

# BJVreport

Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

Ausgabe 1/2017

Panoramafreiheit auf Schlossherrenart

Ärger bei der *Passauer Neuen Presse*

BJV-Stipendiat will schlicht überleben

Frankens Medien in der Social-Media-Welt

[www.bjv.de](http://www.bjv.de) / [www.djv.de](http://www.djv.de)



**Wollen sie nur  
spielen?**

**Journalisten  
und Leser  
im Dialog**

# Pressestellen A bis Z im BJVreport

Ab Seite 22 finden Sie die Einträge von Pressestellen aus den Bereichen Bildung/Wissenschaft (BW), 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)  
AOK Bayern (V)  
AUDI (U)

## B/C

Bauindustrie Bayern/Bayerischer  
Bauindustrieverband (VB)  
Bayerische Landesärztekammer (K)  
Bayerische Landes Zahnärztekammer (K)  
Bayerischer Gemeindefesttag (VB)  
Bayerischer Jagdverband (VB)  
Bayerngas (E)  
Bayernhafen Gruppe (VK)  
Bayernwerk (E)  
BayWa (U)  
bbw Bildungswerk 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

Flughafen München (VK)  
Fraunhofer-Institut für  
Integrierte Schaltungen IIS (BW)

## G/H

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

## I/J/K

Interhyp Gruppe (F)

## L/M

Landesvereinigung der Bayerischen  
Milchwirtschaft (VB)  
LEONI (U)  
LEW Lechwerke (E)  
LMU Ludwig-Maximilians-Universität  
München (BW)

## N

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

## O/P/R

OMV Deutschland (U)

## S

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/U

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

## V

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

## W

wbg Nürnberg Immobilien (U)

## Dank auch den Sonderinserenten:

- AFAG Messen und Ausstellungen
- Akademie der Bayerischen Presse
- bpb Bundeszentrale für politische Bildung
- GVB Genossenschaftsverband Bayern
- Presse-Versorgung (Versorgungswerk der Presse)



## Kontaktbörse „Pressestellen“

Die Rubrik „Pressestellen“ im *BJVreport* ist ein gern genutzter „Treffpunkt“ für Kammern, Verbände, Organisationen, Dienstleister und Unternehmen aus vielen Bereichen, die regelmäßige und fundierte Pressearbeit betreiben. Nutzen Sie diese Kontaktbörse, alle zwei Monate, ein ganzes Jahr lang für nur 1.300,- EUR 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](http://www.bjv.de) • **Planung/Abwicklung:** Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09183 / 9 52 44, Fax 9 52 45, [robert.macher@mediasued.de](mailto:robert.macher@mediasued.de)

## Wertvolle Wertschätzung



**Michael Busch**  
ist Vorsitzender des  
Bayerischen  
Journalisten-Verbands  
Foto: Silvio Wyszengrad

Wer Kinder hat und diese großziehen darf, weiß um einen wichtigen Aspekt der Erziehung. Um einen Punkt, der formt, der auf das Leben vorbereitet und vor allem Selbstverständnis und Selbstbewusstsein fördert. Es ist die Wertschätzung, die den Heranwachsenden entgegengebracht wird. Nicht nur ein dahingehudetes Lob, sondern die Vermittlung eines Gefühls, das vielen Tätigkeiten erst einen Sinn gibt.

Offensichtlich ist bei so manchem Menschen dieser Aspekt der Erziehung völlig vergessen worden. So in der Art, dass man nicht mehr die Hand vor den Mund hält, wenn man gähnt oder niesen muss. Ja, man kann das auch vergessen ...

Für uns Menschen im Journalismus ist das allerdings kein „Kavaliersdelikt“, es ist viel mehr. Fehlende Wertschätzung uns gegenüber hinterlässt Spuren. Der eine kann damit besser umgehen und raunt ein „Hauptsache ich weiß, was ich wert bin“, der andere kämpft irgendwann mit einem Burnout.

Wertschätzung ist das, was in den letzten Jahren abhandengekommen ist. Nicht nur vereinzelt, sondern in vielen Sparten, bei vielen Verlagen und Titeln, bei vielen Medienhäusern, bei der Arbeit im Generellen. Und leider oftmals auch in der öffentlichen Wahrnehmung.

Wertschätzung ist nicht immer mit Bezahlung gleichzusetzen, aber die Tariffucht in den Zeitungshäusern spiegelt wider, wie die Verantwortlichen diejenigen wertschätzen, die das Produkt erstellen. Das Nichtachten auf die erbrachten Zeiten, Ablehnungen gegenüber Zeiterfassungsmodellen, Ignoranz gegenüber der Endlichkeit eines gesunden Mitarbeiterlebens – all das hat mit fehlender Wertschätzung zu tun.

Freiberufliche Kollegen, die einen Hungerlohn erhalten und unter dem Druck „Irgendwer macht es schon billiger“ ihren Bestand wahren sollen – Wertschätzung? Fehlanzeige! Feste Freie beim BR, die bei marginalen Erhöhungen bei den Festangestellten die Angst haben

müssen, dass sie entweder weniger Aufträge und/oder weniger Geld bekommen – Wertschätzung? Noch eine Fehlanzeige!

Die Liste ist lang, die das Verhältnis von Arbeitgebern zu ihren Mitarbeitern betrifft. Doch die Liste wird nicht kürzer, wenn es um den Kunden geht. Immer noch kostenfreie Angebote im Internet hinterlassen den Odem der Wertlosigkeit. Politische Entscheidungen lassen den Bürger am Boten zweifeln und an dessen Wert, selten dagegen am Entscheider. Lügenpresse und Fake-Nachrichten sind ein Teil dieser Äußerungen.

Für uns Journalisten, für den BJV, sollte das Wissen darum eines sein: eine neue Motivation, sich für die Belange in unserer Gilde einzusetzen. Die Kollegen des *Obermain-Tagblattes* haben bereits die Vorlage geliefert, die für unser Metier oben anstehen sollte. Sie haben einen Begriff in die Öffentlichkeit gebracht, den wir leider viel zu sehr haben verstauben lassen. Wertschätzung!

Lasst uns unseres (journalistischen) Wertes wieder bewusst werden. Lasst uns unsere Leistung nicht unter Preis verkaufen. Lasst uns die Wertschätzung einfordern, die wir verdienen und nicht als Mitleid gebrauchen. Das muss jeder Einzelne handhaben, das müssen wir als Gemeinschaft einfordern. Wir im BJV werden uns dafür einsetzen, brauchen aber jedes einzelne Mitglied, denn nur gemeinsam sind wir stark. Und genau das sollten wir als Erstes wertschätzen, dann haben wir auch eine Chance, dass unser Bild sich wieder positiv entwickelt.

Nachsatz: Schätzen Sie auch Ihre Gewerkschaft, Ihren Berufsverband wert. Mischen Sie am 18. und 19. März mit, wenn die medienpolitischen Weichen des BJV in Bamberg wieder gestellt werden. Durch Anträge, aber auch durch die Wahl des geschäftsführenden Vorstandes.

*Michael Busch*



**Michaela Schneider**  
Leitende Redakteurin  
Foto: Günter Schneider

## Abschied vom Einbahnstraßenprinzip

Früher war das Journalistendasein einfacher? Nein, aber anders. Der Dialog zwischen Journalist und Leser verlief steuerbarer, weil meistens nach dem Einbahnstraßenprinzip verfahren wurde. Nur wer sich ganz besonders ärgerte, rief einmal in der Redaktion an. Wer mitreden wollte, schrieb in aller Besonnenheit einen Leserbrief. Und heute? Seriöse Medien erreichen breite Bevölkerungsschichten nicht mehr. Gleichzeitig kann in Social-Media-Zeiten schon eine kurze Veröffentlichung genügen – und eine Redaktion wird in Windeseile von Hassern und Hetzern digital überrollt. Mancher Verlag hat inzwischen die Reißleine gezogen und Kommentarfelder abgeschaltet, wie in unserer Titelstrecke zu lesen ist. Wir waren bei einem „Hate Slam“, haben mit einem Medienethiker gesprochen und Anwalt Chan-jo Jun besucht, der Facebook den juristischen Kampf angesagt hat. Gleichzeitig bietet die Möglichkeit zum direkten Dialog zwischen Journalist und Mediennutzer neue Chancen. Davon sind unsere Gastautoren, Studenten der Universität Eichstätt, überzeugt. **Ab Seite 12**

Ganz intensiv in eine Recherche einzusteigen – davon träumt fast jeder Journalist. Doch meist fehlt die Zeit und erst recht das Geld. Als „eine von vielen Antworten auf die Medienkrise“ bezeichnet sich deshalb das gemeinnützige Recherchezentrum *Correctiv*. **Seite 30**

Panoramafreiheit auf Schlossherrenart erlebt, wer den Nymphenburger Schlosspark oder Nürnbergs Kaiserburg ablichten will. Denn die Bayerische Schlösserverwaltung lässt Film- und Fotoaufnahmen nur mit Genehmigung zu und fordert vom Fotografen sämtliche Nutzungsrechte ein. **Seite 32**

Und noch etwas gefällt uns nicht: Verlegerin Simone Tucci-Diekman verweigert nach wie vor jegliches Gespräch mit den Gewerkschaften. Deshalb protestierten Mitarbeiter der *Passauer Neuen Presse* erneut laut und öffentlich. Die „Wertschätzer“ vom *Obermain-Tagblatt* demonstrierten ebenfalls wieder, diesmal in Würzburg. **Seite 31 und 33**



**Stefan Puchner**  
Foto: Eva Götz

## Der Ruf ins digitale Megafon

Klar, wir Journalisten wollen unsere Leser, Zuschauer und Zuhörer erreichen. Möglichst viele. Und so rufen wir wie der Journalist auf dem Cover des *BJVreport* möglichst laut ins digitale Megafon. Doch das Eis ist glatt, allzu schnell kann aus dem schönen Spiel eines fairen Meinungsaustauschs bitterer Ernst werden. Das erzählt unser Fotograf Stefan Puchner gemeinsam mit den Nachwuchsspielern des Augsburger Eislaufvereins AEV (Deutsche Nachwuchsliga) auf **Seite 12** bildlich weiter. Der gebürtige Münchner wuchs im Allgäu auf und lebt heute in Augsburg. Seit 1991 arbeitet er als freier Bildjournalist unter anderem für die *dpa*, *Süddeutsche Zeitung* und zahlreiche andere Publikationen. Zusätzlich absolvierte er an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing ein Abendstudium zum Kommunikationswirt und textet und fotografiert für verschiedene PR-Kunden.  
[www.stefanpuchner.info](http://www.stefanpuchner.info)

<b>Kaleidoskop</b>	
<b>Medienköpfe</b>	<b>6</b>
<i>Neues aus der Medien-Szene</i>	
<b>Social Media auf Papier</b>	<b>7</b>
<i>Neues aus der Netz-Szene</i>	
<b>Verband</b>	
<b>Was wir uns wert sind</b>	<b>8</b>
<i>Beim Journalistentag werden Weichen gestellt</i>	
<b>Vorschau auf BSW-Seminare 2017</b>	<b>10</b>
<b>Titel</b>	
<b>Liberalitas Bavariae!</b>	<b>12</b>
<i>Meinungsfreiheit wird auf die Probe gestellt</i>	
<b>Was tun gegen Hass im Netz?</b>	<b>15</b>
<i>Ein Medienethiker unterbreitet Vorschläge</i>	
<b>Bild des enthaupteten Mädchens noch online</b>	<b>16</b>
<i>Anwalt verklagt Facebook wegen Hassposts und mehr</i>	
<b>Ohne Fingerzeig dem Hass trotzen</b>	<b>18</b>
<i>Ein Besuch bei einem Hate Slam</i>	
<b>Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit</b>	<b>19</b>
<b>Im Auge des Sturms</b>	<b>20</b>
<i>Warum sich der Dialog zwischen Medien und Lesern ändern muss</i>	
<b>Pressestellen</b>	<b>22</b>
<b>Medienszene</b>	
<b>„Wir sind eine von vielen Antworten auf die Medienkrise“</b>	<b>30</b>
<i>Ein Blick aufs gemeinnützige Rechercheprojekt Correctiv</i>	
<b>Kein Grund für Entschuldigungen</b>	<b>31</b>
<i>Streit bei der PNP</i>	
<b>Panoramafreiheit auf Schlossherrenart</b>	<b>32</b>
<i>Film- und Fotoaufnahmen nur mit Genehmigung erlaubt</i>	
<b>Interessensvertretung für feste Freie beim BR</b>	<b>33</b>
<b>Auskuriert in Bayreuth</b>	<b>34</b>
<i>Proteste beim Nordbayerischen Kurier</i>	
<b>„Wertschätzer“ demonstrieren auch in Würzburg</b>	<b>34</b>
<b>Sendeloch in der Radioseele</b>	<b>35</b>
<i>afk M94.5 verliert die UKW-Frequenz</i>	



## Kurier: Nimmer näher dran!

Beim *Nordbayerischen Kurier* mit Sitz in Bayreuth sollen bis Mitte 2017 zahlreiche Arbeitsplätze abgebaut werden: Die Schocknachricht erreichte die Mitarbeiter Anfang Dezember. Mit einer Protestaktion im Anschluss an einen „Hate Slam“ machten sie nun die Leserschaft auf die Pläne der Südwestdeutschen Medienholding (SWMH) aufmerksam. „Auskuriert? Jobverlust ist Qualitätsverlust“ war auf Plakaten zu lesen, „Kurier: Nimmer näher dran!“ stand auf den Pullovern der Protestierenden. Mehr zum Thema *Nordbayerischer Kurier*: **Seite 34.**

Foto: Eric Waha

<b>Verband</b>			
<b>Mehr Tweets, mehr Klicks, mehr Apps – mehr Geld?!</b>	36	<b>„Handwerklich Korrektes bleibt auf der Strecke“</b>	40
<i>Fränkische Medien in der Social-Media-Welt</i>		<i>Seit 1973 gibt es in Mainfranken einen BJV-Bezirksverband</i>	
<b>Die Wahrheit als das beste Bild</b>	36	<b>Leserbrief</b>	41
<b>BJV-Vertreter in Gremien</b>	36	<b>Service</b>	
<b>Integration durch Medien – ein Auslaufmodell?</b>	37	<b>Recht</b>	42
<b>Pressepolitik nach Gutsherrenart</b>	37	<i>Mein Schloss, mein Park, mein Bild!</i>	
<b>Einsatz für Informationsfreiheit</b>	37	<b>Rezensionen</b>	43
<b>Weiter drei Frauen an Bezirksverbandsspitze</b>	37	<b>Technik</b>	44
<b>Der Vorstand unterwegs</b>	37	<i>Sich präsentieren und recherchieren</i>	
<b>„Immer wieder um 180 Grad drehen“</b>	38	<b>Termine</b>	46
<i>DJS-Stipendiat will in München schlicht überleben</i>		<b>Zur Person</b>	
<b>Tacheles reden</b>	39	<b>Jubilare</b>	47
<i>Als Erfolgsteam unterstützen sich Journalisten gegenseitig</i>		<b>Nachrufe</b>	48
		<b>Sagen Sie mal ...</b>	
		<b>„Man muss mich manchmal bändigen“</b>	49
		<i>Harald Lesch, die Naturwissenschaften und der Protest der AfD-Wähler</i>	

### IMPRESSUM

#### Herausgeber:

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

#### Verantwortlich im Sinne des Presserechts:

Michael Busch, 1. Vorsitzender,  
busch@bjv.de  
Tel. privat 09135 7279350  
Tel. Büro 09132 745-022  
Fax Büro 09132 745-29

#### Anschrift der Redaktion:

Michaela Schneider, Joseph-Seitz-Straße 37,  
97076 Würzburg  
Tel. 0931 45461280, mobil 0151 27088064  
ich-schreibe@t-online.de

#### Leitende Redakteurin:

Michaela Schneider, ich-schreibe@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:

Stefan Puchner (F), Eva Götz (F), Michael Busch (T),  
Silvio Wyszengrad (F), Günter Schneider (F),  
Michaela Schneider (T, F), Thorsten Jander (F),  
Fabian Hähnlein (F), Dietmar Gust (F), Barbara  
Andres (F), Bastian Lindner (F), Luise Aedtner (F),  
Thomas Mrazek (T, F), Alois Knoller (T), Peter Eberts  
(F), Senta Krasser (T), Leopold Stübner (F), Maria  
Goblirsch (T, F), Thomas Balbierer (T, F), Matthias  
Reinelt (T, F), Jonas Helm (F), Daniel Hofer (F),  
Tobias Köhler (F), Traudl Baumeister (T, F), Nicole  
Heupel (T), Christian Melis (T), Sabrina M. Melis (F),  
Manuel Stark (F), Oliver Kluge (T), Johannes Michel  
(F, T), Matthias Bak (F), Florian Bachmeier (F), Udo  
Dreier (F), Jens Hartmann (F), Eric Waha (F),  
Johannes Vogl (B)

Gestaltung: Kessler Druck + Medien GmbH & Co. KG  
Titelbild: Stefan Puchner

#### Verantwortlich für Anzeigen:

Mediasüd  
Robert Macher  
Tel. 09183 952-44, Fax -45  
robert.macher@mediasued.de

#### Anzeigenvorlagen (CMYK) per Mail

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

#### Auflage: 8300 Exemplare

Erscheinungsweise: zweimonatlich

Redaktions- und Anzeigenschluss  
für Ausgabe 2/2017: 19. März 2017  
Erscheinungstermin: 19. April 2017

ISSN: 0947-8337

Copyright 2016 by BJV & Autoren

#### Druckerei:

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



**Christian Nitsche**, Zweiter Chefredakteur von „ARD aktuell“ in Hamburg, kehrt zum *BR* zurück, um Nachfolger von **Sigmund Gottlieb** (@SigmundGottlieb) zu werden, der nach 22 Jahren als Fernseh-Chefredakteur in den Ruhestand geht. Nitsche, Jahrgang 1971, war bereits als Korrespondent und Pressesprecher für den *BR* tätig. Vom 1. April an wird er als erster medienübergreifender Chefredakteur den Programmbereich „Aktuelles“ auch für Hörfunk und Online verantworten. Die trimediale Leitung von „Politik und Wirtschaft“ übernimmt die Vize-Leiterin von „B5 aktuell“ **Andrea Kister**, 56.

Zu Springer wechselt **Johannes Boie** (@johannesboie). Der Redakteur der *Süddeutschen Zeitung* ist seit Februar einer von zwei Assistenten des Vorstandschefs **Mathias Döpfner**. Welche Aufgaben der 33-Jährige dort genau erfüllen soll, ist nicht bekannt. Boie volontierte bei der *SZ*, entwickelte und leitete die digitale Zeitungsausgabe und schrieb ressortübergreifend über Digitales in Politik und Medien.



**Markus Kavka** (@markuskavka), das Gesicht des deutschen Musikfernsehens, verstärkt seit Januar das Team der Münchner Jugendradiowelle *egoFM*. So erzählt Kavka samstags in einer zweistündigen Sendung die Geschichte hinter Songs. Der Journalist und DJ, 1967 in Ingolstadt geboren, moderiert im TV diverse Sendungen über Musik und Fußball.



Dort, wo sie einst selbst die Schulbank drückte, wird sie bald Chefin: **Henriette Löwisch** (@to\_a\_nomad) leitet von Juli 2017 an die Deutsche Journalistenschule in München. Sie folgt auf **Jörg Sadrozinski** (@jsadro), der nach sechs Jahren an der Spitze der Ausbildungsstätte wieder aktiv journalistisch tätig sein will. Löwisch pendelt derzeit noch zwischen Berlin und Missoula, Montana, wo sie an der dortigen Universität Umwelt- und Wissenschaftsjournalismus unterrichtet. Zuvor war die Professorin und Autorin des Leitfadens *Journalismus für Dummies* Auslandskorrespondentin und Chefredakteurin der Nachrichtenagentur AFP. Aus den USA bringe sie, lobt die *DJS*, digitale Medienpraxis mit, aber auch das Wissen darum, wie entscheidend Unabhängigkeit, Glaubwürdigkeit und Weltoffenheit für den Journalismus sind.

Foto: Dietmar Gust



**Johannes Patzig** (@JohannesPatzig) übernimmt im März die Redaktionsleitung von *GQ.de*. Der 36-Jährige startete seine journalistische Karriere beim *afk* in München, anschließend volontierte und arbeitete er beim *Münchner Merkur*. Zuletzt baute er ein Redaktionsteam bei der Digital-Agentur Plan.Net Pulse auf. Patzig folgt beim Männermagazin auf **Andreas Laux** (@teutoburger), der jetzt für Amazon arbeitet.

**Burkhard Großmann**, Geschäftsführer der BurdaNews (unter anderem *Focus*), übernimmt bei Burda eine weitere Aufgabe: als dritter Geschäftsführer (neben Michael Samak und Stefan Zarnic) der zentralen Vermarktungsorganisation BCN. Dort soll sich

Großmann vor allem um die Betreuung der Mediaagenturen kümmern.

**Carsten Pfefferkorn**, 45, ist zurück im Programmzeitschriften-Geschäft: Der langjährige Chefredakteur unter anderem des *Gong* übernimmt am Funke-Standort in Ismaning die Leitung der Titel *TV direkt* und *nurTV*. Vorgängerin **Katharina Lukas** geht nach 20 Jahren von Bord.



Mit **Julia Bönisch** (@julia-boenisch) hat das Online-Angebot der *Süddeutschen* eine neue Chefredakteurin, die gemeinsam mit **Stefan Plöching** (@ploechinger) eine Doppelspitze bildet. Die 36-Jährige arbeitet seit 2007 bei *SZ.de* und war bislang Plöchingers Stellvertreterin. Wäh-

rend sich Bönisch auf das Tagesgeschäft und die Weiterentwicklung von *SZ.de* konzentriert, kümmert sich ihr Ko-Chef um strategische Themen. **Peter Lindner** (@PeLindner) bleibt im Führungstrio von *SZ.de* Vize-Chef und Ressortleiter Politik.

**Arno Makowsky** ist nach zwei Jahren als Vize-Chefredakteur des *Tagesspiegel* ausgeschieden. Von seiner Heimatstadt München aus schreibt er für das Berliner Blatt als Autor weiter. Von 2008 bis zu ihrer Insolvenz 2014 war Makowsky Chefredakteur der Münchner *Abendzeitung*.

**Jürgen Todenhöfer** (@J\_Todenhoefer) ist von Verleger und Chefredakteur **Jakob Augstein** (@Augstein) zum Herausgeber der Wochenzeitung *Freitag* berufen worden. Der Publizist und langjährige Burda-Manager erregte zuletzt Aufsehen mit dem Buch *Inside IS*.



**Dieter Reinhardt** ist zum Jahreswechsel an die Spitze der *Fränkischen Landeszeitung* in Ansbach aufgerückt. Der bisherige stellvertretende Chefredakteur löste **Peter M. Szymanowski** ab, der nach mehr als drei Jahrzehnten bei der *FLZ* nun Ruheständler ist.

**Birgit Nössing** (@BirgitNoessing), die seit 2011 beim Sportnachrichtensender *Sky Sport News HD* moderierte, steht seit Februar in München für den neuen Olympia-Sender *Eurosport* vor der Kamera. Die frühere Skirennläuferin und studierte Journalistin soll eines der Sendergesichter bei den Winterspielen in Pyeongchang werden.

Senta Krasser

Fotos: Thorsten Jander (NDR), Fabian Hählein, Barbara Andries, Bastian Lindner, Luise Aedtner

## Transparenz und in die Zukunft spinnen

Und schwups, war es wieder mal passiert: Deutschland um kurz nach 10 Uhr am Dienstag, 17. Januar 2017. *Das Erste*, *Phoenix*, *Spiegel Online*, *Zeit Online*, der RTL-Chefkorrespondent, der MDR, *Stern.de* – sie alle verschickten Eilmeldungen via *Twitter* und als Push-Nachricht mit dem Inhalt: „Bundesverfassungsgericht verbietet NPD“. Diesen Fauxpas der Kollegen meldete der NDR auf seiner Website und musste nachträglich mitteilen, dass ebenso in einer Sendung des NDR-Hörfunks versehentlich die **Falschmeldung** rausging. Auch die BR-Radionachrichten berichteten über das angebliche NPD-Verbot. Ein besonders ärgerlicher Fehler, alle Redaktionen grämten sich. An potenziell immerhin 1,71 Millionen seiner *Twitter*-Nutzer (@zeitonline) sendete *Zeit Online* die Falschmeldung. Dort erklärte die Chefin vom Dienst, Rieke Havertz, bereits um 11:44 Uhr ausführlich: „Wie unsere falsche Eilmeldung zum NPD-Urteil zustande kam“ ([bjvlink.de/glashaus-mpd](http://bjvlink.de/glashaus-mpd)).

### Online-Journalismus im Glashaus

Havertz (@havpost) veröffentlichte diesen Text im **GLASHAUS** – dem Transparenzblog von *Zeit Online*. Seit Dezember betreibt die – in Berlin in gläsernen, von außen einsehbaren Räumen ansässige – Online-Redaktion dieses Zusatzangebot unter [blog.zeit.de/glashaus](http://blog.zeit.de/glashaus). Das Blog soll ein Ort sein, „an dem wir die internen Debatten über unsere Arbeit hin und wieder nach außen tragen können“, erklärte Chefredakteur Jochen Wegner (@Jochen) zum Start. „Im Glashaus sammeln wir ab sofort auch unsere Fehler: alle Fälle, in denen wir uns gravierend korrigieren mussten – bis-



„Glashaus“ nennt sich das Transparenzblog von *Zeit Online*. Berichtet wird hier auch über die eigenen Fehler. Screenshot: Thomas Mrazek

her werden Korrekturen nur in den Beiträgen selbst kenntlich gemacht.“ Neben Fehlern werden in diesem Blog auch für die Leser unklare oder umstrittene redaktionelle Handlungsweisen erklärt. Unter den ersten Beiträgen finden sich etwa Themen wie „Wann wir die Herkunft eines Tatverdächtigen nennen“, „Warum wir fast nie über Straftaten berichten“ oder „Wie unser ‚Was wir wissen‘ entsteht“. Die Leser können diese Beiträge kommentieren oder Themen, die sie interessieren, vorschlagen. „Mit der zunehmenden Kritik an der Arbeit von Journalisten hat, so merken wir, auch das aufrichtige Interesse daran zugenommen“, sagt Wegner.

### Keine Raketenwissenschaft

Personen, die Ansichten wie „Ihr werdet doch alle von Merkel gesteuert“ vertreten, erreicht man mit solchen Angeboten wohl nicht. Doch tatsächlich erfährt man immer wieder bei Gesprächen mit Lesern, Hörern oder Zuschauern, dass diese über die Arbeitsweisen von Redaktionen und Journalisten nur wenig oder ungenau Bescheid wissen und gerne mehr darüber wüssten. Journalismus ist keine Raketenwissenschaft und gerade über Online-Kanäle bieten sich gute Möglichkeiten, dem Publikum wieder oder noch näher zu kommen und redaktionelles Arbeiten transparent zu machen. Ganz neu

sind diese Erkenntnisse nicht, Wissenschaftler wie der Eichstätter Medienprofessor Klaus Meier propagieren dies schon seit gut einem Jahrzehnt, und in den vergangenen Jahren haben auch einige Kollegen und Medien experimentiert, um das Publikum noch besser einzubinden. Transparenz und Dialogfähigkeit könnten für Medien in Zeiten von Fake News, unsachlicher Medienkritik und Kriegserklärungen von Politikern mehr denn je wertvoll sein, um das Publikum für sich zu gewinnen.

### Sachliche Medienkritik

Beitragen kann dazu fundierte Medienkritik. Seit einem Jahr kritisieren die Medienjournalisten Stefan Niggemeier (@niggi) und Boris Rosenkranz (@der\_rosenkranz) mit ihrem Angebot **übermedien** ([uebermedien.de](http://uebermedien.de)) Medien. Das Blog sei „nicht der zwanzigste Branchendienst. Wir richten uns auch an Journalisten, in erster Linie aber an alle, die Medien nutzen – also: an alle. Wir zeigen, was schief läuft in den Medien, aber auch ihre Glanzleistungen.“ Angenehm fällt auf, dass die beiden Betreiber und einige freie Autoren ausgeruhte und analytische Stücke zur Medienkritik bieten. Die versprochenen Glanzleistungen muss man indes mit der Lupe suchen – vielleicht gibt es nicht genügend? Zur Abwechslung werden wahnwitzige Marotten der Medienbranche in Videoclips durch den Kakao

gezogen (Beispiel: Rosenkranz' Video „Da wölbt sich ja was!“ über [Bunte.de](http://Bunte.de), [bjvlink.de/woelbungsredakteur](http://bjvlink.de/woelbungsredakteur), 4:55 Min.). Nutzwert und Inspiration – etwa für die Berichterstattung zur Bundestagswahl – gibt es in Beiträgen zum Thema AfD. Bereits im Mai mahnte Niggemeier deutlich, dass Journalisten keinen „Kampf gegen die AfD“ zu führen haben ([bjvlink.de/afd](http://bjvlink.de/afd)).

### Geschichten anders erzählen

Experimente und Ideen, Fragen und Antworten rund um digitale Medien – darum ging es am 11. und 12. Februar beim zweiten **Digital Media Camp** (#dmcmuc) des Media Lab Bayern (@MediaLab-Bayern, [medialab-bayern.de/digital-media-camp](http://medialab-bayern.de/digital-media-camp)). Wir haben für Journalisten besonders interessante Inhalte dieses Barcamps rausgepickt: [bjv.de/dmcmuc](http://bjv.de/dmcmuc).

„Geschichten erzählen, aber nicht so, wie das schon immer gemacht wurde.“ Das „story:first – digital storytelling lab“ will hierfür Kreative aus allen Bereichen zusammenführen. Interessenten können sich mit ihrem Medienprojekt bis 24. März 2017 bewerben. **story:first** ist eine gemeinsame Initiative des Bayerischen Rundfunks mit dem Bayerischen Filmzentrum, Transmedia Bayern e.V. mit Unterstützung des FilmFernsehFonds Bayern: [storyfirst.de](http://storyfirst.de).

Thomas Mrazek (@tmrazek)

### Gezwitschert

Die Klammern hinter einigen  Namen sind die *Twitter*-Adressen der Kollegen beziehungsweise Medien. Bereits über 4300 Nutzer folgen übrigens dem BJV bei *Twitter*: @bjvde.

Der BJV ist zudem täglich für Sie im Netz: [bjv.de](http://bjv.de), [facebook.com/bjvde](http://facebook.com/bjvde) und am Freitag [bjv.de/newsletter](http://bjv.de/newsletter).



Im März werden Bayerns Journalisten in der fränkischen Welterbe-Stadt Bamberg tagen.

Foto: Bamberg Congress + Event GmbH/Peter Eberts

## Was wir uns wert sind

Beim Bayerischen Journalistentag in Bamberg am 18./19. März werden Weichen gestellt

Von Alois Knoller

„Königsmord und kleinere Bamberger Sünden“ können bei den Gassenspielen in den Winkeln der mittelalterlichen Altstadt Touristen erfahren. Die bayerischen Journalisten trachten indes in der Konzert- und Kongresshalle Bamberg danach, einen handlungsfähigen Vorstand zu wählen und mutige Strategien für eine Medienlandschaft im rasanten Wandel zu entwickeln. Für kleinere Sünden mag beim Bayerischen Journalistentag am 18./19. März in der fränkischen Welterbestadt bei einem Rauchbier am Rande noch Gelegenheit sein.

### Frühzeitig Rechtssicherheit

Warum muss die BJV-Mitgliederversammlung im Jahr 2017 so früh sein? Der Vorstand möchte mit einem verabschiedeten, konsensfähigen Etat wirtschaften. „Solange wir uns nicht um jeden Euro Gedanken machen mussten, konnten wir uns erlauben, den Verbandsetat erst im Mai oder Juni zu beschließen“, sagt der Vorsitzende Michael

Busch. Angesichts rückläufiger Finanzmittel sollte indes früh Rechtssicherheit bestehen, wofür der Verband das Geld seiner Mitglieder einsetzen will. Schatzmeister Markus Hack kann es schließlich nur einmal ausgeben.

Eines steht für BJV-Chef Busch fest: An den Dienstleistungen einer Gewerkschaft und eines Berufsverbands wird nicht gespart. Die rund 7600 BJV-Mitglieder erwarten umgehende, kompetente Beratung und Vertretung ihrer Interessen. „Wir sind der größte Landesverband, bei uns fallen viele Rechtsfälle aus allen Bereichen journalistischer Arbeit an“, weiß Busch. Eine entsprechend besetzte Geschäftsstelle sei unbedingt erforderlich, um den Mitgliedern gerecht zu werden.

Freilich erwartet Michael Busch auch vermehrt ehrenamtliches Engagement. Es sei unverzichtbar, je stärker sich die Medienlandschaft in Bayern zersplittert. Busch denkt hier vor allem an Verlagshäuser, die aus der Tarifbindung ausscheren und die man künftig nur mit aufwändigen Verhandlungen zu verbind-

lichen Arbeitsbedingungen und Lohnstrukturen wird bewegen können. Auch der *Bayerische Rundfunk* werde zur Baustelle, wo alte Sicherheiten ins Bröckeln geraten. Vor allem freiberufliche Kollegen müssen um die Wahrung ihrer Interessen ringen.

### „In Demokratie gut so“

Auch die anstehenden Neuwahlen des Vorstands könnten spannend werden. Alle Posten im geschäftsführenden Vorstand sind neu zu besetzen. Der komplette aktuelle Vorstand – neben Michael Busch und Markus Hack gehören ihm Hilde Stadler, Daniela Albrecht und Ralph Bauer an – wird erneut kandidieren. Zudem will sich erstmals die freie Journalistin Marion Trutter, Mitglied im Vorstand der BJV-Fachgruppe freie Journalistinnen und Journalisten, um das Amt der stellvertretenden Vorsitzenden bewerben. Weitere Kandidaten können sich übrigens auch noch direkt vor Ort zur Wahl stellen. „Und das ist in einer Demokratie auch gut so“, sagt Busch. Für die Abstimmung sollte in Bamberg genügend Zeit sein, zumal in jüngerer Vergangenheit vermehrt geheime Wahlen aus der Versammlung heraus verlangt wurden. Die Regie des Journalistentags sieht vor, dass diese Tagesordnungspunkte am Samstag erledigt werden. Als Auftakt zur Mitgliederversammlung wird Julia Bönisch, Chefredakteurin von *SZ.de* einen Impulsvortrag „Equal

Pay Day 2017 – Ausbildung Chancen, Bezahlung im Journalismus“ halten. Dennoch sollte der zweite Versammlungstag die Möglichkeit offen lassen, in aller Ruhe anstehende Themen zu beraten.

Und davon gibt es in Zeiten postfaktischer Wahrnehmung der Wirklichkeit und gezielt gestreuter Fake News wahrlich genug. Das „Jahr der Ausbildung“, das der BJV 2017 ausgerufen hat, wirft die Frage auf, mit welchem Wissen und welchen Fertigkeiten der Journalist der Zukunft ausgestattet sein sollte. Die Wertschätzung des Journalismus leidet unter „Lügenpresse“-Vorwürfen. „Wir sollten uns bewusst sein, was unsere tägliche Arbeit in den Redaktionen wert ist“, rät Michael Busch. Das gilt natürlich auch in Sachen Solidarität der Festen mit den Freien: Schnell mal auch ein Foto zu schießen oder kurz mal in der Freizeit einen Termin wahrzunehmen, sollte nicht üblich werden.

Schließlich wird der Bayerische Journalistentag auch wieder eine Plattform bilden, Kollegen aus anderen Verlagen und anderen Regionen des Freistaats zu begegnen – etwa beim gemeinsamen Abendessen am Samstagabend in den Harmonie-Sälen. Sie gehören zu dem im Jahr 2003 sanierten E.T.A.-Hoffmann-Theater am Schillerplatz.

## Zweierlei Hörnla und Welterbe

Die fast 1000-jährige Tradition der Braukunst Bambergs lädt allemal zur Verkostung ein. Dabei lässt sich auch erkunden, warum die Stadt zweierlei Hörnla hat. Und sollten sich im März schon frühlinghafte Temperaturen einstellen, liegt ein Rundgang durch die Welterbe-Altstadt mit Fachwerk-Romantik und dem Flair von Klein-Venedig nahe. Oder der Aufstieg zum stolzen Kaiserdom auf einem der sieben Hügel, auf denen Heinrich II. das fränkische Rom gegründet hat. Immerhin wurde der Bau vor einem Jahrtausend in nur zehn Jahren schneller vollendet als Elphi in Hamburg und BER in Berlin.

Bamberg ist nicht zuletzt auch Sitz der Mediengruppe Oberfranken mit ihrem Haupttitel *Fränkischer Tag*. Mit einer Auflage von rund 100.000 Zeitungen spielt sie im bayerischen Medienkonzert vernehmbar mit.

Die Einladung mit dem Anmeldeformular zur Tagung in der Konzert- und Kongresshalle ist den Mitgliedern bereits zugegangen.



Im Hegelsaal in der Konzert- und Kongresshalle werden die Verbandsmitglieder tagen. Dort ist Platz für bis zu 665 Gäste.

Foto: Bamberg Congress + Event GmbH/Peter Eberts

# akademie! der bayerischen presse

# 2017

[www.abp.de](http://www.abp.de) **Programm**

- Print · Auffrisch-Kurse
- Online · Multimedia · Digitales
- Foto · Layout
- PR · UK · Corporate Publishing
- Rhetorik · Moderation
- Fernsehen · Radio
- Redaktions-Management
- Spezialkurse Fachzeitschriften
- Inhouse-Seminare

## Aktuelle Seminare

- **Vor der Kamera, hinter der Kamera:  
Ich und mein Webvideo (20.–22.03.)**
- **Newsletter – für Journalisten (30.–31.03.)**
- **Change Management in Redaktionen  
(12.–13.04.)**
- **Apps konzipieren (27.–28.04.)**
- **Reichweite steigern – Websites, Blogs,  
Social Media (02.05.)**

Das **Akademie-Programm 2017** bietet in mehr als 280 Volontärs-Kursen und Seminaren journalistische Aus- und Weiterbildung für Einsteiger und Redaktionsprofis.

### Akademie der Bayerischen Presse

Rosenheimer Str. 145c · 81671 München · Telefon 089 4999920

Do you like it? [www.facebook.com/Akademie der Bayerischen Presse](https://www.facebook.com/Akademie%20der%20Bayerischen%20Presse)

Hier finden Sie alle für 2017 geplanten Seminare des Bildungs- und Sozialwerkes des BJV (BSW).

Informationen zu den Seminarinhalten und eine PDF-Broschüre mit allen Angeboten finden Sie unter: [bjv.de/seminare](http://bjv.de/seminare).

Im Laufe des Jahres werden sicherlich noch weitere Seminare hinzukommen. Wir informieren darüber in unseren Mails an Mitglieder, in unserem Newsletter ([bjv.de/newsletter](http://bjv.de/newsletter)) und auf unseren Angeboten in den sozialen Netzwerken Facebook ([facebook.com/bjvde](https://facebook.com/bjvde)) und Twitter ([twitter.com/bjvde](https://twitter.com/bjvde)).

Falls Sie Fragen oder Wünsche haben, können Sie sich jederzeit an uns wenden: Monika Schulz in der BJV-Geschäftsstelle: [schulz@bjv.de](mailto:schulz@bjv.de) und Thomas Mrazek, ehrenamtlicher Bildungsbeauftragter im BJV: [kontakt@thomas-mrazek.de](mailto:kontakt@thomas-mrazek.de).

**Die Angebote sind nach Datum aufsteigend aufgelistet.**

### Verbraucherjournalismus – mit der Leserperspektive punkten

**Referentin:** Dr. Barbara Brandstetter, Professorin für Wirtschaftsjournalismus an der Hochschule Neu-Ulm, [www.verbraucherjournalismus.de](http://www.verbraucherjournalismus.de)

**Datum:** Mittwoch, 8. März 2017, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München

**Teilnehmerzahl:** 15

**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

### Einmal recherchieren, x-mal veröffentlichen: Akquise, Mehrfachverwertung und Exposé

**Referenten:** Marion Trutter, Journalistin und Coach, [www.marion-trutter.de](http://www.marion-trutter.de), und Dennis Amour, Justiziar und Stellvertreter Geschäftsführung BJV

**Datum:** Donnerstag, 9. März 2017, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

**Veranstaltungsort:** Presseclub Nürnberg

**Teilnehmerzahl:** Zehn

**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

### Xing verstehen und richtig nutzen – Einführung und Strategien

**Referentin:** Bente Matthes, Online-Journalistin, [www.missmatthes.com](http://www.missmatthes.com)

**Datum:** Mittwoch, 22. März 2017, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München

**Teilnehmerzahl:** Zwölf

**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

### Twitter verstehen und richtig nutzen – Einführung und Strategien

**Referentin:** Bente Matthes, Online-Journalistin, [www.missmatthes.com](http://www.missmatthes.com)

**Datum:** Mittwoch, 29. März 2017, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München

**Teilnehmerzahl:** Zwölf

**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

### Steuer-Know-how leicht gemacht – Buchhaltung im Griff – für Freiberufler

**Referentin:** Constanze Elter, Journalistin, Dozentin und Moderatorin, Steuern – leicht gemacht! [www.constanze-elter.de](http://www.constanze-elter.de)

**Datum:** Montag, 3. April 2017, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München

**Teilnehmerzahl:** Zwölf

**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

### Reden kann doch jeder – Kamera-Training

**Referenten:** Klaus Reindl, langjähriger Sprecher ADAC, PR-Berater, und Markus Valley (Kamera), Video-Journalist, Medienpädagoge; Autor von „Das VideoTrainingsBuch“, [vj-coach.de](http://vj-coach.de)

**Datum:** Freitag, 7. April 2017, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München

**Teilnehmerzahl:** Zwölf

**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

### Snapchat verstehen und richtig nutzen – Einführung und Strategien

**Referentin:** Bente Matthes, Online-Journalistin, [www.missmatthes.com](http://www.missmatthes.com)

**Datum:** Mittwoch, 26. April 2017, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München

**Teilnehmerzahl:** Zwölf

**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

### Einmal recherchieren, x-mal veröffentlichen: Akquise, Mehrfachverwertung und Exposé

**Referenten:** Marion Trutter, Journalistin und Coach, [www.marion-trutter.de](http://www.marion-trutter.de), und Dennis Amour, Justiziar und Stellvertreter Geschäftsführung BJV

**Datum:** Mittwoch, 3. Mai 2017, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München

**Teilnehmerzahl:** Zehn

**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

### Facebook verstehen und richtig nutzen – Einführung und Strategien

**Referentin:** Bente Matthes, Online-Journalistin, [www.missmatthes.com](http://www.missmatthes.com)

**Datum:** Mittwoch, 10. Mai 2017, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München

**Teilnehmerzahl:** Zwölf

**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

### Projektmanagement für Online-Journalisten

(eineinhalbtägig)

**Referentin:** Doro Hartmann, Projektmanagerin und Beraterin für Online-Projekte, [www.dorohartmann.de](http://www.dorohartmann.de)

**Datum:** Freitag, 19. Mai 2017, 15.00 bis 19.00 Uhr und

Samstag, 20. Mai 2017, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München

**Teilnehmerzahl:** Zwölf

**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 140 Euro, Nichtmitglieder 280 Euro

### Onlinejournalismus für Öffentlichkeitsarbeit und Mitarbeiterkommunikation

**Referentin:** Simone Kirsch, Communication Managerin Online and Social Media, Siemens AG, München

**Datum:** Montag, 29. Mai 2017, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr

**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München

**Teilnehmerzahl:** Zwölf

**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

### Informantenschutz nach Snowden: Wie man als Journalist Daten vor Zugriff schützt

**Referent:** Dr. Matthias Eberl, freier Journalist, Medientrainer, [www.rufposten.de](http://www.rufposten.de)

**Datum:** Donnerstag, 22. Juni 2017, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr

**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München

**Teilnehmerzahl:** Zehn

**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

# Mehr Wissen für Journalisten

## Mobile Reporting: Das Smartphone als Reporter-Tool

**Referentin:** Barbara Weidmann-Lainer, Crossmedia-Trainerin, [www.fit-for-crossmedia.de](http://www.fit-for-crossmedia.de)  
**Datum:** Dienstag, 27. Juni 2017, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr  
**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München  
**Teilnehmerzahl:** Zehn  
**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

## Webinar Einführung in den Datenjournalismus

**Referenten:** Bernd Oswald, freier Online-Journalist, Medientrainer, [www.journalisten-training.de](http://www.journalisten-training.de), und Katharina Brunner, Datenjournalistin, [Süddeutsche.de](http://Süddeutsche.de), [www.katharinabrunner.de](http://www.katharinabrunner.de)  
**Datum:** Beginn am Montag, 3. Juli 2017, jeweils montags von 19.00 Uhr bis 20.15 Uhr, weitere Termine: 10.7., 17.7. und 24.7.  
**Veranstaltungsort:** Online, Webinar  
**Teilnehmerzahl:** Unbegrenzt  
**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

## Presserecht: Darf ich? Oder vielleicht besser nicht ...?

**Referentin:** Jutta Müller, BJV-Geschäftsführerin  
**Datum:** Dienstag, 26. September 2017, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr in Nürnberg **oder** Mittwoch, 27. September 2017, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr in München  
**Veranstaltungsort:** Presseclub Nürnberg **oder** BJV-Geschäftsstelle München  
**Teilnehmerzahl:** 20  
**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

## Instagram verstehen und richtig nutzen – Einführung und Strategien

**Referentin:** Bente Matthes, Online-Journalistin, [www.missmatthes.com](http://www.missmatthes.com)  
**Datum:** Donnerstag, 5. Oktober 2017, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr  
**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München  
**Teilnehmerzahl:** Zwölf  
**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

## Länger, lockerer, leistungsfähiger: Wie kann ich mit Stress im Job umgehen?

**Referent:** Christian Thiele, systemischer Coach und Trainer, Journalist, [www.christian-thiele.com](http://www.christian-thiele.com)  
**Datum:** Donnerstag, 12. Oktober 2017, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr  
**Veranstaltungsort:** Presseclub Nürnberg  
**Teilnehmerzahl:** Zehn  
**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

## Selbstmarketing mit Storytelling

**Referentin:** Angelika Knop, Online-Journalistin, [about.me/angelikaknop](http://about.me/angelikaknop)  
**Datum:** Freitag, 13. Oktober 2017, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr  
**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München  
**Teilnehmerzahl:** Acht  
**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

## Länger, lockerer, leistungsfähiger: Wie kann ich mit Stress im Job umgehen?

**Referent:** Christian Thiele, systemischer Coach und Trainer, Journalist, [www.christian-thiele.com](http://www.christian-thiele.com)  
**Datum:** Donnerstag, 19. Oktober 2017, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr  
**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München  
**Teilnehmerzahl:** Zehn  
**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

## LinkedIn verstehen und richtig nutzen – Einführung und Strategien

**Referentin:** Bente Matthes, Online-Journalistin, [www.missmatthes.com](http://www.missmatthes.com)  
**Datum:** Dienstag, 24. Oktober 2017, 18.00 Uhr bis 22.00 Uhr  
**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München  
**Teilnehmerzahl:** Zwölf  
**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 45 Euro, Nichtmitglieder 90 Euro

## Storytelling in der Präsentation

**Referentin:** Anja Gild, Onlinejournalistin, [about.me/anjagild](http://about.me/anjagild)  
**Datum:** Mittwoch, 8. November 2017, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr  
**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München  
**Teilnehmerzahl:** Acht  
**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

## Crashkurs Videoproduktion

**Referent:** Markus Valley, Video-Journalist, Medienpädagoge; Autor von „Das VideoTrainingsBuch“, [vj-coach.de](http://vj-coach.de)  
**Datum:** Mittwoch, 15. November 2017, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr  
**Veranstaltungsort:** BJV-Geschäftsstelle München  
**Teilnehmerzahl:** Zehn  
**Kostenbeitrag:** BJV-Mitglieder 95 Euro, Nichtmitglieder 190 Euro

## München

**BJV-Geschäftsstelle**  
St.-Martin-Straße 64, 81541 München  
Telefon 089 5450418-0  
[www.bjv.de](http://www.bjv.de)



**Öffentliche Verkehrsanbindung:** S-Bahn Linien 3 und 7 bis Haltestelle St.-Martin-Straße, von dort zwei Minuten Fußweg, Fahrplanauskunft unter [www.mvv-muenchen.de](http://www.mvv-muenchen.de)

**PKW:** Öffentliche Parkplätze in der Nähe und rund um den Ostfriedhof

## Nürnberg

**Presseclub Nürnberg**  
Gewerbemuseumsplatz 2, 90403 Nürnberg  
Telefon 0911 214550  
[www.presseclub-nuernberg.de](http://www.presseclub-nuernberg.de)



**Zu Fuß:** Vom Nürnberger Hauptbahnhof und vom Hauptmarkt brauchen Sie fünf Minuten.  
**Öffentliche Verkehrsmittel:** Straßenbahnlinie 8 bis Haltestelle Marientor und / oder U-Bahn Linien 2, 3 und 21 bis Haltestelle Wöhrder Wiese. Fahrplanauskunft unter [www.vgn.de](http://www.vgn.de)  
**PKW:** Karstadt-Parkhaus (Vordere Insel Schütt), Parkhaus Katharinenhof (Katharinengasse 14) und Parkhaus Nürnberger Akademie (Rosa-Luxemburg-Platz)

# Liberalitas Bavariae!

Aber was passiert, wenn die Hasser und Hetzer in Massen die Kommentarfelder fluten? Ein Rundgang durch die bayerische Tageszeitungslandschaft, die bei der Meinungsfreiheit auf die Probe gestellt wird.

*Von Senta Krasser*





Also sprach der „damals noch Bundespräsident“ Joachim Gauck beim Jahresempfang der Evangelischen Akademie im Ambiente von Schloss Tutzing am Starnberger See, man könne nicht davon ausgehen, „dass wir die Bekloppten ausrotten“. Er

meinte jene Leute, die das Niveau in den sozialen Medien weit nach unten schrauben. Netz-Hetzer, Wutbürger, Trolle. Sie hassen auf Facebook, sie entern pöbelnd Kommentarfelder der Zeitungen, sie tun es härter als bisher – und nicht mal mehr verschämt anonym.

So war das eigentlich nicht gedacht. Die Partizipation im „freien Netz“ sollte demokratisch, liberal und konstruktiv sein. Ein Reizwort in einem Artikel wie „Ausländer“ oder „Flüchtling“ reicht aber aus, und die „Reiz-Reaktions-Spirale“, wie sie Ippens Chef-Digitalist Thomas Kaspar nennt, beginnt sich zu drehen. Auf *Merkur.de* veröffentlichte er im vergangenen Herbst unter dem Titel „Liberalitas Bavariae“ ([bjvlink.de/merkur](http://bjvlink.de/merkur)) einen Kommentar, der Analyse und Appell zugleich war: „Die Gemäßigten und Gescheiten überlassen den Schreihälsen und intellektuellen Schiffschaukel-Bremsern das Feld. Wir müssen das ändern!“. Kaspar forderte: „In dieser Form ist das Internet kaputt. Es wird Zeit, dass wir es reparieren.“

Nur wie? Wie gehen wir, die Medienprofis, gegen diese „Bekloppten“ vor? Wie bringen wir mehr Disziplin und Benehmen in die Diskussionskultur, ohne uns gleich des Zensurvorwurfs auszusetzen? Und lässt sich das Internet überhaupt „reparieren“?

In einer bundesweiten, im März 2016 publizierten Umfrage des *Journalist* gaben 40 Prozent der 66 teilnehmenden Tageszeitungsredaktionen an, ihre Kommentarfunktionen wegen rechter, hetzender und strafbarer Kommentare eingeschränkt zu haben. Mehr als die Hälfte lässt gar keine Kommentare mehr auf der eigenen Webseite zu oder postet bestimmte Themen nicht mehr bei Facebook.

Zusammengefasst: Wir haben wegen der Bekloppten weitgehend dichtgemacht.

Aber wie sieht es speziell in Bayern aus? Im Jahr zwei nach Beginn der „Flüchtlingskrise“, die noch immer in vielen Hirnen Hate-Speech-Reflexe auslöst? Der *BJVreport* hat sich umgehört. In Augsburg, Bayreuth, Bamberg, Hof und München. Und hat aus den dortigen Zeitungshäusern erfahren: Die gern beschworene Liberalitas Bavariae, also die Möglichkeit, seine Ansichten unter einem Artikel zu äußern, es gibt sie noch. Mehr oder weniger.

Das Einfallstor für Meinung und Kritik aus dem Leserkreis lässt unter den bayerischen Zeitungshäusern der *Münchner Merkur* noch am weitesten offen. „Rolli78“ und „Schullehrabua“ dürfen auf der Webseite offen, das heißt ohne vorherigen Moderatoren-Check, drauf los schreiben (bei der Boulevardschwester *tz* wird prinzipiell vormodert). Das soll nach dem Willen von Thomas Kaspar und seinem Mit-Chefredakteur Markus Knall auch weiter so bleiben – obwohl sich im vergangenen Oktober auf dem Portal so viel Hass, Häme und Hetze entladen hatten wie nie zuvor. Auslöser war damals ein *Merkur*-Artikel zum Tag der Deutschen Einheit.

Die Anzahl von Leseräußerungen explodierte. Kaspar, ein aus *Chip-Online*-Zeiten erfahrener Community-Spezialist, zog daraufhin in seinem viel beachteten Hilfeschrei die „Notbremse“. Er pochte nicht nur auf die Regeln einer sachlichen Diskussion und kündigte eine strengere Kontrolle an: Wer hetzt, wird vom Chefredakteur persönlich verwarnt und als ultima ratio für immer gesperrt. Zugleich lud Kaspar, ganz im Gestus des Dienstleisters, zum direkten Dialog ein: Hey Leute, wir stellen euch die Tools zur Verfügung, aber wo wollen wir gemeinsam hinsteuern?

Mit einem Stamm von etwa 25 „heavy Usern“ tauschen sich der Digital-Chef und seine Community-Managerin Carin Berger seither intensiv und manchmal sogar telefonisch darüber aus, wo die Grenze einer vernünftigen Auseinandersetzung ist. Man sei zwar noch nicht gut genug darin, die Kommentarrichtlinien des *Merkur* transparent zu machen, aber die Diskussionskultur, bilanziert Kaspar, habe sich durch die persönliche Ansprache insgesamt schon deutlich verbessert.

Mit technischer Unterstützung, auch seitens des Data Science Teams von Ippen Digital, sollen demnächst Kommentare auf *Merkur.de* automatisch vorselektiert werden, um Zeit zu gewinnen für eine qualitativere Prüfung und Auseinandersetzung mit dem User. Kaspars Hauptaugenmerk liegt indes darauf, für den Nutzer das Gefühl, „einem System“ gegenüberzustehen, aufzulösen in menschliche Interaktion.

### Schreien „nur für irgendeine Wirkung“

So betont der Online-Chef außergewöhnlich verständnisvoll, „ich bin mit dem letzten Querulanten immer noch empathisch, wenn ich merke, er will unsere Plattform nicht zur Agitation missbrauchen, sondern versucht bloß, sich Gehör zu verschaffen in dieser sehr schwierigen Zeit des gesellschaftlichen Wandels“. Viele Menschen, und da hält es Kaspar mit dem Soziologen Hartmut Rosa, „schreien nur, damit sie irgendeine Wirkung spüren. Sie hoffen auf Resonanz“.

## „Was auf unseren Seiten publiziert wird und wir publiziert sehen wollen, entscheiden allein wir.“

Julia Bönisch, Chefredakteurin *SZ.de*

Ausgestattet mit einem 15-köpfigen Community-Management-Team dürfte es dem *Merkur* leichter fallen als manch anderer Redaktion, gemäß Rosa den „Resonanzdraht zum Leser vibrieren zu lassen“. Beim deutlich kleineren *Nordbayerischen Kurier* betreuen vier Redakteure den gesamten Online-Bereich; rein personell kann da nicht viel vibrieren.

### Der Hausherr stellt die Fragen

Von der Paul-Heyse-Straße, dem Standort von *Merkur* und *tz* in der Münchner Innenstadt, ist es nicht weit bis zur *Süddeutschen Zeitung*. Die Ansichten, wem man wie das Diskutieren auf der eigenen Seite erlaubt, liegen indes weiter auseinander als sieben S-Bahn-Stationen. Unter Online-Chefredakteur Stefan Plöching wurde die Kommentarfunktion auf *SZ.de* 2014 eingestellt und dafür ein digitaler Debattenraum eingerichtet, in dem es bitte schön möglichst kultiviert und gemäß liberaler Blattlinie zugehen soll. Zu drei bis fünf von der Redaktion ausgewählten Fragen des Tages darf in diesem abgeschirmten Bereich diskutiert werden. Die Qualität der Diskussion sei „enorm gestiegen“, sagt Plöchingers Ko-Chefredakteurin Julia Bönisch. „Trolle, Leute, die sich gegenseitig beschimpfen, Diskussionen, die völlig ausarten, das gibt es bei uns nicht mehr. Wer heute bei uns mitdiskutiert, tut das entsprechend mit größerer Zufriedenheit.“

Dass sich durch das Kommentare-Outsourcing auch der Gesamtverkehr auf *SZ.de* reduzieren könnte, nahm man in Kauf. Kritiker finden allerdings, dass es sich die *Süddeutsche* ziemlich bequem mache mit ihrem „Frontalunterricht“ (*Der Freitag*), sie sogar die Meinungsfreiheit einschränke.

„Das ist Quatsch“, erwidert Bönisch harsch. „Es kann doch jeder nach wie vor überall sagen, was er sagen will. Er kann es nur nicht bei uns sagen. Wir sind der Hausherr. Wir setzen für *SZ.de* die Regeln. Was auf unseren Seiten publiziert wird und wir publiziert sehen wollen, entscheiden allein wir.“ Und dann erinnert Bönisch an die Zeit, als es das Internet noch nicht gab: „Da wurde ja auch nicht jeder Leserbrief in der Zeitung abgedruckt – schon gar nicht die, in denen andere Menschen beleidigt, herabgesetzt, angegriffen wurden.“

Zwischen den beiden Extremen „jeder darf fast jeden Artikel 24 Stunden sieben Tage die Woche kommentieren“ (*Merkur*) und „wir stellen nur noch ausgewählte Themen des Tages zur Diskussion“ (*SZ*) haben die *Augsburger Allgemeine*, der *Fränkische Tag* und der *Nordbayerische Kurier* ihre jeweils eigene Lösung des Schmutz-im-Netz-Problems gefunden.

So darf seit dem Relaunch der Webseite 2015 nicht mehr Hinz und Kunz beim Bayreuther *Kurier* kommentieren. Dies dürfen nur noch Abonnenten – und die auch

nur, wenn die Diskussion ohne Verstoß gegen die Netiquette verläuft. Sonst wird, *Spiegel Online* macht's vor, die Kommentarfunktion geschlossen. Die Augsburger hingegen lassen die Externen ran; für alle gilt seit drei Jahren die Pflicht zur Registrierung mit Klarnamen. Das hat die Flut von Hass und Hetze zur Zufriedenheit von Digitalchef Sascha Borowski ungemein eingedämmt.

Auf *inFranken.de* wiederum sind nur lokale Artikel aus der eigenen Feder kommentierbar (Ausnahme sind Blaulicht-Berichte mit Verletzten). So könne die Redaktion laut Onliner Stefan Reinmann gewährleisten, dass Fragen, Kritik und Vorwürfe („Lügenpresse“) zu den Artikeln in Kürze selbst gegengecheckt und notfalls vor Ort nachrecherchiert werden können.

Um mit Gauck zu sprechen: Diese Zeitungen haben die „Bekloppten“ auf ihren Portalen weitgehend im Griff. Für die Auftritte in den sozialen Netzwerken gilt das im Prinzip auch – wobei *Kurier*-Redakteurin Kerstin Fritzsche kein Hehl daraus macht: „Facebook macht uns mehr Arbeit als die eigene Webseite. Die Kommentarfunktion lässt sich ja dort nicht abschalten.“ Die personell straff aufgestellten Oberfranken behelfen sich damit, dass sie

Heikles nicht mehr kurz vor Schluss posten – „spät abends kann bei uns keiner mehr die Reaktionen kontrollieren“, sagt Fritzsche.

Bei der *Augsburger Allgemeinen* lernen die Redakteure in internen Schulungen („Facebook

im Redaktionsalltag“), dass man manche Empörungswelle, sofern nichts Justiziables dabei ist, einfach mal aushalten muss. Und dass man drohende Shitstorms am besten stoppt, indem man mit dem Leser redet, erklärt, auch Fehler eingesteht und transparent korrigiert. Denn der persönliche Kontakt mit dem Fan und Leser, findet Sascha Borowski, und das sieht man von München über Bamberg und Bayreuth bis Hof nicht anders, sei nicht nur immens wichtig, sondern auch erfolversprechend.

Die Hofer *Frankenpost* geht da übrigens noch einen zusätzlichen, einen Sonderweg. Sämtliche Leserbriefe und -anrufe landen gebündelt im Büro von Kerstin Dolde. Sie ist eine von nur rund einem Dutzend Leseranwälten in ganz Deutschland, die qua Amt zwischen Leser und Journalist vermitteln. Eigentlich, sagt die Redakteurin, sollte jeder Journalist von Haus aus Leseranwalt sein. „Journalisten vertreten die Öffentlichkeit. Sie müssen ein offenes Ohr für sie haben. Trotzdem wünschen wir Ombudsleute uns, dass wir mehr werden.“

Gerade in Zeiten von Trump und Fake News seien Leseranwälte unverzichtbar, weil sie Lesermeinungen gewichten könnten. „Sie nehmen Kritik ernst, setzen sich mit ihr auseinander und versuchen, journalistische Regeln und die Notwendigkeit der Recherche zu erklären.“

### „Spät abends kann bei uns keiner mehr die Reaktionen kontrollieren.“

Kerstin Fritzsche, Redakteurin  
*Nordbayerischer Kurier*

# Was tun gegen Hass im Netz?

Einige Vorschläge des Medienethikers Professor Alexander Filipović von der Hochschule für Philosophie in München

Von Alois Knoller



*Wenn Argumente ausgehen, müssen persönliche Angriffe erhalten...*

Das ist so und ich befürchte, dass die Leute auch nicht mehr nach Argumenten suchen. Wir beobachten eine Umstellung auf eine konstatarende, misstrauische und eher auf die Emotionalität abzielende Kommunikation. Für eine Demokratie ist das nicht gut.

*Wie sollten Journalisten mit Shitstorms umgehen, die über sie hereinbrechen?*

Auf jeden Fall ein dickes Fell zeigen, nicht persönlich beleidigt sein, sich den Diskursen stellen – das ist zwar eine Zumutung angesichts der knappen Zeit eines Arbeitstags, aber es ist, glaube ich, notwendig. Auch den augenscheinlich unmöglichen Angriffen gegenüber sollten Journalisten Rede und Antwort stehen, das Argument wiederholen, die Vorwürfe wiederholen, aber immer auch die Argumente, die einen selber zu dem spezifischen Handeln getragen haben, vortragen und erklären, wie man als Journalist arbeitet und nach welchen Regeln.

*Was macht es mit uns, wenn wir uns an den ruppigen Ton dieser Kommunikation erst einmal gewöhnt haben?*

Man ist dann natürlich selber eher bereit, so zu kommunizieren. Es wird zum Normalfall. Als Gegenmaßnahme müssten wir Kommunikationsmöglichkeiten suchen, wo der Ton mitmenschlich und angenehm ist.

*Lässt sich Empathie überhaupt wieder zurückgewinnen?*

Die Ressourcen für eine empathische Haltung sind so reich wie immer. Vor allem im Zusammensein mit Freunden, mit Menschen, die man lieb hat. Es gibt auch spirituelle Möglichkeiten, Empathie einzuüben.

*Wie hilfreich ist die Initiative des Bundesjustizministers Heiko Maas, eine Task Force einzusetzen für den Umgang mit rechtswidrigen Hassbotschaften im Internet gemeinsam mit den Providern?*

Selbstkontrolle ist wichtig und sollte die erste Perspektive darstellen. Wenn die Anbieter das nicht selbst machen, müssen sie dahin getragen werden. Wenn sie das dann immer noch nicht machen, muss es ein Gesetz ge-

ben. Ich finde die Initiative hilfreich, aber man könnte sich das staatliche Engagement noch größer vorstellen. Ich glaube, dass jetzt die Länder voranschreiten in Bezug auf Social Bots und Fake News, weil der Bund ein bisschen träge ist.

*Gleicht es nicht dem endlosen Kampf gegen eine Hydra, die unverzügliche Löschung rechtswidriger Inhalte zu veranlassen, während gleichzeitig mindestens ebenso viele neue Hassbotschaften eingestellt werden?*

Das ist ein Kampf, den man schwer gewinnen kann. Trotzdem heißt das nicht, dass man sich ihm nicht stellen muss. Dafür wird es technische Innovationen brauchen.

Letztlich kann man die systematische Verbreitung von Hass selber nur mit Algorithmen und automatisierten Verfahren bekämpfen.



Prof. Alexander Filipović

Foto: Leopold Stübner

*Was halten Sie von der Initiative der Polizei Rosenheim, Fake News konsequent zu enttarnen – und jetzt sogar eine erste Anzeige gegen die identifizierte Urheberin einer Meldung über eine erfundene Vergewaltigung zu erstatten?*

Macht man sich bewusst, welche Folgen solche erfundenen Meldungen haben, wie sie tatsächlich in Zeiten von Social Media eine bestimmte Bevölkerungsgruppe aufhetzen können, ist dies ganz klar der richtige Weg.

*Sollten wir gar zur Selbsthilfe greifen wie jener David, der im Internet die Hetzer mit ihren Profilen, ihren Namen und ihren Bildern an den Pranger stellt?*

Internet-Pranger sind schwierig, weil sie selber mit Mitteln arbeiten, die sie kritisieren. Ich bin dafür, dass man Informationen über Hetzer nicht publiziert, sondern weiterleitet an die Behörden. In Ausnahmefällen mag der Pranger sinnvoll sein. Aber für eine gute Gesprächskultur wäre es besser, nicht aggressiv anzuprangern.

## Literaturtipp:

Filipović, Alexander: Verrohung der Debatte? Hassrede im Kontext des Flüchtlingszuzugs nach Deutschland in den Sozialen Medien. In: Marianne Heimbach-Steins (Hg.): Begrenzt verantwortlich? Sozialethische Positionen in der Flüchtlingskrise. Freiburg: Herder 2017.

# Bild eines enthaupteten Mädchens steht immer noch online

Der Würzburger Anwalt Chan-jo Jun hat *Facebook* wegen Hassposts und Fake News verklagt

Von Maria Goblirsch



„Lasst uns alle Politiker erschießen oder in die Gaskammer schicken! – Wenn ich das in Deutschland poste, ist es ein klarer Fall von Volksverhetzung. Auf *Facebook* wird dieser Aufruf nicht gelöscht, weil Politiker nach deren Community-Standards keine geschützte Gruppe sind“, sagt Chan-jo Jun (46).

Der IT-Anwalt aus Würzburg hat im Oktober 2015 Strafanzeige gegen Mark Zuckerberg und mehrere *Facebook*-Manager wegen Beihilfe

zur Volksverhetzung gestellt, weil das Portal Hasstiraden, Verleumdungen und Gewaltdarstellungen trotz Meldung nicht löscht. Er will mit dem Prozess vor dem Landgericht Würzburg beweisen, dass deutsches Strafrecht auch für *Facebook* gilt.

Dazu hat Jun in den letzten Jahren rund 500 illegale Posts dokumentiert und bei *Facebook* deren Löschung beantragt. Doch der Anwalt erhielt ausnahmslos die Antwort, dass die jeweilige Seite nicht gegen die Gemeinschaftsregeln von *Facebook* verstoße und deshalb nicht gelöscht würde. Das Bild eines enthaupteten Mädchens hat Jun mehr als dreimal bei *Facebook* gemeldet – es ist immer noch online abrufbar.

„Alle heftigen Seiten von *Facebook* sind ohne Impressum, keiner weiß, wer dahintersteckt. Und *Facebook* sagt einem das auch nicht. Sie erzeugen Diskussionen und Traffic. Und Traffic ist Geld“, sagt Chan-jo Jun. *Facebook* erwecke den Eindruck, man könne heute ungestraft zu Gewalt und Hass aufrufen. Das führe zu Nachahmern

und einer hasserfüllten, sich radikalisierenden Stimmung in Deutschland.

*Facebook* arbeitet strikt nach seinen eigenen, im Detail aber geheimen Spielregeln, den „Community-Standards“ – einer Art firmenintern definierten Form der Meinungsfreiheit. Darin schreibt der Konzern genau vor, was zensiert wird und was im Netz stehen bleibt. Diese Löschregeln legen die „Freedom of Speech“, die Redefreiheit, weit aus. Und *Facebook* argumentiert, man dürfe den Menschen nicht das Sprachrohr nehmen.

## Soziales Netzwerk arbeitet nach geheimen Spielregeln

Dieses Recht auf freie Rede umfasst auch Tatsachenbehauptungen, selbst Pornografie ist Teil der „Freedom of Speech“. In Deutschland schützt Artikel 5 des Grundgesetzes nur die Meinungs-, nicht die Tatsachenäußerung.

Und die Menschenwürde ist das oberste Grundrecht, dem sich alles andere unterzuordnen hat.

Meldet ein User eine Seite als anstößig, bedankt sich *Facebook* mit einer Standardmail artig und verspricht die Prüfung. Diese übernimmt dann

ein 600 Mann starkes Löschteam des Dienstleisters Avarto in Berlin. Wie psychisch belastend diese Arbeit ist, hat das Rechercheteam des *SZ Magazins* aufgedeckt und in seiner Ausgabe vom 15. Dezember 2016 beschrieben ([bjvlink.de/inside](http://bjvlink.de/inside)).

Die hohe psychische Belastung rühre daher, dass die Avarto-Mitarbeiter rund 2000 der gerügten Seiten pro Tag prüfen müssten, die nach deutschem Recht eindeutig illegal seien. „Das Avarto-Team hat die Anweisung, sich grauenvolle und menschenunwürdige Gewaltdarstellungen bis zum Schluss anzusehen. Weil sie danach suchen müssen, ob auf der Tonspur eine Gutheißung des Inhalts erfolgt“, kritisiert Anwalt Jun. Denn nur dann dürften sie diese Posts auch sperren. „Der Umstand, dass dort Hälse abgeschnitten oder Gehirne zerquetscht werden, reicht für die Löschung nicht aus.“

Oder: Nach den Gemeinschaftsregeln werden Posts nur gelöscht, wenn sie sich gegen dort aufgeführte Personengruppen („protected categories“) richten. Politiker beispielsweise zählen nicht dazu. Auch Beleidigungen

**„Facebook erweckt den Eindruck, man dürfe ungestraft zu Gewalt und Hass aufrufen.“**

Rechtsanwalt Chan-jo Jun



Rechtsanwalt Chan-jo Jun fordert *Facebook* heraus.

Fotos: Maria Goblirsch



Fake News: Diese Seite ist trotz der Klage gegen Facebook immer noch online abrufbar.

reichen nicht aus, nur Mobbing ist ein ausreichender Grund für eine Löschung. Verleumdungen und üble Nachrede sind in Deutschland strafbar, nicht aber nach den Facebook-Spielregeln.

„Wer drei- oder viermal in der Headline eines Mediums gestanden hat, ist in Facebook vor einer Bloßstellung komplett schutzlos und darf ungestraft beim Urinieren, Menstruieren, nackt oder in anderen peinlichen Situationen gezeigt werden“, berichtet der Anwalt. Da sei nicht die Rede von Stars oder Prominenten, sondern von „ganz normalen Menschen wie du und ich“.

### Fake News: Syrer soll Obdachlosen angezündet haben

Auch ein Recht am eigenen Bild kenne Facebook nicht. Das musste ein Syrer erleben, der durch ein Selfie mit Angela Merkel in die Schlagzeilen geraten war. Seitdem ist Anas Modamani Zielscheibe von Hass-Attacken und Verleumdungen. Auf Facebook wird behauptet, er sei einer der Täter, die vor Weihnachten in Berlin einen Obdachlosen angezündet hätten. Das Bild ist über 1000 Mal geteilt worden, verstößt aber laut Facebook nicht gegen Community-Standards.

Gemeinsam mit Anwalt Jun wehrt sich der Syrer nun vor dem Landgericht Würzburg gegen diese oder andere Fake News um seine Person. Per einstweiliger Verfügung soll Facebook untersagt werden, diese unwahren Tatsachenbehauptungen weiterhin zu verbreiten.

Den Kontakt zwischen Jun und Modamani hatte Mikikama, ein Portal für Aufklärung und gegen Fake News, im Sommer 2016 vermittelt. Damals hatte der Syrer einen Anwalt gesucht, weil fälschlicherweise behauptet wurde, er sei an den Brüssel-Attentaten beteiligt gewesen.

Dass deutsches Recht auch für Facebook gelten muss, steht für den Würzburger Anwalt außer Frage. „Wenn ein Täter in Deutschland handelt, unterliegt er nach § 9 Strafgesetzbuch dem deutschen Recht.“ Das Problem sei vielmehr die Strafverfolgung. Facebook verstecke sich hinter Dienstleistern und geriere sich dabei „wie der Betreiber eines zyprischen Online-Spielcasinos“. Doch die Mitarbeiter, die über die Hassposts entscheiden, säßen nicht in Dublin oder Kalifornien, sondern in Berlin, ist der Jurist überzeugt.

Soziale Netzwerke wie Facebook übernehmen heute die Deutungshoheit für Bevölkerungsgruppen, die die etablierten Medien als Lügenpresse verleumdend. Da sich die sozialen Medien nicht an die Spielregeln der klassischen Medien halten müssen, sei es möglich geworden, dass man eine Meinungsbildung im rechtsfreien Raum betreibt.

„Wollen wir, dass ein Großteil des gesellschaftlichen Zusammenlebens unter den amerikanischen Facebook-Standards geregelt wird? Oder sollen hier weiter das deutsche Grundgesetz und die darauf basierenden Gesetze gelten? Dann müssen wir auch die Zivilcourage haben, dafür etwas zu tun“, sagt Jun.

Den Medien komme dabei eine zentrale Aufgabe zu. Der Grund, dass sich Facebook überhaupt unter Druck fühle, sei, dass die Medien dieses Thema aufgegriffen, immer wieder neu bespielt und so die Politiker vor sich hergetrieben hätten. Facebook habe sich verkalkuliert, wenn es geglaubt habe, nach einem kurzen Shitstorm könne man wieder zur Agenda zurückkehren.

Inzwischen bestehe Konsens in der Politik, dass man Facebook damit nicht durchkommen lasse dürfe und dass deutsches Recht auch für das amerikanische Unternehmen gelte. Es dürfe nicht bei Ankündigungen bleiben, er wolle eine gesetzliche Regelung sehen, bevor er das Thema aufgebe, sagt der Würzburger Anwalt. „Es ist kein Selbstzweck, ich muss mich nicht inszenieren.“

### Facebook: Kein Schmerzensgeld

Das Landgericht Würzburg hat am 6. Februar im Prozess wegen verleumderischer Fotomontagen gegen Facebook kein Urteil gesprochen. Die Verhandlung wurde auf den 7. März vertagt. Im Fall des Syrers Anas Modamani geht es im Kern um die Frage, in welchem Ausmaß Facebook selbst tätig werden muss, um unzulässige Inhalte von seiner Plattform zu tilgen. Reicht es aus, dass Facebook die umstrittenen Posts für deutsche User geblockt hat? Oder müssen sie nach der Beanstandung von der Plattform gelöscht werden? Anwalt Chan-ju Jun argumentierte vor Gericht, die Blockade der umstrittenen Posts sei mit wenigen technischen Kniffen zu knacken, die Beiträge seien weiterhin in Deutschland sowie europaweit abrufbar. Die vom Gericht in der Güteverhandlung vorgeschlagene Zahlung eines Schmerzensgelds für den Syrer lehnten die Vertreter von Facebook, Martin Munz und Christian Wirth (Hamburg/Berlin), kategorisch ab. Facebook habe den umstrittenen falschen Beitrag nur verbreitet, nicht gepostet. Gegen die endgültige Sperrung wehrten sie sich mit dem Argument, eine in einem Land festgestellte Rechtswidrigkeit müsse nicht zwangsläufig in anderen Ländern ebenfalls strafbar sein. Der Vorsitzende Richter betonte, das Thema sei Neuland für Gerichte in Deutschland. Und die sozialen Netzwerke für ihn und seine Kammer-Kollegen. Bei Facebook sei bisher keiner von ihnen angemeldet.

# Ohne Fingerzeig dem Hass trotzen

Hate Slams können unterhaltend und heilsam für Publikum und Journalisten sein

Von Thomas Mrazek



Sie seien dreckige Wahrheitsverdreher und Lügenpresse, wird ihnen unterstellt. Und das scheinen noch die harmloseren Attacken zu sein. Journalisten müssen so manches einstecken – das erfährt, wer einen Hate Slam besucht. Hier werden zumeist unveröffentlichte mit Wut und Hass gespickte Publikumskommentare aus Leserbriefen und Mails von Journalisten öffentlich vorgetragen. Das Format hat sich mittlerweile bundesweit etabliert.

Auch die SPD-nahe Georg-von-Vollmar-Akademie e. V. lud im Dezember in München zu einem Hate Slam mit dem Titel „Haters Gonna Hate?!“ ein. „Politische Bildung gilt noch immer als etwas verstaubt, deswegen versuchen wir neue Formate zu schaffen“, erklärte Niklas Fischer, kommissarischer Geschäftsführer der Akademie, eingangs. Neben den Journalisten Max Hägler (@maxhaegler), Stuttgart-Korrespondent der *Süddeutschen Zeitung*, Nadine Lindner (@ostwestkonflikt), Korrespondentin im Hauptstadtstudio des *Deutschlandradios*, und Stefan Aigner, Betreiber von *Regensburg Digital* (*regensburg-digital.de*, @r\_digital), nahmen auch der Münchner Kommunikationswissenschaftler Professor Carsten Reinemann als „Sidekick“ und der Comedian Oliver Polak (@oliverpolak) als Moderator teil. „Halt die Fresse Lügenpresse!“, lautete provokant einer der Parcours dieses als Wettbewerb inszenierten Hate Slams. Polak gab Themen wie etwa „Trump“ oder eben Lügenpresse vor – die drei Journalisten lasen dazu passend ihr persönliches „Best-Of“ an Hasstiraden vor, Medienprofessor Reinemann kommentierte anschließend pointiert die Leserergüsse und die Publikumsjury vergab Schulnoten.

## Schulbildung in „unzureichendem Maße“

Max Hägler zitierte einen Leser, der ihm unterstellte, nicht hinreichend über die „quellenden Gipskeuper“ Bescheid zu wissen, schließlich bestünde die Gefahr, dass der Stuttgarter Fernsehturm dadurch umstürzen könne. Aber bei Journalisten sei nun mal entsprechende Schulbildung nur noch in „unzureichendem Maße“ vorhanden, kommentierte der Schreiber einen entsprechenden Artikel Häglers. Und der Leser holte noch weiter aus: Journalisten machten sich „immer nur lustig, und bieten nur zusammenphantasiertes Geschwätz“. Die Konsequenz des offenbar generell von der Kompetenz deutscher Journalisten enttäuschten Lesers lautete übrigens, dass er sich in Zukunft vorwiegend bei *Russia Today* informiere, berichtete Hägler.

Manchmal sei der Ton dann aber auch ansatzweise versöhnlich und wohlmeinend: „Schulen Sie um, werden Sie Bioladenbesitzer und bieten Töpferkurse an“, riet ihm ein Leser. Öfters freundlichere Töne hätte sich Nadine Lindner, die zwei Jahre lang für das *Deutschlandradio* aus Dresden unter anderem über Pegida berichtete, manchmal auch gewünscht, sie erwähnte Zuschriften, die unter die Gürtellinie gingen. Nach dem Aufruf „Erschießt die Fotze“ erstattete sie Anzeige, der Verfasser wurde zu einer Geldstrafe von 420 Euro verurteilt. Mit viel Verve trug Stefan Aigner einen Kommentar vor, in welchem er und sein Passauer Kollege Hubert Denk als „dreckige Wahrheitsverdreher und Beschmutzer von Privatsphären unter Zuhilfenahme altertümlicher Mittel wie dem Pranger“, bezeichnet wurden. „Es würde mich freuen, wenn betroffene Bürger diesen mal richtig auf das Haupt hauen! Das schrieb ich alles unter dem Recht der freien Meinungsäußerung – es spiegelt also meine Meinung wider!“ Aigner hatte die Lacher unter den rund 100 Zuschauern bei sich.

## Vom Recht auf freie Meinungsäußerung

„Sidekick“ Reinemann erkannte die Nennung von *Russia Today* für typisch: „Für viele Leute ist das eine wichtige Quelle – eine andere Quelle, die man im Gegensatz zu den etablierten Medien für wahr hält.“ Ebenso erwähnt er den häufig anzutreffenden Irrglauben, dass das Recht auf freie Meinungsäußerung alle Äußerungen – also Beleidigungen und Hetze – zulasse.

„In erster Linie dienen solche Veranstaltungen wohl dazu, die öffentliche Aufmerksamkeit darauf zu lenken, wie heftig Journalisten zum Teil angegriffen werden und was das bei ihnen auslöst. Den unmittelbar Betroffenen kann es dann sicherlich auch helfen, besser mit solchen Attacken zurechtzukommen, wenn sie merken, dass das Publikum ebenfalls erschrickt – oder aber herzlich lacht“, sagt Reinemann im Gespräch mit dem *BJVreport*. Die Autoren von Hasskommentaren erreiche man mit solchen Veranstaltungen freilich kaum. „Man muss aufpassen, dass man nicht mit gleicher Münze zurückzahlt oder die Autoren nur deshalb der Lächerlichkeit preisgibt, weil sie vielleicht der Rechtschreibung und Zeichensetzung nur bedingt mächtig sind“, sagt der Medienwissenschaftler. Das seien „im Prinzip ähnliche Probleme wie in der Satire, wenn sie sich nicht mit den Mächtigen, sondern den eigentlich Ohnmächtigen beschäftigt“.

Hate Slam zum Anschauen, Anhören, Lesen:  
[bjvlink.de/hateslam](http://bjvlink.de/hateslam).

# Journalisten brauchen Freiheit

BJV-Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit 2017

850 Euro  
Preisgeld



**Einsendeschluss: 21. April 2017**

Eine demokratische Gesellschaft funktioniert nur mit einer freien Presse. Deshalb vergibt der **Bayerische Journalisten-Verband (BJV)** einen Preis zum **Tag der Pressefreiheit 2017**. 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](http://www.bjv.de)

[www.bjv.de](http://www.bjv.de)



[facebook.com/bjvde](https://facebook.com/bjvde)



[twitter.com/bjv.de](https://twitter.com/bjv.de)



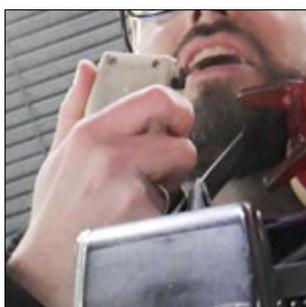
Bayerischer  
Journalisten-Verband  
e.V.

**Die Stimme der Journalisten  
in Bayern**

# Im Auge des Sturms

Warum sich der Dialog zwischen Medien und Lesern in Zukunft ändern muss und was Journalisten dafür tun können

Ein Standpunkt von Thomas Balbierer und Matthias Reinelt



Wer glaubt, nur anonyme Trolle würden Facebook und Co. für die Verbreitung von Hass und Verschwörungstheorien nutzen, sollte mal einen Blick auf den Twitter-Account des neuen US-Präsidenten werfen. Im Stundentakt hämmert @realDonaldTrump Botschaften in die Welt, die es in sich haben. Er verhöhnt politische Gegner, kritisiert seine Geheimdienste und prügelt auf die Medien ein. „Dishonest media“, die unehrlichen Medien, ist bei Trump schon ein geflügelter Begriff. Das Signal, das der vielleicht mächtigste Mann der Welt an seine 22 Millionen Follower aussendet, ist fatal.

Trump ist nur der Gipfel. Millionen User schreiben sich im Netz ihren Frust von der Seele. Häufig übertreten sie dabei die Grenzen des guten Geschmacks – und des Rechts. Hasskommentare und Fake News, Shitstorms und Trolle sind Symptome einer sich radikalierenden Diskussionskultur. Und mittendrin, im Auge des Sturms, die Journalisten.

## Gegenpol zu destruktiven Kräften

Es muss sich etwas ändern in Zeiten, in denen das Wort „postfaktisch“ zum Alltag gehört und Trumps engste Beraterin Lügen als „alternative Fakten“ präsentiert. Gerade jetzt müssen Redaktionen ihre Funktionen – Information, Kritik, Kontrolle und damit auch Meinungsbildung – selbstbewusst ausfüllen und damit einen deutlichen Gegenpol zu den destruktiven Kräften in und außerhalb der Gesellschaft bilden.

Der Kommunikationswissenschaftler Professor Dr. Christoph Neuberger von der LMU in München sieht in der aktuellen Lage eine Chance für den Journalismus. Er sagt: „Das einzig Gute: Es dürfte nun vielen klarer werden, dass der Journalismus unverzichtbar ist – als seriöser Nachrichtenproduzent und Fakten-Checker.“

Und tatsächlich: National und international formieren sich gerade Teams, die Fake News aufspüren und enttarnen. Zum Beispiel „First Draft News“, ein Zusammenschluss von über 70 Medienhäusern weltweit, darunter *New York Times*, *Zeit Online* und *dpa*. Die Partner unter-



stützen sich dabei, Falschmeldungen oder manipulierte Fotos online zu erkennen. Auch von staatlicher Seite gibt es Bemühungen, Fake News zu bekämpfen. Die EU etwa hat eine Task Force gegründet, die das Netz vor allem auf russische Falschmeldungen durchsucht. Unter [www.euvsdisinfo.eu](http://www.euvsdisinfo.eu) kann man die Arbeit der Anti-Fake-News-Truppe verfolgen und sich sogar wöchentlich per Mail eine „Disinformation Review“ zusenden lassen.

Fake News sind das jüngste Gewächs des immer dichter werdenden digitalen Dschungels. Sie werden Journalisten in Zukunft noch mehr beschäftigen. Wer heute jedoch die Facebook-Auftritte der großen Zeitungen durchforstet, er-

kennt sofort ein noch drängenderes Problem: Hasskommentare, Beleidigungen, Hetze, Drohungen wuchern wie Unkraut in den sozialen Medien. Hat hier nicht auch der Journalismus versagt?

## Verlage müssen mehr in Foren investieren

In seinem 2013 erschienenen Buch „Grundlagen des Journalismus“ schreibt Kommunikationsforscher Christoph Neuberger: „Journalisten sind zunehmend in der Rolle des Moderators gefragt, der für eine gepflegte Dis-

**„Journalisten sind zunehmend in der Rolle des Moderators gefragt, der für eine gepflegte Diskussionskultur im Netz sorgt.“**

Christoph Neuberger, Kommunikationsforscher

kussionskultur im Netz sorgt.“ Knapp vier Jahre später hat man nicht den Eindruck, dass Journalisten diese Rolle bereits angenommen haben. Das sieht auch Neuberger so: „Nach wie vor werden die partizipativen Möglichkeiten vernachlässigt, der Umgang mit Foren ist zumeist lieblos.“ Schuld daran seien, so Neuberger, die Mehrkosten für die Medienhäuser. Doch gerade gut moderierte Foren wären eine zukunftsfruchtige Investition: „Partizipation stärkt längerfristig die Nutzerbindung und die Marke.“

Es gibt Beispiele, etwa die *Süddeutsche Zeitung*, die diesen Weg bereits eingeschlagen haben. Auf *SZ.de* wurden die Kommentarspalten geschlossen und eine moderierte Community geschaffen (siehe auch S. 14). Auf *Facebook* bemüht sich die Zeitung mit einem eigenen Team um faire Diskussionen. Aber auch Daniel Wüllner, Leiter der Abteilung „Social Media/Leserdialog“, sagt: „Es ist fast unmöglich, alle *Facebook*-Kommentare rund um die Uhr zu moderieren.“

### Moderierte Foren zu zentralen Fragen

Stößt der Journalismus an seine Grenzen? Kommunikationswissenschaftler Neuberger hält es für konsequent, nicht jeden Artikel online kommentieren zu lassen. Er wünscht sich zum Beispiel „moderierte Foren zu zentralen Fragen der Gesellschaft, in denen über den Tag hinaus diskutiert wird. Die Teilnehmer können vorausgewählt sein: Experten, ein Querschnitt der Bevölkerung, Vertreter der politischen Lager“. Unterbindet man so aber nicht auch die integrativen Möglichkeiten des Digitalen?

Wir als Journalistik-Studenten sind überzeugt, dass man das Problem an der Wurzel bekämpfen muss. Aus unserer Sicht kann man nur dann mit dem Publikum auf Augenhöhe kommunizieren, wenn das Publikum versteht, wie die Arbeit der Redakteure funktioniert. Transparenz wird eine noch wichtigere Rolle spielen als bislang. Wir müssen den Lesern erklären, wie wir arbeiten, mit welchen Methoden und Werkzeugen. Wir müssen erklären, wie wir recherchieren, welche Fakten wir für relevant erachten und welche nicht. Wir müssen transparent machen, wann ein Ereignis zur Nachricht wird. Wir müssen klären, welche Aufgabe ein Kommentar erfüllt und was ein Bericht ist.

Jahrzehntelang wollten Journalisten ihren Lesern die Welt erklären. Heute müssen sie noch mehr als das.

Foto: Jonas Helm



Kein Thema erzeugt auf *Facebook* so heftige Reaktionen wie das Flüchtlingsthema. Manche User überschreiten mit ihren Kommentaren nicht nur die Grenzen des guten Geschmacks, sondern auch Gesetze. Wir haben uns dafür entschieden, die Menschen nicht an den Pranger zu stellen, obwohl viele von ihnen ihre Hassbotschaften unter ihrem Klarnamen und mit Foto in die digitale Welt schreien. Gesammelt von Thomas Balbierer und Matthias Reinelt

### Nachgefragt

... bei Daniel Wüllner, Leiter der Abteilung „Social Media/Leserdialog“ bei der *Süddeutschen Zeitung*



Foto: Daniel Hofer

Herr Wüllner, Sie leiten die Abteilung „Social Media/Leserdialog“ bei der *Süddeutschen Zeitung*. Wie genau muss man sich die Arbeit Ihrer Teams vorstellen?

Während das Social-Media-Team von morgens bis abends auf *Facebook* postet und dort Kommentare moderiert, kümmert sich die Leserdialog-Schicht um Leserdiskussionen auf unserer Website. Auf *Facebook* begleiten wir Reizthemen den ganzen Tag über. Falls unpassende Kommentare erst Tage später auftauchen, bekommen wir von Lesern Hinweise und kümmern uns umgehend darum. Dennoch ist es fast unmöglich, alle *Facebook*-Kommentare rund um die Uhr zu moderieren.

Wie groß ist Ihr Team?

Das gesamte Team besteht aus acht Kollegen. An einem Tag kümmern sich vier Kollegen um Social Media und die Community von *SZ.de*.

Die Artikel der *Süddeutschen Zeitung* werden vielfach geteilt und kommentiert. Nicht jeder hält sich dabei an die Regeln. Wie gehen Sie mit Hasskommentaren, Beleidigungen oder Bedrohungen um?

Wir verwenden für *Facebook* dieselben Regeln, die für die Kommentare in unseren Online-Diskussionen auf *SZ.de* gelten. Wir haben versucht, unsere Regeln dem common sense einer öffentlichen Diskussion anzupassen. Wenn Sie sich mit jemandem auf der Straße unterhalten, brüllen Sie ja auch nicht rum und beleidigen Leute. Auch dort können justiziable Äußerungen zur Anzeige gebracht werden. Heißt: Wir löschen unpassende Kommentare, schalten uns in die Diskussion als *SZ* ein, blockieren Nutzer und melden diese bei *Facebook*, falls notwendig. Wenn wir der Meinung sind, dass Beiträge justizierbar sind, prüfen wir diese Fälle auch mit unserer Rechtsabteilung.

Wurden Sie im Internet schon einmal persönlich beleidigt?

Ich habe einen Stalker, der sich alle Jahre wieder meldet. Auf *Google+* hat er mich vor ein paar Jahren in einer Frage getaggt: „Wie lange braucht Daniel Wüllner noch für seine Dissertation?“ An der schreibe ich immer noch.

Thomas Balbierer

### Über das Autorenteam

Matthias Reinelt (rechts) und Thomas Balbierer studieren Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt. Für ihre Recherche haben sie mit zahlreichen Medienmachern über deren Social-Media-Erfahrungen gesprochen. Am meisten wird den beiden jedoch die Suche nach Hasskommentaren in *Facebook* in Erinnerung bleiben. Die schiere Menge an radikalen und hasserfüllten Kommentaren hat bei den Studenten tiefen Eindruck hinterlassen. „Es muss sich auf jeden Fall etwas ändern“, sind sie sich einig.

Partner für eine starke Zukunft 

**Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft (bbw) e. V.**  
Infanteriestraße 8, 80797 München

Unternehmenskommunikation

**Sabrina Marohn**  
Telefon: 089 44108-220  
E-Mail: marohn.sabrina@zentrale.bfz.de

**Almuth Baron-Weiß**  
Telefon: 089 44108-216  
E-Mail: baron-weiss.almuth@zentrale.bfz.de

[www.bbw.de](http://www.bbw.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.facebook.com/HannsSeidelStiftung](http://www.facebook.com/HannsSeidelStiftung)  
 [www.twitter.com/HSSde](http://www.twitter.com/HSSde)  
 [www.youtube.com/HannsSeidelStiftung](http://www.youtube.com/HannsSeidelStiftung)

**Hubertus Klingsbögl** Pressesprecher

Hanns-Seidel-Stiftung e.V. Tel: +49(0)89 12 58-262  
Lazarettstraße 33 Fax: +49(0)89 12 58-356  
80636 München E-Mail: presse@hss.de

[www.hss.de](http://www.hss.de) **Im Dienst von Demokratie, Frieden und Entwicklung**

# Werden Sie Unterstützer

Unterstützen auch Sie die Arbeit des Bayerischen Journalisten-Verband e. V. mit Ihrer Anzeige im Pressestellen-Verzeichnis und bieten Sie damit Journalisten den Service, Sie schnell zu finden! Angebote und Mediadaten erhalten Sie bei **Mediasüd, Robert Macher, Tel. 09183 / 9 52 44**

 **LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN**

**Luise Dirscherl**  
Kommunikation und Presse  
Leitung

Leopoldstr. 3  
80802 München  
[www.lmu.de](http://www.lmu.de)

Tel: 089 / 2180 - 2706  
Fax: 089 / 33 82 97  
E-Mail: [dirscherl@lmu.de](mailto:dirscherl@lmu.de)

 **Technische Universität München**

Dr. **Ulrich Marsch**

Arcisstraße 21  
80333 München  
Tel + 49.89.289.22778  
Fax + 49.89.289.23388  
marsch@zv.tum.de  
www.tum.de

Pressesprecher des Präsidenten  
Leiter Corporate Communications  
Center



## 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,- EUR inkl. Gestaltung und zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6 x jährlich**, jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter [www.bjv.de](http://www.bjv.de) • **Planung/Abwicklung:** Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09183 / 9 52 44, Fax 9 52 45, [robert.macher@mediasued.de](mailto:robert.macher@mediasued.de)



**AFAG**  
WIR MACHEN MESSEN

**Paul Schneeberger**  
Leiter Unternehmens-  
Kommunikation

**Kathrin Winkler**  
Pressereferentin

**Juliane Heißer**  
Pressereferentin

**AFAG Messen und  
Ausstellungen GmbH**  
Messezentrum 1  
90471 Nürnberg  
☎ (0911) 9 88 33-555  
☎ (0911) 9 88 33-245  
presse@afag.de  
www.afag.de



**NÜRNBERG MESSE**

**Die Themen finden Sie auf  
unsere Veranstaltungen.  
Die Antworten liefern wir.**

**Dr. Thomas Koch**  
Leiter Unternehmenskommunikation

**Maximilian Hensel**  
Pressereferent  
Unternehmenskommunikation

NürnbergMesse GmbH  
Messezentrum · 90471 Nürnberg  
T +49 9 11 86 06-83 53  
F +49 9 11 86 06-12 83 53  
presse@nuernbergmesse.de  
www.nuernbergmesse.de



**GVB**

Genossenschaftsverband  
Bayern

**Florian Ernst**  
Pressesprecher

Türkenstraße 22 - 24 · 80333 München  
Tel. 0 89/28 68-34 02 · Mobil: 0176 / 10 01 45 53  
Fax 0 89/28 68-34 05  
E-Mail presse@gv-bayern.de  
www.gv-bayern.de

**IHRE ANSPRECHPARTNER**

**Christian Kraus**  
Leiter Unternehmenskommunikation  
Telefon: 089 20307 1301  
Telefax: 089 203075 1301  
christian.kraus@interhyp.de

**Heidi Müller**  
Pressesprecherin  
Telefon: 089 20307 1305  
Telefax: 089 203075 1305  
heidi.mueller@interhyp.de

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



*Das Zuhause der Baufinanzierung*



**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  
Unternehmenskommunikation | Vorstandsstab

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

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



**Stadtparkasse  
München**  
*Die Bank unserer Stadt.*

**PUNKT-  
LANDUNG**

Ihr Eintrag in der Rubrik PRESSE-  
STELLEN verschafft übers ganze Jahr  
Kontakt zu Journalisten, Redakteuren  
und Mitarbeitern in den Medien, zu  
Pressesprechern in nahezu allen Be-  
reichen, 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,- EUR, auf Wunsch auch inklusive Gestaltung.

**Der nächste *BJVreport* (alle zwei Monate) erscheint  
am 19.4.2017, Anzeigenschluss ist am 19.3.2017.**  
Anzeigenmarketing:  
Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09183/ 9 52 44,  
Fax 9 52 45, robert.macher@mediasued.de

## Einfach nah. Meine AOK.

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



## Ist Ihr Eintrag noch aktuell?

Bitte prüfen Sie Ihren Pressestellen-Eintrag in jeder Ausgabe. Text- und Farbkorrekturen, Logo-Änderungen erledigen wir gerne für Sie – nach Ihren Vorgaben und kostenlos! Ihr BJV Kontakt für Anzeigen und Pressestellen-Einträge: Mediasüd, Robert Macher, Tel. 09183 / 9 52 44, Fax 9 52 45, robert.macher@mediasued.de

## Björn Collmann Leiter Unternehmenskommunikation

Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg  
Telefon 0911 531-4632, Fax -814632  
Bjoern.Collmann@nuernberger.de  
www.nuernberger.de

**NÜRNBERGER**  
VERSICHERUNGSGRUPPE



VER | **SICHER** | UNGS  
KAMMER  
BAYERN

Ein Stück Sicherheit.

Maximilianstraße 53  
80530 München  
www.vkb.de

**Claudia Scheerer**  
Pressesprecherin

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

**Stefan Liebl**  
Stellvertr. Pressesprecher

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

**bayerngas**

Energiepartnerschaft mit Zukunft

**Dirk Barz**  
Pressesprecher  
Leiter Kommunikation & Marketing

Tel.: +49 (0)89.7200-339  
Fax: +49 (0)89.7200-448  
Bayerngas GmbH  
Poccistraße 9  
80336 München

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



**bayernwerk**

**Maximilian Zängl**

Leiter  
Unternehmens-  
kommunikation  
Pressesprecher

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

 **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  
thomas.renz@lew.de

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

Lechwerke AG ■ Schaezlerstraße 3  
86150 Augsburg ■ www.lew.de  
F +49 (0)8 21/3 28-16 60

VORWEG GEHEN



**Dr. Heidi Willer**

Pressesprecherin

Telefon 0911 802-58063, Telefax 0911 802-58053

E-Mail: heidi.willer@n-ergie.de

Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg, www.n-ergie.de

**Bitte beachten Sie folgende Termine**

Ausgabe <i>BJVreport</i>	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
2/2017	19. März	6. April	19. April
3/2017	14. Mai	2. Juni	13. Juni
4/2017	23. Juli	9. August	22. August

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing *BJVreport*:

Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09183 / 9 52 44,

Fax 9 52 45, robert.macher@mediasued.de

**Stadtwerke Augsburg Holding GmbH**

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



Stadtwerke Augsburg | Von hier. Für uns.

**Christoph Kahlen**

Leiter Öffentlichkeitsarbeit

Thüga Aktiengesellschaft  
Nymphenburger Straße 39 | 80335 München  
Tel.: 089 38197 1215  
Fax.: 089 38197 1535  
christoph.kahlen@thuega.de  
www.thuega.de



**Menschen wie du und ich**



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

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

**BJV Anzeigenkontakt:** Mediasüd, Robert Macher,  
Telefon 09183 / 9 52 44, Fax 9 52 45, robert.macher@mediasued.de

## 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

Hans-Joachim Bues  
Leiter Unternehmenskommunikation  
Ingo Anspach  
Leiter Presse



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



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



## Verkehrsverbund Großraum Nürnberg GmbH

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

**Manfred Rupp**      **Barbara Lohss**  
Tel.: 0911 27075-43      Tel.: 0911 27075-49  
manfred.rupp@vgn.de      barbara.lohss@vgn.de

VGN • Rothenburger Straße 9 • 90443 Nürnberg  
Fax: 0911 270 75-50 • www.vgn.de • info@vgn.de



**AUDI AG**  
Kommunikation  
85045 Ingolstadt  
  
Telefon: +49 841 89-0  
Telefax: +49 841 89-91059  
E-Mail: audi-kommunikation-  
unternehmen@audi.de  
Internet: www.audi-mediacycenter.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

**Peter Oberndorfer**  
Produkt und Technologie

Telefon: +49 841 89-43355  
E-Mail: peter.oberndorfer@audi.de

## Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe <i>BJVreport</i>	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
2/2017	19. März	6. April	19. April
3/2017	14. Mai	2. Juni	13. Juni
4/2017	23. Juli	9. August	22. August

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing *BJVreport*:  
Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09183 / 9 52 44,  
Fax 9 52 45, robert.macher@mediasued.de

BayWa

**Marion Danneboom M.A.**  
Leiterin PR/Corporate  
Communications/Public Affairs

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

**BMW  
GROUP**



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

Postanschrift  
BMW AG  
D-80788 München

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

Hausanschrift  
BMW Haus  
Petuelring 130  
80788 München

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

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

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



**Dr. Tobias Nickel**

Leitung Marketing und Unternehmenskommunikation

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

[www.draexlmaier.com](http://www.draexlmaier.com)



WE CREATE CHARACTER



**Thomas Weimann**

Leiter Unternehmenskommunikation

E-TA 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

# LEONI

[www.leoni.com](http://www.leoni.com)

**Dr. Bernd Buhmann**

Leiter Unternehmenskommunikation und Marketing  
 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

**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



**St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg**



**Anja Müller**

Leiterin Unternehmenskommunikation

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

Mommensstraße 24  
 90491 Nürnberg  
 www.theresien-krankenhaus.de

# StWN

Städtische Werke Nürnberg GmbH

**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

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.

## Ist Ihr Eintrag noch aktuell?

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

Ihr BJV Kontakt für Anzeigen und Pressestellen-Einträge:  
Mediasüd, Robert Macher, Tel. 09183 / 9 52 44,  
Fax 9 52 45, robert.macher@mediasued.de



BAYERISCHE  
LANDESÄRZTEKAMMER

### Pressestelle

#### Dagmar Nedbal

Leiterin der Pressestelle,  
Bayerisches Ärzteblatt,  
Internet

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



Bayerische  
LandesZahnärzte  
Kammer

### Isolde M. Th. Kohl

Leiterin Geschäftsbereich Kommunikation

Tel.: 089 72480-102

Fax: 089 72480-444

Mail: ikohl@blzk.de

Bayerische Landes Zahnärztekammer  
Körperschaft des öffentlichen Rechts  
Fallstraße 34, 81369 München

Internet: [www.blzk.de](http://www.blzk.de)



### Dr. Josef Wallner, Dipl.-Volkswirt

Wirtschaftspolitik | Öffentlichkeitsarbeit

Bayerischer Bauindustrieverband e.V.  
Oberanger 32/VI | 80331 München  
Telefon +49 89 235003-33  
Fax +49 89 235003-71  
j.wallner@bauindustrie-bayern.de  
www.bauindustrie-bayern.de



Wilfried Schober  
Pressesprecher

Bayerischer Gemeindetag  
Dreschstraße 8  
80805 München

wilfried.schober@bay-gemeindetag.de  
www.bay-gemeindetag.de

Tel. 089 / 36 00 09-30  
Fax 089 / 36 56 03



## 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,- EUR inkl. Gestaltung und zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6 x jährlich**, jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter [www.bjv.de](http://www.bjv.de) • **Planung/Abwicklung:** Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09183 / 9 52 44, Fax 9 52 45, robert.macher@mediasued.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

**Julia Christiansen**  
Öffentlichkeitsarbeit/Presse



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

[www.milchland-bayern.de](http://www.milchland-bayern.de)

# Werden Sie Unterstützer

Unterstützen auch Sie die Arbeit des Bayerischen Journalisten-Verband e.V. mit Ihrer Anzeige im Pressestellen-Verzeichnis und bieten Sie damit Journalisten den Service, Sie schnell zu finden! Angebote und Mediadaten erhalten Sie bei **Mediasüd, Robert Macher, Tel. 09183 / 9 52 44**

## Nürnberger Volksfest

Bayerns zweitgrößtes Volksfest  
Frankens Erlebnisvolksfest



Süddeutscher Verband reisender  
Schausteller und Handelsleute e.V.  
– Sitz Nürnberg  
Peter Budig  
Pressesprecher

Bayenstraße 100  
90471 Nürnberg  
T Büro: 0049.911.21 08 66 45  
T Mobil: 0049.179.597 50 45  
F 0049.911.46 57 67  
info@sueddeutscher-schaustellerverband.de  
www.volksfest-nuernberg.de  
www.sueddeutscher-schaustellerverband.de



**unabhängig. solidarisch. stark.**

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



### O-Ton Lateinamerika

Infos, Experten und Fotos  
zur Situation Lateinamerikas  
zum kostenlosen Download:  
[www.adveniat.de/presse](http://www.adveniat.de/presse)



Foto: Jürgen Escher

# PUNKT- LANDUNG

Ihr Eintrag in der Rubrik PRESSE-  
STELLEN verschafft übers ganze Jahr  
Kontakt zu Journalisten, Redakteuren  
und Mitarbeitern in den Medien, zu  
Pressesprechern in nahezu allen Be-  
reichen, 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,- EUR, auf Wunsch auch inklusive Gestaltung.

**Der nächste *BJVreport* (alle zwei Monate) erscheint  
am 19.4.2017, Anzeigenschluss ist am 19.3.2017.**

Anzeigenmarketing:  
Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09183 / 9 52 44,  
Fax 9 52 45, robert.macher@mediasued.de

# „Wir sind eine von vielen Antworten auf die Medienkrise“

Das gemeinnützige Rechercheprojekt *Correctiv* bietet Zeitungen kostenlose Artikel

Von Thomas Mrazek

Ganz intensiv in eine Recherche einsteigen, ohne Zeitdruck mal länger an einem Thema arbeiten – davon träumt fast jeder Journalist. Oft bleibt es beim Traum, redaktionelle Abläufe oder fehlende Ressourcen lassen dies meistens nicht zu. Dass Kollegen aller Medien dennoch immer wieder beachtliche Rechercheerfolge gelingen, zeigt, dass es um den Journalismus hierzulande doch nicht so schlecht bestellt sein kann. Trotzdem brauchen Medien, um das Niveau ihrer Arbeit aufrechtzuerhalten, neue Modelle journalistischen Arbeitens und der Finanzierung.

## Geldgeber erscheinen auf Website

„Wir sind eine von vielen Antworten auf die Medienkrise“, sagt David Schraven, Geschäftsführer des im Juni 2014 gegründeten gemeinnützigen Recherchezentrums *Correctiv*. Aufgrund der schwierigen ökonomischen Lage hätten Medien „Probleme, ihrer Wächterfunktion nachzukommen“. Hier setze *Correctiv* an „und will investigativen, aufklärenden Journalismus für jeden Verlag, für jeden Sender in Deutschland erschwinglich und zugänglich machen“. Außerdem startete das Zentrum ein journalistisches Bildungsprogramm (siehe Infokasten). Die Finanzierung erfolgt vor allem durch Zuwendungen gemeinnütziger Stiftungen und durch Spenden und Mitgliedschaften von Bürgern. Die Macher legen großen Wert auf Transparenz: „Alle Geldgeber, die uns mehr als 1000 Euro zukommen lassen, erscheinen auf unserer Website.“ Rund 20 Personen arbeiten derzeit hauptsächlich in Berlin und Essen für das Projekt; neben klassischen investigativen Reportern sind dies auch Online- und Datenjournalisten sowie Programmierer.

Der gemeinnützige Aspekt kommt auch anderen Medien zugute: *Correctiv* liefert seine zum Teil sehr aufwändig recherchierten Artikel unter anderem Regionalzeitungen kostenlos zur Publikation. Aufwändig? „Kollegen arbeiten oft zwei oder drei Monate an

einem einzigen Artikel“, erklärt Chefredakteur Markus Grill. Die Recherchen kommen in der Medienöffentlichkeit gut an, *Correctiv*-Journalisten haben bereits einige renommierte Journalistenpreise gewonnen. Beliebt macht man sich damit aber nicht: „Wir werden oft juristisch angegriffen“ und „unsere Redaktion steht unter polizeilichem Objektschutz. Personenschützer gehen bei uns ein und aus“, erklärte Geschäftsführer Schraven in seinem Posting „Übergriffe und Wirkungen“: [bjvlink.de/uebergriffe](http://bjvlink.de/uebergriffe).

Die *Nürnberger Nachrichten* veröffentlichten von *Correctiv* bisher ein halbes Dutzend „innovativer und spannender Geschichten“, erklärt Chefredakteur Michael Husarek. Unter anderem zu Manipulationen beim Hotelportal HRS oder zu der von der AfD geplanten Abschaffung der Bundesagentur für Arbeit. Husarek ist noch im Zwiespalt ob der Qualität der Beiträge. Beispiel gefällig? Der Chefredakteur erläutert: „Bei der Geschichte über Krankenhauskeime hat *Correctiv* die Empfehlung der Deutschen Hygienegesellschaft auf alle Krankenhäuser übertragen, sie gelten aber nur für bestimmte Kliniken.

### Correctiv-Projekte

*Correctiv* plant den Bau eines **Hauses für gemeinnützigen Journalismus** mit bis zu 400 Arbeitsplätzen, die Schöpfunglin Stiftung würde bis zu 25 Millionen Euro in dieses Projekt investieren (Stand Dezember 2016). [haus-des-journalismus.de](http://haus-des-journalismus.de)

Die **Reporterfabrik** soll Nicht-Journalisten und Journalisten gleichzeitig aus- und weiterbilden. [bjvlink.de/reporterfabrik](http://bjvlink.de/reporterfabrik)

**Factchecking bei Facebook durch Correctiv**: Beitrag auf [correctiv.org](http://correctiv.org): „Fragen und Antworten, wie unsere Zusammenarbeit mit dem Internet-Konzern aussehen könnte.“ [bjvlink.de/factchecking](http://bjvlink.de/factchecking)

Außerdem wurde die dazu gelieferte Grafik mittlerweile wieder zurückgezogen; ärgerlich sind ab und an auch die korrigierten Fassungen zu einem Thema und viele Rechtschreibfehler.“ Die zur Jahreswende veröffentlichte Serie über rechtsradikale Medien empfanden er und seine Kollegen „als schwach, da weitgehend nur öffentlich zugängliche Quellen – also ohne eigene investigative Recherche – herangezogen wurden“. Die Nürnberger verzichteten auf einen Abdruck. Doch insgesamt schätzt Husarek das Angebot des Recherche-Büros: „Wir halten an der Zusammenarbeit fest, weil wir sowohl den (Finanzierungs-)Ansatz als auch den datenjournalistischen Ansatz für zukunftsträchtig erachten.“

Neben den Nürnbergern werden aus Bayern noch *Donaukurier*, *Mittelbayerische Zeitung* und *Münchner Merkur* auf [correctiv.org](http://correctiv.org) als Partner erwähnt; insgesamt seien es rund 15 Blätter, sagt Grill. Das „Honorar“ für seine Redaktion bestehe nur darin, „dass die Zeitungen uns angemessen nennen müssen, also einen Redaktionsschwanz über *Correctiv* abdrucken müssen, der kurz unsere Arbeit erklärt“. Damit sollen „Leser, die das interessiert, den Weg zu unserer Website finden“, der ein oder andere werde dann vielleicht Fördermitglied. Derzeit sind es 2000 Mitglieder und einige Stiftungen, die das Projekt unterstützen.

## Etwa eine Recherche pro Woche

Im Schnitt werde eine Recherche pro Woche an die beteiligten Regionalzeitungen verschickt, sagt Grill. Die Hälfte der Zeitungen veröffentliche diese Artikel dann auch. Die Gefahr, dass Verlage dabei eigene Leute einsparen könnten, sieht der Chefredakteur nicht: „Ich glaube nicht, dass damit ein Verlag auch nur eine Stelle oder einen freien Mitarbeiter einsparen kann.“ Als künftige Themen kündigt Grill einen Schwerpunkt „ungerechte Arbeitswelt“ an, „bei dem wir auch die Job-Center und Arbeitsagenturen in vielen Städten durchleuchten“, und Recherchen zur AfD und den Neuen Rechten. Ausgewählte Geschichten aus dem im Januar gemeinsam mit dem türkischen Journalisten Can Dündar (ehemaliger Chefredakteur der türkischen Zeitung *Cumhuriyet*) gestarteten deutsch-türkischen Online-Magazin *Özgürüz* ([ozguruz.org](http://ozguruz.org)) sollen in Zukunft auch den Regionalzeitungen angeboten werden.

# „Kein Grund für Entschuldigungen“

PNP-Verlegerin empört sich über Mitarbeiterproteste – Betriebsrat kontert

Von Michaela Schneider

Sie gehen wieder und wieder auf die Straße, demonstrieren, streiken – Journalisten und Verlagsangestellte der *Passauer Neuen Presse*. Doch Verlegerin Simone Tucci-Diekmann weigert sich beharrlich, mit den Gewerkschaften Verhandlungen aufzunehmen. Stattdessen hat sie eine überarbeitete Version des 2009 erstmals aufgelegten „Eckpunkte-papiers“ angekündigt. Es regelt das Beschäftigungsverhältnis neu eingestellter Mitarbeiter und billigt „Altvertraglern“ maximal einen Inflationsausgleich zu. In dem Schreiben an die Mitarbeiter, in dem Tucci-Diekmann die Überarbeitung ankündigt, äußert sie zudem ihre Empörung über gewerkschaftliche Proteste – und erwartet eine Entschuldigung.

## „Beleidigend und ehrverletzend“

Tucci-Diekmann bezieht sich im Schreiben auf ein Gespräch mit Betriebsräten, bei dem sie selbst nicht einmal dabei war. Wörtlich heißt es: „Zudem planten sie (*Anmerkung der Redaktion: vorab namentlich genannte Betriebsräte*) eine Entschuldigung für die beleidigende und ehrverletzende Veranstaltung zum Jahresende im Stadtzentrum Passau an mich zu übermitteln.“ In einer Stellungnahme im Intranet des Hauses distanziert sich der Betriebsrat: „(Im Gespräch...) wurde unseren Vorsitzenden vom Arbeitgeber nahegelegt, sich bei der Verlegerin für die Kundgebung vor der Stadtgalerie zu entschuldigen. Dies wurde lediglich zur Kenntnis genom-

men. Wir sehen keinen Grund für irgendwelche Entschuldigungen.“

Noch eine Passage sorgt für Empörung. Tucci-Diekmann schreibt, beide Betriebsräte hätten zugesagt, „das überarbeitete Eckpunktepapier gegenzeichnen zu wollen, wenn sich die betriebsfremden Gewerkschaften zurückzögen“. Die Antwort des Betriebsrats: Zu keinem Zeitpunkt habe im Raum gestanden, irgendein einseitig festgelegtes Papier zu unterzeichnen. Zudem verweist der Betriebsrat auf geltende Gesetze, an die er sich halten werde, insbesondere das Betriebsverfassungsgesetz. § 77 Absatz 3 im Wortlaut: „Arbeitsentgelte und sonstige Arbeitsbedingungen, die durch Tarifvertrag geregelt sind oder üblicherweise geregelt werden, können nicht Gegenstand einer Betriebsvereinbarung sein.“

Und eine Betriebsvereinbarung ist Tucci-Diekmanns Eckpunktepapier sowieso nicht, diese hätte Verhandlungen mit dem Betriebsrat vorausgesetzt und wäre rechtsverbindlich, erläutert BJV-Geschäftsführerin Jutta Müller. Daneben sei im Arbeitsrecht zwar auch eine sogenannte „Gesamtzusage“ des Arbeitgebers an die Belegschaft möglich. Die allerdings könne nur positive Dinge regeln, sprich Zusatzleistungen wie zum Beispiel Gratifikationen. Tucci-Diekmanns bisheriges Eckpunktepapier stellt die Journalisten der *PNP* jedoch in vielen Punkten schlechter als Kollegen in anderen Häusern, die nach Tarif bezahlt werden (*siehe Infokasten*).



Die Proteste der *PNP*-Mitarbeiter gingen auch 2017 weiter – im Bild unterstützt vom BJV-Vorsitzenden Michael Busch. Mehr unter [bjvlink.de/pnp-demo](http://bjvlink.de/pnp-demo). Zudem wurde Anfang Februar erneut gestreikt. Foto: Tobias Köhler

## Verlegerin: „einseitig binden“

Wie das künftige Eckpunktepapier tatsächlich aussehen wird, war bei Redaktionsschluss nicht bekannt. Tucci-Diekmann hatte im Schreiben angekündigt: „Ich werde mich nun einseitig (...) an das neue Eckpunktepapier ab dem 1. März 2017 für weitere drei Jahre binden und so wie die letzten zehn Jahre auch (...) zu meinen Worten stehen. Bis Mitte Februar wird das entsprechend angepasste Eckpunktepapier im Intranet veröffentlicht werden.“

Bedeutet das Eckpunktepapier also zumindest für geraume Zeit Sicherheit? Die BJV-Geschäftsführerin relativiert: Selbst wenn man es wie eine „Gesamtzusage“ werte, erwerben Arbeitnehmer – anders als beim Tarifvertrag – nur einen einzelvertraglichen Anspruch auf versprochene Leistungen. Und ein Einzelvertrag kann zum einen im Einvernehmen mit dem Arbeitnehmer geändert werden. Zum anderen wäre laut Müller vor Ablauf der drei Jahre eine Änderungskündigung denkbar, insofern die Verlegerin einen triftigen Grund vorlegen würde. Änderungskündigung? Das bedeutet nichts anderes als die Kündigung eines Arbeitsverhältnisses, verbunden mit dem Angebot, es unter geänderten Bedingungen fortzusetzen. Und geändert bedeutet selten besser.

	Flächentarifvertrag für Redakteur/-innen	Das bisherige Eckpunktepapier der PNP
<b>Arbeitszeit</b>	36,5 Std./Woche	40 Std./Woche
<b>Urlaub</b>	30 Tage/34 Tage	26 Tage
<b>Sonderurlaub</b>	Umzug (dienstl.) 2 Tage Eheschließung, Geburt, Todesfälle: 2 Tage	/
<b>Urlaubsgeld/Jahresleistung</b>	1,5 Bruttomonatsgehälter	1 Bruttomonatsgehalt
<b>Gehaltsfortzahlung bei Krankheit</b>	bis zu 12 Monate (nach 25 Jahren)	6 Wochen
<b>Sonntags-/Feiertagszuschlag</b>	76,10 € Redakteure 51,10 € Volontäre	75 € Redakteure 40/50 € Volontäre
<b>Gehalt</b>	3.202 € bis 5.245 €	2.666 € bis 4.713 €



Den Zorn vor allem auch freier Fotografen weckt eine Vorschrift der Bayerischen Schlösserverwaltung.

Foto: Maria Goblirsch

## Panoramafreiheit auf Schlossherrenart

Bayerische Schlösserverwaltung lässt Film- und Fotoaufnahmen nur mit Genehmigung zu

Von Maria Goblirsch

Winterstimmung im Nymphenburger Schlosspark in München. Schnee bedeckt Wege und Wiesen, der Kanal ist mit einer glitzernden Eisschicht überzogen. Das perfekte Motiv für ein Schmuckfoto in der morgigen Ausgabe der Tageszeitung.

Doch das Fotografieren oder Filmen ist dort für Journalisten ohne vorherige schriftliche Genehmigung durch die Bayerische Schlösser und Seenverwaltung nicht erlaubt. Für die Veröffentlichung des Bildmaterials ist zusätzlich noch eine „Reproduktions-Genehmigung“ einzuholen. Die Genehmigung nimmt bis zu zehn Werktagen in Anspruch, es fallen dafür Gebühren an. Und: Das gilt für alle Objekte der Bayerischen Schlösserverwaltung, von Aschaffenburg über München bis Würzburg.

### Fotos werden honorarfrei für eigene Publikationen verwendet

In den Klauseln, die zu unterschreiben sind, heißt es unter anderem: „Für Innen- und Außenaufnahmen der Objekte der Bayerischen Schlösserverwaltung benötigen Sie grundsätzlich eine kostenpflichtige Fotogenehmigung.“ Und: „Die Veröffentlichung von genehmigungspflichtigen Fotoaufnahmen auf Social-Media-Plattformen (wie Facebook &

Co) ist generell nicht gestattet.“ (Fotoregeln im Wortlaut unter [bjvlink.de/genehmigung](http://bjvlink.de/genehmigung)).

Den Zorn vor allem freier Fotografen weckt die Vorschrift vor allem auch, weil demnach „der Bayerischen Schlösserverwaltung Belegaufnahmen des entstandenen Fotomaterials zur Verfügung gestellt werden müssen, welche diese für interne Zwecke (zum Beispiel eigene Publikationen) entgeltfrei nutzen kann“. Das bedeutet: Die staatliche Behörde veröffentlicht Bilder und Filme, die von und in ihren Objekten aufgenommen werden in Prospekten oder Bildbänden, ohne dafür ein Honorar zu zahlen.

„Es ist inakzeptabel, vor allem im Zusammenhang mit den stetig sinkenden Honoraren, dass hier eine potenzielle und noch dazu staatliche ‚Einnahmequelle‘ kostenlos beliefert wird“, kritisiert Thomas Geiger, Vorsitzender Fachgruppe Bildjournalisten im BJV. Er hält die Vorschrift, dass auch für die aktuelle Bildberichterstattung vorab eine – wenn auch kostenfreie – Genehmigung einzuholen ist, für nicht praktikabel und unangemessen.

Einige Fotografen boykottieren inzwi-

schen lieber die Objekte der Schlösserverwaltung, statt ihre Bilder für deren Zwecke kostenlos zur Verfügung zu stellen.

Warum besteht die Bayerische Schlösserverwaltung auf diese Genehmigungspraxis? Pressesprecherin Ines Holzmüller verweist in ihrer Stellungnahme darauf, dass ihre Behörde nach dem Haushaltsgesetz dazu verpflichtet sei, Einnahmen in Höhe von 70 Prozent der Ausgaben zu erzielen. Neben Eintrittsgeldern und Vermietungen geschehe dies auch über Erlöse aus Publikationen „und eben auch Bildrechte“. Das sei keine bayerische Sonderregelung.

Aufgrund der „personellen Ressourcen“ könne man eine fristgerechte Bearbeitung von Genehmigungen nur mit einem Vorlauf von zehn Werktagen garantieren. „Selbstverständlich gehen wir aber flexibel auf Bedürfnisse ein. Für wetterabhängige Aufnahmen

### „Die Veröffentlichung auf Social-Media-Plattformen ist nicht gestattet.“

Aus den Fotoregeln der Bayerischen Schlösserverwaltung

ermöglichen wir Genehmigungen für einen längeren Zeitraum oder mehrere Zeitfenster und auch bei kurzfristigen Anfragen

bemühen wir uns um eine rechtzeitige Bearbeitung“, teilt die Pressestelle mit.

Zur Frage der Gebühren verhält sich die Bayerische Schlösserverwaltung wenig transparent. Immerhin stellte Pressesprecherin Holzmüller klar, dass die Foto- und Repräsentation für aktuelle Berichterstattung oder touristische Beiträge kostenfrei sei.

Ansonsten stelle jede Anfrage eine „Einzelfallentscheidung“ dar, bei der in die „Preisgestaltung unterschiedliche Faktoren wie Verwendungszweck, Bekanntheit des Objektes, Verbreitungsgebiet, Laufzeit, Aufwand

der Arbeiten oder der Wiedererkennungswert des gewählten Motivs“ einflößen. Feste Sätze oder die Gebührenordnung werden nicht veröffentlicht.

### Gilt die Panoramafreiheit auch für öffentliche Kulturgüter?

Wer für den Privatgebrauch fotografiert oder filmt, darf das ohne Genehmigung und kostenfrei tun und diese Bilder auf eigenen Social-Media-Plattformen nutzen (auch bei Hochzeiten und Aufnahmen eines Profifotografen). Anders sieht es bei gewerblicher Nutzung des Bildmaterials aus.

Dabei kann sich die Bayerische Schlösserverwaltung auf das sogenannte „Sanssouci-Urteil“ berufen. Darin entschieden die BGH-Richter, der Inhaber des Hausrechts dürfe bestimmen, wer sein (öffentliches) Grundstück betrete und auch, ob Aufnahmen vom Grundstück aus hergestellt werden dürfen (*mehr dazu im Rechtstipp auf Seite 42*).

Dürfen Fotografen ihre in oder von Objekten der Schlösserverwaltung aufgenommenen Bilder wenigstens anderen Medien zur Veröffentlichung anbieten? Die Behörde genehmige die Reproduktion generell nur für einen bestimmten Verwendungszweck, teile die Pressestelle auf Anfrage mit. Allerdings: „Wenn ein Foto für einen weiteren Verwendungszweck genutzt werden soll, ist das durchaus möglich, muss aber gesondert genehmigt (Anmerkung der Redaktion: und bezahlt) werden.“

Offensichtlich kommen auf diese Weise nicht genügend Fotos für die Publikationen der Bayerischen Schlösserverwaltung zusammen. Jetzt hat die Behörde den Foto-Wettbewerb für Laien unter dem Motto „Schlösser und Burgen im Winterzauber“ ausgeschrieben. Nach den Bedingungen erklären sich alle Teilnehmer (also auch die Nichtgewinner) einverstanden, der Schlösserverwaltung alle Nutzungsrechte am Foto zu übertragen.

### Interessensvertretung für feste Freie beim BR

Reform des Rundfunkgesetzes verabschiedet

Den rund 1500 im BR tätigen festen Freien steht jetzt per Gesetz eine Interessensvertretung zu. Sie soll sich regelmäßig mit der Geschäftsleitung über alle „Angelegenheiten von grundsätzlicher Bedeutung“ für die 12-er austauschen und ist umfassend zu unterrichten. Das sieht der neu ins Bayerische Rundfunkgesetz aufgenommene Artikel 20 vor (Wortlaut unter [bvlink.de/bayrg](http://bvlink.de/bayrg)). In der Praxis existiert diese Freienvertretung bereits. Nun soll ein Statut der Intendanz festlegen, welche Rechte dieses Gremium hat.

Neu geregelt wurde auch die Besetzung des Rundfunk- und des Medienrates. Es kommen jeweils drei Mitglieder neu hinzu, der BJV behält seinen Sitz. Wechselt die personelle Besetzung, soll einem männlichen Vertreter eine Frau folgen und umgekehrt. (mgo)

# WEITERBILDUNG VON JOURNALISTEN FÜR JOURNALISTEN

## Ausgewählte Veranstaltungen des bpb-Lokaljournalistenprogramms 2017

- ▶ **Redaktionskonferenz:** Jede Stimme zählt. Die Bundestagswahl 2017 im Lokalen. Vom 20. bis 22. März 2017 in Bad Honnef
- ▶ **Redaktionskonferenz:** Gekommen, um zu bleiben. Neue Ideen für lokale Onlinemedien. Vom 27. bis 29. April 2017 in Berlin
- ▶ **Modellseminar:** Zwischen Denkmal und Digital: Heimat ist ganz anders. Lokaljournalismus muss sich neu erfinden. Vom 4. bis 8. September 2017 in Hagen

**Alle Veranstaltungen, Publikationen und Angebote unter:**

[www.bpb.de/gesellschaft/medien/lokaljournalistenprogramm](http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/lokaljournalistenprogramm) und [www.drehscheibe.org](http://www.drehscheibe.org)



## Auskuriert in Bayreuth

Aktion gegen massiven Stellenabbau beim Nordbayerischen Kurier

Von Maria Goblirsch

Sie haben Grablichter angezündet und einen Bilderrahmen mit schwarzem Trauerflor aufgestellt. „Auskuriert“ steht auf dem Foto und den Transparenten, mit denen Betriebsrat und Mitarbeiter gegen den geplanten Stellenabbau und den damit verbundenen Qualitätsverlust beim Nordbayerischen Kurier protestierten.

Denn beim Nordbayerischen Kurier sollen nach Presseberichten 25 Prozent der Gesamtbelegschaft abgebaut werden. Teilweise sollen die betroffenen Mitarbeiter innerhalb der Verlagsgruppe Hof/Coburg/Suhl weiterbeschäftigt werden. Eine konkrete Zahl der ersatzlos geplanten Stellenstreichungen nannte der Verlag bisher nicht. In Gerüchten ist von 45 Stellen die Rede.

Die Redaktion, die 2016 durch Fluktuation bereits zehn von 42 Mitarbeitern verloren hatte, ist wohl weniger vom Arbeitsplatzverlust bedroht. Andere Auswirkungen wie Arbeitsverdichtungen werden aber auch die redaktionellen Mitarbeiter zu spüren bekommen. Die Belegschaft steht zusammen und zeigt sich über die einzelnen Berufssparten hinweg solidarisch.

### BJV fordert Verhandlungen über Sozialtarifvertrag

Der Nordbayerische Kurier wird vorwiegend im Landkreis Bayreuth und den umliegenden Gemeinden verkauft. Täglich werden rund 40.000 Zeitungen gedruckt. Im Juni 2016 hatte der Verkauf von 65 Prozent der Anteile am Nordbayerischen Kurier an die Frankenpost in Hof, die zur SWMH und der Deutschen Druck- und Verlagsgesellschaft (DDVG) gehört, für große Unruhe in der Belegschaft gesorgt. Die DDVG wiederum hatte zwei Monate zuvor ihre Anteile am Nordbayerischen Kurier durch Kauf der Anteile des früheren Mitgesellschafters Wolfgang Ellwanger aufgestockt. Der SWMH mit Sitz in Stuttgart gehört unter anderem auch die Süddeutsche Zeitung.

Nun befürchten die Mitarbeiter, der Nordbayerische Kurier könnte bald zu einer Art „Außenfraktion“ der Hofer Frankenpost werden. Zwischenzeitlich hat der Verlag mit dem Betriebsrat Gespräche über einen Sozialplan aufgenommen. Parallel dazu fordern BJV und Verdi vom Nordbayerischen Kurier die Aufnahme von Verhandlungen über einen Sozialtarifvertrag.

### Serge Schäfers wird neuer Geschäftsführer

Der BJV hatte bereits Anfang Dezember veröffentlicht, dass der Kundenservice sowie Buchhaltung und Personalabrechnung mit je neun Mitarbeitern in Bayreuth ganz dichtgemacht werden sollen, ebenso der Medienvertrieb mit sieben weiteren Kollegen. Auch Kürzungen in der Redaktion werden nicht ausgeschlossen.

Seinen Stuhl räumen musste Mitte Dezember Geschäftsführer Michael Rümmele, der die letzten Wochen im Krankenstand verbracht hatte. Spätestens zum 1. Juli 2017 soll Serge Schäfers laut einer Pressemeldung der SWMH seine Nachfolge antreten. Der 41-Jährige ist derzeit als Verlagsleiter bei der Borke-ner Zeitung tätig. Für die Zeit bis dahin wurde Bodo Kurz, leitender Angestellter der SWMH GmbH, die Geschäftsführung des Nordbayerischen Kuriers übertragen.

Der seit längerem wegen angeblich mangelnder Rentabilität kolportierte Verkauf der Druckerei der Nordbayerischen Kurier Zeitungsverlag GmbH scheint dagegen erst einmal vom Tisch zu sein. Der Druckerei werden für die nächsten vier Jahre gute Perspektiven vorausgesagt.

Mitarbeiter und Unterstützer haben die Facebook-Seite „Zeitungshelden“ ins Leben gerufen, um die Bevölkerung auf digitalem Weg zu informieren. Die Leser können dort ihre Solidarität mit dem Team des Nordbayerischen Kuriers bekunden.

## Die Auseinandersetzung ins Mutterhaus tragen

Die Wertschätzer vom Obermain-Tagblatt demonstrieren in Würzburg

Keine Gehaltserhöhung seit zehn Jahren, kein Haustarif und hohe Arbeitsbelastung: Vor vier Jahren hatte die Mediengruppe Main-Post Würzburg das Obermain-Tagblatt (OT) in Lichtenfels übernommen. Und mittlerweile wehren sich die Redaktions- und Verlagsmitarbeiter aus Lichtenfels gegen die immer schlechter werdenden Arbeitsbedingungen. Zum vierten Mal gingen sie inzwischen in Streik, zudem wollten sie am Tag der Betriebsversammlung bei der Main-Post „die Auseinandersetzung ins Mutterhaus nach Würzburg tragen“, wie es DGB-Sekretär Norbert Zirnsak bei der Kundgebung vor dem



Obermain-Tagblatt-Kollegen demonstrieren in Würzburg für eine gerechte Entlohnung ihrer Arbeit.

Foto: Traudl Baumeister

Rathaus formulierte. Das Ziel dahinter lässt sich in ein Wort fassen: Wertschätzung. „Die Wertschätzer“ nennen sich die OTler selbst. Zusammenhalt, Durchhaltevermögen und kreative Ideen zeichnen die Gallier im Aste-

rixcomic aus. Nicht von ungefähr schlüpfen die OTler für ihre Aktionen in deren Rolle und Kostüme. Mehr zur Demonstration schreibt Traudl Baumeister auf der BJV-Website: [bjvlink.de/ot-wuerzburg](http://bjvlink.de/ot-wuerzburg).

# Sendeloch in der Radioseele

afk M94.5 verliert die UKW-Frequenz an Rock Antenne – wird die journalistische Ausbildung jetzt leiden?

Von Senta Krasser

Die Radioszene ist entsetzt: Die Münchner Institution afk M94.5 soll von September an nur noch als Web- und Digitalradio funken. Die UKW-Frequenz geht an den digitalen Antenne-Bayern-Ableger Rock Antenne über. So hat es der Hörfunkausschuss des Medienrats der Bayerischen Landesanstalt für Neue Medien (BLM) in seiner Februarsitzung mehrheitlich empfohlen.

Am Tag danach twitterte der Kommunikationswissenschaftler Bernhard Goodwin stellvertretend für viele andere enttäuschte Fans des Ausbildungsradios: „Bei mir ist jetzt erst mal Sendeloch in der Radioseele.“ M94.5-Volontär Johannes Vogl machte seinem Frust im Magazin *jetzt* Luft: Er verstehe nicht, „wie die BLM, die sich selbst Medienvielfalt als ihre Aufgabe auf die Fahne schreibt, einen Sender rauskickt, der ein kulturell vielfältiges Programm macht und die Frequenz einem Big Player gibt, der das gleiche Programm macht wie alle anderen“.

Final abstimmen muss der Medienrat der BLM. Dessen Votum stand bis Redaktionsschluss des *BJVreport* noch aus. Medienräte winken aber die Entscheidungen der Ausschüsse in der Regel durch.

Dass die BLM die Stützfrequenz auf der Blütenburg neu vergeben würde, wurde erst im Dezember publik. Sofort formierte sich Protest. Die Online-Petition „#saveM945“ unterzeichneten mehr als 9.400 Unterstützer.



Eine stärkere Konzentration in der Ausbildung auf die digitale Entwicklung wünscht sich die BLM vom afk.

Foto: Johannes Vogl/afk M94.5

Solidaritätsbekundungen auf Facebook und Twitter gab es von Münchens Oberbürgermeister und von Alumni wie dem ZDF-Kabarettisten Claus von Wagner. Lokale Bands veranstalteten ein „Soli-Festival“ in der Kranhalle.

Auf die Ausschuss-Mitglieder machte das offenbar keinen Eindruck. Das zentrale Argument von M94.5 für den Erhalt der UKW-Frequenz, dass der Sender ein wichtiger Bestandteil des Münchner Kulturlebens sei, habe laut *Süddeutscher Zeitung* nicht verfangen. Denn sein Zweck sei einzig die Ausbildung und nicht, die städtische Radioszene zu bereichern. Um diesen Zweck zu erfüllen, das hatte BLM-Präsident Siegfried Schneider im Vorfeld deutlich gemacht, brauche es eine

Live-Situation, aber kein UKW.

Das sieht die Redaktion von M94.5 anders und befürchtet nun, dass ihr Sender an Relevanz ver-

liert. „Durch den Verlust der UKW-Frequenz werden wir nicht nur deutlich weniger Hörer erreichen, weil sie schlichtweg die entsprechende Empfangstechnik zu Hause oder im Auto nicht haben. Auch unser journalistisches Arbeiten wird darunter leiden“, sagt Programmleiter Wolfgang Sabisch. Interviewpartner, Plattenfirmen und Promoter könnten sich künftig für andere Sender mit größerer Reichweite entscheiden.

Tatsächlich steht die afk-Station im Spannungsverhältnis unterschiedlicher Interessen. Die BLM will zwar vordergründig die Ausbildungssituation dort verbessern. So soll sich M94.5 stärker als bisher auf die digitale Entwicklung einlassen und ausnahmslos dort senden, wo die Smartphone-Generation heimisch ist. Wirtschaftliche Überlegungen überwiegen indes.

Die Landesmedienanstalten bemühen sich seit Jahren um den Durchbruch der digitalen Radioverbreitung. Der lässt auf sich warten, weshalb DAB+ auch als „Berliner Flughafen der Medienpolitik“ bezeichnet wird. Der Bay-

## Über afk M94.5

Das Münchner Aus- und Fortbildungsradios afk M94.5 ging 1996 auf Sendung. Seither haben sich mehr als 2.500 junge Menschen unter echten Bedingungen ausprobiert. M94.5-Alumni fassten vor allem beim BR Fuß. Gesendet wird ein größtenteils live produziertes 24-Stunden-Programm aus Nachrichten, Musik, Kultur, Sport, Politik und Wissenschaft, das Studenten der Münchner Hochschulen zusammenstellen. Der musikalische Schwerpunkt liegt bei Independent, Electro und Alternative Pop. Damit erreicht M94.5 über UKW, DAB und Internet-App bis zu 12.000 Hörer am Tag. Die Kosten des Ausbildungs-Betriebs werden von den Gesellschaftern der afk-GmbH getragen. Antenne Bayern ist neben der BLM und der ProSieben-Sat.1-Gruppe einer der größten Gesellschafter.

(krs)

erische Rundfunk zog daraus die Konsequenz: Seine digitale Jugendwelle PULS soll von 2018 an auf UKW wechseln. Der BR geht also den umgekehrten Weg von M94.5. Das bereitet der BLM wie den Privatfunkern Sorge. Sie fürchten, der öffentlich-rechtlichen Konkurrenz bei jungen Hörern nicht mehr Paroli bieten zu können, zumal auch Bayern 3 und Bayern 1 zunehmend massentauglich getrimmt werden. Arbeitsplätze wären bedroht.

Dieser „Flottenstrategie“ des BR will die BLM entgegensteuern, indem sie Rock Antenne ins UKW-Netz einspeist. Denn davon, so die Rechnung, profitierten alle Lokalradios, weil sich die Vermarktungschancen des Bayern-Funkpakets verbessern. Rock Antenne ist in diesem Zusammenschluss 58 bayerischer Lokalradios das reichweitenstärkste Angebot mit rund 143.000 Hörern pro Stunde.

Die Antenne-Gruppe ist Mit-Gesellschafter beim afk und hat angekündigt, sich noch stärker bei der Ausbildung einzubringen, finanziell wie inhaltlich. Geplant ist ein nationales Programmfenster auf Rock Antenne. Bestehende Formate wie „Heimatklänge“ für bayerische Bands sollen mit afk-Input ausgebaut werden. „Der Münchner Radiomarkt wird rockiger und vielfältiger mit der dazugehörigen Spielfläche für junge Content-Talente“, jubelt der Programmchef von Rock Antenne, Guy Fränkel. Ob er verhindern kann, dass das Gros der Schüler den afk weiter in Richtung BR verlässt, ist fraglich.

# Mehr Tweets, mehr Klicks, mehr Apps – mehr Geld?!

## Lokale Medien in der Social-Media-Welt

Plattformen wie *Facebook* und *Twitter* sind für viele Mediennutzer die erste Anlaufstelle im Netz. Längst haben auch die lokalen Medien das Potenzial von Social-Media-Angeboten erkannt und bespielen sie auf der Jagd nach neuen Reichweiten. Bei einer Diskussionsrunde in Nürnberg mit dem Titel „Besser online – besser lokal?“ sprachen verantwortliche Redakteure aus dem Fränkischen über neue Strategien und Herausforderungen lokaler Medien in Zeiten von *Facebook* und *Co.* Eingeladen hatte der Bezirksverband Franken-Nordbayern, Thomas Mrazek, Vorsitzender der Fachgruppe Online DJV/BJV, moderierte (mehr unter [bjvlink.de/online-lokal](http://bjvlink.de/online-lokal)).

Wie aber nutzen lokale Medien in Franken die neuen Möglichkeiten? Ein Blick auf die (digitale) Landkarte zeigt, dass fast alle lokalen Medien auf *Facebook* und *Twitter* ihren Heimvorteil ausspielen. Darüber hinaus benachrichtigen viele Redaktionen ihre Leser, Hörer oder Zuschauer inzwischen direkt per *WhatsApp Messenger* über wichtige Ereignisse in der Region. Viele Medienhäuser haben inzwischen auch eine eigene News-App – und einige sogar weitere Special-Interest-Apps. Die Mediengruppe Oberfranken (unter anderem *Fränkischer Tag*) lockt etwa mit einer Garten-App, der Verlag *Nürnberger Presse* (unter anderem

*Nürnberger Nachrichten*) mit einer Bier-App und das *Main-Echo* mit City-Apps. Als besonders experimentierfreudig erweist sich *TV Oberfranken*, denn der Fernsehsender betreibt nicht nur eine eigene App, sondern ist unter anderem auch auf der Pinnwand-Plattform *Pinterest* und dem Foto-Netzwerk *Instagram* unterwegs. An den Live-Messenger *Snapchat*, bei dem sich Nachrichten nach wenigen Sekunden selbst „zerstören“, wagen sich (noch) wenige heran, darunter *Radio Energy Nürnberg* und der *Bayerische Rundfunk*.

### „Wir hecheln immer allem hinterher“

Doch wie so oft steht auch in der Social-Media-Welt am Ende die Frage der Finanzierung. Alleine den „Reichweitenbringer“ *Facebook* mit Inhalten zu bespielen kostet Zeit und damit Geld. Man müsse sich also genau überlegen, wie Matthias Oberth, Leiter des Onlineportals *nordbayern.de* (*Nürnberger Nachrichten* und *Nürnberger Zeitung*), auf der BJV-Veranstaltung in Nürnberg betonte, an welchen Social-Media-Angeboten sich Redaktionen beteiligen. Das Problem: „Wir Redaktionen hecheln immer allem hinterher. Wir schaffen es, Traffic zu generieren, aber wir schaffen es nicht, ihn zu monetarisieren.“ Oberths Meinung nach ist es schwierig, Be-



Einige Verlage versuchen inzwischen, über eigene Special-Interest-Apps Mediennutzer zu erreichen – und Erlöse zu generieren. Ein Beispiel ist die Garten-App der Mediengruppe Oberfranken.

Foto: Michaela Schneider

zahlhalte durchzusetzen. Sogenannte Instant- und Amp-Artikel, bei denen die Inhalte auf *Facebook* und *Google* ausgespielt werden, überzeugen ihn jedoch auch nicht. Zwar erhält dabei der Contenthersteller einen Teil der Werbeerlöse, allerdings landen die User dann nicht mehr auf dem eigenen Webauftritt. Matthias Oberth ist sich sicher, dass man online am besten fährt, wenn man kleine überschaubare, aber in der Menge durchaus relevante Erlöse zu generieren versucht, etwa durch Bannerwerbung oder Special-Interest-Apps: „Wir gewinnen nicht mit einem großen Schlachtschiff, sondern mit vielen kleinen Beibooten.“

Nicole Heupel



Auch für junge Besucher bietet die Ausstellung Pressefoto Bayern interessante Motive.

Foto: Maria Goblirsch

## Die Wahrheit als das beste Bild

„Die Wahrheit ist das beste Bild“, zitierte Ansbachs Bürgermeister Thomas Deffner Fotograf Robert Capa bei der Eröffnung der Ausstellung „Pressefoto Bayern 2016“ im Brücken-Center Ansbach. Das digitale Zeitalter biete viele Möglichkeiten, Bilder zu manipulieren und sich eine eigene Realität zu schaffen. Die Ausstellung Pressefoto Bayern stelle sich mit kraftvollen Bildern indes gegen „fake news“. „Qualität von Profis ist das, was den Journalismus auch noch in Zukunft sichern kann“, betonte BJV-Vorsitzender Michael Busch. [bjvlink.de/pf-ansbach](http://bjvlink.de/pf-ansbach). (mgo)

## BJV-Vertreter reden in Gremien mit

Der BJV vertritt die Interessen der Journalisten in zahlreichen Gremien – drei Ämter waren nun neu zu besetzen. Im Rundfunkrat des *Bayerischen Rundfunks* wird ab Mai für die nächsten fünf Jahre BJV-Geschäftsführerin Jutta Müller mitarbeiten. BJV-Vorsitzender Michael Busch wird den Verband ab Mai für fünf Jahre im Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) vertreten. Die stellvertretende Vorsitzende Hilde Stadler wird für vier Jahre in den Beirat der politischen Akademie Tutzing entsandt.

(mic)

## Integration durch Medien – ein Auslaufmodell?

Filterblasenbildung, Hass im Netz und Aufspaltung der Gesellschaft: Integration und Inklusion stellen eine große ethische Herausforderung für die Medien dar. Aktuell wird dieses „medienethische Feld der Integration/Inklusion besonders durch Zuwanderung, Flucht und Migration herausgefordert“, schreiben die Veranstalter der Jahrestagung des Netzwerks Medienethik. Mitte Februar diskutierten in München Medienwissenschaftler, Medienethiker und Journalisten über dieses Thema. Thomas Mrazek berichtet unter: [bjvlink.de/medienethik17](http://bjvlink.de/medienethik17)

## Pressepolitik nach Gutsherrenart

Im Januar versuchte der TSV 1860 erneut, Medien aufgrund ihrer Berichterstattung zu gängeln. Bereits Ende 2016 hatten die Löwen Journalisten mit einem mehrtägigen Hausverbot und einem Presseboykott gemäßregelt (wir berichteten). Bei der neuesten Eskapade wurde den Zeitungen *Bild München*, *tz* und *Münchner Merkur* die Dauerakkreditierung für Heimspiele entzogen – die Reporter müssen sich künftig um eine Tagesakkreditierung bemühen. Der BJV beschwerte sich über diese Schikane und löste damit ein bundesweites Medienecho aus, unter anderem solidarisierten sich die Mitarbeiter der *Münchner Abendzeitung* mit den betroffenen Kollegen. Mehr unter [bjvlink.de/60](http://bjvlink.de/60). (tm)

## Im Einsatz für die Informationsfreiheit

Ein Informationsfreiheitsgesetz in Bayern gibt es nicht, deshalb macht sich das „Bündnis für Informationsfreiheit“ für kommunale Informationsfreiheitsatzungen in Städten und Gemeinden stark, rund 80 wurden bereits verabschiedet. Auch der BJV ist im Bündnis Mitglied. Anlass genug für den BJV-Ortsverband Neumarkt, das Gespräch mit Bürgermeistern zu suchen. Das Engagement trägt erste Früchte: Die Gemeinde Berg wird noch im Februar über die Verabschiedung einer Informationsfreiheitsatzung beraten. Der Ortsverband will weitere Kommunen abklappern und plant eine Homepage zum Thema. (mic)

## Weiter drei Frauen an Bezirksverbandsspitze

Drei Frauen stehen weiter an der Spitze des Bezirksverbandes Niederbayern/Oberpfalz: Mit der Vorsitzenden Claudia Grimsmann und ihren Stellvertreterinnen Sabine Süß und Astrid Hahne wurde das Führungstrio in Plattling einstimmig wiedergewählt. 489 Mitglieder zählt der Bezirksverband Niederbayern-Oberpfalz aktuell.

Um verbandsintern mehr Transparenz zu erreichen, hat der Bezirksverband einen Antrag für den Bayerischen Journalistentag formuliert. Er will erreichen, dass auf der Homepage des BJV Organigramme und Auszüge aus der Geschäftsordnung veröffentlicht

werden. Weiter hat die Bezirksgruppe das Thema Haustarif bei der *Passauer Neuen Presse* im Fokus (siehe auch Seite 31).

Vorantreiben will die Bezirksvorsitzende Claudia Grimsmann zudem die Vernetzung der BJV-Mitglieder und möchte deshalb einen vierteljährlichen Medien-Brunch etablieren. Das erste Treffen kündigt sie für den 4. März ab 11 Uhr im Café Monokel in Degendorf an. Ein ausführlicher Bericht zur Jahresversammlung des Bezirksverbandes Niederbayern/Oberpfalz von Christian Melis steht online unter [bjvlink.de/niederbayern-wahl](http://bjvlink.de/niederbayern-wahl).



Stellvertretende BJV-Vorsitzende Daniela Albrecht (Mitte) mit der alten und neuen Bezirksvorsitzenden Claudia Grimsmann (links) und Stellvertreterin Sabine Süß (rechts). Astrid Hahne wurde in Abwesenheit wiedergewählt.

Foto: Sabrina M. Melis

## Der Vorstand unterwegs

Karl Valentin sagte einst so schön: „Wenn die stade Zeit vorbei ist, wird es auch wieder ein wenig ruhiger!“ Das traf auch auf den geschäftsführenden Vorstand zu, der noch einiges im letzten Monat des Jahres zu absolvieren hatte. Neben der letzten Landesvorstandssitzung in München sowie dem Jubilarsessen war es der fotografische Höhepunkt, der nochmals alle Kräfte forderte. Die Siegerkür der Gewinner des Wettbewerbes Pressefoto Bayern war für viele definitiv die Kür nach einem pflichtreichen Jahresgeschehen. Eher nüchtern ging es bei der ABP-Mitgliederversammlung zu. Michael Busch über-

gab das Staffelholz, das im vergangenen Jahr der BJV sowohl im Vorstand als auch im Verwaltungsrat an der Spitze trug, an den Trägerverband VBZV. In Neumarkt beschäftigten sich Vorstandsmitglieder mit einer neuen Idee zum Informationsgesetz und in Passau ging es um das weitere Vorgehen in Sachen schweigselige Verlegerin. Und dann kam tatsächlich die stade Zeit – zwischen den Jahren und im Januar. Doch lange blieb es nicht so ruhig, spätestens mit dem Streik und den Protestaktionen bei *PNP* und *Obermain-Tagblatt* waren die Vorstandsmitglieder wieder intensiv gefordert ... Michael Busch

## „Immer wieder um 180 Grad drehen“

DJS-Schüler Paul Hertzberg erhält Stipendium des BJV – und will damit in München schlicht überleben

Von *Michaela Schneider*

Er ist um die Welt gereist, hat im Hamburger Hafen Container beladen und wollte doch insgeheim immer eines: Journalist werden. Seit November wird der 26-jährige Paul Hertzberg nun an der Deutschen Journalistenschule (DJS) in München zum Journalisten ausgebildet. Weil Bayerns Landeshauptstadt ein teures Pflaster ist, unterstützt das Sozialwerk des BJV jährlich einen Schüler der DJS. Das Stipendium beträgt 210 Euro pro Monat und wird über insgesamt 14 Monate gewährt. Heuer fiel die Wahl auf den gebürtigen Hamburger.

*Auf direktem Weg sind Sie nicht beim Journalismus gelandet. Was haben Sie vor der Ausbildung an der DJS gemacht?*

Ich habe 2009 in Hamburg Abitur gemacht – und wollte dann erst einmal weg. Mit Unterbrechung bin ich zwei Jahre um die Welt gereist: von Osteuropa bis in die Türkei und durch Westafrika. Zwischendurch habe ich gejobbt, um die Reisen zu finanzieren. Das war zum Teil harte Arbeit – mal in der Bar, mal habe ich im Hamburger Hafen Container ent- und beladen. Anschließend habe ich in Berlin ein Jurastudium begonnen, aber schnell gemerkt, dass mir das völlig abstrakte Arbeiten nicht liegt. Als Nächstes habe ich an der Berliner Humboldt-Universität Geschichte und Archäologie studiert.

*Und in dieser Zeit ging es auch mit dem Journalismus los...*

Genau. Ab 2013 habe ich parallel als Lokalreporter für die *Berliner Morgenpost* gearbeitet und mir damit meinen Kindheitstraum erfüllt. Tatsächlich habe ich schon zu Schulzeiten „Journalist“ in Freundschaftsbücher geschrieben, wenn nach dem Traumberuf gefragt war. Die freiberufliche Arbeit als Journalist lief rasch so gut, dass ich für mich beschloss: Ich werde kein Akademiker mehr. Für die *Berliner Morgenpost*, teilweise auch für die *Welt*, habe ich als Polizeireporter, über Landespolitik oder auch übers Berliner Nachtleben geschrieben.

*Wenn's gut lief: Warum haben Sie sich dann bei der DJS beworben?*

Mir war klar, dass ich früher oder später eine Ausbildung brauche. Ein Volontariat wäre mir nicht vielschichtig genug gewesen. Ich wollte über die klassische Redaktionsarbeit bei einer Zeitung hinaus auch Einblicke ins Onlinearbeiten erhalten – zum Beispiel verstehen, wie Mobile Reporting geht oder wie man einen Blog aufsetzt. Ich wollte Dozenten, die Alternativen zum Printjournalismus aufzeigen. Deshalb bewarb ich mich bei den Journalistenschulen in Hamburg und München – und wurde bei der DJS genommen. In meiner



Bewerbungsreportage ging es um eine kleine Brauerei in Murnau, Anlass war ein halbes Jahrtausend Reinheitsgebot. Im November 2014 ging die Ausbildung dann los.

*Online und die technischen Hintergründe schön und gut. Aber ist nicht das Handwerk des klassischen Journalismus mindestens so wichtig?*

Recherchieren und gut schreiben lernen ist das Allerwichtigste im Journalismus. Ob das Handwerk dann online oder als Print umgesetzt wird, ist letztlich nur eine Frage des Mediums. Ich betrachte es aber als Aufgabe meiner Generation, noch mehr Qualität in den Onlinejournalismus zu bringen.

*Wo sehen Sie sich denn beruflich in zehn, 15 Jahren?*

Meine Vision hat sich tatsächlich schon in den ersten zweieinhalb Monaten an der DJS geändert. Früher habe ich mich als Schreiber großer Reportagen gesehen. Natürlich hoffe ich, dass das Printmedium weiterexistieren wird. Trotzdem will ich inzwischen kompetenten, gut geschriebenen Onlinejournalismus machen. Ich will Bedürfnisse bedienen, die kaum oder noch gar nicht bedient werden. Das Leseverhalten online ist kurzweiliger, wir müssen deshalb Mittel finden, um den Lesern gute, lange Texte unterzubehalten. Video, Text und Ton sollten dabei Hand in Hand gehen. Und ich denke, es braucht künftig mehr konstruktive Interaktion mit dem Leser.

*Sie haben noch einen Zukunftswunsch geäußert. Ihr Ziel ist es, als Freiberufler zu arbeiten. Unter angehenden Journalisten ist dies ungewöhnlich, die meisten hoffen auf die Festanstellung...*

Ich hatte noch nie ein allzu großes Sicherheitsbedürfnis. Aber vor allem will ich mich nicht langweilen. Ich möchte unterschiedliche Sachen machen, mir meine Themen selbst aussuchen und mich immer wieder um 180 Grad drehen können. Das lässt sich nur frei verwirklichen. Vermutlich werde ich nicht mehr zum Sportberichterstatte oder Kulturkritiker, aber ansonsten bin ich offen für fast alle Themen. Auch die Herstellung von Tiefkühlpizza kann unglaublich spannend sein.

*Und was machen Sie mit dem Stipendiatengeld?*

Ich bin als ehemaliger Wahl-Berliner immer noch in Schockstarre über die Münchner Preise. Deshalb werde ich ganz langweilig überleben.

Erhält ein Stipendium des BJV: DJS-Schüler Paul Hertzberg.

Foto: Manuel Stark

## Tacheles reden

Als „Erfolgsteam“ unterstützen sich vier Journalisten gegenseitig

Foto: Maria Goblirsch



Freiberuflich als Journalist zu arbeiten hat Vorteile, keine Frage – angefangen bei der Themenwahl nach Gusto bis zur flexiblen Arbeitszeit. Trotzdem fällt es schwer, sich ständig aufs Neue zu motivieren und kritische Rückmeldung der Kollegen fehlt. Zum „Erfolgsteam“ zusammengeschlossen haben sich deshalb die vier oberbayerischen Journalisten Marion Trutter, Anne Weibert, Karin Hertzner und Helmut Achatz. Über die Kooperation erzählt Reise- und Foodjournalistin Marion Trutter, die zum Fachgebiet und Herzensanliegen „Spanische Esskultur“ einen eigenen Blog betreibt.

*Wie kam's zur Gründung des Erfolgsteams?*

Drei von uns gehen regelmäßig zum Münchner Blogger-Stammtisch. Dort sind aber tatsächlich fast nur Blogger – und kaum

bloggende Journalisten. Unsere Grundidee aber ist es, journalistisch zu bloggen – und darin wollten wir uns unterstützen.

*Und wie machen Sie das?*

Die Idee basiert auf der Technik der Trainerin Barbara Sher, Autorin des Buchs „Wishcraft“. Im Januar 2016 ging es los. Seither treffen wir uns einmal pro Monat. Der Einladende kocht, wir essen – und dann machen wir uns an die Arbeit. Wir gehen in jedes Treffen mit den gleichen vier Fragen: Was ist Dein großes Hauptziel? Dieses kann das Gleiche bleiben oder sich verändern. Zweitens: Was hast Du seit dem letzten Mal getan und erreicht? Drittens: Wie kann das Team Dich bei der Zielerreichung unterstützen? Viertens: Was mache ich bis zum nächsten Mal?

*Was bringen die Treffs für die tägliche Arbeit?*

Es kommt viel Input – und auch ganz

praktische Unterstützung. Ich habe zum Beispiel oft technische Fragen zum Bloggen und die Kollegen geben mir Tipps. Das Erfolgsteam blickt von außen auf die Arbeit – und man reflektiert diese selbst Monat für Monat. Und man baut ein Stück weit Druck auf, das ist für mich ein wichtiger Punkt. Schließlich will ich nicht ins Treffen gehen und gefragt werden: Warum hast Du nichts gemacht?

*Wenn sich freie Kollegen zum Erfolgsteam zusammenschließen: Was sollten sie beachten?*

Als optimal hat sich eine Teamgröße von vier bis sechs Personen erwiesen. Je deutlicher und offener man miteinander umgeht, umso effektiver ist die Arbeit. Tacheles zu reden bedeutet dabei nicht, sich niederzumachen, sondern sich zu stärken. Bei den Treffs sollte man sich ein Zeitlimit setzen und die Uhr im Blick haben, damit allen im Team ähnlich viel Redezeit eingeräumt wird. (mic)

Ein Bericht zur Veranstaltung der Fachgruppe Freie Journalisten im BJV zum Thema „Erfolgsteams“ unter [bjvlink.de/erfolgsteams](http://bjvlink.de/erfolgsteams).



**Rente, Pflege, Familie  
und Berufsunfähigkeit**

**Medien-Versorgung**

**Mehr Rente für  
die Medienbranche**

Beratung: 0711 2056 244  
info@presse-versorgung.de  
www.presse-versorgung.de

  
**Presse-Versorgung**

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.

## „Handwerklich Korrektes bleibt auf der Strecke“

Seit 1973 gibt es in Mainfranken einen BJV-Bezirksverband.

Dessen Aufgaben haben sich – wie die Medienlandschaft selbst – verändert

Von Michaela Schneider

„Heute kann jeder publizieren, echte Recherche geht unter. Und das handwerklich Korrekte bleibt auf der Strecke“, sagt Stefan Gregor. Vor einem Jahr, im Februar 2016, wurde er zum neuen Vorsitzenden des Bezirksverbands Mainfranken gewählt. Der *Main-Echo*-Fotograf und seine Vorstandskollegen wollen sich Gedanken über den Beruf des Journalisten an sich und über mediale Wege in die Zukunft machen. Beim Journalistentag in Regensburg 2016 reichten die Unterfranken deshalb einen Antrag zur Bildung einer Kommission „Medienzukunft“ ein. Die Verbandsmitglieder stimmten zu. Aufgabe wird es sein, Konzepte zu entwickeln, wie der Wert des Journalismus und gerechte Einkommenschancen gewahrt werden können.

Doch auch ganz praktische Aufgaben erwarten im Jahr 2017 das Bezirksverbands-Führungsquartett Stefan Gregor, Ursula Lux, Markus Mauritz und Andreas Schantz, denn Austragungsort der Delegiertenversammlung des Deutschen Journalisten-Verbands vom 5. bis 7. November wird Würzburg sein. Der Bayerische Journalisten-Verband unter Federführung der Mainfranken zeichnet fürs Rahmenprogramm verantwortlich.

Schon seit 1973 ist der BJV im Regierungsbezirk Unterfranken mit einem eigenen Bezirksverband präsent, im Jahr 2017 vertritt er hier gut 400 Mitglieder. Die Medienlandschaft beschreibt Gregor als „vergleichsweise vielfältig“ mit der *Main Post* als größter Tageszeitung, die Ende 2010 von der Augsburger Mediengruppe Pressedruck übernommen wurde von der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck. Das kleinere *Main-Echo* indes wird bis heute von der unabhängigen Verlag und Druckerei Main-Echo GmbH & Co. KG herausgegeben – und kann sich nicht nur neben den großen Konzernen behaupten, sondern zahlt nach wie vor nach Tarif.

In dem Zusammenhang denken die Mainfranken über neue Streikformen nach. „Wir haben im Sommer mit dem *Main-Echo* den einzigen Verlag bestreikt, der noch nach Tarif bezahlt, die anderen merkten davon nichts. Wir diskutieren deshalb im Bezirksvorstand auch über neue Formen des Arbeitskampfes“, sagt dessen Vorsitzender. Mit den Betriebsräten steht er in Kontakt. Auch beim *Bayerischen Rundfunk* und den privaten Hörfunk- und TV-Anbietern ist der BJV laut Gregor in Mainfranken stark vertreten, der

Bezirksvorsitzende kritisiert allerdings: Gerade beim hiesigen Lokalfernsehen werde auf „jung willig und möglichst billig“ gesetzt.

### Mit BJV-Foren in die Öffentlichkeit

Um Aspekte wie die schlechte Bezahlung vieler Kollegen in die Öffentlichkeit zu tragen, rief Gregors Vorgänger Daniel Staffen-Quandt die Reihe „BJV-Forum“ im Frühjahr 2015 ins Leben. In den öffentlichen Diskussionsrunden zu medienrelevanten Themen ging es schon um „Qualität im Lokaljournalismus“ oder die Frage, warum immer mehr politische Gremien nicht-öffentlich tagen und wie Medien darauf reagieren können. Eine Diskussionsrunde zum Thema „freie Journalisten“ platzte – schlicht weil sich keine Gäste fürs Podium fanden. Konsequenz für Gregor: „Wir müssen neue Wege finden, wie wir unsere Mitglieder motivieren können, sich aktiv in den Verband einzubringen.“ Mit den BJV-Foren wird es 2017 weitergehen, dann will sich der Bezirksverband noch einmal mit dem Thema Pressefreiheit beschäftigen.

Auch 2017 ist wieder eine Aktion zum Tag der Pressefreiheit Anfang Mai geplant. 2016 hatten Journalisten den Begriff „Flash-Mob“ während einer Mahnwache bildlich umgesetzt und mit einem „Blitzlichtgewitter“ in Würzburg für Aufmerksamkeit gesorgt. Apropos Blitzlicht: Ein längst volljähriges Kind des Bezirksverbands Mainfranken ist der Wettbewerb „Pressefoto Unterfranken“, seit einem Vierteljahrhundert zeichnet er Fotografen aus der Region für herausragende Aufnahmen aus.

Weitere regelmäßige Aktionen des BJV in der Region: Jeweils Anfang des Quartals treffen sich Mainfrankens freie Journalisten zum losen Austausch bei einem Frühstück. Und der Bezirksverband betreibt seit April 2012 eine eigene Facebook-Seite. Regelmäßig werden im Bezirk Workshops für Journalisten angeboten, zuletzt zum Thema Recherche mit Klaus Ott, investigativer Journalist bei der *Süddeutschen Zeitung*.



Es gibt manche Baustelle zu beackern für den Vorstand des BJV-Bezirksverbands Mainfranken. Im Bild (von links): Stefan Gregor, Markus Mauritz, Ursula Lux, Andreas Schantz. Foto: Michaela Schneider

Leserbrief

... zum Beitrag „PC, Notebook & Co“ im BJVreport 6/2016

## Harmonie als vertraglich geschuldete Eigenschaft

Anders als der Autor es darstellt „[...] aber Grafikkarte und Arbeitsspeicher stoßen an ihre Grenzen“, „Oft harmonieren die Komponenten nicht zu hundert Prozent miteinander, ein starker Prozessor trifft beispielsweise auf eine Grafikkarte aus der Mittelklasse [...]“ ist die Grafikkarte heute fast immer von untergeordneter Bedeutung.

Grafikkarten sind nur erforderlich bei sehr hohen Anforderungen an die Leistungsfähigkeit der Grafik, und das ist bei beruflich genutzten PCs fast nie der Fall – sofern nicht etwa Videoschnitt betrieben werden soll. Neben Videoschnitt sind nur Computerspiele so leistungshungrig, dass eine Grafikkarte notwendig ist. Wer einen PC beruflich nutzt, tut gut daran, dem Finanzamt nicht noch einen Hinweis auf eine vermeintliche private Nutzung zu geben, wenn er eben nicht Videoschnitt machen muss, oder CAD, oder Bildbearbeitung mit höchsten Auflösungen auf mehreren Bildschirmen.

### Argument für vorkonfigurierte PCs

Kurios finde ich den Hinweis auf „oft nicht hundertprozentige“ Harmonie als Argument gegen vorkonfigurierte PCs zu nennen. Im Gegenteil ist das ein Argument dafür! Denn kauft man einen vorkonfigurierten PC, ist diese Harmonie eine vertraglich geschuldete Eigenschaft, die man einfordern kann. Bei selbst zusammengestellten Komponenten ist hingegen etwaiger Ärger reine Privatsache, weil man selbst für deren Harmonie verantwortlich ist.

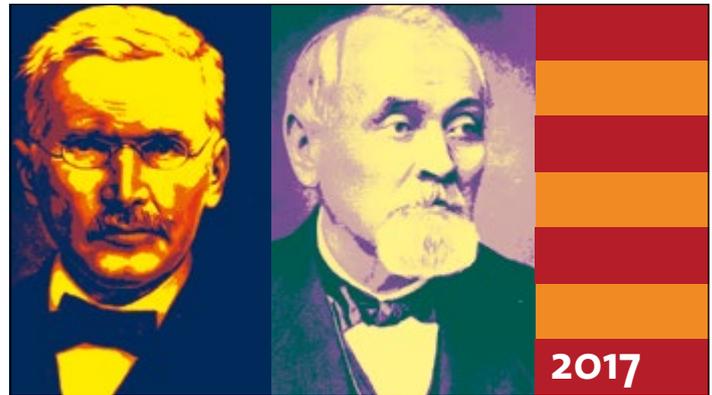
Weshalb der Autor allerdings überhaupt einen neuen Rechner einsetzen möchte, wenn der Arbeitsspeicher an seine Grenzen stößt, ist unklar. Fast alle im Handel erhältlichen Computer verwenden Speicher, der nicht eingelötet ist, sondern gesockelt, sodass man selbst aufrüsten oder umrüsten kann. Selbst bei Notebooks und All-in-Ones ist das Standard (unrühmliche Ausnahme sind einige Modelle von Apple). Wer hier auf die „Harmonie“ achten will, kauft Speicher vom Computerhersteller. Wer etwas sparen will, kauft kompatiblen Speicher.

### Wissen, was man mit Computer will

Wichtig ist, sich realistische Vorstellungen davon zu machen, was man mit dem PC tun will, und danach ein Modell auszuwählen, das genügend nachträgliche Erweiterung erlaubt, und auch Zusatzleistungen zu betrachten wie Garantieverlängerung, Vor-Ort-Service oder Beratung via Hotline.

Wer nicht mobil sein muss mit dem Computer und den ergonomisch optimalen Workflow mit Maus gewohnt ist, der ist immer noch mit dem klassischen PC am besten bedient. Ein Touchscreen ist nur mobil wirklich sinnvoll. Meistens ist ein Notebook oder ein Tablet daher nur eine Ergänzung zum PC, kein Ersatz.

Oliver Kluge, Eching



## Journalistenpreise der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken

### Wofür werden Preise vergeben?

Die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken vergeben im Jahr 2017 drei Journalistenpreise: 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 Digitalisierung (4.000 Euro). Ausgezeichnet werden herausragende publizistische Arbeiten aus Print, TV, Hörfunk oder Online-Medien, die im Jahr 2016 erschienen sind.

### Wer kann sich bewerben?

Für 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. Darüber hinaus können Verleger, Chefredakteure sowie Ressortleiter Vorschläge einreichen.

### Wer entscheidet über die Preisträger?

Eine Fachjury bewertet die eingegangenen Bewerbungen und entscheidet über die Preisträger.

### Wem schicke ich meine Bewerbung?

Bewerbungen schicken Sie bitte an den  
Genossenschaftsverband Bayern e. V.  
Florian Ernst  
Türkenstraße 22 – 24, 80333 München  
presse@gv-bayern.de

Oder Sie reichen Ihre Unterlagen über [www.gv-bayern.de/journalistenpreise](http://www.gv-bayern.de/journalistenpreise) ein. Dort finden sich auch weitere Informationen zu den Preisen und den Bewerbungsmodalitäten.

### Wann werden die Preise verliehen?

Die Preisträger werden am **13. Oktober 2017** im Literaturhaus in **München** ausgezeichnet.



Preisgelder insgesamt 20.000 Euro!

Bewerben bis 30. April 2017

# Mein Schloss, mein Park, mein Bild!

Wann darf der Eigentümer eines Kulturguts Foto- und Filmaufnahmen untersagen?

Von Maria Goblirsch

Fotografen dürfen Gebäude oder Kunstgüter, die sich an öffentlichen Wegen, Straßen oder Plätzen befinden, aufnehmen und diese Bilder auch vervielfältigen und veröffentlichen. Bei Bauwerken gilt dies nur für die Außenansicht.

Aufgrund dieser Panoramafreiheit (Paragraf 59 Urhebergesetz) dürfen beispielsweise alle Gebäude, Brunnen, Denkmäler, Skulpturen und Reliefwandbilder ohne Erlaubnis fotografiert werden, wenn sie für jedermann frei zugänglich sind. Ausstellungen in Innenräumen gehören nicht dazu.

Doch diese Straßenbildfreiheit, wie sie auch genannt wird, hat Grenzen. Wichtigstes Kriterium ist, dass die Fotos oder Filme von einem „öffentlichen Grund“ aus angefertigt werden müssen. Darunter fallen alle Ansichten, die sich von einem allgemein zugänglichen Ort aus anbieten.

Hilfsmittel wie Leitern, Selfie-Sticks oder Drohnen dürfen nicht eingesetzt werden, die Abbildung muss aus der Fußgängerperspektive erfolgen. Das hat der Bundesgerichtshof im Fall Hundertwasser-Krawinahaushaus entschieden (Urteil vom 5. Juni 2003, Az.: I ZR 192/00). Der Handelskonzern Metro hatte in Deutschland Kunstdrucke der von dem Künstler gestalteten Wohnanlage für 199 D-Mark angeboten. Der Druck basierte auf einem Foto, das von einer Privatwohnung im oberen Stockwerk eines gegenüberliegenden Hauses aus aufgenommen worden war. Das war von der Panoramafreiheit nicht gedeckt.

Das abgebildete Werk muss außerdem „bleibend“ sein, sagt das Gesetz. Dafür reichte die zweiwöchige Verhüllung des Berliner Reichstages durch die Künstler Christo und Jeanne-Claude nicht aus, entschied der BGH im Jahr 2002 (Az.: I ZR 102/99) und sprach von einer „vorübergehenden Installation“ – freilich ohne näher zu bestimmen, ab wann ein Kunstwerk denn als bleibend einzustufen ist. Entscheidend dafür ist, ob der Künstler sein Werk nur für kurze Zeit oder dauerhaft präsentieren will.

Doch wie sieht die Sache auf privatem Grund aus? Zwar gibt es kein Recht am Bild vom eigenen Grundstück, aber der Eigentümer darf bestimmen, was dort geschieht und wer auf seine Sache „einwirkt“. Nichts Anderes gilt, wenn das Grundstück in öffentlichem Eigentum steht und der Zutritt zu privaten Zwecken erlaubt ist.

## Der Schlossherr entscheidet über Genehmigungen

In diesem Zusammenhang hatte die Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Brandenburg einen Fotografen und zwei Fotoagenturen verklagt, wollte ihnen die gewerbliche Nutzung von Foto- und Filmaufnahmen von den verwalteten Parkanlagen sowie Schlössern verbieten lassen und verlangte für den bisher erfolgten Verkauf der Aufnahmen Schadensersatz. Der Fotograf hatte zuvor eine DVD mit Aufnahmen von Parkanlagen, Schlössern und anderen historischen

Gebäuden in Potsdam erstellt. Die Fotoagenturen hatten in einem Bildportal im Internet Bilder von Parkanlagen und Schlössern gegen Entgelt zum Download angeboten. Alle Aufnahmen waren außen und während der regulären Öffnungszeiten der Anlagen entstanden.

Der BGH urteilte in diesem Fall „Sanssouci“ gegen den Fotografen. „Der Eigentümer entscheidet auch dann allein über die kommerzielle Verwertung der von seinem Grundstück aus angefertigten Fotografien seiner Bauwerke und Gartenanlagen, wenn er den Zugang zu privaten Zwecken gestattet hat“, heißt es im Urteil (1. März 2013, Az.: V ZR 14/12).

## Fotogebühren als zusätzliche Einnahmequelle

Damals hatte die Stiftung Preußische Schlösser und Gärten ähnlich argumentiert wie heute die Bayerische Schlösserverwaltung (siehe Seite 32) und auf die ihr staatsvertraglich übertragene Aufgabe verwiesen. Danach habe sie die Kulturgüter unter Berücksichtigung historischer, kunst- und gartenhistorischer und denkmalpflegerischer Belange zu pflegen, ihr Inventar zu ergänzen und der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Hierfür könne sie auch Eintrittsgelder verlangen und sei keinesfalls verpflichtet, Foto- und Filmaufnahmen zu gewerblichen Zwecken kostenlos zu gestatten.

Wie sieht es aus, wenn Aufnahmen des Schlosses oder des Parks von außerhalb des Grundstücks angefertigt werden? Hier hat der Eigentümer keine Handhabe einzuschreiten.

Das gilt auch für den Fall dass das fotografierte Gebäude oder Kunstwerk in privatem Eigentum steht, es von außen zu sehen ist und von einer öffentlichen Straße aus aufgenommen werden kann. Das bloße Fotografieren beeinträchtigt den Eigentümer nicht in seiner Nutzung, daher muss er es hinnehmen.

Neben den Grenzen der Panoramafreiheit sollte jeder Fotograf auch darauf achten, dass er mit seinen Aufnahmen in den Parks oder an anderen Kulturgütern nicht die Persönlichkeitsrechte der abgebildeten Personen verletzt. Was hier erlaubt ist, regelt das Kunsturhebergesetz (Paragrafen 22 und 23 KUG).

Danach dürfen Bildnisse nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden. Aber es gibt Ausnahmen: Dazu zählen Fotos aus dem Bereich der Zeitgeschichte (etwa der Ministerpräsident beim Neujahrsempfang auf Schloss Schleißheim) sowie Aufnahmen, auf denen die Personen nur als unwesentliches Beiwerk neben dem Hauptmotiv (einer Landschaft oder einer Örtlichkeit) erscheinen. Was unwesentlich ist, wird aus der Sicht des angesprochenen Betrachters beurteilt.

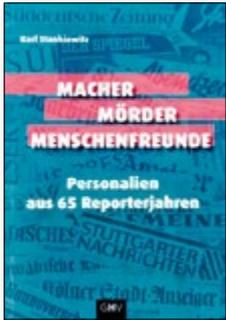
Entscheidend ist aber auch dann, dass durch die Veröffentlichung kein berechtigtes Interesse der abgebildeten Menschen verletzt wird. Es ist also auch hier immer eine Frage der Abwägung.

**„Der verhüllte Reichstag ist eine zeitlich befristete Installation.“**

Bundesgerichtshof

## Buchtipps

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



### Das Vermischte, es lebe hoch

Hurra, die Ehrenrettung für das oft als Leichtgewicht verschmähte Ressort Vermischtes ist jetzt da! Karl Stankiewicz hat sie geschrieben – ein Reporter, der Legende geworden ist und das nicht nur, weil er seit 1947, als er bei der *Süddeutschen* loslegte, nie, nie, nie aufgehört hat, journalistisch aktiv zu sein. Als München-Korrespondent diverser Tageszeitungen war von ihm über Jahrzehnte vor allem politische Berichterstattung verlangt. Doch macht der Kenner der Münchner Schickeria keinen Hehl daraus, „dass mir ein Prozess mit Spaß-Faktor allemal lieber war als ein Parteitag mit Strauß-Reden“. Im kommenden Jahr feiert Stankiewicz seinen Neunzigsten. Vorab hat er sein privates Archiv geöffnet. Seine besten Berichte über Menschen, Tiere, Sensationen sind in diesem Buch zusammengetragen, teilweise ergänzt und aktualisiert. So bleibt man hängen bei Stankiewicz' Girlande für Robert Lembke, den die meisten wohl nur als Quizonkel mit dem Schweinderl erinnern, obwohl er als Fernsehredakteur den *BR* weit mehr prägte. Oder beim Kabarettisten Reiner Uthoff, dessen „Ungehorsam“ Sohn Max („Die Anstalt“, *ZDF*) augenscheinlich geerbt hat. Oder beim „Medienmanager Nr. 1“ Josef von Ferenczy, zu dessen Auftragsschreibern auch mal ein gewisser Helmut Markwort gehörte. Oder diese Geschichte von der Lebedame Vera Brühne ... Ach, man kann sich schon gut hineinschmökern. *Senta Krasser*

Karl Stankiewicz: *Macher, Mörder, Menschenfreunde. Personalien aus 65 Reporterjahren.* Gerhard Hess Verlag 2016, 287 Seiten, 17,80 Euro  
ISBN 978-3-87336-567-4



### Recherche: Besser googeln

Googeln. Sogar in den Duden hat es das Verb mit der Definition „mit Google im Internet suchen“ schon geschafft. Für die Recherche sind Suchmaschinen wie der Gigant kaum mehr wegzudenken, insbesondere für Journalisten. Mit der einfachen Eingabe eines Suchbegriffs ist es dabei aber in den wenigsten Fällen getan, denn Suchmaschinen können mehr. Das hat sich Hektor Haarkötter, Studiengangleiter Journalismus und Unternehmenskommunikation an der Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft in Köln, der lange Jahre als Journalist und Filmemacher gearbeitet hat, zum Thema gemacht. In seinem neuesten Buch erklärt er, wie sich mit Operatoren und der erweiterten Suche auch Dinge finden lassen, auf die der gewöhnliche Google-Nutzer kaum stoßen wird. Aber nicht nur die Suchmaschinen sind sein Thema, sondern auch soziale Netzwerke (*siehe auch Techniktipps auf den Seiten 44 und 45*), die ebenfalls fürs Recherchieren an Bedeutung gewonnen haben. Im zweiten Teil macht Haarkötter einen Ausflug in Richtung Datenjournalismus und erklärt, warum das sichere Surfen gerade für Journalisten fast schon obligatorisch ist. Das allerdings wäre Thema für ein eigenes Buch und wird etwas zu schnell und oberflächlich abgehandelt. Der erste Teil hingegen dürfte selbst langjährigen Internetnutzern neue Sichtweisen eröffnen. Die Suchoperatoren, die Haarkötter erwähnt, sollten auf jedem Redakteurs-Schreibtisch einen festen Platz finden. Schade, dass eine Übersicht im Buch fehlt. Hausaufgabe nach dem Lesen also: selbst zusammenstellen. *Johannes Michel*

Hektor Haarkötter: *Google & mehr: Online-Recherche. Wie Sie exakte Treffer auf Ihre Suchanfragen erhalten.* UVK 2016, 144 Seiten, 14,99 Euro (auch als E-Book, 8,99 Euro)  
ISBN 978-3-86764-684-0



### „Basilikumspfarrrer verlässt Gemeinde“

Manche Ideen werden einfach zum Selbstläufer: „Wir hatten gedacht, in ein paar Monaten hört das alles wieder auf“, sagen die Herausgeber (zwei Journalisten) von „Bauchchirurg schneidet hervorragend ab“. Jetzt erscheint binnen eines Jahres der zweite Band mit den gesammelten „Perlen des Lokaljournalismus“ der gleichnamigen Facebook-Seite in gedruckter Form. Es hat etwas Beruhigendes, in Zeiten von Trump-Tiraden und Terrorangst über dramatische Milch- (zwei Tüten) und Bier-Diebstähle (ein ganzer Kasten) zu lesen. Und während man vor lauter Fake News nicht mehr einordnen kann, was in der Welt passiert, kann der Leser des Lokalteils sich beruhigt zurücklehnen, weil – im Gegensatz zum Lokalredakteur – er weiß, dass nicht der „Basilikumspfarrrer“ die Gemeinde verlässt. Zu gerne wüsste man indes, wie es zu Überschriften wie „Bombenbasteln leicht gemacht“ kam – damit kündigt eine ostdeutsche Zeitung nämlich ein Kinderfest an. Die Lokaljournalisten sind die, die ganz nah am Geschehen dran sind. Dabei passieren in der Eile, unter Zeitdruck oder aus Übermüdung Fehler. Über diese darf man auch als Kollege schmunzeln. Und die Leser sind dankbar, dass es da jemanden gibt, der auch darüber berichtet, dass die Ratssitzung durch „blendende Sonne“ behindert wurde.

*Thomas Mrazek*

Ralf Heimann, Jörg Homering-Elsner: *Bauchchirurg schneidet hervorragend ab. Perlen des Lokaljournalismus.* Heyne, München 2017, 208 Seiten, 9,99 Euro  
ISBN: 978-3-453-60409-4  
Weitere Informationen:  
[www.perlen-des-lokaljournalismus.de](http://www.perlen-des-lokaljournalismus.de)

# Sich präsentieren und recherchieren

Facebook und Twitter sind heute wichtige Informationsquellen für Journalisten. Gleichzeitig dienen sie der Eigenwerbung

Von Johannes Michel

Ob „Fake News“ oder „Hasskommentare“ – die sozialen Medien, insbesondere Facebook, sind in den vergangenen Monaten ordentlich in Verruf geraten. Trotzdem sind die Plattformen für Journalisten nicht mehr wegzudenken. Wichtig ist es, die perfekte Mischung zu finden, denn die Netzwerke lassen sich sowohl zur Recherche als auch zur Eigen-PR nutzen. Wie das geht? Eine Einführung.

## Facebook: Vom Freundes- zum Business-Netzwerk

Wer Schulungen von Unternehmen besucht, wird immer wieder auf die Business-Netzwerke Xing und LinkedIn stoßen. Sie haben ohne Frage ihre Daseinsberechtigung – und bieten Funktionen, die andere Portale nicht zur Verfügung stellen. Denn bei Xing und LinkedIn ist es möglich, sich ausschließlich mit Geschäftspartnern, Kollegen und Kunden zu vernetzen, Aufträge zu generieren, sich gegenseitig zu Veranstaltungen

im kleinen Kreis einzuladen oder sogar einen neuen Job zu finden. Regionaltreffen, insbesondere in größeren Städten, runden das Angebot ab.

Dennoch: Tiefergehend recherchieren lässt es sich hier nicht. Selten stößt man auf solchen Portalen auf die richtig guten Geschichten. Das liegt auch daran, dass die Kommunikation zumeist recht einseitig ist. Zwar gibt es Foren und Beiträge von Nutzern können kommentiert werden – selten ist das aber, so die Erfahrung, Verwertbares dabei. Ganz anders sieht es bei Facebook aus. Was einst als Webseite zum Vernetzen unter Studienkollegen und Freunden gedacht war, hat eine Eigendynamik entwickelt, mit der einst selbst Branchenkenner nicht gerechnet hätten. Fanden sich anfangs nur Profile von Privatpersonen, entdeckte die Wirtschaft – unterstützt von Facebook selbst – das Netzwerk für sich. Seit der Einführung von „Seiten“ gibt es nicht mehr nur die klassischen Profile

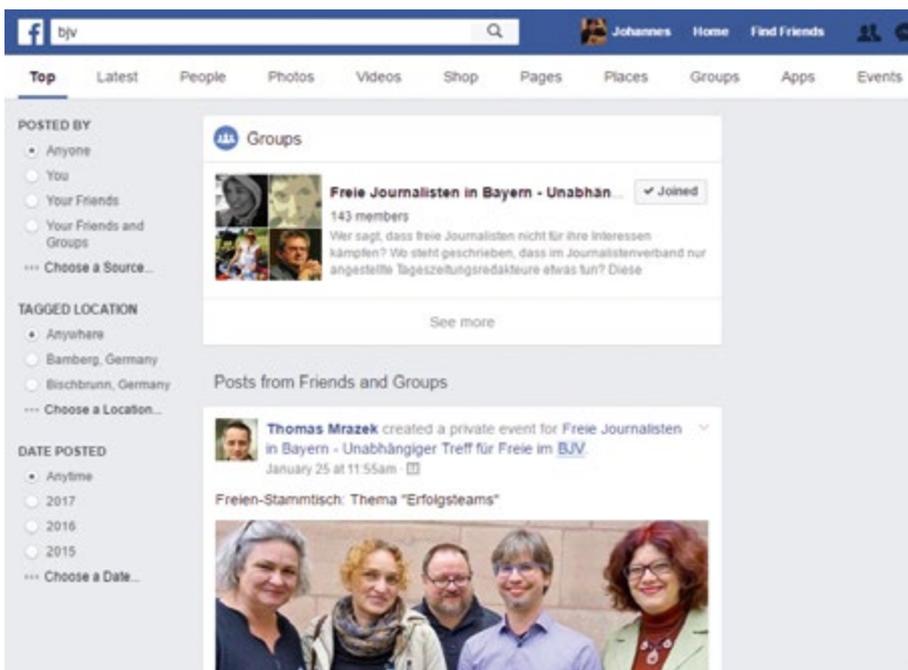
von Freunden, sondern auch Darstellungsmöglichkeiten für Unternehmen. Die können sich aber auch Selbstständige und Freiberufler zunutze machen – und jeder, der über sein persönliches Profil hinaus der Welt etwas anderes zeigen möchte, zum Beispiel sein privates Blog.

Das Anlegen einer solchen Seite ist für jeden Nutzer möglich. Wer als Journalist also sein Journalistenbüro oder sein Blog bewerben möchte, sollte das auch unbedingt mit einer eigenen Seite tun. Denn bei Facebook berücksichtigen viele Nutzer nicht, private und berufliche Inhalte zu trennen. Zumindest optisch sollte das aber der Fall sein. Wer zum Beispiel seinen neuesten Newseintrag aus dem Blog auf seiner geschäftlichen Journalistenseite postet, kann ihn ebenso im Privataccount teilen. Das multipliziert die Zahl der Nutzer, die den Beitrag sehen – und erzeugt Aufmerksamkeit.

## Facebook: Recherchieren

Facebook lässt sich über die Suchmaschine von Google sehr gut durchsuchen. Das allerdings will Facebook möglichst vermeiden – und hat dafür in den vergangenen Jahren stark an der eigenen Suchfunktion gefeilt. Ein Beispiel: Wer früher in die Suchleiste eine Stadt eintippte, zum Beispiel „Bamberg“, der erhielt erst einmal nur Treffer für Personen mit dem Nachnamen Bamberg oder für Menschen, die die Stadt als Wohnort genannt hatten. Später kamen die bereits erwähnten Seiten hinzu. Und mittlerweile findet die Suche auch Gruppen – zum Beispiel Verkaufsgruppen oder Interessengemeinschaften.

Viel interessanter wird es allerdings beim Klick auf den untersten Eintrag in der Ergebnisliste, der im Beispiel „Weitere Ergebnisse für ‚Bamberg‘ anzeigen“ heißt. Facebook listet dann zunächst die beliebtesten Einträge, die andere Nutzer mit dem Thema „Bamberg“ verbinden – eine Basketballmannschaft, Medien, Facebook-Auftritte von Stadt und Landkreis sowie Gastronomie. In einer oben ein-



Wer Facebook auf Englisch (US) umstellt, bekommt detaillierter Suchergebnisse angezeigt. Hier im Beispiel eine Suche nach „BJV“.

Screenshot: Johannes Michel



Twitter verfügt ebenfalls über eine mächtige Suchfunktion, die ist allerdings nicht auf den ersten Blick auf der Twitter-Website zu finden.

Screenshot: Johannes Michel

wird einfach die Suchmaske von *Twitter* genutzt, etwa mit dem Begriff #Bamberg, um aktuelle Tweets mit dem Hashtag „Bamberg“ zu finden. Nach Eingabe des Suchbegriffs stehen zur Sortierung die Optionen Top, Neueste, Personen, Fotos, Videos und Mehr bereit. *Twitter* verfügt aber auch über eine gewöhnliche Suche, die ist unter *twitter.com/search-home* zu erreichen. Hier kann, ähnlich wie bei Suchmaschinen à la Google, nach genauen Wortkombinationen, Standorten und Zeiträumen recherchiert werden.

### Twitter: Zu Hause in der Medienwelt

Zur „Selbstdarstellung“ ist *Twitter* weit weniger gut geeignet als *Facebook*. Denn die Präsentationsmöglichkeiten sind deutlich geringer – außer einigen wenigen Infos und einem Profilbild gibt es kaum Optionen. Dennoch: Ein gut geführter *Twitter*-Account dürfte einen nachhaltigeren Eindruck hinterlassen als so manches *Facebook*-Profil. Denn die Beschränkung auf 140 Zeichen sorgt für gute Übersicht und prägnante Auftritte – *Twitter* lässt sich damit deutlich einfacher durchsuchen, auch mal schnell zwischendurch.

Weitere (soziale) Netzwerke, ob *Google+* oder *Instagram*, spielen in der tagesaktuellen Berichterstattung eine untergeordnete Rolle. Sie dienen, wie etwa *Instagram* für Fotos, anderen Zwecken als dem Austausch über Politik, Wirtschaft oder Kultur.

geblendeten Leiste lässt sich wiederum nach Personen, Fotos, Videos, Seiten, Orten, Gruppen, Apps und Veranstaltungen filtern – und auch nach „neueste“ Einträge. Und hier versteckt sich ein tolles Recherchetool für Journalisten. Denn nach Eingabe eines Suchbegriffs erscheinen Beiträge von *Facebook*-Nutzern (ob Personen oder Seiten), die das Schlagwort zum Thema haben. Noch detaillierter lässt sich mit Hashtags suchen, dazu wird einfach direkt vor das Suchwort ohne Leerzeichen eine Raute (#) eingetippt – genau wie bei *Twitter*.

Die Suche findet allerdings nur Ergebnisse von Freunden sowie von Personen und Seiten, die öffentlich posten. Wer also bei sich eingestellt hat, dass die Beiträge nur Freunden angezeigt werden, dessen Posts können nicht gefunden werden. Da viele *Facebook*-Nutzer aber recht sorglos mit ihren Einstellungen umgehen, erzielen die Suchen eine stattliche Anzahl an Ergebnissen. Ein Manko: Ob hinter Beiträgen echte Menschen oder Fake-Profil stehen, lässt sich auch nur schwer verifizieren. Was Journalisten wissen sollten: Rund 97 Prozent der Fake-Profil tragen Frauennamen, die Person auf dem Profilbild ist in der Regel gut aussehend, fast nie sind im Profil persönliche Daten hinterlegt, die Anzahl der Freunde liegt deutlich über dem Durchschnitt von 130 (nämlich bei über 700) und Statusupdates gibt es so gut wie keine.

Noch einen Tick mächtiger wird die *Facebook*-Suche, wenn die Sprache auf Englisch (US) umgestellt wird. Das geht am Desktop mit einem Klick auf den Pfeil rechts oben –

Einstellungen – Sprache. Dann stehen weitere Suchbefehle bereit. Weitere Informationen dazu unter folgendem Kurzlink: [bjvlink.de/facebooksuche](http://bjvlink.de/facebooksuche).

### Twitter: Recherchieren

Wer schnell an relevante Nachrichten kommen und gleichzeitig die Reaktionen von Nutzern einfangen möchte, ist insbesondere bei aktuellen Geschehnissen bei *Twitter* richtig. Diskutiert werden genauso Themen aus Politik und Wirtschaft wie der sonntägliche „Tatort“ oder zahlreiche andere Fernsehsendungen. Im Bereich TV lässt sich bei *Twitter* oftmals gut ablesen, wie eine neue Fernsehsendung ankommt. Entscheidend ist dabei zunächst nicht unbedingt die Bewertung der Nutzer, sondern vielmehr die Aktivität überhaupt. Generiert ein Geschehen also keine *Twitter*-Beiträge, ist es für die Netzwelt kaum relevant.

Wie bei *Facebook* erscheinen die Beiträge in der sogenannten Timeline nach Zeitpunkt der Veröffentlichung und nach Gewichtung (aufgrund der Interessen des Nutzers). Somit gilt es, Ordnung ins Chaos zu bringen. Wer bei *Twitter* viele Nutzer aus einem Themengebiet (Medien, Politik etc.) abonniert hat, kann diese in Listen sammeln. Auf dem Desktop geht das mit einem Klick auf das eigene Profilbild in der oberen Leiste und den Eintrag „Listen“ – „Neue Liste erstellen“. Dabei kann ausgewählt werden, ob diese Liste öffentlich oder privat geführt werden soll. Im Wust der vielen Tweets sind besonders die Hashtags (#) beliebt, mit deren Verwendung sich sehr einfach Tweets finden lassen. Dazu

### Tipps für die Recherche

**Facebook:** *Facebook* unterstützt, genauso wie *Twitter*, die mit einem #-Symbol gekennzeichneten Hashtags. Gerade bei tagesaktuellen Meldungen werden diese mittlerweile auch von vielen Nutzern und Medien verwendet. Und: Wer bei *Facebook* auf die Sprache „Englisch (US)“ umstellt, erhält oft deutlich bessere Suchergebnisse. Neue Funktionen, wie etwa das Melden von „Fake News“, gibt es zunächst immer nur fürs englischsprachige *Facebook*.  
**Twitter:** Auch wenn sich *Twitter* schon sehr gut durchsuchen lässt: Noch besser geht das mit einer Entwicklung der Northwestern University aus Illinois, USA. Das Portal *twXplorer* ([bjvlink.de/twxplorer](http://bjvlink.de/twxplorer)) wurde explizit für Journalisten kreiert – und kann zum Beispiel auch nach häufig geposteten Links suchen.

Termine

**Mittwoch, 22. Februar, 19 bis 21 Uhr**  
 Konferenzzentrum der *Süddeutschen Zeitung*  
 Auftaktveranstaltung zum BJV-Jahr  
 der Ausbildung  
 Informationen folgen noch unter  
[bjv.de/termine](http://bjv.de/termine).

**Dienstag, 7. März, bis Montag, 1. Mai**  
 Flughafen München, Terminal 2, Ebene O4,  
 südlicher Check-in-Bereich  
 Vernissage Pressefoto Bayern 2016 am  
 Dienstag, 7. März, 18.30 Uhr, bitte Anmeldung  
 unter: [presse@bjv.de](mailto:presse@bjv.de).

**Freitag, 24. März, bis Sonntag, 7. Mai**  
 Altes Rathaus in Viechtach,  
 Pressefoto Bayern 2016

**Freitag, 5. Mai, bis Sonntag, 4. Juni**  
 Museum Industriekultur Nürnberg,  
 Pressefoto Bayern 2016

**Samstag, 18. März, und Sonntag, 19. März**  
 Bayerischer Journalistentag –  
 Mitgliederversammlung des BJV  
 Die Mitgliederversammlung des BJV findet in  
 der Konzert- und Kongresshalle Bamberg statt.  
 Siehe auch Vorschau auf den Seiten 8 und 9  
 sowie unter [bjv.de/bjv2017](http://bjv.de/bjv2017).

**Donnerstag, 18. Mai, und Freitag, 19. Mai**  
 Frühjahresseminar der Fachgruppe Betriebs-  
 und Personalräte in der Kainsbacher Mühle  
 (Programm folgt noch).

Weitere Termine finden Sie auf der BJV-  
 Homepage: [bjv.de/termine](http://bjv.de/termine) und jeden Freitag  
 im BJV-Newsletter: [bjv.de/newsletter](http://bjv.de/newsletter).

DJV-Webinare

Die Webinare werden zum Teil als kostenloser  
 DJV-Mitgliederservice oder zu vergünstigten  
 Teilnahmegebühren für DJV-Mitglieder ange-  
 boten. Weitere Informationen unter:  
[journalistenwebinar.de](http://journalistenwebinar.de).

**Donnerstag, 2. März, 11 bis 12.30 Uhr**  
 Erstkontakt und Exposé: Eintrittskarte für die  
 Wunschredaktionen  
 Mit Marion Trutter, freie Journalistin,  
 München, und Michael Hirschler, DJV-Referent

**Dienstag, 21. März, 11 bis 12.30 Uhr**  
 Haftungsrisiken vermeiden – wie sich  
 Freie rundum absichern  
 Mit Helge Kühl, Versicherungsmakler der  
 DJV-Verlags- und Service-GmbH

**Donnerstag, 6. April, 11 bis 13 Uhr**  
 Akquise und Mehrfachverwertung: Einmal  
 recherchieren, x-mal veröffentlichen  
 Mit Marion Trutter, freie Journalistin,  
 München, und Michael Hirschler, DJV-Referent



Pressefoto Bayern 2016

Die Ausstellung zum Wettbewerb Pressefoto Bayern 2016 wird in diesem Jahr wieder in einigen bayerischen Städten gezeigt. Die ersten Termine stehen bereits fest. Weitere Termine und alle Informationen zum Wettbewerb sind auf der BJV-Website zu finden: [bjv.de/pressefoto](http://bjv.de/pressefoto).

Journalistenpreise

**Transmedia Preis zum Thema „Hate Speech“**  
 2014 fand im Geiste des Journalisten Fritz Michael Gerlich (1883–1934) erstmalig ein medienübergreifender Ideen-Wettbewerb statt. Es sollen Ideen für cross- oder transmediale, bzw. interaktive oder immersive Formate zu gesellschaftlich relevanten Themen ausgezeichnet werden.

Dieses Jahr ruft nun die TELLUX next GmbH zusammen mit der Katholischen Journalistenschule IfP und der TOP:Talente-Akademie für Film und Fernsehproduktionsentwicklung zum Ideen-Wettbewerb zum Thema „Hate Speech“ auf. Der erste Platz ist mit einer Fördersumme von 1500 Euro prämiert, der zweite Platz mit 1000 Euro und der dritte mit 500 Euro gestiftet von TELLUX next. Ende der Einreichfrist ist am 14. Mai 2017. Informationen unter [fritz-gerlich-filmpreis.de](http://fritz-gerlich-filmpreis.de).

Herbert-Riehl-Heyse-Preis

Der Herbert-Riehl-Heyse-Preis ist die alle zwei Jahre verliehene Auszeichnung der *Süddeutschen Zeitung* für einen herausragenden politischen Essay in einer deutschsprachigen Zeitung oder Zeitschrift. Ausgezeichnet wird ein politischer Essay, eine nachdenkliche Reportage oder ein herausragender Kommentar, erschienen seit 1. Januar 2016 in einem deutschsprachigen Medium. Jeder Bewerber kann seine Arbeit selber einreichen, pro Autor jedoch nur einen Beitrag. Auch Beiträge von Lesern werden berücksichtigt, sie müssen aber vom Einsender begründet werden. Eingereicht werden können Beiträge über Themen aus den Sparten Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Sport und Gesellschaft.

Einsendeschluss ist am 22. März 2017. Der Preis ist mit 10.000 Euro dotiert. Beiträge und Nominierungen per Post an die *Süddeutsche Zeitung*, Chefredaktion, Stichwort: Herbert-Riehl-Heyse-Preis, oder per E-Mail an: [Herbert-Riehl-Heyse-Preis@sueddeutsche.de](mailto:Herbert-Riehl-Heyse-Preis@sueddeutsche.de).

Herbert Riehl-Heyse schrieb 30 Jahre lang als Reporter, Essayist und Streiflichtautor für die *Süddeutsche Zeitung*. Er gilt als stilprägend für eine ganze Journalistengeneration. Mit dem Preis soll das journalistische Vermächtnis Herbert Riehl-Heyses in den Medien lebendig gehalten werden. Riehl-Heyse verstarb im April 2003 im Alter von 62 Jahren.

Auf der Website der *Süddeutschen Zeitung* finden sich kaum Informationen zu diesem Preis, daher ein Verweis auf Wikipedia, wo sich unter anderem Informationen zu den bisherigen Preisträgern finden: [bjvlink.de/riehl-heyse](http://bjvlink.de/riehl-heyse).

Journalistenpreise der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken

Die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken vergeben auch 2017 wieder drei Journalistenpreise. Ausgezeichnet werden herausragende publizistische Arbeiten aus Print, TV, Hörfunk sowie den Online-Medien. Bewerbungen müssen bis 30. April 2017 erfolgen. Alle Informationen unter: [gv-bayern.de/journalistenpreise](http://gv-bayern.de/journalistenpreise).

Weitere Informationen zu Journalistenpreisen finden sich auf dem Portal [JournalistenPreise.de](http://JournalistenPreise.de).



\* Nur so viel macht der monatliche Beitrag zur Absicherung Deiner beruflichen Perspektive als junger Journalist (als Student sogar nur 10 €) im Bayerischen Journalisten-Verband aus. Dafür erhältst Du Zugriff auf ein professionelles Netzwerk von Berufskolleginnen und -kollegen, ein qualifiziertes Fortbildungsangebot, vielfältige Hilfe vom Mentoring bis zur Rechtsberatung sowie Austausch mit Gleichgesinnten. **Solidarität ist machbar – BJV**

Der **Bayerische Journalisten-Verband** vertritt die Interessen von mehr als 7000 hauptberuflichen Journalistinnen und Journalisten in Bayern. Unsere Mitglieder arbeiten an Tageszeitungen und bei Zeitschriften, in Online-Redaktionen, bei Hörfunk und Fernsehen, als Festangestellte oder freie Journalisten.

Nähere Informationen erhältst Du unter [www.bjv.de](http://www.bjv.de)

**BJV**

Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

 [facebook.com/bjvde](https://facebook.com/bjvde)  [twitter.com/bjvde](https://twitter.com/bjvde)

**Die Stimme der Journalisten in Bayern**

## Ein wunderbarer Freund und Kollege

Der BJV trauert um Wolfgang Zauner

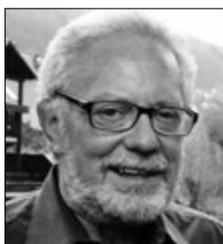


Foto: Udo Dreier

Ihn mit Worten zu charakterisieren, ist nicht einfach. Denn er hat im BJV immer wieder gern sprachlos gemacht. Seine Kollegen, Mitstreiter und Freunde waren

auch sprachlos, als sie erfuhren, dass **Wolfgang Zauner** am 16. Januar im Alter von nur 62 Jahren gestorben ist. In Erinnerung bleibt er als lebensfroher und leidenschaftlicher Kämpfer für die Interessen des Journalismus. Markenzeichen seiner 30-jährigen Mitgliedschaft im BJV war der Einsatz für die Kollegen in der Fachgruppe Betriebsräte, 2010 hatte er diese als Vorsitzender übernommen und kämpfte engagiert für die Rechte der Betriebsräte und der Belegschaften. Und Kainbacher Seminare endeten lange nicht mit dem offiziellen Teil. Nachbesprechungen – manchmal bis Sonnenaufgang im „Herrgottswinkel“ – begleitete er ähnlich intensiv.

Der im Jahr 1954 in Jena geborene Wolfgang Zauner bestach durch analytisches Denken und eine unerschöpfliche Portion Humor. Sein breites Allgemeinwissen machte ihn zum geschätzten Gesprächspartner in journalistischen Bereichen. Er interessierte sich für Entwicklungen bei Zeitungen und Zeitschriften ebenso wie beim Rundfunk.

Sein Fachwissen gründet auf einem spannenden beruflichen Werdegang. Nach dem Abitur am Neuen Gymnasium in Nürnberg 1975 studierte er an den Universitäten in Würzburg und Erlangen-Nürnberg. 1984 erlangte er den Abschluss in den Fächern Deutsch, Geschichte und Sozialkunde für das Lehramt am Gymnasium. Über den Umweg als studentische Hilfskraft am Institut für politische Wissenschaften der Universität Erlangen-Nürnberg landete er beim Erlangener perimed Fachbuch-Verlag im Volontariat.

1984 folgte die Redakteursanstellung bei der Transporte und Logistik (TLM) GmbH in Erlangen. Als technischer Redakteur zeichnete Wolfgang Zauner verantwortlich für den *Simatic-Report* und die *Sicomp-Info*. Nebenberuflich war er als Mitglied der Forschungsgruppe Simulationen am Institut für politische Wissenschaft in Erlangen tätig. Sein

letzter Arbeitgeber war die Publicis Pixelpark Erlangen GmbH. Als Konzernbetriebsrats-Sprecher trug er Verantwortung auch für Kollegen in den europäischen Dependancen.

Michael Busch

## Der Nürnberger Volontärsvater

Zum Tod von Werner Marx

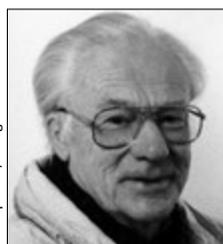


Foto: privat/Fotograf nicht bekannt

auch als Volontärsbetreuer über 15 Jahre zu hohem Renommee in der Journalistenausbildung.

Er kam nach Franken aus Westfalen, geboren am 5. April 1922 in Münster. Dort hatte er von 1946 bis 1949 Germanistik und Publizistik studiert und ab 1949 bei den *Westfälischen Nachrichten* volantiert. Im Februar 1952 wechselte er als Redakteur zu den *Nürnberger Nachrichten*. Dort profilierte er sich im Wirtschaftsressort, dessen Leitung ihm übertragen wurde.

Im Februar 1953 schloss er sich dem BJV an, engagierte sich im Bezirksverband und war von 1969 bis 1979 stellvertretender Landesvorsitzender an der Seite von Ernst Müller-Meiningen jr. Den Verband vertrat er im Rundfunkrat drei Wahlperioden lang zwischen 1978 und 1984. Engagiert vertrat Marx die Interessen der Kollegen und beobachtete aufmerksam die Entwicklungen der Medienszene. Intensiv hat er sich in Kommissionen des BJV und DJV um Fragen der Aus- und Fortbildung gekümmert. Seine große Fachkenntnis und sein Humor hatten stets dazu geführt, dass er einen sehr hohen Stimmenanteil bei den Wahlen im BJV erhielt.

Zum Dank trug er die Goldene Feder, verliehen auf dem Münchner Presseball 1985, und die Ehrennadel des BJV. Die IHK Nürnberg verlieh dem Wirtschaftsredakteur ihre Verdienstmedaille, dazu trug er den Bamberger Spielzeugpreis und den Sparlöwen des Bund der Steuerzahler. 1987 beendete er seinen aktiven Dienst. Am 12. Dezember starb er in Roth im Alter von 94 Jahren. Alois Knoller

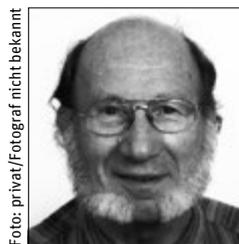


Foto: privat/Fotograf nicht bekannt

**Dr. Joachim Hoffmeister**, weltläufiger Zeitschriften-Chefredakteur, starb am 10. Januar in Krailling im Alter von 92 Jahren. In den 50er und 60er Jahren leitete er

einige bekannte Publikumszeitschriften: *Wochenend* aus Nürnberg, die *Filmillustrierte Bella*, die *Funk- und Fernsehillustrierte* aus Stuttgart und die *euromed*. Journalistische Akzente legte er auf den Gebieten Gesundheit und Erholung, Urlaub und Freizeit. Er war auch in der PR-Betreuung von Kurorten wie Bad Neuenahr und Bad Kissingen tätig. Als Spross einer bürgerlichen Familie der Kaufleute, Wissenschaftler und Geistlichen, die aus den USA stammte, wurde Joachim Hoffmeister am 27. November 1924 in Sonneberg geboren. Nach dem Krieg studierte er Philosophie, Geschichte, Literatur, Germanistik, vergleichende Sprachwissenschaften und Jurisprudenz und promovierte an der Universität Würzburg. Im Nürnberger Olympia-Verlag begann 1954 seine journalistische Laufbahn, die ab 1964 freiberuflich verlief. Wie ein roter Faden lief mehr als drei Jahrzehnte seine Autorschaft bei *pons*, den Kurzinformationen für den Arzt. Im BJV seit Dezember 1969.

**Jochen Eichen**, freier Redakteur für Verkehr und Technik, starb am 6. November in München im Alter von 75 Jahren. Als er 1987 zum BJV stieß, war er als Leiter der Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit und Pressesprecher der Deutschen Airbus GmbH tätig. Geboren 1941 in Miltenberg am Main war er schon seit 1969 Pressesprecher bei Messerschmitt-Bölkow. Luftfahrt, Fahrzeuge und Transport, aber auch Reisen und Freizeitsport waren seine Themen, die er lange Zeit verfolgte.

**Michael Neumann**, ehemaliger Chefredakteur von *Westermanns Monatsheften*, starb am 25. August in Tutzing mit 83 Jahren. Nach dem Studium der Germanistik, Geschichte, Slavistik und Philosophie trat der gebürtige Berliner 1960 in die Braunschweiger Redaktion ein und betreute die Arbeitsschwerpunkte Kunst, Literatur, soziale Fragen, Tourismus, Fotografie und Leseraktionen. 1971 wurde er stellvertretender, 1979 Chefredakteur der Monatshefte, mit denen er 1981 nach München umzog. Im BJV seit Juli 1982. (ak)



## „Man muss mich manchmal bändigen“

Harald Lesch ist der Grund, warum Zuschauer anfangen, sich für Naturwissenschaft zu interessieren – und AfD-Anhänger zum Protest blasen.

Von Senta Krasser

Wenn der Physikprofessor Harald Lesch die Atomkraft, Klimawandelskeptiker oder Maaßen-Partys aufs Korn nimmt, dann, sagt sein Chef beim ZDF, nimmt er „Haltung“ ein und „die fröhliche Wissenschaft muss zurücktreten“. Einblicke in Leschs Kosmos.

*Sagen Sie mal, Herr Professor Lesch, die Physikerin Angela Merkel ist Bundeskanzlerin. Sie sind Physiker und moderieren mit „Leschs Kosmos“ den „Rolls-Royce unter den Wissenschaftssendungen“ – ist das Physikstudium ein Türöffner für höhere Aufgaben?*

**Harald Lesch:** Oskar Lafontaine ist auch Physiker. Aber um auf Ihre Frage zu antworten: Ich weiß es nicht. Auf jeden Fall lernt man während des Physikstudiums, Probleme systematisch anzugehen. Wer Physik oder überhaupt ein naturwissenschaftliches Fach studiert, ist an Lösungen interessiert. Man analysiert und kommt zu einer endlichen Zeit zu einer endlichen Lösung. Das mag für „höhere Aufgaben“ prädestinieren, aber es gibt ja auch viele andere Berufe, die zu erfolgreichen Karrieren in Politik und Medien geführt haben.

*Als Sie 2008 die ZDF-Sendung von Joachim Bublath übernahmen: Welches Problem galt es zu lösen?*

Für mich war das Problem, ob ich in die Fußspuren, die Joachim Bublath hinterließ, nur ansatzweise hineinpasste. Die Formulierung „Rolls-Royce unter den Wissenschaftssendungen“ stammt übrigens von meinem besten Freund. Er war es, der mich überzeugte zuzusagen. Ich selber hatte Schiss: Mensch Meier, mit einer Redaktion zusammenarbeiten. Ich weiß gar nicht, wie das geht.

*Aber Sie hatten zuvor zehn Jahre Fernsehen auf BR-alpha gemacht.*

Dort hatte ich es nur mit einem einzigen Redakteur zu tun. Georg Scheller und ich machten Fernsehen nach dem Motto: Harald, stell dich mal hin, du hast eine Viertelstunde,

und jetzt hau rein. Das war Radio mit Kamera. Das hier beim ZDF ist eine andere Ebene. Wir machen Hochglanzfernsehen mit vielen Bildern.

*Das in „Leschs Kosmos“ viel Grips und Aufwand stecken, sieht man. Umso mehr frage ich mich: Warum wird so eine Sendung an den Programmrand gedrängt? „Galileo“ bei ProSieben läuft um sieben.*

„Galileo“ hat einen völlig anderen Ansatz als wir. Die machen so ein Potpourri von verschiedenen Sachen. Unsere Sendung dagegen ist anspruchsvoller, weil wir in 30 Minuten eine einzige Geschichte erzählen. Ein Vortrag baut auf den anderen auf. Darauf muss man sich einlassen. Uns kann man nicht so nebenherlaufen lassen. Dank der Möglichkeiten des Internets, sich Sendungen zu beliebigen Tageszeiten über die Mediathek anzuschauen, finde ich nicht, dass der späte Sendetermin im ZDF eine kritische Zeit ist.

*Trotzdem: Täuscht der Eindruck, dass Wissenschaft vom Fernsehen generell nicht sonderlich geliebt wird?*

Das sehen Sie schon richtig. Angesichts der Bedeutung, die Wissenschaft für ein Land wie die Bundesrepublik Deutschland hat, vor allem in ihrer technischen Form, ist es im Grunde nicht verständlich, warum so wenig Auseinandersetzung darüber im Fernsehen stattfindet. Stattdessen wird in diesen vielen Talkrunden besprochen, warum der Abgeordnete A dem Fraktionsvorsitzenden B dies und jenes um die Ohren gehauen hat. Ist doch lachhaft!

*Was Anne Will & Co. machen, finden Sie für die politische Aufklärung nicht relevant?*

Wenn dort im klaren Aktiv und über Fakten gesprochen würde, könnte man vielleicht von Aufklärung sprechen. Aber das sind meist abstruse Diskussionen, wo man immer eine Meinung haben kann, aber Ahnung haben müsste. Sie haben mehr oder weniger dazu geführt, was man Verdrossenheit gegenüber Politik und Politikern

Wahrheit, sagt Harald Lesch, muss für jeden Wissenschaftsjournalisten das allerhöchste Ziel sein. Deshalb kann er „nicht stehen lassen, wenn der Präsident in Amerika behauptet, der Klimawandel sei eine Erfindung der Chinesen“.

Fotos: ZDF/Jens Hartmann





nennt. Wenn ich mir vorstelle, wir von der Wissenschaftsfraktion hätten die Sendungsmenge von den Politik-Kollegen zur Verfügung, dann würden die Öffentlich-Rechtlichen, wie auch die Privaten, viel mehr tun für die gesellschaftliche Stabilität.

*Das müssen Sie genauer erklären.*

Es gibt eine nicht wissen wollende Gesellschaft, die sich von harten Fakten, warum auch immer, abgestoßen fühlt. Aber Themen wie Energiewende, globale Erderwärmung, Automatisierung, die gehen uns alle an. Ein anderes Beispiel: Dieses Land steht vor einer gewaltigen industriellen Transformation. Ein erheblicher Teil des Dienstleistungsgewerbes wird von der Automatisierung betroffen sein. Wo ist die Talk-Sendung, die die Konsequenzen der Automatisierung klipp und klar benennt? Was passiert, wenn Angestellte zu Zehntausenden entlassen werden, weil ihre Arbeit in Zukunft Computer übernehmen? Wissen Sie, was ich mir wünsche?

*Einen Wissenschafts-Talk?*

Ich habe vor einiger Zeit mit dem ARD-Programmdirektor Volker Herres darüber gesprochen: Warum nicht ein „Presseclub“ mit Wissenschaftsjournalisten? Mit Leuten, die Ahnung von der Materie haben, aber keine Aktien im System?

*Was sagte Herr Herres?*

Na ja, sagte er, der „Presseclub“ sei ein von einer kleinen Gruppe von Zuschauern außerordentlich gemochtes Format sonntags um 12 Uhr. Es habe aber nicht die Durchschlagskraft von „Anne Will“ am gleichen Tag, auch weil sachgerechte Diskussionen von kompetenten Mitstreitern nicht das Standing hätten wie emotionale Auseinandersetzungen, wo jeder jeden provoziert.

*„Leschs Kosmos“ hat ein paar mehr Zuschauer als der „Presseclub“.*

*(lacht)* Das stimmt. 1,6 Millionen sind es.

*Woran liegt's? An Ihrem, wie Ihre Redaktionsleiterin sagt, „italienischen Reden“? Oder weil Sie schon mal die rote Trump-Krawatte anlegen, um in die Macht der Farben einzuführen?*

Ich denke, an erster Stelle sind es die Themen, die die Zuschauer anziehen. Sie müssen, und darauf achte ich sehr, nicht nur interessant, sondern auch relevant sein. Relevant



**Harald Lesch,**

1960 in Gießen geboren, unterrichtet in München Astrophysik und Naturphilosophie. Bundesweit bekannt wurde der Professor durch seine TV-Auftritte, zunächst als Moderator der Sendereihe „alpha-Centauri“. Seit 2008 erklärt er im ZDF Wissenschaftsthemen von gesellschaftlicher Relevanz („Leschs Kosmos“ u. a.). Dafür erhielt er 2012 den Bayerischen Fernsehpreis und heuer eine Nominierung für den Deutschen Fernsehpreis. Auf YouTube betreibt er den Kanal „Terra X Lesch & Co“. Lesch ist außerdem Mitglied im Bayerischen Klimarat und Träger der Bayerischen Verfassungsmedaille in Silber.

heißt, wir gehen der Frage nach: Was machen wir mit dem, was da in den Wissenschaften so alles passiert, und wie verändert es unseren Alltag? Wenn ich als Moderator dann noch meinen Beitrag zum Erfolg leiste, gut so.

*Wissenschaft muss Spaß machen, ist Ihr Credo. Aber wo ist bei „Leschs Kosmos“ die rote Linie?*

Okay, das mit dem roten Schlips hatte schon fast etwas Kabarettistisches. Ich glaube aber, dass wir in der Redaktion genügend gesunden Menschenverstand haben, dass uns das, was Böhmermann gemacht hat, nicht passieren würde. Dass der eine oder andere Gag mal missverstanden werden könnte, dafür kann ich allerdings nicht garantieren. Was im Übrigen den blonden Lord, dessen Namen ich nicht nennen will, betrifft: So wie ich ihn einschätze, hat er nie darüber nachgedacht, was es bedeutet, Rot zu tragen. Sagt ihm jemand, hey, das ist die Farbe der Sieger, dann erwidert er bestimmt, das habe ich immer gewusst.

*Sie würden gerne noch mehr machen, als es auf dem Sendeplatz möglich wäre, nicht wahr?*

Zu allen Themen, die wir in „Leschs Kosmos“ behandeln, stelle ich eigene Recherchen an. Als Hochschulprofessor habe ich es mit einer intellektuellen Landschaft zu tun, die ich jederzeit anfragen kann. Wenn ich dann die Sendung moderiere, bin ich so voll mit Wissen und Eindrücken, ah, das müsstest du noch erzählen und das noch erklären, dass ich dann manchmal gebändigt werden muss durch die Redaktion. Aber die machen das ganz liebevoll.

*Haben Sie sich deshalb auf YouTube ein Ventil geschaffen?*

Auf YouTube komme ich an die Zuschauer ran, die das ZDF vorher gar nicht kannten.

*Ihr YouTube-Clip, in dem Sie das AfD-Programm „wissenschaftlich prüfen“, bescherte Ihnen einen Shitstorm im Netz. Sprach darin eigentlich der Wissenschaftler Harald Lesch oder der „Citoyen, der Bürger mit politischem Engagement“, als der Sie Ihr Abteilungsleiter Peter Arens bezeichnet?*

Wissen Sie, ich berate das bayerische Umweltministerium, wenn es um Energie und Klimawandel geht. Als ich las, was im Parteiprogramm der AfD steht, dachte ich: Als Wissenschaftler und als Mitglied des Klimarats bin ich in der Verantwortung. Ich kann das nicht unkommentiert lassen, weil es die Unwahrheit ist. Keine andere deutsche Partei bezweifelt, dass es den Klimawandel gibt. Und ich lasse auch nicht stehen, wenn der Präsident in Amerika behauptet, der Klimawandel sei eine Erfindung der Chinesen. Was Unsinn ist, muss als Unsinn benannt werden.

*Haltung zeigen, gilt das in diesen postfaktischen Zeiten auch für Wissenschaftsjournalisten?*

Na klar. Wobei kontrafaktisch trifft es besser als postfaktisch. De facto wird gegen die Faktenlage argumentiert. Es wird gelogen. Wir dürfen uns aber nicht belügen lassen. Wahrheit muss, auch für jeden, der sich mit Wissenschaftsjournalismus beschäftigt, das allerhöchste Ziel sein. Sonst enden wir im Chaos, und das war es dann. Dann sind wir nur noch Tiere.

# Kontakt im Kleinformat

**Dr. Joachim Föhler**  
 Pressesprecher  
 Unternehmenskommunikation | Vorstandstab  
 Sportplatzstraße 2, 80331 München  
 Tel. 089 2167-4700 | Fax 089 2167-947301  
 presse@mediasued.de | www.mediasued.de

**Bitte beachten Sie folgende Termine**

Ausgabe BJVreport	Anzeigen- und Rubrikenschluss	letzte Termine für Druckvorlagen	Erstveröffentlichung
5/2016	16. September	5. Oktober	15. Oktober
6/2016	18. November	7. Dezember	17. Dezember
1/2017	29. Januar	14. Februar	28. Februar

Alle Termine verbindlich, geringe Verzögerungen sind möglich.  
 Anzeigenmarketing BJVreport:  
 Mediasud, Robert Macher, Telefon 09183 / 9 52 44,  
 Fax 9 52 45, robert.macher@mediasued.de

**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-Neuberg-Straße 28 / 81739 München  
 TLF: 089 82730 160 / Fax 089 82730 650099  
 www.aok.de / E-Mail: presse@bav.aok.de

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

**bayerngas**  
 Energieversorger in Bayern  
 Dirk Barz  
 Pressesprecher  
 Leiter Kommunikation & Marketing  
 Tel.: +49 9186 720-339  
 Fax: +49 9186 720-448  
 dirk.barz@bayerngas.de  
 www.bayerngas.de

**bayernwerk**  
 Maximilian Zangl  
 Leiter  
 Unternehmenskommunikation  
 Pressesprecher  
 Bayernwerk AG  
 Ullrichstraße 7  
 93049 Regensburg  
 T. 09 41 2 01 28 20  
 F. 09 41 2 01 28 20  
 M 01 79 13 96 27  
 maximilian.zangl@bayernwerk.de  
 www.bayernwerk.de

**VER SICHERUNGS KAMMER BAYERN**  
 Ein Stück Sicherheit.  
 Maximilianstraße 53  
 80530 München  
 www.vkb.de

**VER SICHERUNGS KAMMER BAYERN**  
 Claudia Scheerer  
 Pressesprecherin  
 Tel. 089 2160 3050  
 Fax 089 2160 3059  
 claudia.scheerer@vkb.de

**VER SICHERUNGS KAMMER BAYERN**  
 Stefan Liebl  
 Stellv. Pressesprecher  
 Tel. 089 2160 1775  
 Fax 089 2160 3059  
 stefan.liebl@vkb.de

**Flüchtlinge in den Medien**  
 Zwischen Neutralität und Mitgefühl

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](http://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:** Mediasud, Robert Macher, Wasserweg 7, 90559 Burgthann-Mimberg, Telefon 09183 952 44, Fax 9 52 45, [robert.macher@mediasued.de](mailto:robert.macher@mediasued.de)



15. - 19. März 2017  
**Freizeit, Touristik und Garten Nürnberg**  
Caravanning, Sport, Outdoor, Mein Haus  
[www.freizeitmesse.de](http://www.freizeitmesse.de)



15. + 16. März 2017  
**inviva Nürnberg**  
Angebote, Infos und Tipps für Gesundheit, Freizeit und Selbstbestimmung  
[www.inviva.de](http://www.inviva.de)



18. + 19. März 2017  
**5. Whisk(e)y Messe Nürnberg**  
The Village - Treffpunkt für Whisk(e)y-Kenner und Freunde  
[www.whiskey-messe.de](http://www.whiskey-messe.de)



1. - 9. April 2017  
**Augsburger Frühjahrs-Ausstellung**  
Publikumsmesse für Lifestyle mit Bauen & Wohnen  
[www.afa-messe.de](http://www.afa-messe.de)



25. - 27. April 2017  
**ReTEC Augsburg**  
Internationale Fachmesse für Gebraucht-Technik  
[www.retec.com](http://www.retec.com)



6. - 10. September 2017  
**Americana Augsburg**  
Internationale Messe für Reitsport und Westernkultur. World Open Championship Westernriding. [www.americana.de](http://www.americana.de)



30. September - 8. Oktober 2017  
**Mainfranken-Messe Würzburg**  
Publikumsmesse für Lifestyle mit Bauen & Wohnen  
[www.mainfranken-messe.de](http://www.mainfranken-messe.de)



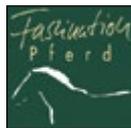
15. - 17. Oktober 2017  
**GastroTageWest Essen**  
Neuheiten, Trends & Food-Spezialitäten à la Carte  
[www.gastrotage-west.de](http://www.gastrotage-west.de)



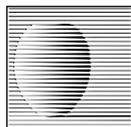
17. - 20. Oktober 2017  
**interlift Augsburg**  
Internationale Fachmesse für Aufzüge, Komponenten und Zubehör  
[www.interlift.de](http://www.interlift.de)



28. Oktober - 5. November 2017  
**Consumenta Nürnberg**  
Publikumsmesse für Lifestyle mit Bauen & Wohnen  
[www.consumenta.de](http://www.consumenta.de)



31. Oktober - 5. November 2017  
**Faszination Pferd Nürnberg**  
Messe, Sport+Show  
[www.faszination-pferd.de](http://www.faszination-pferd.de)



2. - 5. November 2017  
**iENA Nürnberg**  
Internationale Fachmesse „Ideen - Erfindungen - Neuheiten“  
[www.iena.de](http://www.iena.de)



3. - 5. November 2017  
**HausFreunde - Heimtier Messe Nürnberg**  
und Aquaristikreich - Messe für Aquarianer  
[www.heimtier-messe.info](http://www.heimtier-messe.info)



4. + 5. November 2017  
**START Messe Nürnberg**  
Messe für Unternehmens-Gründung, -Finanzierung, -Entwicklung und -Nachfolge  
[www.start-messe.de](http://www.start-messe.de)



Mitglied im Fachverband Messen und Ausstellungen



Mitglied der Gesellschaft zur freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen



**AFAG Messen und Ausstellungen GmbH**  
Messezentrum 1 · 90471 Nürnberg  
☎ (0911) 9 88 33 - 0 · ☎ (0911) 9 88 33 - 500  
[www.afag.de](http://www.afag.de) · [info@afag.de](mailto: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](http://www.afag.de) · [info@afag.de](mailto:info@afag.de)