebsrats sind dieselben. In der Praxis wird daher meist alles Notwendige in Beratungen zwischen Chef und Betriebsrat ausgehandelt und anschließend in einer Betriebsvereinbarung zur Zeiterfassung schriftlich festgehalten.

In den meisten Fällen entscheiden sich Arbeitgeber freiwillig für die Zeiterfassung, um einen verlässlichen Überblick zu gewinnen, wie viele Arbeitsstunden bereits in einem Monat geleistet wurden. Eine Verpflichtung zur Aufzeichnung gilt nach deutschem Recht nur zur Doku-

In seinem Beispiel auf Seite 12 beschreibt Michael Busch den Arbeitsablauf des fiktiven Kollegen Übergenau. Der ist leider oft Realität.
Deshalb hier ein Dienstplan, der, hart ausgedrückt, Gesetzesverstöße beinhaltet, und darunter das rechtlich korrekte und sozial vernünftige Gegenstück.



mentation von Überstunden (§ 16 Abs.2 ArbZG).

Hat die Arbeitnehmervertretung auch Mittel, um die Einführung einer elektronischen Zeiterfassung zu verlangen? Ja, der Betriebsrat hat ein Initiativrecht. Er kann bei mitbestimmungspflichtigen Angelegenheiten wie der Zeiterfassung von sich aus eine Regelung vorschlagen.

Kommt keine Einigung zwischen Arbeitgeber und Betriebsrat zustande, kann der Betriebsrat auch dadurch eine Regelung erzwingen, dass er die Einigungsstelle anruft. Dies ist ausdrücklich im Gesetz so vorgesehen.

Erfassung persönlicher Daten ist tabu

Betriebsräte haben nach dem Betriebsverfassungsgesetz auch dafür zu sorgen, dass das geltende Recht eingehalten wird. Dazu zählt auch der Schutz der Privatsphäre der Mitarbeiter (Paragrafen 80 Absatz 1 Nr.1 und 75 Absatz 1 und 2). So setzt das Bundesdatenschutzgesetz hohe Hürden: Die Zeiterfassung darf nicht zur Erhebung persönlicher Daten über diesen Zweck hinaus verwendet werden.

Die bei der Kontrolle ermittelten personenbezogenen Daten sollen nur zur Überprüfung der Arbeitszeit herangezogen und lediglich von dafür bestimmten Personen eingesehen werden. Außerdem dürfen sie nur so lang gespeichert werden, wie sie tatsächlich benötigt werden. Danach sind sie zu löschen. Denn eine dauerhafte Überwachung der Mitarbeiter ist nach Ansicht des Bundesarbeitsgerichtes unzulässig.

Auch Organe der betrieblichen Mitbestimmung dürfen keine Personaldaten aus der Arbeitszeiterfassung mit den vollständigen Namen der Beschäftigten einsehen. Das hat das Bundesverwaltungsgericht im März 2013 entschieden. In dem Fall hatte der Personalrat der Agentur für Arbeit in Duisburg beantragt, Zugriff auf Beginn und Ende und Pausenzeiten bestimmter Mitarbeiter aus der elektronischen Arbeitszeiterfassung zu erhalten. Die Dienststelle hatte sich auf den Datenschutz berufen und sich geweigert, die Personaldaten herauszugeben.

Die Richter urteilten, der Personalrat habe lediglich ein Recht auf die Übermittlung anonymisierter Daten, soweit er sie für seine Arbeit benötige. Ein „lesender" Zugriff auf die Arbeitszeitdaten von namentlich bezeichneten Mitarbeitern sei zur Ausübung ihrer Rechte nach dem Betriebsverfassungsgesetz nicht nötig. So genüge es etwa zur Überwachung der Einhaltung von tariflichen Arbeitszeiten, wenn die Kennziffern nach bestimmten Abteilungen aufgeschlüsselt seien (Beschluss vom 19.3.14, Az.: BVerwG 6 P 1.13).

Existiert eine technische Einrichtung zur Zeiterfassung im Betrieb, muss der Mitarbeiter sie auch korrekt bedienen. Wer bewusst falsch ein- oder ausloggt und nicht geleistete Arbeit vortäuscht, riskiert seinen Rauswurf. Aus rechtlicher Sicht handelt es sich dabei um Urkundenfälschung. Das zeigt der Fall einer Justizangestellten, die bereits einmal eine Abmahnung wegen falscher Eingaben bei der Arbeitszeiterfassung erhalten hatte. Dennoch verließ sie ihren Arbeitsplatz um die Mittagszeit, ohne „aus" zu stempeln. Am nächsten Tag reichte sie einen von ihr unterschriebenen Korrekturvermerk „geht 14 Uhr" ein.

Fristlose Kündigung bei zweiter Manipulation

Ihr Arbeitgeber kündigte ihr fristlos, weil sie versucht habe, in Wahrheit nicht geleistete Arbeitszeit vorzutäuschen. Die Justizangestellte klagte dagegen und verlor vor dem Landesarbeitsgericht Rheinland-Pfalz (Urteil vom 11.5.2012, Az.: 9 Sa 676/11). Eine erneute Abmahnung sei entbehrlich gewesen, da die Frau bereits nach ihrer ersten Manipulation abgemahnt worden sei. Der zweite Betrugsversuch war nach Ansicht der Richter so schwerwiegend, dass es dem Arbeitgeber nicht mehr zuzumuten gewesen sei, die Kündigungsfrist abzuwarten. In solchen Fällen gehen die Juristen davon aus, dass das Vertrauensverhältnis zwischen dem Arbeitgeber und seinem Mitarbeiter irreparabel zerrüttet ist.

Arbeitszeit – das unbekannte Gesetz

Bei der Diskussion über eine Arbeitszeiterfassung stellen Betriebsräte oft fest, dass bei der Belegschaft das Arbeitszeitgesetz wenig bekannt ist. Dieses gibt es seit 1994, seine Bestimmungen gelten natürlich auch in Betrieben ohne Tarifbindung und ohne Betriebsrat. Ein paar Auszüge:

„Zweck des Gesetzes ist es . . ., den Sonntag . . . als Tag . . . der seelischen Erhebung der Arbeitnehmer zu schützen." (§ 1)

„Arbeitszeit . . . ist die Zeit vom Beginn bis zum Ende der Arbeit ohne die Ruhepausen" (§ 2)

„Die werktägliche Arbeitszeit der Arbeitnehmer darf acht Stunden nicht überschreiten. Sie kann auf bis zu zehn Stunden nur verlängert werden, wenn innerhalb von sechs Kalendermonaten oder innerhalb von 24 Wochen im Durchschnitt acht Stunden werktäglich nicht überschritten werden." (§ 3)

„Die Arbeit ist durch im Voraus feststehende Ruhepausen von mindestens 30 Minuten bei einer Arbeitszeit von mehr als sechs bis zu neun Stunden und 45 Minuten bei einer Arbeitszeit von mehr als neun Stunden insgesamt zu unterbrechen . . . Länger als sechs Stunden hintereinander dürfen Arbeitnehmer nicht ohne Ruhepause beschäftigt werden." (§ 4)

„Die Arbeitnehmer müssen nach Beendigung der täglichen Arbeitszeit eine ununterbrochene Ruhezeit von mindestens elf Stunden haben." (§ 5)

„Mindestens 15 Sonntage im Jahr müssen beschäftigungsfrei bleiben." (§ 11)

„Der Arbeitgeber ist verpflichtet, einen Abdruck dieses Gesetzes . . . an geeigneter Stelle im Betrieb zur Einsichtnahme auszulegen oder auszuhängen." . . . Der Arbeitgeber ist verpflichtet, die über die werktägliche Arbeitszeit . . . hinausgehende Arbeitszeit der Arbeitnehmer aufzuzeichnen . . . Die Nachweise sind mindestens zwei Jahre aufzubewahren." (§ 16)

„Wer eine der in § . . . bezeichneten Handlungen vorsätzlich begeht und dadurch Gesundheit oder Arbeitskraft eines Arbeitnehmers gefährdet oder beharrlich wiederholt, wird mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe bestraft." (§ 23)

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

Das größte regionale Netzwerk in Bayern

Mehr als die Hälfte aller BJV-Mitglieder gehört zum Bezirksverband München-Oberbayern

Von Christian Pfaffinger

Das Führungsquartett des Bezirks München-Oberbayern (von links): Cornelia Bruckner, Harald Stocker, Marlo Thompson (Vorsitzende) und Julika Sandt. Foto: Ulf J. Froitzheim

Sie hat in Ländern gelebt und gearbeitet, in denen Journalisten jedes Wort fünfmal abwägen müssen und ihre Meinung nicht frei äußern dürfen. Orte, an denen man als Journalist eingeschränkt wird und deswegen umso mehr merkt, was journalistische Freiheit wert ist. Marlo Thompson hat genau so zu ihrer leidenschaftlichen Haltung gefunden. Der Bezirksverband München-Oberbayern im Bayerischen Journalistenverband hat eine wahre Verfechterin der Meinungs- und Pressefreiheit an seiner Spitze.

Marlo Thompson hat über 30 Jahre lang in führenden Positionen in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gewirkt, für einen großen internationalen Technologiekonzern leitete sie die Medienarbeit in den Regionen Europa, Mittlerer Osten und Afrika. Jetzt führt sie den Bezirksverband München-Oberbayern im BJV – im Team mit ihren StellvertreterInnen: Zum einen Cornelia Bruckner, freie Journalistin mit Schwerpunkt in der Berichterstattung über Sport und Frauen. Dann Julika Sandt, die Erfahrung als Journalistin, medienpolitische Sprecherin und im PR-Bereich mitbringt. Und schließlich Harald Stocker, einem Wissenschaftsjournalisten mit Schwerpunkten im Themengebiet Technik. Zu viert leitet dieses Team den Bezirksverband.

München ist das größte Medienzentrum im Freistaat, mit einem großen Einzugsbereich und weiteren starken Medienstandorten in Oberbayern. Das zeigt auch die Mitgliederstruktur des BJV: Von den knapp 8000 Mitgliedern sind rund 5000 dem Bezirksverband München-Oberbayern zugeordnet. Es ist das größte regionale journalistische Netzwerk in Bayern. Dazu zählen auch die Regional- und Ortsverbände Südost-Oberbayern/Rosenheim, Oberbayern-West und Ingolstadt.

Das bedeutet für den Bezirksverband München-Oberbayern einerseits eine breite, lebendige journalistische Szene vor Ort. Gleichsam ist das aber auch eine Herausforderung: An kaum einem anderen Ort in Bayern buhlen so viele Firmen und Organisationen um Aufmerksamkeit der Journalisten, nirgends finden mehr Veranstaltungen statt. „Wir müssen um Aufmerksamkeit kämpfen“, sagt Marlo Thompson. „Und dafür natürlich etwas Besonderes bieten.“

Daran arbeitet der Bezirksverband. Freilich: Netzwerktreffen, Redaktionsbesuche und themenspezifische Veranstaltungen in Kooperation mit den Fachgruppen des BJV gehören zur Arbeit des Bezirksverbandes. „Aber wir versuchen, dass wir nicht nur unter uns Journalisten bleiben“, sagt Thompson. Deshalb hat der Bezirksverband eine Reihe von Streitgesprächen ins Leben gerufen. Das erste Streitgespräch ist dem Thema Pressefreiheit gewidmet. Hier werden Journalisten, Medienrechtler und Politiker über die zunehmend schwierige Situation der Journalisten im In- und Ausland diskutieren. Die Diskussion soll so über die Branche hinaus geöffnet werden und verschiedene Netzwerke in der Region nutzen.

Die Vorsitzende des Bezirks tut viel, damit der Verband wächst. Sie präsentiert den BJV auf den Medientagen, erarbeitet zusammen mit Kollegen Material zur Mitgliederwerbung und ist stellvertretende Vorsitzende des Aufnahmeausschusses. Und trotzdem sieht sie noch ein Manko: „Es ist schwierig, in die Fläche zu gehen.“ Sie wisse, dass die Arbeit des Bezirksverbands noch sehr auf München fokussiert ist. „Das wollen wir aber ändern, wir wollen dieses Jahr unsere Regionalvertreter stärker unterstützen und attraktive Veranstaltungen in anderen Städten in Oberbayern anbieten.”

Dazu würde sich der Bezirksvorstand aber auch über Hilfe aktiver Mitglieder freuen. Denn: „Ein Verband kann nur so stark sein wie das Engagement eines jeden Mitglieds. Und wir wünschen uns mehr Engagement, um den Berufsstand des Journalisten zu stärken.”

24 Stunden Zukunft in München

DJV-Tagung für den journalistischen Nachwuchs am 14./15. März

„Wenn nicht jetzt, wann dann?“ Dies fragt der Deutsche Journalisten-Verband den journalistischen Nachwuchs und lädt zur Tagung 24 Stunden Zukunft am 14. und 15. März in das Hochhaus der *Süddeutschen Zeitung (SZ)* nach München ein.

Worum es geht? Das beantwortet der Blick aufs Programm (tinyurl.com/obok7gg). Der Sonntag, 15. März, ist ganz der Existenzgründung gewidmet. Felix Zeltner, Absolvent der Deutschen Journalistenschule (DJS), der von New York aus seit März 2013 das Musikblog *tonspur.tv* betreibt und auch als digital strategist firmiert, berichtet von seinen Reisen um die Welt auf der Suche nach besonderer Musik. Eine Diskussionsrunde mit dem 32-Jährigen, der den Axel-Springer-Preis für junge Journalisten erhielt und für den Grimme-Preis nominiert war, schließt sich an.

Am Samstag bieten nach der Begrüßung durch Kathrin Konyen vom DJV-Bundesvorstand und dem Impulsreferat von Stefan Plöchinger *(süddeutsche.de)* sieben Slots Chancen zu Weiterbildung, Erfahrungsaustausch, Diskussion. Eine der Referentinnen ist Jessica Schober, die auf *wortwalz.de* von ihrer Wanderung als „Handwerks-Journalistin“ durch Deutschland berichtet hat (*BJVreport* 6/2014). Weitere Slots mit Nicholas Whitaker (Google Tools für Journalisten), Christiane Hawranek und Marco Maurer (Investigative Recherche), Hannes Grasegger, Redaktionsleiter des Magazins *Reportagen* (Überzeugende Reportagen schreiben), Gregor Mayer, Leiter PHOENIX Digitale Medien (Mobile Reporting), Juliane Leopold von Buzz Feed (Recherche in Social Media), Wolfgang Jaschensky, Leiter der SZ-Entwicklungsredaktion (Alternative Erzählformen) und der Freelancer Timo Stoppacher (eBooks).

24 Stunden Zukunft, eines der Markenzeichen des DJV, wird vom Fachauschuss Junge Journalisten organsiert. Anmeldung und Infos unter www.djv-24stunden.de. Wer von den Slots so angeregt wird, dass er sich selbstständig machen möchte, kann an Ort und Stelle mit BJV-Justiziarin Bettina Kühnast speeddaten.

Zu viel Ehrfurcht vor „academic divas“

Unerwünschte Nebeneffekte der Praxisnähe an den Hochschulen

Politik, Wirtschaft und Wissenschaft arbeiten immer enger zusammen – und werden von den Medien zu wenig kontrolliert. Davon berichtete auf Einladung der Fachgruppen Zeitschriften und Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Schweizer Journalist und PR-Berater Beat Gerber im Münchner Presse-Club.

„Dem Boss den richtigen Dreh geben“, übersetzte Beat Gerber den im US-amerikanischen Wahlkampf geprägten PR-Begriff des Spindoctoring, das vor allem auf Personalisierung und Agenda Setting setzt. Gerber war selbst Spin Doctor: Bis zu seiner Pensionierung coachte er als persönlicher Kommunikationsberater den Präsidenten der Eidgenössischen Technischen Hochschule (ETH) in Zürich. Früher war er Wissenschaftsredakteur beim Züricher *Tages-Anzeiger.*

Wissenschaftskommunikation lebe derzeit hauptsächlich von Branding und Ranking. Die ETH setze auf ein Image als Klima-Expertin. Ein Baustein für die entsprechende Außenwahrnehmung war ein Klima-Blog mit interdisziplinären Beiträgen aus Wissenschaft, Politik und Praxis, den Beat Gerber als PR-Berater konzipiert hatte. Angesichts der hohen Summen an öffentlichen Geldern, die in universitäre Forschung gesteckt würden, sei die Praxisnähe richtig, die Gesellschaft dürfe mehr konkrete Lösungsvorschläge und substanzielle Beiträge zu politischen Entscheidungsprozessen erwarten.

Gerber sparte aber nicht an Beispielen für zu große Nähe zu den stakeholdern, also beteiligten Interessengruppen. So fördere der brasilianische Energiekonzern Petrobras vor der Küste Erdöl aus 7000 Metern Tiefe, unter porösen Sediment- und Salzschichten. Die Technik für diese Bohrungen mit unkalkulierbarem, ökologischen Risiko liefert die ETH. Angeregt hatte die Zusammenarbeit einer ihrer Wissenschaftler, der sich mit vergleichbarem Gestein bereits in seiner Dissertation beschäftigt hatte. Auch FIFA-Chef Sepp Blatter unterstütze die Forschung der ETH: Impuls und Gelder zum „Knorpel-Engineering“ seien im Wesentlichen von ihm, der zudem regelmäßig zu Gastvorträgen vors ETH-Auditorium trete.

Beat Gerber vermisst den Wissenschaftsjournalismus.
Foto: Olaf Konstantin Krueger

Gerber wünschte sich eine kritische Öffentlichkeit. Die Kollegen in den Redaktionen hätten zu viel Ehrfurcht vor den „academic divas“, es werde zu wenig hinterfragt, weil die Fachkompetenz fehle. „Den Wissenschaftsjournalismus gibt es fast nicht mehr“, zog er ein Fazit. Die Kompetenz, Wissenschaft zu erklären, liege inzwischen fast ausschließlich in den Kommunikationsabteilungen der Hochschulen. Nur sei deren Berichterstattung oft selektiv und unkritisch.

Stefanie Hattel

Wir machen Sie fit für den Online-Journalismus

Seminare 2015 der Fachgruppe Online/BSW

Neben dem Seminarprogramm des Bildungs- und Sozialwerks des BJV (BSW), online unter *www.bjv.de/seminare2015,* bietet das BSW in Zusammenarbeit mit der Fachgruppe Online ein spezielles Seminarprogramm für Online-JournalistInnen an. Details zu den Inhalten der Seminare finden Sie unter *www.bjv.de/onlineseminare2015.*

Für administrative Fragen wenden Sie sich bitte an Monika Schulz von der BJV-Geschäftsstelle *(schulz@bjv.de),* für inhaltliche Fragen bitte an Thomas Mrazek *(kontakt@thomasmrazek.de).*

Darf ich das zeigen? Medienrecht für Videojournalisten

Seminar aus der Reihe Online-Video

Referentinnen: Angelika Knop, *about.me/angelikaknop,* Fachgruppe Online und RA Inga Hobrecker, BJV-Geschäftsstelle
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Montag, 23. März 2015, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro / Nichtmitglieder 90 Euro

Digitales Storytelling mit Pageflow (dreitägig)

Seminar aus der Reihe Multimedia

Referentinnen: Angelika Knop, *about.me/angelikaknop,* Fachgruppe Online und Anja Gild, *about.me/anjagild,* Fachgruppe Online
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Freitag, 24. April 2015, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr, Samstag, 25. April 2015, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr und Sonntag, 26. April 2015, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 270 Euro / Nichtmitglieder 450 Euro

Schreiben fürs Web

Seminar aus der Reihe Userfreundliche Texte und Websites

Referentin: Anja Gild, *about.me/anjagild,* Fachgruppe Online
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Freitag, 12. Juni 2015, 18:00 Uhr bis 22:00 Uhr und Samstag, 13. Juni 2015, 10:00 Uhr bis 17:00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 135 Euro / Nichtmitglieder 270 Euro

Videoschnitt und -dreh mit iPad, iPhone und iMovie

Seminar aus der Reihe Multimedia

Referentin: Angelika Knop, *about.me/angelikaknop,* Fachgruppe Online
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Samstag, 4. Juli 2015, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro / Nichtmitglieder 190 Euro

Spannend und informativ – Teaser wirksam texten können

Seminar aus der Reihe Userfreundliche Texte und Websites

Referentin: Anja Gild, *about.me/anjagild,* Fachgruppe Online
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Donnerstag, 24. September 2015, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro / Nichtmitglieder 90 Euro

Darf ich das verwenden? Urheberrechte im Bewegtbild

Seminar aus der Reihe Online-Video

Referentinnen: Angelika Knop, *about.me/angelikaknop,* Fachgruppe Online und RA Astrid Bendiks, *www.astrid-bendiks.de*
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Montag, 19. Oktober 2015, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro / Nichtmitglieder 90 Euro

Social Media verstehen und nutzen – Für Einsteiger

Seminar aus der Reihe Social Media

Referentin: Bente Matthes, *www.missmatthes.com,* Fachgruppe Online
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Dienstag, 27. Oktober 2015, 09.00 Uhr bis 17.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro / Nichtmitglieder 190 Euro

Social Media verstehen und nutzen – Für Fortgeschrittene

Seminar aus der Reihe Social Media

Referentin: Bente Matthes, *www.missmatthes.com*, Fachgruppe Online
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Donnerstag, 29. Oktober 2015, 09.00 Uhr bis 17.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 95 Euro / Nichtmitglieder 190 Euro

Vor der Kamera: Aufsager, Videopodcast und YouTube-Kanal

Seminar aus der Reihe Multimedia

Referentin: Angelika Knop, *about.me/angelikaknop,* Fachgruppe Online
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Freitag, 13. November 2015, 16.00 Uhr bis 20.00 Uhr und Samstag, 14. November 2015, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 135 Euro / Nichtmitglieder 270 Euro

Schnell mal drauf geschaut – der Website-Check

Seminar aus der Reihe Userfreundliche Texte und Websites

Referentin: Anja Gild, *about.me/anjagild,* Fachgruppe Online
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Datum: Donnerstag, 19. November 2015, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr
Kostenbeitrag: BJV-Mitglieder 45 Euro / Nichtmitglieder 90 Euro

Lockrufe aus dem Tarifabgrund

Die Gruppe Hof-Coburg Suhl bietet Freien Arbeitsplätze – zu Dumpinggehältern

Von Michael Anger

Da wird freien Journalisten die Sicherheit eines Arbeitsplatzes geboten und trotzdem ist von „einem Akt an der Grenze der Sittenwidrigkeit" die Rede. Wie kann einem Arbeitgeber das passieren? Wenn er sich so anstellt wie die Gruppe Hof-Coburg-Suhl und Mitarbeiter in eine tariflose Firma locken will, in der 30 Prozent weniger gezahlt, aber deutlich länger gearbeitet werden soll als im Flächentarif vorgesehen.

Anfang Dezember platzte die Bombe. Betriebsrat und Mitarbeitern der Verlagsgruppe Hof-Coburg-Suhl (HCS), also der *Neuen Presse* Coburg, der Hofer *Frankenpost*, dem *Freien Wort* in Suhl und der *Südthüringer Zeitung* in Bad Salzungen, wurde mitgeteilt, dass zum 1. Januar 2015 die Firma HCS Content GmbH gegründet wird. Dorthin könne sich jeder Pauschalist und Volontär der HCS-Zeitungen bewerben. Es sei also die Chance für die Freiberufler auf einen sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplatz.

Die Arbeitgeberseite machte gar keinen Hehl daraus, was man mit dieser Aktion erreichen will: aus der Grauzone Scheinselbstständigkeit herauskommen und den Nachwuchs an die Zeitungen binden. Aber nicht auf dem normalen Weg der Festanstellung durch die einzelnen Blätter, sondern durch Vertrag mit der neuen Content GmbH, die ist nämlich tariflos. Das bedeutet: Gehalt 30 Prozent unter Flächentarif, dazu Verzicht auf Weihnachtsgeld, dazu Verzicht auf Urlaubsgeld, dazu 40 Stunden-Woche statt der tariflichen 36,5. Da kommt man schnell auf ein Gesamtminus von gut 50 Prozent.

Deshalb hatte BJV-Vorsitzender Michael Busch auch eine klare Meinung, als er in einer Stellungnahme die Aktion Content GmbH scharf kritisierte: „Was auf den ersten Blick als soziale Wohltat für die freien Mitarbeiter erscheint, entpuppt sich bei näherer Betrachtung als Akt an der Grenze zur Sittenwidrigkeit." Bereits 2009 entschied das Bundesarbeitsgericht, dass Gehälter sittenwidrig und damit nichtig sind, wenn die Vergütungshöhe im Vergleich mit der einschlägigen Tarifvergütung oder der regional üblichen Branchenvergütung eine Abweichung von mehr als ein Drittel nach unten aufweist.

Der *BJVreport* fragte Bianca Hennings, Betriebsratsvorsitzende der *Neuen Presse*, ob unter diesen Umständen denn überhaupt jemand in die Firma eintreten wolle. Bisher sei ihr für den Bereich Coburg noch kein einziger Arbeitsvertrag gemeldet worden, so die Arbeitnehmervertreterin. Es gibt allerdings Pauschalisten, die Interesse bekundet hätten, aber auch einige Freie, vor allem junge Frauen, die dem ablehnend gegenüber stünden. Niemand solle in die Content GmbH gezwungen werden, habe die Verlagsseite mehrmals ausdrücklich betont. Aber: Pauschalisten, die dort nicht arbeiten wollten, sollten nachweisen, dass sie nicht scheinselbstständig seien.

Eine Firma, drei Betriebsräte

So kurios wie die Gehaltsbedingungen ist auch die Frage der Zuständigkeit bei der neuen Firma seitens der Arbeitnehmer. Die Content GmbH hat zwar noch keine Mitarbeiter, aber schon drei Betriebsräte. Es gibt einen Gemeinschaftsbetrieb mit den jeweiligen Verlagen. Dem ganzen übergeordnet ist ein Konzernbetriebsrat, da die fränkisch-thüringische Gruppe ja zur Mutter Süddeutscher Verlag gehört. Vor etlichen Jahren hat der Konzernbetriebsrat einen Ausschuss gegründet, der für die Probleme der Regionalzeitungsgruppe Hof-Coburg-Suhl zuständig ist, den Regionalzeitungsausschuss. Dieser hat in der Vergangenheit, als es beispielsweise um die Schließung der Druckerei in Suhl gegangen ist, schon einige heftige Kämpfe ausfechten müssen. Gesprochen haben die Geschäftsführer der neuen Content GmbH mit dem Regionalzeitungsausschuss.

Pikant: Zum 1. Oktober vergangenen Jahres wurde die HCS Medienwerk GmbH gegründet, in etwa das Gegenstück zur Content GmbH für die drei Anzeigenabteilungen. Für diese Gesellschaft haben die Verlage die Zuständigkeit der Betriebsräte zunächst verneint, bei der Content GmbH als selbstverständlich betrachtet.

SPD indirekt dabei

Auf Arbeitgeberseite ist alles klar. Die HCS Content GmbH gehört zu je einem Drittel den drei beteiligten Verlagen. Interessant: Die ddvg, Tochter der SPD, ist an allen drei Standorten beteiligt und damit auch an der Content GmbH, die ja den Tarifvertrag ad absurdum führen will. Geschäftsführer der Content GmbH sind, journalistisch bedenklich, die Chefredakteure in Hof und Suhl, Johann Pirthauer und Walter Hörmann.

Angesichts dieser Seltsamkeiten vermuten Beobachter, dass hinter der ganzen Aktion die „Übermutter" Südwestdeutsche Medienholding (SWMH) in Stuttgart steckt, die die HCS Tarifflucht und Lösung der Scheinselbstständigkeit ausprobieren lässt. Bianca Hennings ist um Objektivität bemüht. Die Geschäftsführung hat offenbar versucht, so zu rechnen, dass die Pauschalisten bei einer Festanstellung nicht weniger Gehalt hätten als bisher Honorar. Auch solle der Arbeitgeberanteil am Presseversorgungswerk übernommen werden. Die Betriebsräte hätten versucht, die Konditionen nachzubessern, das große Rad habe man da sicherlich nicht drehen können. Aber zumindest habe man einige Kleinigkeiten erreicht, die für den ein oder anderen Kollegen doch zumindest ein paar Euro mehr ausmachen. Bayerischer Journalisten-Verband und Verdi haben ihren Mitgliedern dringend empfohlen, nichts zu unterschreiben.

Bianca Hennings vermisst den Silberstreif am Horizont: „Wir bei der *Neuen Presse* sind bisher stets nach Tarif behandelt worden und der Verlag betont, man plane für das Stammpersonal keine Änderung." Aber dieser Stamm wird kleiner. Wenn jemand die *Neue Presse* verlässt, wird er nicht ersetzt, aber mindestens eine neue Stelle bei der Content GmbH geschaffen, kündigte die Arbeitgeberseite an. Dabei wurde 2014 die Redaktion schon halbiert: zehn Leute entlassen, drei nach Hof versetzt, wo sie die Seiten produzieren. In Coburg und Kronach sitzen nur noch acht Redakteure als Autoren. Da seufzt die engagierte Lokalreporterin Hennings: „Wir müssen stark bleiben, haben doch noch richtige Konkurrenz. Aber jeder fragt sich, wo die Reise hingeht."

Schluss mit der Schlussredaktion

Externe Lektoren sollen bei Burda korrigieren – aber zu welchem Preis?

Von Senta Krasser

Die betriebsbedingten Kündigungen gingen zum Januarende raus. Das Medienhaus Hubert Burda hat somit ernst gemacht mit seinen Plänen, die nur zwei Wochen zuvor bekannt geworden waren: Bis Herbst dieses Jahres sollen die Schlussredakteure bei allen Publikumszeitschriften, die in München und Hamburg produziert werden, also bei *Focus*, *Bunte* und *Freundin* bis *TV Spielfilm* und *Elle*, entlassen beziehungsweise im Ruhestand sein. Betroffen sind 42 Mitarbeiter. Externe Lektoren sollen deren Aufgaben übernehmen. Das Unternehmen erhofft sich vom Outsourcing eine Ersparnis um mehr als die Hälfte der bisherigen Kosten.

Erst Mitte Januar hatte die Geschäftsleitung von Burda die Mitarbeiter in einer Betriebsversammlung über die Auslagerungspläne informiert. Chefredaktion und Betriebsrat waren im Vorfeld nicht eingeweiht worden. Für Ulrich Schmidla, den Vorsitzenden des Konzernbetriebsrats bei Burda, ist dieses Vorgehen „nicht nur eine Frechheit, sondern auch ein Verstoß gegen das Betriebsverfassungsgesetz".

Auf die Idee, sich mit den Betriebsräten zusammenzusetzen und gemeinsam die bestmögliche Lösung für die betroffenen Unternehmen im Burda-Konzern zu finden, seien Vorstand und Geschäftsführung nicht gekommen, kritisiert Schmidla weiter. „Eine vertrauensvolle Zusammenarbeit ist offenbar nicht gewollt. Das ist ein Armutszeugnis."

Schmidla leitet das Auslandsressort bei *Focus*. Dass selbst sein neuer Chefredakteur, Ulrich Reitz, nicht vorab um Rat gefragt und erst nach der Entscheidung von Vorstand und Geschäftsleitung informiert wurde, wertet Schmidla als „skandalösen Eingriff in die Redaktionshoheit", der die Chefredaktion beschädige.

Allein das Nachrichtenmagazin verliert 16 Schlussredakteure. Sie korrigierten bisher nicht nur *Focus*-Seiten, und das regelmäßig im Marathon von Freitagabend bis Samstagfrüh, sondern auch Texte von *Focus Money* oder *Playboy*. Dank ihrer akribischen Arbeit wurden Autoren vor mancher Blamage bewahrt.

Burda-Zeitschriften werden künftig komplett außer Haus auf Sinn und Richtigkeit überprüft. Konzernbetriebsrat Ulrich Schmidla sorgt sich um die Qualität: „Es ist ein Unterschied, ob man die Seiten von *Mein schöner Garten* aufarbeitet oder spät in der Nacht noch die letzte Aktualität beim *Focus* mitnimmt."

Nach den Vorstellungen von Burda können die gekündigten Journalisten gerne weiter Burda-Produkte auf Orthografie, Grammatik, Interpunktion sowie Stimmig- und Schlüssigkeit prüfen – wenn sie sich als Freelancer bewerben. Redakteure mit teils jahrzehntelanger Erfahrung werden also in die Selbstständigkeit gedrängt mit der Aussicht, Aufträge vom ehemaligen Arbeitgeber zu bekommen. Eine Garantie dafür gibt es allerdings nicht.

Am Standort Offenburg hat Burda bereits vor fünf Jahren die Schlussredaktionen von *Lisa, Freizeit Revue* & Co. aufgelöst und damit nach eigenen Angaben gute Erfahrungen gemacht. Einige Burda-Mitarbeiter kamen damals bei den „Content-Profis" von Kresse & Discher unter. Corporate Publishing und Content Marketing sind das Geschäft dieser Offenburger Agentur. Sie sucht aktuell wieder Lektoren, ob in freier Mitarbeit vor Ort oder in fester Anstellung.

Mit etablierten Dienstleistern wie Kresse & Discher soll die Verlagsspitze von Burda in München schon seit Wochen verhandelt haben, um Ersatz für die eigenen Korrekturkräfte zu bekommen. Burda-Mitarbeiter befürchten, dass die gekündigten Schlussredakteure mit solchen Konkurrenzangeboten unter Druck gesetzt werden könnten. Sie sollen ja ihre Dienste dem Verlag weiter anbieten dürfen, nur eben für weniger Geld. Die Frage ist: Wie viel weniger?

Mit welchen Konditionen die Burda-Schlussredakteure rechnen können, gibt der Verlag bislang nicht preis. Man bekommt aber eine Ahnung, in welchem Rahmen sich die Preisvorstellungen bewegen könnten, wenn man folgende Annonce auf dem Portal *texterjobboerse.de* liest. Dort suchte bis Mitte Januar das *Bunte*-Team Verstärkung. Das spendable (inzwischen online gelöschte) Angebot: für Korrektur, Suchmaschinenoptimierung und Online-Schaltung vier Euro pro Artikel.

Noch immer „dringend gesucht" sind bei der Burda-Tochter Intermedia Publishing *(Bunte.de, Les Mads)* übrigens „Texter/in für News" *(tinyurl.com/pqzan97)*. Als Vergütung winkt eine Pauschale in Höhe von zehn Euro pro Artikel. Bewerber sollen, wie es im Gesuch weiter heißt, „unbedingt" einen Probetext schicken: „Nur so hilfst du uns einzuschätzen,

ob Du zu unserem Team passt. Denn Qualität steht bei uns an oberster Stelle."

Wieso Burda glaubt, diesen hohen Qualitätsanspruch mit Personal umsetzen zu können, bei dem laut Jobbeschreibung „ein Studium oder andere nachweisbare Erfahrungen nicht vorausgesetzt werden", bleibt rätselhaft. Es ist eine Binse: Geliefert wird das, wofür bezahlt wird, und wer Dumpinghonorare zahlt, kann nicht mit Spitzenleistung rechnen.

Im Internet übertreffen sich selbstständige Lektoren mit Niedrigpreisen. Der eine berechnet 3,90 Euro pro Normseite à 1500 Zeichen, der andere 40 Euro Stundensatz zuzüglich Mehrwertsteuer. Der Verband der Freien Lektorinnen und Lektoren nennt in seinen Honorarempfehlungen weder Mindest- noch Höchstsätze, weil das Honorar für die seriöse Bearbeitung eines Texts von diversen Faktoren abhängt. Doch laut VFFL gilt: „Im Lektorat hat – wie bei allen Dienstleistungen – Qualität ihren Preis."

Focus-Redakteur Schmidla kann sich nicht vorstellen, wie sein Magazin künftig möglichst fehlerfrei erscheinen soll, wenn Korrekturarbeiten außer Haus vergeben werden. Er ist besorgt: „Es ist ein Unterschied, ob man die Seiten von *Mein schöner Garten* aufarbeitet oder spät in der Nacht noch die letzte Aktualität beim *Focus* mitnimmt. Die Qualität wird leiden, und die Geschäftsführung des Verlags nimmt das billigend in Kauf."

Um die gekündigten Mitarbeiter von *Focus, Bunte* und Co. in den letzten Arbeitswochen noch bei Laune zu halten, hat die Geschäftsleitung ihnen eine „Motivationszulage" in Höhe von rund 1000 Euro brutto im Monat versprochen, soweit sie ihre Arbeit in gewohnter Professionalität verrichten. Der Konzernbetriebsrat bereitet unterdessen Sozialplanverhandlungen mit der Verlagsspitze vor.

BJV und DJV haben Burdas Auslagerungsabsicht scharf verurteilt. Der BJV-Vorsitzende Michael Busch fragt sich, „ob Hubert Burda mit einem solchen Verhalten seiner Vorbildfunktion als Verleger und als Präsident des Zeitschriftenverbandes künftig noch gerecht werden" könne. Auf Nachfrage des *BJVreport* lässt der VDZ mitteilen, es handele sich „um eine unternehmerische Entscheidung, die wir nicht kommentieren".

Eine „unternehmerische Entscheidung" à la Burda haben übrigens zuvor schon etliche andere Verlagshäuser getroffen. So lässt der Hamburger Jahreszeiten Verlag seine Frauenpostille *Petra* in Frankfurt von Schlussredaktion.de final prüfen. Die Agentur für redaktionelle Dienste stellt laut Eigenwerbung sicher, „dass der Übergang von der hauseigenen Schlussredaktion zu einem externen Dienstleister reibungslos verläuft", und verspricht „erhebliche Reduzierung der Kosten".

Schlussredaktion.de listet als weitere Kunden die Fernsehillustrierte *Auf einen Blick* (Bauer), die Jugendzeitschrift *Mädchen* (OZ Verlag) sowie *Auto Motor und Sport* (Motor Presse Stuttgart) auf. Nach Burdas Vorstoß ist nun zu befürchten, dass das Outsourcing von Schlussredaktionen weitere Nachahmer findet.

akademie
der bayerischen presse

- Social Media Manager
- Stimmbildung und Sprechtraining
- Professionell in die Selbstständigkeit
- Unternehmenskommunikation
- Führen und motivieren
- Facebook für Redaktionen

Das **Akademie-Programm 2015** bietet mit über 200 Volontärs-Kursen und Seminaren journalistische Aus- und Weiterbildung für Einsteiger und Redaktionsprofis.

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

Existenz vernichtet? Weitermachen!

Wie der Bildjournalist Uwe Moosburger mit einer Brandkatastrophe fertig wurde

Von Michael Anger

„Auf und ab“ heißt das Bild, mit dem Uwe Moosburger beim Wettbewerb Pressefoto Bayern 2014 des Bayerischen Journalisten-Verbandes in der Kategorie „Kultur“ gewann. Ein „Ab und auf“ hat er im letzten Jahr auch persönlich erlebt. Das Studio des Bildjournalisten und Fotografen brannte aus, Gebäude- und Materialschaden mindestens eine halbe Million Euro, der immaterielle viel höher. Die berufliche Existenz weitgehend zerstört. Heute, nach knapp einem Jahr Auseinandersetzung mit Versicherungen, Improvisation, Ungewissheit, strahlt der frischgebackene Ehemann und Vater Zuversicht aus, hat fast alles regeln können und ist wieder im Geschäft. Ein Lehrbeispiel?!

Vor zehn Jahren hatte sich der Regensburger selbstständig gemacht, 2009 das zweistöckige Studio im Gewerbegebiet Burgweinting gebaut. Ein mutiger Schritt, aber der heute 50-Jährige wollte einen technisch hohen Standard bieten und vertraute auf seine Kunden. Zu Recht, wie sich später herausstellte.

Am 9. April 2014 wird der Bildjournalist von Nachbarn und der Polizei alarmiert: Brand in der Einsteinstraße. Ihm wird mulmig. Uwe Moosburger erkennt schon von weitem Rauch, hört die Sirenen, sieht jede Menge Blaulichter. Dann steht er vor seinem qualmenden Studio, die Feuerwehr bekämpft die Flammen im Gebäude. Dort drinnen sind Kameras, Computer, Server Generatoren, Blitzanlage, Archiv – einfach alles.

Der Polizeibericht wird später melden: Während des Tages durchgeführte Bitumenschweißarbeiten auf dem Dach dürften nach bisherigen Ermittlungen der Auslöser für den Brand gewesen sein. Am in Holzbauweise errichteten Gebäude entstand Sachschaden in Höhe von mehreren Hunderttausend Euro. Verletzt wurde niemand.

Archiv gerettet

Bilanz: Der Dachstuhl ist ausgebrannt, die Decke zwischen den beiden Stockwerken, in der alle wichtigen Leitungen liegen, beschädigt. Das ganze Equipment zerstört. Lichtblick: Die Feuerwehr hat seine Archivschränke gerettet, der Schatz eines jeden Fotografen. Denn jeder denkt und hofft ähnlich – der Materialwert beträgt vielleicht nur 10.000 Euro, aber könnte er jedes Bild verkaufen, käme womöglich eine siebenstellige Summe zusammen.

Die nächsten Tage hat Uwe Moosburger im Gedächtnis, wenn er meint, eine Zeitlang habe er nicht gewusst, wie es weitergehen soll: „Ich habe an einem Tag so viel herumtelefoniert, dass der Akku meines Handys leer wurde.“ Andere in seiner Lage hätten wohl an Berufsaufgabe gedacht und sich an das Sozialwerk des Bayerischen Journalisten-Verbandes gewandt. Das BJV-Mitglied Moosburger beißt die Zähne zusammen und entschließt sich fürs Weitermachen.

Als erstes schaltete er einen Anwalt ein, denn die Schadensregulierung war nicht völlig klar, auch wenn alles dafür sprach, dass er durch die Gewährleistungsarbeiten auf dem Dach verursacht worden war. Die nächsten Schritte galten dem beruflichen Überleben. Man hat seine Kunden und die wollen betreut werden. Die *Mittelbayerische Zeitung* hatte über den Brand ausführlich berichtet, so dass die bisherigen Auftraggeber Bescheid wussten. Equipment kann man, wenigstens zum Teil, ausleihen, Kunden nicht. Also wieder Rundruf beziehungsweise -gang. Erfreut stellte der Fotograf fest: „Meine Auftraggeber hatten viel Verständnis. Auch dafür, dass ohne Studio nicht jeder Wunsch zu erfüllen ist.“

Belege auf dem Dachboden

Bekannte stellten erste Räumlichkeiten zur Verfügung. Sein EDV-Techniker bringt den Server wieder zum Laufen. Moosburgers Hinweis an Berufskollegen: „Eine interne und externe Bandsicherung ist ganz wichtig. Die Daten wären rekonstruierbar gewesen.“ Was auch unerlässlich ist: eine Geschäftsinhaltsversicherung. Moosburger hatte die Dreifach-Variante gewählt, zum Glück. Mit je 25.000

Eine halbe Million Euro Schaden entstand beim Brand des Fotostudios. Foto: Uwe Moosburger
Nach fast einem Jahr Hin und Her mit den Versicherungen kann Uwe Moosburger endlich den Neubau planen. Foto: Michael Anger

Euro versichert war die sogenannte kaufmännisch-technische Einrichtung, zum Beispiel Büromöbel, sowie eine „Betriebsunterbrechung“ von mehreren Monaten. Mit 200.000 Euro versichert war das Equipment. Hilfreich dabei ist ein wohlsortiertes Geschäftsarchiv. Moosburger meint grinsend, er habe sich gewundert, dass noch 35 Aktenordner mit Anschaffungsbelegen zu Haus auf dem Dachboden standen.

Der Haken an der Sache: Die Auszahlung erfolgt nur gegen Quittung der Neuanschaffung. Der Geschädigte muss also vorfinanzieren und als „abgebrannter“ Freiberufler hat man Probleme mit Krediten. Auch erfolgt die Auszahlung durch die Versicherung mit Verzögerung, mal wird nach einem weiteren Beleg gefragt, mal hat der Revisor vergessen, einen Bescheid abzuhaken. Da kommen bei diesen Summen schon ein paar Tausender Zusatzkosten für Zins zusammen. Moosburger: „Man läuft gegen eine Gummiwand.“ Diskussionen mit der Versicherung, Mails und Briefe gehen hin und her. Im Januar meldet der Geschädigte, man habe sich geeinigt, alles ist erledigt.

Ärger um Gutachten

Vieles offen ist jedoch noch mit der Gebäudeversicherung, und das nach zehn Monaten. Zunächst schien alles klar: Dachstuhl ausgebrannt, Obergeschoss verwüstet, Zwischendeck beschädigt, das Löschwasser hat ein Übriges getan, also Totalschaden und Neubau. Davon geht der Kollege auch aus, als die Hauptgutachterin der Versicherung nach Besichtigung vor Ort behauptete, dass bei sehr hohen Feuchtigkeitsmesswerten im Estrich ein Totalschaden vorläge. Obwohl von ihr angeordnete Messungen dies bestätigen, ändert sie ihre Meinung. Auf Geheiß der Versicherung wendet sich Moosburger an einen Architekten um Begutachtung. Das Ergebnis scheint nicht zu gefallen, denn nach Rücksprache mit dem Architekten und Zweifeln an der Kostenermittlung beauftragte die Gutachterin zwei Fachgutachter für Elektro und Haustechnik. Endlich im Dezember hält der Bildjournalist das Gesamtgutachten in Händen, welches gegenüber der Kostenermittlung des Architekten um rund 100.000 Euro niedriger liegt.

Im Januar gab es ein Treffen vor Ort. Ergebnis: In einem außergerichtlichen Schiedsverfahren darf Moosburger auf Kosten der Versicherung einen Gutachter auswählen, der auch tätig werden darf – falls er sich mit der Gutachterin der Versicherung auf einen Obergutachter einigt. Differieren die Stellungnahmen der Gutachter beider Seiten zu stark, entscheidet der Obergutachter. Kopfschüttelnd erzählt der Bildjournalist: „Es geht unter anderem um eine Zeitwertentschädigung, eine Art Nutzungsausfall. Die Gegenseite meint plötzlich, ich hätte ja schon im Juli wieder anfangen können zu bauen. Damals hatte ich keine Zusage, ob ich überhaupt Geld erhalte.“

Versicherungen kündigen

Ungewöhnlich ist für den Oberpfälzer nichts Besonderes. So ist er journalistisch den umgekehrten üblichen Weg gegangen, vom Texter zum Fotografen. Seit 1985 war er Volontär und Redakteur bei der *Mittelbayerischen*, für die er auch als Freiberufler tätig ist. Während all der Querelen nach dem Brandunglück hat er seine Lebensgefährtin geheiratet und ist Vater geworden. Vielleicht auch gelassener und zuversichtlich. Neulich, erzählt er, habe er eine Postwurfsendung von seiner Gebäudeversicherung erhalten, ob er nicht beitreten wolle. Rund 46.000 Mitarbeiter hat die Versicherung nach eigener Darstellung. Da kann es schon passieren, dass die Werbeabteilung nicht erfährt, dass man eben diesen Kunden gerade rausgeworfen hat. Auch die Geschäftsinhaltsversicherung hat ihren Vertrag mit dem Geschädigten gekündigt, was legal ist. Bei solchen Schadenshöhen verzichtet man offenbar auf Mund-zu-Mund–Propaganda, der man bei rascher Regulierung sicher sein könnte.

Gedanklich hat Uwe Moosburger den Ärger schon hinter sich gelassen. Er geht mit dem Berichterstatter durch das zerstörte Studio und erklärt, was er beim Neubau alles besser machen will . . .

Presse muss sich nicht selbst ins Unrecht setzen

BGH: Keine Richtigstellung nach erlaubter Verdachts-Berichterstattung

Von Maria Goblirsch

Unter dem Titel „Angst und Verfolgungswahn“ hat der *Spiegel* im August 2010 über den früheren Chefjustiziar der HSH-Bank, Wolfgang Gößmann, berichtet. Dabei war der Verdacht aufgeworfen worden, der Banker sei in Abhörmaßnahmen gegen den Ex-Vorstand Frank Roth verwickelt gewesen. In dem Artikel hatte eine dritte Person derartige Anschuldigungen gegen den mit Namen genannten Justiziar erhoben. Später war er dann in einer notariellen Erklärung davon wieder abgerückt.

Über vier Jahre lang stritt Gößmann vor Gericht um eine Richtigstellung. Der *Spiegel* sollte eine Erklärung veröffentlichen, dass er den Verdacht nicht weiter aufrechterhalte. Wegen ihrer grundsätzlichen Bedeutung ging die Sache vor die Pressekammer des Bundesgerichtshofs. Die obersten Richter entschieden: Der Betroffene kann keine Richtigstellung, sondern lediglich eine nachträgliche Mitteilung verlangen (Urteil vom 18.11.2014, Az.: VI ZR 76/14).

Zur Begründung führten die Richter an, ein Presseorgan müsse sich nach einer zulässigen Verdachts-Berichterstattung nicht selbst ins Unrecht setzen. Die Prüfung durch das Gericht habe ergeben, dass der Beitrag im *Spiegel* zum Zeitpunkt der Veröffentlichung keine Vorverurteilung enthalten habe und somit erlaubt gewesen sei.

An die Wahrheitspflicht dürften keine Anforderungen gestellt werden, „die den freien Kommunikationsprozess einschnüren“.

Aus einem Urteil des Bundesgerichtshofs

Zwar kommt nach Ansicht der BGH-Richter auch in einem solchen Fall ein Anspruch auf Berichtigung in Betracht, wenn der gute Ruf noch beeinträchtigt ist. Dabei müsse allerdings zwischen dem Persönlichkeitsrecht des Betroffenen und dem Recht der Presse auf Meinungs- und Medienfreiheit abgewogen werden. Und diese Abwägung fiel im Fall des *Spiegels* zu Gunsten der Presse aus.

Wann dürfen die Medien über Vorgänge, die noch nicht nachgewiesen sind, überhaupt berichten? Der Bundesgerichtshof hat für eine solche Verdachts-Berichterstattung Regeln aufgestellt (Urteil vom 17.12.2013, Az.: VI ZR 211/12). Und die sollten Journalisten und Blogger unbedingt vor einer Veröffentlichung beachten, da sonst jede Menge Ärger droht: teure Abmahnungen, die Abgabe von Unterlassungserklärungen oder aufwändige Gerichtsverfahren.

Der Journalist muss vor der Verbreitung der Behauptung „hinreichend sorgfältige Recherchen über den Wahrheitsgehalt“ angestellt haben. Was für den „Mindestbestand an Beweistatsachen“ nötig ist, richtet sich nach den Aufklärungsmöglichkeiten im einzelnen Fall. Dabei müssen Medien sorgfältiger arbeiten als Privatleute. Je höher der Eingriff in die Ehre und das Persönlichkeitsrecht des Betroffenen ist, desto gründlicher muss recherchiert werden. Aber: An die Wahrheitspflicht dürften keine Anforderungen gestellt werden, „die den freien Kommunikationsprozess einschnüren“.

Zudem muss der Verdacht, über den berichtet werden soll, für das Interesse der Allgemeinheit von wesentlicher Bedeutung sein – etwa wegen der Prominenz der Person. Typische Fälle: Die angebliche Trunkenheitsfahrt eines Politikers, der sich als Saubermann geriert, oder die angebliche Verwicklung eines bekannten Sportfunktionärs in einen Steuerskandal.

Nur in Fällen erheblicher Kriminalität, also nicht schon bei einfachem Betrug, oder bei Prominenten einer Branche sollten die Namen im Artikel genannt werden. Ansonsten sind die Identität und auch Bilder der Betroffenen soweit wie möglich aus der Öffentlichkeit zu halten, Ausnahme: Die Person bewegt sich selbst dort. Bei Minderjährigen gilt ein besonders strenger Maßstab.

Vor Abdruck eines Artikels muss der Betroffene in ausreichendem Maß Gelegenheit zu einer Stellungnahme haben, mindestens 24 Stunden Vorlauf. Dabei ist auch der geplante Erscheinungstermin zu nennen. Trifft keine Äußerung ein, sollte das im Artikel erwähnt werden („Wir haben X um eine Stellungnahme gebeten, aber bis Redaktionsschluss keine Stellungnahme erhalten“.). Auch der Verweis auf eine Pressemitteilung des Betroffenen ist eine Alternative.

Titel und Formulierungen im Bericht dürfen außerdem keine Vorverurteilung enthalten oder die Schuld des Betroffenen suggerieren. Ohne ausreichende Beweise, wie etwa ein Geständnis, sollte nicht der Eindruck erweckt werden, die beschriebene Person sei der ihr vorgeworfenen Tat bereits überführt. Es muss, so der BGH, vielmehr deutlich werden, dass über einen noch nicht bewiesenen Verdacht berichtet wird. Auch entlastende Argumente und Umstände müssen erwähnt werden.

Sind auch im Archiv Artikel richtig zu stellen, wenn entlastende Momente bekannt werden? Nicht, wenn aus dem Erscheinungsdatum erkennbar ist, dass es sich um älteres Material handelt, sagt der Bundesgerichtshof (Urteil vom 30.12.2012, Az.: VI ZR 4/12). Wird allerdings in einem neuen Artikel auf den alten verwiesen, muss das inzwischen bekannt gewordene Ermittlungsergebnis (z.B. die Einstellung eines Verfahrens) erwähnt werden.

Journalisten brauchen Freiheit

BJV-Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit 2015

Eine demokratische Gesellschaft funktioniert nur mit einer freien Presse.Deshalb vergibt der **Bayerische Journalisten-Verband (BJV)** einen Preis zum Tag der **Pressefreiheit 2015.** Ausgezeichnet wird ein journalistisches Werk (Karikatur, Foto, Videoclip oder Text), das sich herausragend mit dem Wert der Pressefreiheit auseinandersetzt. Nähere Informationen erfahren Sie unter **www.bjv.de**

www.bjv.de facebook.com/bjvde twitter.com/bjvde

BJV **Bayerischer Journalisten-Verband e.V.**

Die Stimme der Journalisten in Bayern

Storytelling für alle?

Multimedia-Reportagen sind ein frisches Tool zum Präsentieren spannender Inhalte. Wir haben Linius, entwickelt vom Bayerischen Rundfunk, getestet.

Von Johannes Michel

Storytelling mit Multimedia: Linius-Reportagen bestehen aus Text, Bilder, Videos und Audio.
Fotos: Johannes Michel

Vom Onlinejournalismus wird gerne gefordert, er müsse etwas anders machen. Anders sein als im Printprodukt. Die Möglichkeiten ausnutzen. Text, Bild, Video und Ton kombinieren. Ein Trend sind, spätestens seit dem vergangenen Jahr, so genannte Multimedia-Reportagen. Bislang waren sie nur aufwändig mit kostenpflichtigen Tools zu realisieren. Nun hat der *Bayerische Rundfunk* seine Software Linius zur freien Verfügung für „Privatpersonen, Blogger, Freie Journalisten, Dozenten, Bildungseinrichtungen, gemeinnützige Organisationen und NGOs“ ins Netz gestellt. Wir haben Linius ausprobiert.

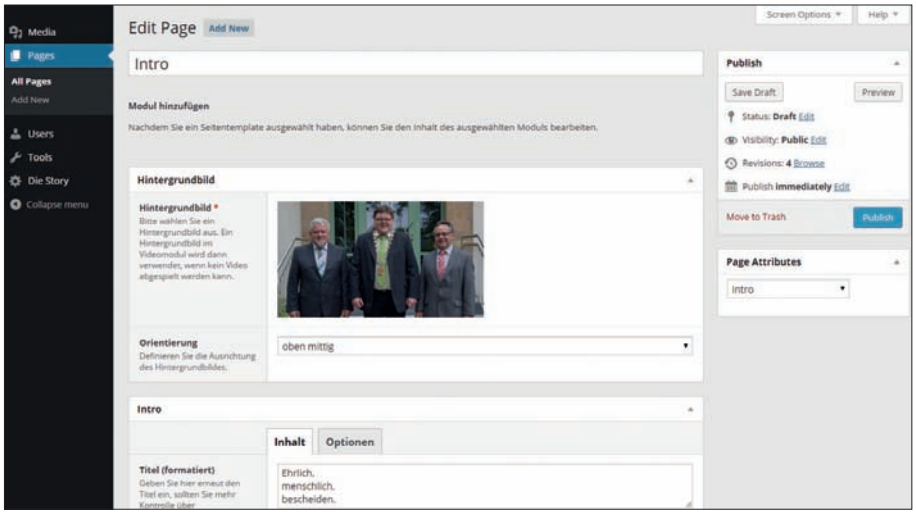
Oftmals sind Internetangebote kaum etwas anderes als eine Tageszeitung: Text und Bild, mehr gibt's nicht. Neben der Möglichkeit, das klassische Text-Bild-Format mit Videos und Bildergalerien aufzuhübschen, sind Multimedia-Reportagen eine weitere Option, um auf eine frische und zugleich spannende Art ein Thema anzugehen und die Stärken von Online wirklich auszunutzen. Vorausgeschickt: Natürlich eignen sie sich nicht für die alltägliche Arbeit, sondern eher für die besonderen Themen, für bildgewaltige Reportagen, Reiseberichte oder Artikel, bei denen Bild und eventuell Grafik ein essenzieller Bestandteil zum Verständnis sein sollen.

Die bislang bekanntesten Tools, um solche Multimedia-Reportagen zu erstellen, sind Pageflow und Creativist. Beide lassen sich zwar kostenlos testen, mehr ist aber nicht drin. Für Pageflow werden in der Starter-Edition 8,50 Euro monatlich fällig, maximal zehn Reportagen können dann online gestellt werden. Der Tarif hat aber seine Tücken, etwa begrenzten Traffic. Wird die Reportage oft aufgerufen und besteht sie auch noch aus vielen Bildern und Videos, werden die 20 Gigabyte schnell knapp. Jedes weitere Gigabyte kostet 0,30 Euro, das kann sich summieren. Im größten Tarif für 99 Euro monatlich sind immerhin 400 Gigabyte Datentraffic enthalten, die Anzahl der Reportagen ist unbegrenzt. Zwar gibt es auch eine Open-Source-Version (github.com/codevise/pageflow), für deren Installation und Nutzung allerdings Hintergrundwissen und Programmierkenntnisse notwendig sind. Etwas günstiger ist Creativist: 10 US-Dollar verlangt der Anbieter monatlich, fünf Gigabyte Speicherplatz sollten für Videos und Bilder ausreichen. Der Traffic ist nicht limitiert.

Komplettpaket als Download

Mitte Januar wagte der *Bayerische Rundfunk* nun einen Vorstoß. In der Vergangenheit wurden mit dem eigens entwickelten Tool Linius bereits zahlreiche Multimedia-Reportagen veröffentlicht, etwa zur Fußball-Weltmeisterschaft 2014 oder zu „Fünf Jahre Quelle-Pleite“ – sie lassen sich unter *story.br.de* abrufen. Im Hintergrund von Linius, und das ist der riesige Vorteil, läuft das bekannte Content-Management-System WordPress, das sich auch von Neulingen sehr einfach bedienen lässt und in vielen Bereichen durch den eingebauten Texteditor wie ein Schreibprogramm funktioniert. WordPress haben wir im *BJVreport* in den Ausgaben 5/2012 und 6/2012 ausführlich vorgestellt.

Über WordPress an sich muss der Linius-Nutzer aber wenig wissen, denn der *BR* bietet ein Komplettpaket an, das Linius auf einem Webspace oder Server installiert (siehe Infokasten für die Voraussetzungen). Das Installationspaket lässt sich unter *story.br.de/linius* herunterladen, ist gerade einmal 34 Megabyte groß und enthält WordPress und Linius. Vor dem Start des Downloads müssen Name und E-Mail-Adresse eingegeben werden, damit der Nutzer bei Aktualisierungen oder neuen Versionen benachrichtigt werden kann. Der *BR* weist außerdem darauf hin, dass bei der Installation die URL, über die die Reportage später erreichbar ist, an die Entwickler übermittelt wird. Die Installation selbst geht dann ganz einfach vonstatten (siehe ebenfalls im Infokasten). Empfangen wird



der Anwender dann von einem WordPress-ähnlichen Administrationsbereich, der allerdings auf die wesentlichsten Funktionen beschnitten wurde und nur die für Linius notwendigen Komponenten enthält.

Viele Module für verschiedene Ansprüche

Bevor Linius dann zum Einsatz kommt, ist es ratsam, für die Reportage erst einmal den Aufbau festzulegen. Denn eine mit Linius erstellte Story lebt von der Kombination aus Text- und Multimedia-Inhalten. Zugleich sollte das „Lesen" einer Reportage fesseln, Mehrwert gegenüber einem reinen Artikel bieten und zugleich nicht zu lange dauern. Für die verschiedenen Bereiche stellt Linius insgesamt elf Möglichkeiten bereit, vom klassischen Artikel-Modul bis hin zu Video, Bildergalerie, Vorher-Nachher-Slider und auch einem interaktiven Modul für Anwender, die sich mit HTML und CSS auskennen und noch professionellere Darstellungsmöglichkeiten nutzen möchten.

Einige dieser Module zeigen wir in einer Beispiel-Reportage, die wir extra für diesen Test erstellt haben. Sie finden Sie unter *story.nachrichtenamort.de/zapfendorf* – es geht darin um den Bürgermeister der Gemeinde Zapfendorf im Landkreis Bamberg, der Gelder veruntreut haben soll, verhaftet wurde und die Frage, warum er nicht zurücktritt und warum dieser Schlag die Gemeinde gerade zu einem ungünstigen Zeitpunkt trifft. Ein Hinweis noch: Es ging uns bei dieser Reportage nicht darum, Journalistenpreise zu gewinnen, sondern vielmehr die Möglichkeiten (und Beschränkungen) von Linius zu zeigen.

Die Bedienung von Linius stellt Nutzer typischer Content-Management-Systeme vor keine Probleme. Unten: Die Optionen für den Leser. Fotos: Johannes Michel

Installation

Eine ausführliche Installationsanleitung liegt dem Linius-Downloadpaket bei. Daher wollen wir uns nur auf einige Informationen beschränken, um zu zeigen, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen: Installationspaket von story.br.de/linius herunterladen und Zip-Archiv entpacken – MySQLDatenbank auf dem eigenen Webspace/Webserver einrichten – Datei wp-config.php.example anpassen – Unique Key and Salts generieren – .htaccess-Datei anpassen – Dateien auf den Webspace laden – Browser öffnen und Installation durchführen

Module von Linius

Was kann Linius? Folgende Module sind enthalten: Intro – Kapitel-Trenner – Artikel – Audio– Video – Externes Video – Bildergalerie – Vorher-Nachher-Slider – Lupe (starke Vergrößerung eines Motivs) – Hotspot (Bild mit Kontext-Informationen) – Interaktiv (HTML- und CSS-Kenntnisse vorausgesetzt). möglich, die Reihenfolge anzupassen oder weitere Elemente hinzuzufügen.

Beschränkte Möglichkeiten: Am Ende sehen die Reportagen alle fast gleich aus

Denn Linius ist zwar ein gut programmiertes und einfach zu bedienendes Tool für Multimedia-Reportagen, kann in einigen Bereichen aber nicht vollständig überzeugen. Das beginnt schon mit dem System an sich: Pro Reportage ist eine vollständige Linius-Installation notwendig, und somit auch eine eigene Datenbank beim Webspace-Anbieter oder auf dem eigenen Server. Oftmals steht dem Anwender aber nur eine begrenzte Anzahl an Datenbanken zur Verfügung, mehrere Reportagen pro Jahr würden so gut wie jeden Tarif, den etwa freie Journalisten für ihre Internetseiten gebucht haben, sprengen. Hinzu kommt der Verwaltungsaufwand: Jedes Linius-System benötigt Zugangsdaten, muss gepflegt und gegebenenfalls upgedatet werden. Der nachträgliche Aufwand wird mit jeder neu veröffentlichten Reportage somit größer. Sinnvoller wäre es, nur eine einzige Linius-Installation betreiben zu müssen, bei deren Start eine Auswahlliste der erstellten Reportagen erscheint.

Hinzu kommen die äußerst beschränkten Gestaltungsmöglichkeiten. Im Endeffekt sieht jede Linius-Reportage gleich aus: Schrift, Schriftgrößen, Gesamtdarstellung lassen sich nicht ändern. Lediglich bei der Bildausrichtung (rechts, links, mittig, oben, unten) gibt es Optionen. Schön wäre, wenn sich Linius etwa von der Farbgebung her an das Design der eigenen Webseite anpassen ließe. Zudem werden Impressum, Navigation und so weiter erst auf „Nachfrage", also durch einen Klick auf Buttons, eingeblendet. Unerfahrene Internetnutzer und Leser stellt das vor Fragen, etwa: Wie den Autor kontaktieren? Bedienungsfreundlicher wäre eine Option „letzte Seite", die Impressum, Hintergründe, Kontaktdaten und anderes enthalten könnte. Schön integriert sind dagegen die Social-Media-Funktionen, mit denen die Story etwa in den sozialen Netzwerken verteilt werden kann.

Fazit

Linius eignet sich besonders dann, wenn ab und zu besondere Themen einen besonderen Auftritt erhalten sollen. Positiv sind die einfache Bedienung und die vielen Möglichkeiten, Inhalte darzustellen. Dennoch gibt es Verbesserungsbedarf, besonders im Bereich Administration. Denn „jede Reportage = ein eigenes System" macht wenig Sinn.

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

„Was wird aus dem gemeinsamen Hund?“

Sind Klatschjournalisten „champagnersaufende Partylöwen“? Oder sollte man sie eher als begnadete Enthüller feiern? Eine Frage der Perspektive. Wer sich für letztere öffnen kann, sollte unbedingt dieses Buch lesen. Die Autorinnen, beide erfahren auf dem Gebiet des Klatsches, versuchen nichts weniger, als wissenschaftlich fundiert die Ehre dieser „Stiefkinder des Journalismus“ zu retten – nicht ohne die Schmuddelecken (Promi-Abschießen! Scheckbuchjournalismus!) zu beleuchten. Das gelingt ihnen anhand vieler Praxisbeispiele formidabel. Die Hauptthese: Guter Klatschjournalismus unterscheidet sich in der Machart nicht von Politikjournalismus. Auch hier gelten Qualitätsstandards („Fakten, Fakten, Fakten“), arbeiten geniale „Trüffelschweine“ und „Zeilenmacher“. Die Kunst letzteren Journalistentyps, loben die Autorinnen, bestehe darin, beispielsweise aus einer banalen Scheidung einen interessanten Anreißer („Was wird aus dem gemeinsamen Hund?“) zu formulieren. Manche Edelfeder aus dem hochseriösen Feuilleton, heißt es andernorts, neidete den Kollegen vom Klatsch die vielen Leser, die immer mehr würden. Die Zukunft der Klatschpresse, schließt das Buch, ist golden. Ein wachsendes journalistisches Business – mit Profiteuren aller Art. Promi-Anwälte schrieben seit dem berühmten Caroline-Urteil quasi mit und kassierten. Alles eine Frage der Perspektive eben.

Senta Krasser

Hennig, Bettina / Schulz, Rike: Klatsch. Basiswissen für die Medienpraxis. Journalismus Bibliothek 9, Herbert von Halem Verlag 2014, 234 Seiten, 18,50 Euro, ISBN 978-3-86962-027-5. ISBN-Suche der Wikipedia*: bjvlink.de/klatsch-isbn

Kisch schreibt auf

Ein Roman mit dem nichtssagenden Titel „Möbelhaus“ – was hat dieses Werk hier zu suchen? Es handelt sich um einen Tatsachenroman und ein Journalist ist der Hauptakteur. Robert Kisch ist ein Pseudonym. Er habe „als sogenannte Edelfeder fast alle wichtigen deutschen Journalistenpreise gewonnen“. Doch die Medienkrise verschont auch ihn nicht. „Weil die ganze Edelfederei inzwischen kein Geld mehr bringt“, muss er sich in einem Möbelhaus als Verkäufer auf Provision verdingen. Dort geht’s am Ende nur ums Schreiben – ums Aufschreiben von Aufträgen. Doch bis es erst mal so weit ist, heißt es kämpfen: „Du bist hier im Krieg. An der Front“, warnt ihn ein Kollege. Kisch berichtet auf beklemmende Weise von diesem Kampf, in dem Menschen – egal ob Vorgesetzte, Kunden oder Kollegen – einander kaputt machen. Freilich könnte das Möbelhaus auch ein Kurierdienst, eine Fabrik, ein Callcenter oder sogar eine Redaktion sein. „Der alltägliche Wahnsinn einer zutiefst verunsicherten Nation“, wirbt der Klappentext – Kisch gelingt es ohne Larmoyanz und Arroganz diesen Zustand zu beschreiben. „Schreib das auf, Kisch!“, fast wie bei der Reporterlegende Egon Erwin Kisch, fordert ihn ein Kollege schließlich auf, das ganze Elend zu Papier zu bringen. Für den Autor kann man nur hoffen, dass er nach dieser rund einjährigen Zwangs-Recherche wieder im Journalismus schreiben kann.

Thomas Mrazek

Robert Kisch: Möbelhaus. Ein Tatsachenroman. Droemer, München, 2015, 320 Seiten, 12,99 Euro, ISBN 978-3-426-30404-4, ISBN-Suche der Wikipedia*: bjvlink.de/kisch-isbn (E-Book, 10,99 Euro, ISBN 978-3-426-42506-0, ISBN-Suche der Wikipedia*: bjvlink.de/kisch-ebook). Verlagsinformationen: bjvlink.de/kisch-leseprobe

Grundkurse und Seminare der Akadamie der Bayerischen Presse

März

Magazinjournalismus I
2. – 13. März
Radio-Journalismus und Moderation, Kulmbach
2. – 6. März
Online-Relaunch
2. – 3. März
Public Relations I
2. – 6. März
Bloggen für Journalisten
4. – 6. März
Gesprächsführung
9. – 10. März
Reden schreiben I + II
9. – 10. März
Public Relations - Krisenkommunikation
9. – 10. März
Unternehmenskommunikation
9. – 20. März
Layout mit InDesign CS6
11. – 13. März
Crossmedia für Radio und TV
11. – 13. März
Facebook für Redaktionen
11 – 13. März
Kreatives Schreiben - Online
16. – 18. März
Zeitungsjournalismus I
16. – 27. März
Rhetorik kompakt, Kulmbach
16. – 17. März
Storytelling im Journalismus
16. – 20. März
Kreatives Schreiben - PR I, Kulmbach
18. – 20. März
Führen und motivieren
19. – 20. März
Online-Videos I
23. – 27. März
Stimmbildung und Sprechtraining, Kulmbach
23. – 25. März
Social Media Manager
23. – 27. März
Presserecht und Medienethik
23. – 24. März
Einstieg Corporate Publishing
26. – 27. März
Investigative Recherche I + II
30. – 31. März
Bildsprache und Fotoauswahl
30. – 31. März

Apil

Suchmaschinenoptimierung - SEO I
1. – 2. April
Online-Texten
7. – 10. April
PR im Web I
7. – 8. April
Journalistische Textsorten
8. – 10. April
Webinar: Crowdfunding
9. – 9. April
Grundkurs Online-Journalismus
13. – 24. April
Kreatives Schreiben - Zeitschrift I
13. – 15.April
Corporate Publishing - Kunden- und Mitarbeitermagazine
13. – 15. April
Magazinjournalismus II
13. – 24. April
Zeitungsjournalismus II, Kulmbach
13. – 24. April
Coaching für Ausbildungsredakteure - Zeitschrift
16. April
Coaching für Ausbildungsredakteure - Zeitung
16. April
Feature I + II
20. – 23. April
Texten fürs Fernsehen
20. – 23. April
Gesundheitsjournalismus
27. – 29. April
Facebook für Unternehmen
27. – 29. April
Filmkritik
27. – 28. April
Kommentar und Leitartikel
27. – 29. April

a-b-p.de

Pressestellen A bis Z im BJVreport

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

A

AFAG Messen und Ausstellungen (MA)

AGCO FENDT (U)

AOK Bayern (V)

AUDI (U)

B / C

Bauindustrie Bayern / Bayerischer Bauindustrieverband (VB)

Bayerische Börse / Börse München (F)

Bayerische Landesärztekammer (K)

Bayerische Landeszahnärztekammer (K)

Bayerischer Jagdverband (VB)

Bayerngas (E)

Bayernhafen Gruppe (VK)

Bayern Innovativ (W)

Bayernwerk (E)

BayWA (U)

Berufliche Fortbildungszentren (bfz) der Bayerischen Wirtschaft (BW)

Bischöfliche Aktion Adveniat (SK)

BMW Group (U)

D

DIEHL Diehl Stiftung (U)

Dräxlmaier Group (U)

E

Erdgas Schwaben (E)

E-T-A Elektrotechnische Apparate (U)

F

Fachverband Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik Bayern (VB)

Flughafen München (VK)

Fraunhofer-Institut für Eingebettete Systeme und Kommunikationstechnik ESK (BW)

Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS (BW)

Fraunhofer-Zentrale (BW)

G

Generali Versicherungen (V)

GVB Genossenschaftsverband Bayern (F)

H

Handwerkskammer für München und Oberbayern (K)

Hanns-Seidel-Stiftung (BW)

Hochschule Hof (BW)

IJ

IHK Nürnberg für Mittelfranken (K)

Interhyp Baufinanzierung (F)

K

Klinikum Nürnberg (U)

L

Landesvereinigung der Bayerischen Milchwirtschaft (VB)

LEONI (U)

LEW Lechwerke (E)

LfA Förderbank Bayern (F)

LMU Ludwig-Maximilians-Universität München (BW)

LOEWE (U)

M

Messe Berlin (MA)

MR Maschinenfabrik Reinhausen (U)

N

N-ERGIE (E)

NÜRNBERGER Versicherungsgruppe (V)

NürnbergMesse (MA)

O / P

OMV Deutschland (U)

R

RMD Rhein-Main-Donau (E)

S

SIEMENS Region Bayern (U)

Sparkassenverband Bayern (F)

Stadtsparkasse München (F)

St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg (U)

StWN Städtische Werke Nürnberg (U)

Süddeutscher Verband reisender Schausteller und Handelsleute (VB)

swa Stadtwerke Augsburg Holding (E)

T

Thüga (E)

TÜV Rheinland (U)

TUM Technische Universität München (BW)

V

VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft (VK)

VBEW Verband der Bayerischen Energie- und Wasserwirtschaft (VB)

VdK Bayern Sozialverband (SK)

Versicherungskammer Bayern (V)

VGN Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VK)

W

wbg Nürnberg

Immobilienunternehmen (U)

Dank auch an die Inserenten:

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

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

PUNKT-LANDUNG

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

Der nächste *BJVreport* (alle 2 Monate) erscheint am 18.04.2015, Anzeigenschluss ist am 20.03.2015.
Anzeigenmarketing: PETER & WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer, Allersberger Straße 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

Beate Koch

Pressesprecherin
Fraunhofer-Zentrale

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

Fraunhofer ESK

Susanne Baumer

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

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

Fraunhofer IIS

Thoralf Dietz

Leiter Unternehmenskommunikation
Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS

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

Hanns Seidel Stiftung

www.hss.de

Hanns-Seidel-Stiftung e.V.

Hubertus Klingsbögl
Pressesprecher

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

E-Mail: presse@hss.de

---

hochschule hof
University of Applied Sciences

Kirsten Broderdörp
Pressesprecherin

Alfons-Goppel-Platz 1
95028 Hof

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

www.hof-university.de

kirsten.broderdoerp@hof-university.de

Bitte beachten Sie folgende Termine

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

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

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

LMU LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN

Luise Dirscherl
Kommunikation und Presse
Leitung

Leopoldstr. 3
80802 München

www.lmu.de

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

E-Mail: dirscherl@lmu.de

Technische Universität München

Dr.
Ulrich Marsch

Pressesprecher des Präsidenten
Leiter Corporate Communications Center

Arcisstraße 21
80333 München

Tel + 49.89.289.22778
Fax + 49.89.289.23388

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

AFAG
WIR MACHEN MESSEN

Wolfgang Heinrich
Presse und Öffentlichkeitsarbeit

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

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

Messe Berlin

Michael T. Hofer
Pressesprecher/*Spokesman*
Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Unternehmensgruppe Messe Berlin
Director Press and Public Relations
Group of Companies Messe Berlin

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

Die Themen finden Sie auf unseren Veranstaltungen.
Die Antworten liefern wir.

NÜRNBERG MESSE

Dr. Thomas Koch
Leiter Unternehmenskommunikation

Geoffrey Glaser
Pressesprecher NürnbergConvention

NürnbergMesse GmbH
Messezentrum · 90471 Nürnberg
Tel +49 (0) 9 11. 86 06-82 48
Fax +49 (0) 9 11. 86 06-81 72
presse@nuernbergmesse.de
www.nuernbergmesse.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

Bayerische Börse AG, Träger der

börse münchen

Ulrich Kirstein
Pressesprecher

Karolinenplatz 6
80333 München

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

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

GVB
Genossenschaftsverband Bayern

Dr. Jürgen Gros
Pressesprecher

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

FINANZEN

IHRE ANSPRECHPARTNER:

Christian Kraus
Leiter Unternehmenskommunikation

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

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

Heidi Müller
Leiterin Public Relations

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

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

interhyp
DIE BAUFINANZIERUNG

LfA FÖRDERBANK BAYERN

Florian Albert
Pressesprecher
Vorstandsbüro / Presse

Königinstraße 17
80539 München

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

www.lfa.de

florian.albert@lfa.de

Sparkassenverband Bayern

Eva Mang
Dipl.-Volkswirtin

Pressesprecherin
Bereich
Presse- & Öffentlichkeitsarbeit, Gremien

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

Dr. Joachim Fröhler
Pressesprecher
Leiter Abteilung Presse | Interne Kommunikation

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

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

Stadtsparkasse München
Die Bank unserer Stadt.

VERSICHERUNGEN

GESUNDHEIT IN BESTEN HÄNDEN

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

Michael Leonhart M.A.
Pressesprecher

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

AOK Die Gesundheitskasse.

Generali Versicherungen
Ihre Ansprechpartner

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

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

Christian Krause
Pressesprecher Komposit
Telefon (089) 5121-2283

Generali Versicherungen
Adenauerring 7
81737 München
www.generali.de

GENERALI Versicherungen

Kontaktbörse „Pressestellen"

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

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

NÜRNBERGER VERSICHERUNGSGRUPPE

Ulrich Zeidner
Abteilungsleiter Medien

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

VERSICHERUNGSKAMMER BAYERN

Ein Stück Sicherheit.

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de

Claudia Scheerer
Pressesprecherin

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

Stefan Liebl
Stellvertr. Pressesprecher

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

---

bayerngas
Energiepartnerschaft mit Zukunft

Dirk Barz
Pressesprecher

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

Bayerngas GmbH
Poccistraße 9
80336 München

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

Bayernwerk AG
Ihr Ansprechpartner

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

Bayernwerk AG
Lilienthalstraße 7, 93049 Regensburg

www.bayernwerk.de

bayernwerk

---

erdgas schwaben

Dipl.-Journ.
Cornelia P. Benesch
Leiterin Unternehmenskommunikation

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

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

LEW
Lechwerke

Ansprechpartner für die Presse

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

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

VORRWEG 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,
Vorstandsangelegenheiten

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

ENERGIE

VERKEHR

Stadtwerke Augsburg Holding GmbH

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

Stadtwerke Augsburg | Von hier. Für uns.

swa Energie Wasser Verkehr

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

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

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

www.bayernhafen.de

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

Flughafen München GmbH
Unternehmenskommunikation
Hans-Joachim Bues

Postfach 23 17 55
85326 München

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

VAG
Verkehrs-Aktiengesellschaft Nürnberg

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

VGN

Verkehrsverbund Großraum Nürnberg GmbH
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

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

Barbara Lohss
Tel.: 0911 27075-49
barbara.lohss@vgn.de

VGN • Rothenburger Straße 9 • 90443 Nürnberg
Fax: 0911 270 75-50 • www.vgn.de • info@vgn.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 18.04.2015, Anzeigenschluss ist am 20.03.2015.
Anzeigenmarketing: PETER & WERBUNG, Manfred Peter/ Sabrina Sporer, Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

fendt.com

FENDT

AGCO/Fendt

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

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

Kontakt:

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

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

AUDI AG
Kommunikation
85045 Ingolstadt

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

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

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

Stefan Moser
Produkt und Technologie
Telefon: +49 841 89-32260
E-Mail: stefan1.moser@audi.de

BayWa

Marion Danneboom M.A.
Leiterin PR/Corporate Communications

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

BMW GROUP

Rolls-Royce Motor Cars Limited

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

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

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

Postanschrift
BMW AG
D-80788 München

Hausanschrift
BMW Haus
Petuelring 130
80788 München

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

Internet: www.press.bmw.de

DIEHL

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

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

DRÄXLMAIER

DRÄXLMAIER Group

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

Dr. Tobias Nickel
Leitung Marketing und Unternehmenskommunikation

www.draexlmaier.com

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

WE **CREATE** CHARACTER

E-T-A®
ENGINEERING TECHNOLOGY

Thomas Weimann
Leiter Unternehmenskommunikation

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

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

Klinikum Nürnberg

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

Klinikum Nürnberg Nord u. Klinikum Nürnberg Süd

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

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

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

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

www.klinikum-nuernberg.de

LEONI

Dr. Bernd Buhmann
Leiter Unternehmenskommunikation
Telefon 0911-2023-323
E-Mail bernd.buhmann@leoni.com

Sven Schmidt
Pressesprecher
Telefon 0911-2023-467
E-Mail sven.schmidt@leoni.com

LEONI AG
Marienstraße 7 · 90402 Nürnberg

www.leoni.com

LOEWE.

Dr. Roland Raithel

Industriestraße 11
Postfach 15 54
96305 Kronach
Telefon: 0 92 61 / 9 92 17
Roland.Raithel@loewe.de

MR Maschinenfabrik Reinhausen GmbH

Otmar Reichmeyer
Head of Communications

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

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

Leiter Communications

Thomas Bauer
OMV Deutschland GmbH
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

SIEMENS

Bernhard Lott
Pressesprecher Siemens Region Bayern

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

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

St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg
Fachkompetenz mit Kopf, Herz & Hand

Anja Müller
Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon 0911 5699-201
Telefax 0911 5699-447
Mobil 0171 5659262
anja.mueller@theresien-krankenhaus.de

Mommsenstraße 24
90491 Nürnberg
www.theresien-krankenhaus.de

StWN
Städtische Werke Nürnberg GmbH

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

TÜVRheinland®
Genau. Richtig.

Rainer Weiskirchen
Pressesprecher

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

wbg Nürnberg Immobilien

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

Dieter Barth
Leiter Unternehmenskommunikation, Pressesprecher

Telefon: 09 11 / 80 04 - 139
Telefax: 09 11 / 80 04 - 201
barth@wbg.nuernberg.de

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

Wir gestalten LebensRäume.

Bitte beachten Sie folgende Termine

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

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

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

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

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

IHK Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken

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

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

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

BAUINDUSTRIE BAYERN

Dr. Josef Wallner

Öffentlichkeitsarbeit und Volkswirtschaft
Bayerischer Bauindustrieverband e.V.

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

Bayerischer Jagdverband e.V.

Thomas Schreder (Dipl. Biol.)
Leiter Kommunikation
Pressesprecher

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

sanitär heizung klima

Fachverband Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik Bayern

Dr. Wolfgang Schwarz
Hauptgeschäftsführer

Pfälzer-Wald-Straße 32
81539 München

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

www.haustechnikbayern.de

presse@haustechnikbayern.de

Claudia Eberl
Öffentlichkeitsarbeit / Presse

Milch und Käse aus Bayern

Landesvereinigung der
Bayerischen Milchwirtschaft e.V.
Kaiser-Ludwig-Platz 2
80336 München
Telefon 089 / 54 42 25-25
Telefax 089 / 53 45 95
www.milchland-bayern.de
c.eberl@milchland-bayern.de

Nürnberger Volksfest

Bayerns zweitgrößtes Volksfest
Frankens Erlebnisvolksfest

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

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

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

VBEW

Verband der Bayerischen Energie- und Wasserwirtschaft e.V.

Jessica Hövelborn
Referentin für Wasserwirtschaft
und Kommunikation

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

Energie. Wasser. Leben.

SOZIALVERBAND VdK BAYERN

Zukunft braucht Menschlichkeit.

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

Dr. Bettina Schubarth, Pressesprecherin
Schellingstraße 31 • 80799 München • Tel. 089 / 2117-289
Fax 089 / 2117-280 • b.schubarth@vdk.de • www.vdk-bayern.de

Jubilare

Foto: Veronika Vogelsang

Was wäre die Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ohne **Gernot Brauer?** Über Jahrzehnte hat er das Berufsbild geformt, hat sich um eine geregelte Ausbildung der „Journalisten in Wirtschaft und Verwaltung“ gekümmert und sich selbst in der Aus- und Weiterbildung als Dozent engagiert. Am 24. März feiert Brauer seinen 75. Geburtstag – immer noch ein Unruheständler, wenn er auch Abschied von BMW genommen hat, dessen Erscheinungsbild er mitgestaltete. Brauer hat als Vorsitzender des Bundesfachausschusses grundlegende „Handreichungen“ erarbeitet, die den Kollegen bei Vertragsverhandlungen halfen, ihre Positionierung im Unternehmen erleichterten und ihre tägliche Arbeit professionalisierten. Und im BJV hat er manches angetrieben und unermüdlich in Bewegung gehalten.

In den 90ern

Max-Hermann Bloch, München (18.4.1922)
Rudolf Creutz, Fürstenfeldbruck (30.4.1924)
Sandor Gergelyfy, München (8.3.1920)
Erhard Köhler, München (8.4.1920)
Werner Marx, Nürnberg (5.4.1922)
Heinz Richter, Bernau (10.3.1921)

In den 80ern

John A. S. Abecasis-Philips, Bayreuth (23.3.1934)
Adolf Althen, Unterhaching (28.3.1931)
Erhard Bayer, Passau (28.4.1927)
Geza Ekecs, München (24.3.1927)
Salah Elenany, München (31.3.1932)
Rudolf Förster, Buckenhof (19.4.1931)
Anton Gälli, München (14.4.1933)
Eberhard C. Grubitz (14.4.1931)
Hans Hänle, Hirrlingen (2.3.1934)
Emmerich Hainzl, München (21.3.1926)
Walter Hansen, München (4.4.1934)
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)
Sieglinde Kirmayer, Wasserburg (2.3.1927)
Martin Klein, München (11.3.1932)
Hans Krieger, München (13.3.1933)
Johannes Leeb, München (25.3.1932)
Heinz Müller-Saala, Eching (11.4.1934)
Liselotte Nüßlein, München (30.3.1931)
Erwin Oberndorfer, Starnberg (2.3.1926)
Ernst Schell, Fürth (9.3.1932)
Friedrich Schreiber, Lochham (30.3.1932)
Peter Sczygiol, München (27.4.1927)
Marianne Sin-Pfältzer, Nuoro (12.4.1926)

80 Jahre

Joachim Hospe, München (2.3.)
Kutay Kayali, Gerabronn (6.3.)
Dieter Netzsch, Haimhausen (26.4.)
Walter Prankl, Müllheim (4.4.)
Arnulf Röhrich, München (15.3.)
Eberhard Werner, Traitsching (5.4.)

75 Jahre

Gernot Brauer, München (24.3.)
Antje Ernst-Motz, München (22.4.)
Helmut Glück, Friedberg (7.4.)
Liselotte von Knoop, Berg (23.4.)
Jan Tonnemacher, Feldafing (27.4.)
Lilo Traun, München (24.3.)
Reiner Walsch, Ottobrunn (14.3.)
Heidi Weidner, München (9.4.)

70 Jahre

Fritz Gentzsch, Hallbergmoos (14.4.)
Ernst Geyer, Bad Aibling (4.4.)
Ingrid Großmann, Taufkirchen (19.4.)
Ulrich Pabst, Taufkirchen (25.3.)
Axel Schneider, München (27.4.)
Bernhard Schauder, Gräfelfing (10.3.)
Wolfram Wolff, Ottobrunn (30.4.)

65 Jahre

Burkhard P. Bierschenck, München (30.3.)
Albert Dietrich, München (19.4.)
Horst Gautier, Oberasbach (24.3.)
Irmgard Gulich, Bobingen (28.3.)
Gaby Imhof-Weber, Prien (8.3.)
Ulrich Kurz, Leutkirch (5.3.)
Gogol Lobmayr, Gstadt (28.4.)
Alison Metzger, Nürnberg (4.3.)
Friederike Meyer, München (27.4.)
Gabriela Rodenberg, Bonn (24.3.)

60 Jahre

Ursula Armstrong, Krailling (31.3.)
Peter Bechtler, München (2.3.)
Michael Borchardt, Mainburg (12.4.)
Franz von Paula Bumeder, Moosach (4.4.)
Eva Deiglmayr, München (21.4.)
Lothar Dörr, München (21.4.)
Herbert Ebner, Fürth (15.3.)
Frieder Faist, Günzburg (9.4.)
Wolfgang Flieger, München (14.3.)
Gudrun Hänsel-Geneletti, München (16.4.)
Christine Heufer, München (13.4.)
Norbert Hofmann, Feldkirchen (17.3.)
Ernst Jerg, Zell a. Main (6.3.)
Petra Küntzel, München (3.4.)
Ursula Moses, Feldafing (13.3.)
Ursula Persak, Nürnberg (5.3.)
Susanne Päch, Egling (18.3.)
Regina Schmeken, Berlin (25.3.)
Hannes Schmidt, München (5.4.)
Ulrike Schrader, München (3.4.)
Brigitte Schulze, Weilheim (4.3.)
Bernd Sprenger, Langenfeld (8.4.)
Herbert Steffe, Kirchheim (19.3.)
Karl Teuschl, Passau (30.4.)
Martin Vogler, Düsseldorf (8.3.)
Dorothee von Bose, München (28.3.)
Horst Peter Wickel, Gunzenhausen (8.4.)

Der Papa vom Volksblatt

Walter Hohler, der dienstälteste Betriebsrat und Familienmensch, starb mit 89 Jahren

Von Alois Knoller

Im *Würzburger Volksblatt* war der „Papa Hohler" noch lange nach seinem Ausscheiden im Jahre 1990 ein Begriff. Walter Hohler, bewährter Chef vom Dienst und über 19 Jahre lang stellvertretender Chefredakteur des *Fränkischen Volksblatts,* ist am 30. Dezember 2014 im Alter von 89 Jahren gestorben. Mehr als 40 Jahre war er als Journalist aktiv, davon 34 Jahre beim *Volksblatt* tätig und dort auch rekordverdächtig lange engagiert als Betriebsrat, außerdem brachte er sich aktiv im BJV-Ortsverein Würzburg und als Delegierter ein.

Hohler war ein Vollblut-Journalist alter Schule: gewissenhaft, fair, engagiert für die gerechte Sache, dabei unterhaltsam und witzig. Das Handwerk hatte er 1948 bei keinem Geringeren als Josef Felder, der einst 1933 aufrecht gegen Hitlers Ermächtigungsgesetz im Berliner Reichstag stimmte, beim *Südost-Kurier* in Traunstein gelernt. Dorthin hatte den Sudetendeutschen, am 15. Juni 1925 in Wischkowitz geboren, der Zweite Weltkrieg nach englischer Gefangenschaft entlassen. 1956 wechselte der Journalist nach Würzburg zum *Fränkischen Volksblatt,* dessen Chefredakteur damals noch ein katholischer Monsignore war. 1961 wurde Hohler bereits Chef vom Dienst. Seine Wegbegleiter erlebten ihn als einen ausgleichenden, humorvollen Kollegen, der sich entschieden für seinen Berufsstand einsetzte. 1961 wurde er zum ersten Mal in den Betriebsrat gewählt, von 1972 bis 1982 war er dessen Vorsitzender; mehr als 25 Jahre sollte er dem Gremium angehören, sodass er in die Annalen des BJV als der längst gediente Betriebsrat einging.

Walter Hohler war auch ein Mann mit viel Familiensinn, zusammen mit seiner Ehefrau Käthe hatte er sieben Kinder und schließlich elf Enkel und vier Urenkel. Vier seiner Sprösslinge hat er erfolgreich mit dem Journalisten-Virus angesteckt – Norbert bei der *Main-Post,* Cornelia und Walter beim *Traunsteiner Tagblatt* sowie Beatrice. Auch in der katholischen Kirche hinterließ er Spuren: dem Medienausschuss der Diözese Würzburg gehörte er 16 Jahre lang an. In den BJV trat er im März 1969 ein.

Dr. Andreas Witko, freier Journalist in München, starb bereits am 3. Juli 2014 im Alter von 79 Jahren. Themen des deutsch-polnischen Verhältnisses hatten ihn zeitlebens beschäftigt. In Rzeszow in Galizien geboren, hatte er seine Ausbildung sowohl in Polen als auch in Deutschland absolviert. So studierte er in Stettin, Krakau, Stuttgart, Tübingen und München und promovierte in Breslau. Er war Korrespondent von Rundfunkhäusern und Zeitschriften. Im BJV seit Februar 1991.

Egon Stengl, der Grandseigneur des deutschen Journalisten-Golfens und Ahnherr des *BJVreports,* ist tot. Der gebürtige Franke ist am 26. November 2014 im Alter von 78 Jahren „sanft entschlafen", wie seine Familie in München mitteilte. Den 1975 gegründeten *BJVreport* hatte Stengl als Freiberufler 1979 übernommen und aus vormals fliegenden Blättern ein Heft geformt. Die Redaktion übte er bis Mitte 1985 aus, dann ließ er sich ablösen, denn: „Die harte Arbeit als freier Journalist fordert immer mehr Einsatz." Als Herausgeber und Chefredakteur betrieb er die infocomma.de als Plattform für Pressethemen. Die edlen Sportarten waren das Metier des freien Journalisten: Tennis, Ski fahren und Golfen. Immer übte Stengl sie als ein Gentleman aus mit Ruhe und Stil. Schon bei den Deutschen Ski-Journalisten-Meisterschaften im Riesenslalom und in der Loipe eroberte er sich etliche Medaillen. In den 80er Jahren hat er seinen deutschen Kollegen erfolgreich Lust auf die amerikanische Sportart gemacht, er wurde Präsident des Presse Golf Clubs mit Sitz in München. Den BJV hatte er leider im Alter verlassen.

Foto: Main-Post/Theresa Müller, Sepp Beck

„Wir sind ein echtes Familienmagazin“

Willkommen im Club: Der frühere ABP-Direktor Martin Kunz ist jetzt beim ADAC Chefredakteur der *Motorwelt* und will verloren gegangene Leser zurückgewinnen

Von Senta Krasser

Als „Auflagenmillionär“ hat ihn die *Abendzeitung* betitelt, und das ist Martin Kunz in der Tat. Mit monatlich 13,71 Millionen Heften gilt die *ADAC-Motorwelt* als auflagenstärkste Zeitschrift in Europa. Doch die Leserzahl schwindet – womöglich auch als eine Folge des Manipulationsskandals beim ADAC. Club und Magazin sortieren sich nun neu.

Sagen Sie mal, Herr Kunz, kennen Sie den ADAC-internen Spruch: Entweder man verlässt den ADAC im ersten Jahr oder man ist – im positiven Sinn – versaut fürs ganze Leben?
Martin Kunz: Nein. Ich habe dafür aber schon öfters eine andere ADAC-Weisheit gehört: Man braucht sieben Jahre, um den ADAC wirklich gut zu kennen. Der ADAC hat tausende Mitarbeiter und viele Fachabteilungen. Das macht auch meinen Job so spannend: unserem Magazin *Motorwelt* noch mehr Club-Feeling einzuhauchen.

„Club-Feeling“ klingt nach Animation an der Costa del Sol.
Bei uns kommt das Club-Feeling eher dann auf, wenn Sie nachts auf tiefverschneiter Straße mit Ihrem Auto liegen bleiben, weil die Batterie versagt und Sie nicht mehr weiterfahren können. Wenn dann wie aus dem Nichts ein Gelber Engel auftaucht, wissen Sie, warum Hilfe, Rat und Schutz die zentralen Themen des Clubs und bei uns im Heft sind.

Apropos Gelber Engel. Beherrschendes Thema des Vorjahrs waren die Manipulationen beim ADAC-Preis „Gelber Engel“. Haben Sie gezögert, den Job bei der Motorwelt *zu übernehmen?*
Gar nicht. Ich hatte die *Motorwelt* immer auf dem Radar. Auch schon als Ressortleiter bei *Focus*. Als dann beim ADAC personelle Veränderungen anstanden, habe ich die Initiative ergriffen. Ich hatte eine sehr erfüllende Aufgabe als Direktor der Akademie der Bayerischen Presse, aber das Blattmachen ging mir ab.

Der neue Präsident des ADAC, August Markl, hat inzwischen die „Reform für Vertrauen“ ausgerufen. Was ist da Ihre Aufgabe?
Der Verein richtet sich gerade grundlegend neu aus, erfindet sich neu. Es gibt ein neues Leitbild, das besagt, dass sich der Verein wieder auf seine Kernaufgaben Hilfe, Rat und Schutz konzentriert. Die *Motorwelt* wird diese Entwicklung begleiten und muss sich ebenfalls entsprechend verändern. Wie gesagt, wir wollen künftig noch stärker ein Service-Club-Magazin sein und ein erfolgreicheres dazu.

Das heißt konkret?
Wir gehen noch besser auf die Mobilitätsprobleme unserer Leser ein, indem wir insbesondere den digitalen Dialog mit ihnen suchen. Ihre Meinung und ihr Knowhow sind uns wichtig. Was ADAC-Mitglieder zum Beispiel über die Maut oder ein Tempolimit denken, wird im Heft über Umfragen kommuniziert. Dort ist auch zu erfahren, wie man den Verein aktiv mitgestalten kann. Das Mitglied steht im Mittelpunkt – das ist ein weiterer Kernsatz des neuen ADAC.

Und was heißt „ein erfolgreicheres Club-Magazin“? Definieren Sie bitte Erfolg – bei 14 Millionen Riesenauflage!
Ja, die Auflage ist gigantisch. Es ist daher nicht das primäre Ziel der Chefredaktion, die Auflage weiter nach oben zu treiben, sondern die Zahl der Leser. Sie sollen möglichst lange und gerne in der *Motorwelt* lesen.

Laut aktueller Mediaanalyse (MA) lesen eine halbe Million Menschen die Motorwelt *gar nicht mehr. Es sind nur noch 15,5 Millionen Leser im Vergleich zu 16,06 Millionen im Vorjahr, das macht etwa drei Prozent Ver-*

Wenn nachts auf tiefverschneiter Straße wie aus dem Nichts ein Gelber Engel auftaucht und hilft, weil die Autobatterie versagt – da kommt Martin Kunz zufolge „Club-Feeling“ auf. Selbiges will der Chefredakteur auch seinem Magazin *ADAC-Motorwelt* einhauchen.
Foto: Martin Moser

... Herr Kunz

lust. Warum?

Jeder einzelne Leser ist ein bitterer Verlust und deswegen arbeiten wir hart daran, die Leser mit spannenden Titelstorys und überzeugenden Service-Reports zurückzugewinnen.

Ein kleiner Trost: Sie sind nach wie vor Chefredakteur quasi der auflagenstärksten Frauenzeitschrift, mit vier Millionen Leserinnen, weit mehr als Brigitte *und Co.*

Daran sehen Sie, wie groß das Interesse der Frauen an Auto, Technik und Verkehrsthemen ist. Frauen sind auch deshalb für uns eine so wichtige Zielgruppe, weil meistens sie die *Motorwelt* aus dem Postkasten holen. Sie fangen an, sie zu lesen, und reichen sie an die Familie weiter. Wir sind ein echtes Familienmagazin.

In vielen Haushalten landet das Heft direkt im Papierkorb.

Es gibt sicherlich Menschen, die die Wertigkeit der *Motorwelt* noch nicht erkannt haben. Unser Antrieb ist deshalb, auch diese Mitglieder von unseren nutzwertigen Inhalten zu überzeugen – egal ob auf gedrucktem Papier oder mit der digitalen Tablet-Ausgabe.

Ihr Vorgänger öffnete die Motorwelt *in Richtung Lifestyle. Was ist Ihre Strategie?*

Lifestyle ist toll, aber aus meiner Sicht für die *Motorwelt* nicht entscheidend. Unsere Leser, das haben Marktforschungen klar ergeben, erwarten von uns Antworten und Lösungen für ihre Mobilitätsprobleme. Sie möchten schnellen, knackigen Nutzwert, unterhaltsam präsentiert. Das klingt erst mal nach einem Widerspruch, aber genau das müssen wir versuchen. Es soll Spaß machen, die *Motorwelt* von vorn bis hinten zu lesen.

Wie hoch schätzen Sie den Spaßfaktor bei der Lektüre des alljährlichen Schneeketten-Tests ein?

Weihnachten kommt jedes Jahr – und fast ebenso regelmäßig der Schnee in den Tagen nach dem Fest. Da ist es für viele Menschen hilfreich zu wissen: Passen meine Schneeketten noch? Welcher Eiskratzer taugt am besten? Unsere Leser interessiert das. Und wir bereiten ihnen den Stoff mit allen Mitteln des Magazinjournalismus auf.

Bis in die 90er gab es in der Motorwelt *große Reportagen. Mit dem LKW auf der Balkanroute und so. Bringt so etwas nicht mehr Lesespaß?*

Es wäre natürlich wünschenswert, wieder Platz für solche Stücke zu haben. Die *Motorwelt* zu verändern, ist allerdings ein langfristiger Prozess, der sicherlich noch das ganze Jahr in Anspruch nehmen wird.

Der Wissenschaftsjournalist **Martin Kunz,** vermutlich 54 Jahre, wurde in München geboren. An der Georg von Holtzbrinck-Journalistenschule ließ er sich journalistisch ausbilden, volontierte bei den *VDI Nachrichten*. 15 Jahre lang leitete er das Ressort Forschung, Technik, Medizin beim *Focus*. 2012 wechselte Kunz, der auch Autor von diversen Diät-Ratgebern ist, zur Akademie der Bayerischen Presse als deren Direktor. Seit vorigem Oktober ist er Chefredakteur der *ADAC-Motorwelt*.

Kritiker finden die Motorwelt *„zu brav und zu bieder". Es fehle an kritischen Berichten über die Automobilindustrie. Gehen Sie da ran?*

Dann gucken die Kritiker nicht richtig ins Heft. In unserer Rubrik „Murks" legen wir technische Probleme bei Motoren offen oder berichten über Reklamationen, die von den Herstellern nicht so bearbeitet werden, wie es sein sollte. Unser Ziel ist dabei immer die Problemlösung, sowohl technisch als auch für den Verbraucher.

Wie viel Veränderung können Sie sich überhaupt leisten? Wo man hinschaut, überall wird in den Redaktionen gespart.

Auch wir haben die Kosten im Auge zu behalten, das ist selbstverständlich. Unseren Lesern gegenüber, die ja die *Motorwelt* über ihren Mitgliedsbeitrag bezahlen, könnten und möchten wir einen Wandel zum Lust-und-Luxus-Heft gar nicht verantworten. Die *Motorwelt* wird ein vernünftiges Nutzwert-Magazin bleiben. . .

. . . das weiter von 35 Redaktionsmitgliedern produziert wird?

Für ein so auflagenstarkes, komplexes Magazin wie die *Motorwelt* ist das eine durchaus angemessene Größe. Ich bin dankbar, dass sich der ADAC hier nicht dem allgemeinen Trend vieler Medienhäuser anschließt.

Dann bewegt sich die Motorwelt wider den Trend in der Komfortzone?

Sie haben recht, dass es Corporate Magazinen derzeit etwas besser geht als frei Verkäuflichen. Das ist für uns erfreulich, aber natürlich überprüft auch der ADAC kritisch, wie sinnvoll diese Mitgliederleistung ist.

Warum soll ich eigentlich daheim auf der Couch die Motorwelt *lesen und die Konkurrenz* Auto Motor Sport *& Co. im Kiosk lassen?*

Das Alleinstellungsmerkmal des ADAC und damit der *Motorwelt* ist der unabhängige Sachverstand. In Landsberg unterhält der ADAC ein riesiges Test- und Technikzentrum, das unabhängig von Industrieinteressen Tests durchführt. So etwas leistet kein anderes Magazin in diesem Umfang. Auf die Testergebnisse des ADAC kann man sich auch künftig verlassen.

Noch ein Alleinstellungsmerkmal: Kein anderes Magazin ist so umfangreich gespickt mit Annoncen für Treppenlifte.

Das stimmt nicht ganz! Schauen Sie in die *Apotheken-Umschau*.

Okay, Sie konkurrieren in diesem Werbesegment mit der „Senioren-Bravo" – und teilen zugleich mit ihr das Image des „Rentner-Postillion".

Die MA belegt eindeutig, dass wir kein Senioren-Magazin sind. Die Altersgruppe der 35- bis 70-Jährigen ist bei uns homogen vertreten, wir haben sogar erfreulich viele junge Leser. Zum Beispiel Fahrschüler und Fahranfänger, deren Beratungsbedarf groß ist und die deshalb bei uns reinschauen. Im Übrigen, die Kernzielgruppe der Treppenlift-Annoncen sind nicht die Hochbetagten selbst, sondern deren Kinder. Die kaufen Treppenlifte nämlich in der Regel für ihre Eltern. Und es scheint zu funktionieren. Diese Hersteller sind neben den Reiseanbietern seit vielen Jahren unsere besten Werbekunden.

Foto: Martin Moser

AFAG WIR MACHEN MESSEN Termine

2015

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2016

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

fama Mitglied im Fachverband Messen und Ausstellungen

FKM Mitglied der Gesellschaft zur freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen

AFAG WIR MACHEN MESSEN

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

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

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

Stand: 23. 9. 2014

Anzeige bayernwerk