

Journalistentag: Es geht ums Geld

Fotoverbot: BJV strebt Neuregelung an

Ingolstadt TV: Hoffnung fürs Team

Straßburg: Appell pro Pressefreiheit

www.bjv.de / www.djv.de

Alles nur Gurke? Wie Journalisten über Europa berichten



Pressestellen A bis Z im BJVreport

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

A

AFAG Messen und Ausstellungen (MA)
AUDI (U)

B/C

Bauindustrie Bayern/
Bayerischer
Bauindustrieverband (VB)
Bayerische
Landesärztekammer (K)
Bayerische
Landeszahnärztekammer (K)
Bayerischer Jagdverband (VB)
Bayerngas (E)
Bayernhafen (VK)
Bayernwerk (E)
Bischöfliche Aktion Adveniat (SK)
BMW Group (U)

D

DIEHL Diehl Stiftung (U)

E

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

F

Flughafen München (VK)

G/H

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

I/J/K

Interhyp Gruppe (F)

L/M

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)
St. Theresien-Krankenhaus
Nürnberg (U)
StWN Städtische Werke
Nürnberg (U)
Süddeutscher Verband
reisender Schausteller und
Handelsleute (VB)

swa Stadtwerke Augsburg
Holding (E)

T/U

Theresien-Krankenhaus (U)
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
- Genossenschaftsverband
Bayern e.V.
- 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 1350,- EUR zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6x jährlich**, jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter www.bjv.de • **Planung/Abwicklung:** Mediasüd, Robert Macher, Telefon 091 81 / 29 99-477, Fax 091 81 / 29 99-479, robert.macher@mediasued.de



Michaela Schneider
Leitende Redakteurin
Foto: Günter Schneider

Die Kernidee Europa

Bei der ersten Europawahl 1979 gaben in Deutschland 66 Prozent der Wahlberechtigten ihre Stimme ab. 2014 gingen nur noch 43 Prozent an die Urne. Und 2019? In Zeiten erstarrender populistischer Kräfte erlebt das Parteiensystem der EU wohl eine Neuausrichtung in noch nicht dagewesenem Ausmaß. Trotzdem wissen etliche Wahlberechtigte nicht einmal, dass im Mai Wahlen anstehen. Dabei geht es um nicht weniger als die Verteidigung der Kernidee Europa. Gleichzeitig gingen zahlreiche Menschen auf die Straße, um gegen die Urheberrechtsreform zu demonstrieren, das Europaparlament stimmte ihr kurz vor BJVreport-Andruck zu. Was dies für Journalisten bedeutet, werden wir in der nächsten Ausgabe aufgreifen. Diesmal wollen wir wissen: Warum fällt es Journalisten so schwer, bestimmte Europathemen zu vermitteln? Wir sprachen mit Europa-Korrespondenten, suchten nach Best-Practice-Beispielen und stellten zusammen, wo Journalisten rasch Informationen für die EU-Berichterstattung finden. Auch wollten wir wissen, mit welchen Problemen Kollegen in anderen Ländern zu kämpfen haben – etwa beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Zudem ein Gastbeitrag der EJV-Direktorin Renate Schroeder.

Ab Seite 10

Der Bayerische Journalistentag wird heuer im Zeichen des Sparzwangs stehen – warum dies der Fall ist, erklärt unter anderem Schatzmeister Markus Hack im Interview. **Ab Seite 6**

E-Book-Boom und Digitaltechnik verschaffen Journalisten neue Chancen der Vermarktung. Viele nutzen dies und publizieren im Eigenverlag. Allerdings gibt's dabei ganz schön viel zu beachten. **Ab Seite 26**

Harald Stocker plädiert für ein konstruktives Miteinander von öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern. Seit 1. Januar vertritt er den BJV im Rundfunkrat des *Bayerischen Rundfunks*. **Seite 32**

Unser Foto

Bis heute verschreit der ein oder andere die EU hartnäckig als pedantischen Gurkenbieger. Dabei ist die Norm zur Gurkenkrümmung eigentlich längst außer Kraft. Alles nur Gurke? Nein. Natürlich nicht! Warum aber tun sich Journalisten mit der Europaberichterstattung so schwer? Dem wollen wir in diesem *BJVreport* auf den Grund gehen und der Frage nachspüren, wie Journalisten EU-Themen schmackhaft aufbereiten können. Auf dem Cover sowie dem einleitenden Foto unserer Titelstrecke hat Fotograf **Dominik Berchtold** aus Immenstadt im Allgäu dies verbildlicht. Das Fotografenhandwerk hatte er bei der *Allgäuer Zeitung* gelernt, die Ausbildung schloss er mit der Gesellenprüfung der Handwerkskammer Schwaben ab. Seit Sommer 2015 arbeitet Berchtold als freiberuflicher Fotograf und ist hier breit aufgestellt mit Sport-, Event-, Presse- und Werbefotografie. Mit seinem Gesellenstück „Helden der Nacht“ über Pistenraupenfahrer gewann er beim Wettbewerb „Pressefoto Bayern 2015“ in der Kategorie Nachwuchs. Mehr unter www.dberchtold.com.

Kaleidoskop

- 4 Medienköpfe
- 5 Social Media auf Papier

Verband

- 6 **In Pullach geht es um eine Beitragserhöhung**
Bayerischer Journalistentag steht im Zeichen des Sparzwangs
- 8 **„Der Blick auf den Haushalt 2019 fällt trübe aus“**
Ein Gespräch mit Schatzmeister Markus Hack
- 9 **„In der Stadtratssitzung wird nicht fotografiert!“**
BJV diskutiert über Verbot der Bildberichterstattung

Titel

- 10 **Europa schmackhaft gemacht**
Warum es manchmal nicht einfach ist, über die EU zu berichten
- 13 **Kein Buch mit sieben Siegeln**
Recherchetipps für Journalisten
- 14 **„Bereit zu wühlen und zu graben“**
Brüssel-Korrespondent Alexander Fanta erzählt von seiner Arbeit
- 16 **Ein Kampf ums Überleben**
Die Öffentlich-Rechtlichen werden in ganz Europa heftig attackiert
- 18 **„Europa braucht den Journalismus“**
Ein Gastbeitrag der EJV-Direktorin Renate Schroeder
- 20 **Pressestellen**

Medienszene

- 26 **„Schreib' doch einfach mal ein Buch!“**
Immer mehr Autoren publizieren im Selbstverlag
- 28 **Ingolstadt TV: Wer sendet künftig auf der Frequenz?**
Zwei Interessenten haben sich um die Lizenz beworben

Verband

- 29 **Wenn schöne Zahlen blind machen**
Auf ein Wort mit Michael Busch
- 30 **Aus dem Verbandsleben**
- 32 **„Kontrolle darf Rundfunkfreiheit nicht einschränken“**
Serie Innenleben: Harald Stocker vertritt BJV im Rundfunkrat des BR
- 33 **„Attacken geschehen mitten unter uns“**
BJV-Delegation diskutiert mit Vertretern des EU-Parlaments

Service

- 34 **Recht**
Hohe Hürden für Fotografen in der Kirche
- 35 **Rezensionen**
- 36 **Technik**
Google kennt uns ganz genau – ob wir Angebote nutzen oder nicht
- 38 **Termine**

Zur Person

- 39 **Jubilare**
- 40 **Nachrufe, Impressum**

Sagen Sie mal ...

- 41 **„Eine neue Dimension des Erzählens“**
Für Antenne Bayern treibt Christoph Lemmer das Thema Podcast voran – mit klassischem journalistischem Handwerk.



Foto: Bernd-Ulrich Wagner

Andrea Kümpfbeck (@kuempfbeckan) steigt bei der *Augsburger Allgemeinen* in die Chefredaktion

von **Gregor Peter Schmitz** (@GP-Schmitz) auf. Als seine Stellvertreterin wird die 51-Jährige, bislang Leiterin des Bayern-Ressorts, den Bereich Lokales/Regionales verantworten. **Yannick Dillinger** (@ydillinger) wechselt im Laufe des Jahres als Vize-Chef der *Schwäbischen Zeitung* in die gleiche Position nach Augsburg mit dem Schwerpunkt Digitale Transformation. Beide folgen auf **Gerd Horseling**, ab Jahresende Ruheständler, sowie **Jürgen Marks**, der sich beruflich neu orientiert.

Mit **Daniel Torka** verändert auch die Pressedruck-Tochter *rt.1.media* ihre Führungsebene. Der 35-Jährige kommt von der Neue Pressegesellschaft in Ulm und soll spätestens zum 1. Oktober in Augsburg die Geschäftsführung der Rundfunk-Holding (*Hitradio rt1, a.tv*) verstärken.

Johannes Boie (@johannesboie), bis 2017 Redakteur bei der *Süddeutschen Zeitung*, hat **Peter Huth** als Blattmacher der Springer-Zeitung *Welt am Sonntag* abgelöst. Der 35-Jährige war in den vergangenen zwei Jahren die digitale rechte Hand von Konzernchef Mathias Döpfner.



Foto: Marcus Schiav

Thomas Kaspar (@Bibliothomas), Chefredakteur Ippen Digital, ist an den Main gezogen, um mit

Bascha Mika zusammen die Printredaktion der *Frankfurter Rundschau* zu leiten. Seine Rolle als strategischer Produktchef von Ippen Digital behält der 51-Jährige,



Fünf Jahre hat **Kathrin Degmair** das Studio Franken des *Bayerischen Rundfunks* geleitet, und glaubt man Medienberichten, dann ist die einst von BR-Intendant Ulrich Wilhelm hoch gelobte Diplom-Journalistin bei ihren Mitarbeitern in Nürnberg und Würzburg gehörig angeekelt. Zum 30. April muss Degmair, 41, nun die Führung abgeben, ihre Berufung als Studio-Leiterin läuft aus. Es übernimmt kommissarisch: Degmairs Vorgänger auf diesem Posten, **Martin Wagner**, zusätzlich zu seiner Verantwortung als Hörfunkdirektor. Welche Verwendung der BR für seine leitende Redakteurin in der Münchner Zentrale haben wird, stand bis Redaktionsschluss nicht fest.

Foto: BR/Philipp Kimmelzwingner

den Chefposten der Zentralredaktion in München gibt er an seinen Vize **Markus Knall** (@markk78) ab. Unter Knalls Leitung schafft Ippen eine weitere Zentralredaktion in Frankfurt, die unter anderem die Digitalangebote von *FR* und *Frankfurter Neue Presse* bestücken soll.



Foto: Andreas Matsche

Marion Gehlert ist neue Chefredakteurin von *münchen.tv*. Sie löst beim Ballungsraumsender **Jörg van**

Hooven ab, der über 14 Jahre diese Position innehatte. Die gebürtige Münchnerin war zuletzt Pressesprecherin im bayerischen Familienministerium und bringt langjährige TV-Erfahrung als Redakteurin, Moderatorin und Chefreporterin bei nationalen (unter anderem *N24*) wie regionalen Sendern mit.

Heribert Prantl hat sich aus der Chefredaktion der *Süddeutschen Zeitung* in den Ruhestand verab-

schiedet und auch die Leitung des Meinungsressorts abgegeben. Als Autor und Kolumnist bleibt der 65-Jährige der *SZ* erhalten.



Foto: Lisa Haensch

Frank Zimmer (@frankzimmer) und *w&v* haben sich „in freundschaftlichem Einvernehmen“ getrennt. Zimmer, bis dato Online-Redaktionsleiter des Fachtitels im Süddeutschen Verlag, macht sich selbstständig und will digitale Content-Projekte für Unternehmen, Verbände und Agenturen anbieten und außerdem sein Blog „Mittelreingold“ ausbauen.

Sabrina Harper (@Harper_Sabrina), ausgebildete Gesundheits- und Krankenpflegerin mit abgeschlossenem Volontariat bei *Radio 7* in Ulm, hat beim Münchner auf Sport und Fitness spezialisierten Pflaum Verlag den Sprung in die Redaktionsleitung von *Leistungslust* und *Shape Up* geschafft.

Serge Schäfers, bisher Geschäftsführer beim *Nordbayerischen Kurier* in Bayreuth, ist zur Zeitungsgruppe Hof, Coburg, Suhl gewechselt und folgt dort auf Geschäftsführer **Ulf Kiegeland**, der die HSCB-Gruppe „auf eigenen Wunsch“ verlassen hat.



Foto: Hubert Burda Media/Petra Röhle

José Redondo-Vega hat seine Selbstständigkeit aufgegeben und sich als Redaktionsleiter von

Focus Style, Burdas „Styleguide für den modernen Mann“, anstellen lassen. Der 53-Jährige war mehr als sieben Jahre GQ-Chef bei Condé Nast. Sein ehemaliger Stellvertreter bei GQ, **Dominik Schütte**, wagt wiederum nach einer Zwischenstation als Content-Marketing-Chef von Serviceplan den Schritt zum freien Reporterleben. Mit seinem Redaktionsbüro *Stories & Content* will Schütte wieder stärker journalistisch arbeiten.

Katja Hertin, einst Chefredakteurin bei Burdas *Donna* und seit 2016 Vize-Chefredakteurin bei *Focus Online*, macht jetzt Content Marketing. Bei der auf Live-Kommunikation spezialisierten Agentur *Avantgarde* mit Sitz in München leitet sie die neue Storytelling-Einheit.



Foto: Gert Klautbauer

Jessica Peppel-Schulz heißt die Nachfolgerin von **Moritz von Laffert** und damit neue

Chefin von Condé Nast. Sie hat einen Abschluss als Diplom-Volkswirtin mit Marketingschwerpunkt von der Universität Hamburg und war zuletzt fünf Jahre lang CEO der Digitalagentur *UDG*.

Senta Krasser

Medienrezeption und Aufmerksamkeit

Zunächst ein kleines Geständnis. Ja, ich lese und kaufe immer noch relativ viele gedruckte Medien. Tendenz: eher steigend bei Büchern und Zeitschriften, eher geringfügig abnehmend bei Zeitungen (relativ viel = ein Monatsbudget im unteren dreistelligen Bereich). Das mag an meinem Alter (Ü50) liegen, ich habe die Haptik einfach liebgewonnen und bin damit aufgewachsen, und ich (wert) schätze – zumal als Journalist und Gewerkschafter – Menschen, die auf diesem Träger ihre Inhalte verkaufen. Außerdem sind digitale Medien mitunter immer noch nicht so nutzerfreundlich, wie ich es mir wünschte – oder ich kapiere sie schlichtweg nicht.

Mediale Fundstücke

Aber nicht falsch verstehen: Ich bin ein glühender Verfechter der Digitalisierung – insbesondere wenn es darum geht, journalistische Inhalte zu verbreiten. Mein persönlicher Arbeitsnachweis: Ich betreibe seit einigen Jahren eine öffentliche Bookmark-Sammlung, in der ich täglich Lesezeichen zu meinen Fundstücken zum Thema Medien erstelle und auch verschlagworte: *medien-journalismus.de*. Mittlerweile sind es über 55.000 Links.

Ich appelliere hier und an anderer Stelle auch immer wieder, dass Medien doch experimentieren mögen – um neue Wege zum Publikum zu finden, dieses zu beteiligen, um dauerhaft die Aufmerksamkeit des Publikums zu gewinnen. Und natürlich auch, um diese Menschen dazu zu bewegen, für mediale Inhalte im Netz zu bezahlen oder zumindest nicht über die Rundfunkgebühr zu nörgeln. Innovation ist in unserer Branche auch dringend notwendig (siehe auch unser *BJVreport*-Titelthema im Heft 6/2018 bjvlink.de/innovativ).

Besonders angesagt ist derzeit das Experiment der *News-WG* des *Bayerischen Rundfunks* ([instagram.com/news_wg](https://www.instagram.com/news_wg/)). „Die *News-WG* des *BR* vermittelt auf Instagram politische



Die *Bild* wurde für ihre Berichterstattung über den Anschlag in Christchurch nicht nur von Journalisten massiv kritisiert. Zu sehen: ein Ausschnitt von *Bild.de*, verpixelt von *Übermedien*. Screenshot: Thomas Mrazek

Themen spannend und verständlich“, schreibt der Sender in einer Pressemitteilung. Die Kolleg*innen wurden im Februar mit Deutschlands ältestem Social-Media-Preis „Die Goldenen Blogger“ als bester Instagram-Account des Jahres ausgezeichnet. Max Osenstätter, Sophie von der Tann und Helene Reiner sind die Gesichter dieses *BR*-Nachrichtenformats mit mehr als 30.000 Abonnenten.

Bei der *SZ* widmete sich Aurelie von Blazekovic im März ausführlich dieser *WG*: „Quatsch und Katastrophen“ (bjvlink.de/news-wg). Ich habe eingangs mein Rezeptionsverhalten geschildert und sage ehrlich: Mein Ding ist die *News-WG* nicht. Was nicht heißt, dass ich dieses mit viel Herzblut betriebene Projekt nicht für sinnvoll erachte und mir wünsche, dass es sich dauerhaft etabliert – womöglich bei einer eher jüngeren Zielgruppe.

„Was verbreiten wir?“

Dauerhaft etabliert haben sich ethische Verstöße von Medien. Die *Bild* wurde für ihre (Online-)Berichterstattung über den Anschlag im neuseeländischen Christchurch nicht nur von Journalisten massiv kriti-

siert. Die Springer-Kolleg*innen zeigten unter anderem Ausschnitte aus dem Video des Attentäters. *Bild*-Chefredakteur Julian Reichelt (@jreichelt) verteidigte dies so: „Journalismus ist dazu da, Bilder der Propaganda und Selbstdarstellung zu entreißen und sie einzuordnen. Erst die Bilder verdeutlichen uns die erschütternde menschliche Dimension dieser Schreckenstat.“

Nicht die letzte Diskussion

Filigran analysierte drei Tage später bei *Übermedien* Boris Rosenkranz (@der_rosenkranz) die Berichterstattung und resümierte resigniert: „Das hier ist ja nur ein winziger Ausschnitt aus einer Flut von journalistischen Texten, Filmen, Livetickern auf der ganzen Welt. Und es wird nicht das letzte Mal sein, dass wir darüber diskutieren: über die Bilder, die Manifeste, und über die Ohnmacht angesichts solcher Verbre-



Der Autor

Thomas Mrazek (@tmrazek) arbeitet als freier Journalist und Dozent in München, er betreut die Netzaktivitäten des BJV; thomas-mrazek.de.

Foto: Günter Distler

chen und der Wege, diese heute digital zu verbreiten. Spätestens, wenn der Mann vor Gericht steht, wird sich wieder, wie schon bei Breivik, die Frage stellen: Was davon verbreiten wir?“ (siehe: „Nichts gelernt: In der Journalistenschule mit Julian Reichelt“, bjvlink.de/christchurch1). Sehr lesenswert zu diesem Thema ist auch die *Spiegel-Online*-Kolumne von Sascha Lobo (@saschalobo) „Der Troll-Terrorist“ (bjvlink.de/christchurch2). Lobo analysiert ausführlich die Reaktionen im Netz und zeigt Hintergründe auf, wobei er selbstkritisch: „Mein Wissen (...) um die Troll-Kultur bedeutet leider nicht, dass ich mit einhundertprozentiger Sicherheit sagen kann, nicht auf einzelne Lügen, Scherze oder Trollereien des Attentäters hereinzufallen.“

Waffe gegen den Terror

Ein kluges Posting zum Thema und insbesondere zur eigenen Medienrezeption veröffentlichte auch Dirk von Gehlen, Leiter Innovation/Social Media bei der *SZ*, auf seinem privaten Blog: „Eine wichtige Waffe gegen den Terror: Deine Aufmerksamkeit“ (bjvlink.de/aufmerksamkeit).

Gezwitschert



Die Klammern hinter einigen Namen sind die Twitter-Adressen der Kollegen beziehungsweise Medien. Bereits 5100 Nutzer folgen dem BJV bei Twitter: @bjvde.

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

In Pullach geht es um eine Beitragserhöhung

Der Bayerische Journalistentag 2019 steht im Zeichen des Sparzwangs

Von Maria Goblirsch

Der Gedanke liegt nicht gerade fern: Mancher könnte auf die Idee kommen, dass die Ausrichtung der zweitägigen Mitgliederversammlung 2019 im „Speckgürtel“ Münchens eine teure Angelegenheit werden könnte. Doch das Gegenteil ist der Fall.

Mit dem Bürgerhaus in Pullach, einer Gemeinde im Isartal südlich von München, hat der BJV einen Austragungsort für den Bayerischen Journalistentag 2019 ausgewählt, der mit seinen lichtdurchfluteten Räumen und der Ausstattung eines Konzertsaals allen Ansprüchen genügt - und dennoch das Budget schont.

Die bayerischen Journalisten treffen sich am 25. und 26. Mai in Pullach, um einen handlungsfähigen Vorstand zu wählen und ausgiebig über die angespannte Haushaltslage in 2019 / 2020 zu debattieren. Die Mitgliederversammlung startet am Samstag um 10.30 Uhr und endet um 18 Uhr, am Sonntag (dem Tag der Europawahl) wird von 9 bis 13 Uhr getagt.

Der zweite Tag steht ganz im Zeichen der Diskussion verschiedener Anträge. Satzungsändernde Anträge liegen in diesem Jahr nicht vor. Ordentliche Anträge können noch bis zum 3. Mai, 24 Uhr, an die BJV-Geschäftsstelle gerichtet werden.

60.000 Euro mehr sind an den DJV zu zahlen

Die am Samstag anstehenden Neuwahlen des Vorstands könnten spannend werden. Alle Posten im geschäftsführenden Vorstand sind neu zu besetzen. Der aktuelle Vorstand mit Michael Busch, den Stellvertreterinnen Daniela Albrecht und Andrea Roth sowie Schriftführer Ralph Bauer kandidieren erneut, Schatzmeister Mar-



Der BJV tagt heuer im Bürgerhaus in Pullach.

Foto: Leo Frankl

kus Hack tritt aus persönlichen Gründen nicht zur Wiederwahl an. Kandidatinnen und Kandidaten für die verschiedenen Positionen können sich auch noch direkt vor Ort zur Wahl stellen. Luft zu einer ausgiebigen Beratung der eigenen Angelegenheiten schafft der Beginn ohne ein klassisches Impulsreferat. Die Zahlen und der Haushaltsplan werden auf der Mitgliederversammlung 2019 breiten Raum einnehmen. Konkret geht es um eine Summe von 60.000 Euro,

dann nahezu aufgebraucht. Es stünden massive Kürzungen bei verschiedenen Posten im Haushalt an. Oder ist eine Beitragserhöhung mit Zukunftssicherung die beste Lösung, bei der ein finanzielles Polster für weitere Ausgaben eingerechnet wird? (Details zum Haushalt im Interview mit Markus Hack auf Seite 8.)

Der BJV-Vorsitzende Michael Busch hat sich in dieser Frage bereits positioniert und

die der BJV zusätzlich an den DJV abführen muss und die im bisherigen Haushaltsplan nicht vorgesehen war. Wie kann der Verband diese Summe verkraften und finanzieren? Darüber will der geschäftsführende Vorstand die Mitglieder in Pullach entscheiden lassen.

Zwei Modelle stehen dann zur Diskussion und zur Abstimmung: Nimmt man die 60.000 Euro aus den Rücklagen, geht es ohne Beitragserhöhung weiter. Aber die „Reserve“ ist

Anreise nach Pullach

Pullach liegt am westlichen Hochufer der Isar und an der südlichen Stadtgrenze von München. Die S-Bahn S 7 (Richtung Wolfratshausen) fährt im 20 Minuten-Takt vom Hauptbahnhof München zur Haltestelle Pullach. Die Fahrt dorthin dauert etwa 19 Minuten. Von der S-Bahn aus sind es über die Bahnhofstraße und die Münchner Straße etwa vier Gehminuten zum Bürgerhaus im Zentrum von Pullach beim Pullacher Kirchplatz (Heilmannstraße 2, 82049 Pullach im Isartal).

Mit dem Auto erreicht man Pullach von München aus am besten über die Wolfratshausener Straße (B 11), dann die erste Straße links Richtung Pullach abbiegen und bis zur Ortsmitte (Kirchplatz) fahren. Eine öffentliche Tiefgarage befindet sich gleich neben dem S-Bahnhof Pullach. Fünf Stunden lang kann kostenlos geparkt werden.

Die Waldwirtschaft Großhesselohe (Georg-Kalb-Straße 3, 82049 Pullach im Isartal), in der die Abendveranstaltung am Samstag ab 19 Uhr stattfindet, liegt zwei Kilometer entfernt. Zu Fuß läuft man etwa 20 Minuten, mit dem Auto dauert es vier Minuten (Details und Lageskizze unter bjv.de/bjv19).

will sich auf dem Bayerischen Journalistentag 2019 für eine Beitragserhöhung aussprechen. „Aus meiner Sicht geht es um eine nachhaltige Planung für eine sichere Zukunft des BJV. Wir treffen in Pullach die Entscheidung, wie handlungsfähig der BJV aufgestellt wird und welche Aufgaben wir in der Zukunft anpacken können“, sagt er.

Der Verband stehe weiterhin vor stetig wachsenden Aufgaben. Die Diskussion um Tarife werde in den kommenden Monaten ebenso eine große Rolle spielen wie der Einsatz für verbesserte Arbeitsbedingungen freier Journalisten. Auch das Thema Blaulichtfotografie dürfe nach Ansicht des BJV-Vorsitzenden ebenso wenig in den Hintergrund geraten wie die berechtigten Interessen der Kollegen, die als Pressesprecher arbeiten.

„Diesen Herausforderungen müssen wir unter schlechter werdenden Rahmenbedingungen gerecht werden“, warnt Busch. „Wir dürfen die Augen nicht davor verschließen, dass die Zahl der Mitglieder stagniert und un-

sere finanzielle Ausstattung an Grenzen stößt.“ Hier erwartet der Vorsitzende vermehrt ehrenamtliches Engagement.

Bei den medienpolitischen Themen, die inhaltlich den zweiten Tag in Pullach bestimmen, geht es im Schwerpunkt um die Bedrohung der Pressefreiheit. Neben vielen Verstößen in Europa und in anderen Teilen der Welt geben auch Entwicklungen hierzulande Anlass zur Sorge. So beklagt der BJV restriktivere Arbeitsmöglichkeiten für Fotografen oder bei der Auskunftserteilung an Journalisten. Die innere Pressefreiheit in den Medien verkomme immer mehr und enge Journalisten – fest wie frei – bei ihren Entscheidungen und der Themenwahl ein, nach dem Motto: Was zählt, ist die Klickrate.

„Kimmt's eini“ in die Waldwirtschaft!

Viel Diskussionsstoff für das gemeinsame Abendessen, das auch in diesem Jahr wieder unter dem Gedanken des Netzwerkers steht.

Am Samstag ab 19 Uhr treffen sich die bayerischen Journalisten in der Waldwirtschaft Großhesselohe, einem traditionsreichen bayerischen Gasthaus mit Biergarten. Die Geschichte der „Wawi“ reicht zurück bis ins 7. Jahrhundert als Landgut des Herzogs Tassilo. Anfang des 19. Jahrhunderts etablierte sich die damalige Waldwirtschaft Hesselohe zum beliebten Ausflugsziel der Münchner – das hat sich bis heute nicht geändert.

Pullach liegt auch für Ausflüge ideal. München und das Isartal bieten zahlreiche touristische Ziele zur individuellen Entdeckung an. Neu ist 2019, dass kein Zimmerkontingent von der Geschäftsstelle reserviert wird. Empfohlen werden mit der Einladung zum Bayerischen Journalistentag einige Münchner Hotels, die Buchung erfolgt individuell.

Details zu Programm, Haushalt 2019 und Anträgen auf der BJV-Website unter bjv.de/bjv19.

Jubiläumsaktion



Erwachsene Kinder von Presse-Versicherten können sich im Rahmen der Jubiläumsaktion bei uns versichern. Unabhängig von Alter und Beruf erhalten sie unsere ausgezeichneten Konditionen!

fotolia/ivanko80

Mehr Rente für Journalisten
www.presse-versorgung.de



0711 2056 244
info@presse-versorgung.de

„Der Blick auf den Haushalt 2019 fällt trübe aus“

Wie finanziert der BJV Mehrausgaben von 60.000 Euro? Schatzmeister Markus Hack stellt Modelle zur Lösung vor.

Von Maria Goblirsch

Der BJV hatte im vergangenen Jahr viele Ausgaben, die finanziert werden mussten. Die Zahl der Mitglieder und damit die Einnahmen sind nicht gestiegen. Hat es am Ende für eine schwarze Null gereicht?

Markus Hack: Was den Haushalt 2018 angeht, habe ich eine erfreuliche Botschaft: Wir hatten eigentlich beim Voranschlag mit einem Minus von knapp 25.000 Euro kalkuliert, unterm Strich steht nun ein Plus von 7.500 Euro, das wir in die Rücklagen einstellen können. Das ist eine positive Entwicklung gewesen, mit der ich nicht gerechnet hatte.

Wie kam dieser Überschuss zustande?

Zum einen haben wir bei den Rechtsschutzkosten nur rund 18.000 Euro statt der veranschlagten 40.000 Euro ausgegeben. Das ist ein Posten, der sich vorab schlecht kalkulieren lässt. Zweitens haben wir bei den Delegiertenkosten für den DJV-Verbandstag in Dresden im Vergleich zum Voranschlag rund 5000 Euro eingespart. Auch die Orts- und Bezirksverbände und die Fachgruppen haben wieder sehr gut gewirtschaftet.

Gibt es auch beim Haushalt 2019 positive Nachrichten?

Leider nein, der Blick auf 2019 fällt trübe aus. Wir haben es 2019 mit erheblichen neuen Ausgaben zu tun, die vom DJV ausgehen. Seit Januar müssen wir an den DJV 70 Cent pro Mitglied und pro Monat mehr abführen als bisher (also neu 7,85 Euro, Anmerkung der Redaktion). Auf das Jahr gerechnet sind das Mehrausgaben in Höhe von ungefähr 60.000 Euro. Und die lassen sich aus unserem Haushalt nicht so einfach stemmen.



Markus Hack kandidiert nach sechs Jahren nicht mehr für das Amt des Schatzmeisters.

Foto: Stefan Gregor

Warum wurde das nicht bereits in den letzten Haushalten berücksichtigt?

Der DJV hatte zwar schon länger angemeldet, dass er mehr Geld braucht. Es war jedoch lange Zeit nicht klar, wie viel mehr der DJV haben will. Ich habe immer darauf gedrängt, dass der DJV erst einmal bei sich spart. Der Beschluss, dass die Landesverbände 70 Cent mehr zahlen müssen, fiel erst 2018.

Wie kann diese Summe finanziert werden, ohne andere wichtige Projekte zu gefährden?

Es gibt zwei Möglichkeiten, die wir bei der Mitgliederversammlung diskutieren und entscheiden müssen. Modell Eins: Wir ändern bei unseren Einnahmen, die fast nur aus den Mitgliedsbeiträgen bestehen, nichts und halten den Beitrag (für Vollzahler derzeit 29,50 Euro, Anmerkung der Redaktion) konstant. Mit der Folge, dass wir bei den Ausgaben, und damit auch bei unseren Leistungen, drastisch kürzen müssten. Das zöge sich spürbar durch viele Etatposten von der Mitgliederversammlung, wo rund 10.000 Euro einzusparen wären, über Projekte wie die Münchner Medientage oder den FREITag bis zu den Ausgaben für die Rechtshilfe. Auch über Kürzungen beim BJVreport, der einer der größten Posten im Etat ist, müssten wir nachdenken.

Wie sieht Plan B aus?

Die Alternative ist, den Mitgliedsbeitrag zu erhöhen. Bei einer solchen Beitragserhöhung gäbe es theoretisch wieder zwei Möglichkeiten. Erstens: Wir gehen, kurzfristig gedacht, mit dem Beitrag nur moderat nach oben. Dann müssten wir auf der Ausgabenseite dennoch stark kürzen, um die Mehrkosten in diesem Jahr abfangen zu können. Wir zahlen ja bereits

seit Januar die erhöhte Abgabe an den DJV, der Beschluss der Mitgliederversammlung kommt Ende Mai. Das heißt, wir könnten eine Erhöhung der Beiträge erst ab dem vierten Quartal umsetzen. Das brächte uns nicht wirklich weiter, zumal der DJV bereits angekündigt hat, dass es bei den 70 Cent nicht bleiben wird. Wir haben dieses Modell ausführlich diskutiert und dann wieder verworfen.

Sie schlagen also eine stärkere Anhebung des Mitgliedsbeitrags vor?

Ja, nur eine Erhöhung des Beitrags von 29,50 auf 34 Euro wäre wirklich nachhaltig und brächte Planungssicherheit für die nächsten Jahre.

Wer müsste künftig mehr zahlen?

Die vorgeschlagene Beitragserhöhung träfe so gut wie alle Mitglieder. Der Beitrag würde sich pro (Voll-) Mitglied auf 34 Euro erhöhen, Rentner müssten 15 statt bisher 12 Euro, Studenten zwölf statt bisher zehn Euro zahlen. Der Beitrag für Ehepaare stiege von derzeit 44,25 auf 55 Euro an.

Trotzdem muss weiter gespart werden?

Ja, auch wenn die Erhöhung beschlossen wird, müssen wir weiterhin die Ausgaben auf den Prüfstand stellen und sparen, wo es geht. Wir brauchen ein Sparpotential und können nicht sagen, wir kassieren jetzt ab und leben wieder aus vollen Töpfen.

Sie werden in Pullach nicht mehr für das Amt des Schatzmeisters kandidieren. Werden Sie die Zahlen und das Amt vermissen?

Sicher wird mir die Aufgabe fehlen. Es war bereichernd, mit den Kollegen im Vorstand und in der Geschäftsstelle zusammen den BJV voranzubringen. Ich habe mich sehr gern für den Verband und den Journalismus eingesetzt. Nun kann ich die Zeit für das Amt des Schatzmeisters aus persönlichen Gründen nicht länger aufbringen. Aber ich bin ja nicht aus der Welt und werde dem BJV weiter erhalten bleiben.

„In der Stadtratssitzung wird nicht fotografiert!“

Der BJV diskutiert auf der Mitgliederversammlung über das Verbot der Bildberichterstattung – Wolfgang Grebenhof schildert den Anlass

Von Maria Goblirsch

Das persönliche Verhältnis zwischen Redakteur Wolfgang Grebenhof und Sandra Bonnemeier, Bürgermeisterin von Leutershausen (Landkreis Ansbach), hatte bereits einen Knacks. Das lag daran, dass der Journalist in der *Fränkischen Landeszeitung* über mehrere Wochen hinweg kritisch aus den Stadtratssitzungen und über Ermittlungen gegen das parteilose Stadtoberhaupt berichtete.

Bonnemeier, seit zwei Jahren im Amt, hatte sich mit weiten Teilen des Stadtrats überworfen, die Räte fühlen sich um ihre demokratischen Rechte gebracht. Die Staatsanwaltschaft Ansbach ermittelt gegen die Bürgermeisterin wegen möglicher Veruntreuung von städtischen Haushaltsmitteln, wie der *Bayerische Rundfunk* bereits im Juli 2018 berichtete. Eine Dienstaufsichtsbeschwerde läuft. Rund 20 bis 30 Zuschauer kommen jeweils in die öffentlichen Sitzungen des Stadtrats, um die Dramen und Komödien in der 6000-Einwohner-Gemeinde zwischen Ansbach und Rothenburg o. d. Tauber live mitzuerleben.

Eine Harke gegen den kritischen Redakteur

Als Grebenhof im Februar als Berichterstat-ter zur öffentlichen Sitzung in den Stadtrat kam, wo gerade eine Datenschutzschulung stattfand, und das auch im Bild dokumentieren wollte, unterband die Bürgermeisterin Sandra Bonnemeier mit den Worten: „Das ist eine Stadtratssitzung. Da wird nicht fotografiert!“ Auf ihre Beweggründe ging sie nicht ein, auch nicht auf den Widerspruch aus den Reihen der Stadträte, die darauf hinwiesen, dass es sich ja um eine öffentliche Sitzung handle.

„Das war klar eine Harke gegen mich“, glaubt Grebenhof – zumal Presseaufnahmen in den Sitzungen bislang problemlos möglich waren. Das Foto der Datenschulung erschien dennoch in der *Fränkischen Landeszeitung*, der Redakteur hatte rechtzeitig auf den Auslöser gedrückt.

Das Fotografierverbot will er so nicht akzeptieren. „Zu meinen Aufgaben als Redakteur gehört es, in Wort und Bild über öffentliche Sitzungen zu berichten, zumal wenn sie in einem solchen außergewöhnlichen politischen Umfeld



Wolfgang Grebenhof

Foto: Michaela Schneider

stattfinden, wie das zurzeit in Leutershausen der Fall ist“, sagt er. In fast 30 Jahren Tätigkeit für die lokale Tageszeitung sei ihm „so was noch nicht passiert“.

Seine Rückfrage im BJV-Justizariat ergab: Da die Bürgermeisterin nicht zugestimmt hatte, durfte er nicht fotografieren. Selbst, wenn das Verbot nicht begründet wird, muss der Berichterstat-ter das erst einmal akzeptieren. Zwar sehen Artikel 52 der bayerischen Gemeindeordnung und Artikel 46 der Landkreisordnung den Grundsatz der Öffentlichkeit vor, das bedeutet, Gemeinderatssitzungen sind prinzipiell öffentlich. Nach der Geschäftsordnung der Stadt Leutershausen, die auf einer Mustersatzung des Bayerischen Gemeindetages basiert, bedürfen jedoch „Ton- und Bildaufnahmen jeder Art der Zustimmung des Vorsitzenden und des Stadtrates. Sie sind auf Verlangen eines einzelnen Mitglieds hinsichtlich seiner Person zu unterlassen“ (Paragraf 22 Absatz 2). Auch andere Gemeinden haben gleichlautende Geschäftsordnungen.

Es hätten danach die Bürgermeisterin sowie alle Stadträte zustimmen müssen. Da Sandra Bonnemeier ihr Veto eingelegt hatte, war das Fotografierverbot formaljuristisch korrekt.

Grebenhof bezweifelt, ob ein solches tradiertes Verständnis noch Sinn macht. Der Bayerische Verwaltungsgerichtshof (BGH) hat dazu entschieden, dass der Grundsatz der Öffentlichkeit ein tragendes Verfahrensprinzip der bayerischen Kommunalverfassung darstellt (Urteil vom 26.1.2009; Az.: 2 N08 124).

Bis zu dieser Entscheidung galt, dass Gemeinderatsbeschlüsse aus nicht öffentlichen Sitzungen auch dann gültig blieben, wenn die Öffentlichkeit hätte zugelassen werden müssen. Die obersten bayerischen Verwaltungsrichter urteilten in dem Fall aus dem Jahr 2009, dass der Beschluss über die vorliegende Satzung ungültig war. „Es muss davon ausgegangen werden, dass diese Rechtsfolge nicht nur bei Satzungsbeschlüssen, sondern bei allen Beschlüssen eintritt, die zu Unrecht im Rahmen einer nichtöffentlichen Sitzung gefasst wurden“, heißt es in der Begründung.

Zwist im Rat darf wieder mit Kamera dokumentiert werden

Bürgermeisterin Sandra Bonnemeier scheint sich auch eines Besseren besonnen zu haben. In der auf den Eklat folgenden öffentlichen Sitzung des Stadtrats von Leutershausen durfte ein freier Mitarbeiter der *Fränkischen Landeszeitung* fotografieren. Auch Wolfgang Grebenhof wurde nicht mehr daran gehindert, den Zwist im Rat von Leutershausen mit der Kamera zu dokumentieren.

Antrag auf der BJV-Mitgliederversammlung

Die Frage eines Fotoverbots in Gemeinderäten wird auf dem Bayerischen Journalistentag 2019 diskutiert werden. Wolfgang Grebenhof, Vorsitzender der Fachgruppe Print im BJV, will gemeinsam mit der Fachgruppe Bildjournalisten einen Antrag einbringen, der eine Änderung der Mustersatzung des Bayerischen Gemeindetags zum Ziel hat und damit die Berichterstattung aus öffentlichen Sitzungen in Wort und Bild nicht weiter erschwert.

Europa schmackhaft gemacht

Gegen die EU wird polemisiert, über die EU werden gezielt Falschmeldungen verbreitet. Doch gerade der Brexit und die Rechtspopulisten verstärken das Interesse des Medienpublikums.

Von Alois Knoller



Die Kommissare der Europäischen Union sind auf der Hut. „Desinformation stellt eine große Herausforderung für die europäischen Demokratien und Gesellschaften dar“, schreiben sie in ihrem einschlägigen Aktionsplan vom 5. Dezember 2018. Angesichts der bevorstehenden Wahl zum Europäischen Parlament „muss dringend mehr für die Gewährleistung freier und fairer demokratischer Prozesse getan werden“. Desinformation untergrabe das Vertrauen der Bürger in die Demokratie und ihre Institutionen. Sie trage zur Polarisierung der öffentlichen Meinung bei und werde zudem dazu eingesetzt, das europäische Projekt zu untergraben.

Parolen und Versuche der Einflussnahme

Fast scheint es, als werde süffige antieuropäische Propaganda in der Bevölkerung eher für bare Münze genommen als fundierte Berichterstattung. „Im Europawahlkampf werden wir ohne Zweifel mit vielen Parolen zu tun haben und mit vielen Versuchen der Einflussnahme über die sozialen Netzwerke“, sagt Detlef Drewes, 63, voraus. Der Journalist aus Augsburg ist seit über 14 Jahren als Korrespondent in Brüssel tätig. Die Zuversicht, weiterhin Interesse für Europa-themen beim Lesepublikum der 18 Zeitungen, die er mit Beiträgen beliefert, zu wecken, verliert er trotzdem nicht. Vielmehr verblüfft

Drewes mit der Aussage: „Meine Erfahrung ist: Das Interesse an Europa hat in einem Ausmaß zugenommen, dass mein größtes Problem darin besteht, nicht mehr alle Wünsche der Redaktionen erfüllen zu können.“

Allerdings musste er lernen, den Menschen Europa so zu erklären, dass sie es verstehen können. Also ohne Käseglocke, ohne nicht geläufige Begriffe für Institutionen und Prozesse. „Das ist gar nicht wichtig“, meint Drewes. „Man muss Europa in Geschichten erzählen, so anschaulich wie möglich.“ Dass es für die Leser nicht etwas sehr Fernes und Kompliziertes ist. Woher es kommt, dass der deutsche Urlauber auf Mallorca ohne Aufpreis denselben Krankenversicherungsschutz genießt wie zuhause. Woher es kommt, dass er keine Roaminggebühren mehr zahlt fürs Telefonieren aus dem europäischen Ausland. „Was hier in Brüssel entschieden wird, schlägt auf ihren Wohnort durch und betrifft die Bürger direkt“, weiß Drewes. Jüngst etwa das europäische Urheberrecht Art. 13 mit den Uploadfiltern, das die Hör- und Sehgewohnheiten der Menschen ganz erheblich betrifft.

Die *Süddeutsche Zeitung* geht mit ihrer „Werkstatt Demokratie“ bei der Vermittlung von Europa noch einen Schritt weiter. Die Redaktion sucht den direkten Kontakt mit den Bürgern, die sich in der Online-Umfrage für das Rahmenthema „Heimat Europa“ entschieden haben. „In

den kommenden Wochen werden wir uns mit der Fragestellung auseinandersetzen und zum Thema recherchieren“, versprechen die Redakteure. „Weil wir mit Ihnen reden, diskutieren, streiten wollen.“ Die Recherche mündet in eine Themenwoche vom 8. bis 12. April mit verschiedenen Formaten für die Leser, etwa Online-Debatte und Autorengespräche, als auch am 13. April bei einer Veranstaltung im Haus der Berge in Berchtesgaden. Sabrina Ebtsch aus der Entwicklungsredaktion war selbst überrascht, welches Interesse, welche Begeisterung sogar die User für Europa bekundeten. „Viele Bürger scheinen alarmiert zu sein von den rechtspopulistischen Strömungen und wollen die Erlungenschaften der Europäischen Union bewusst machen“, folgert sie aus der Resonanz. Parallel legt die SZ einen Newsletter zur Europawahl auf. Jeden Freitag wird er erscheinen und die relevanten Themen der Berichterstattung über die Politik der EU und die Parlamentswahl bündeln, so Online-Politikchef Peter Lindner. Er bemerkt „ein großes Bedürfnis, Europa nicht destruktiv nach hinten, sondern konstruktiv nach vorne zu denken“. Vor allem der Brexit, über den fast täglich berichtet wird, habe das Interesse an Europa verstärkt. Den Newsletter werden verschiedene

Autoren im Wechsel verfassen – sowohl Korrespondenten aus Brüssel und Berlin als auch Redakteure der Münchner Zentrale. Zunächst wird er bis Anfang Juli erscheinen. „Sollte sich aber herausstellen, dass wir den Nerv treffen

und viele Leser begeistern, werden wir ihn fortsetzen“, sagt Peter Lindner. Übrigens: Beide Projekte stemmt die Online-Redaktion zum großen Teil aus ihren Bordmitteln und mit Unterstützung der Nemetschek-Stiftung zur Demokratieförderung.

„Weit weg von den Wählern“

Der *Münchner Merkur* werde vor der Wahl eine große Seite machen, wie Europa funktioniert. Darin will Mike Schier, stellvertretender Chefredakteur, auch verdeutlichen, dass sich die Bürger weniger über das EU-Parlament und die Kommission aufregen sollten als vielmehr über den Rat der 28 Regierungschefs, weil dort vieles blockiert werde. Der *Merkur* werde vor allem Europa-Themen aufbereiten und nicht allein über die Parteien im Wahlkampf berichten. Auch die AfD werde die Zeitung nicht ignorieren – „aber im Rahmen ihrer Bedeutung“, sagt Schier. Von Vorteil sei es, dass der EVP-Spitzenkandidat Manfred Weber aus Bayern kommt, denn oft seien die EU-Parlamentarier „weit weg von ihren Wählern“.

Die *Nürnberger Nachrichten* legen zur Europa-Wahl eine Serie auf, die thematisch relativ breit angelegt sein wird, informiert Chefredakteur Michael Husarek. So wird auch gefragt werden: Worin besteht die Identität Europas? Das Interesse in der Bevölkerung für Europa müs-

„Man muss Europa in Geschichten erzählen, so anschaulich wie möglich.“

Detlef Drewes, Korrespondent in Brüssel

se geweckt werden. „Die nationale Ebene spielt in ihrer Wahrnehmung eine viel größere Rolle, Europa steht nur auf Position vier hinter Bundes-, Landtags- und Kommunalwahl, danach kommt nur der Bezirkstag“, meint Husarek. „Ich würde mir ein Umdenken wünschen und hoffe, die Zeitung kann dazu beitragen und die tatsächliche Relevanz der EU deutlicher machen.“ Die Spitzenkandidaten von CSU und SPD haben die *NN* bereits ausführlich interviewt. Im Übrigen bedauert der Chefredakteur: „Leider mangelt es im Großraum Nürnberg an EU-Parlamentariern, sodass wir kaum personalisierte und regionalisierte EU-Beiträge für unsere Leser und User anbieten können.“

Steffen Schulz, Pressesprecher der EU-Kommission in München, beobachtet ein sehr wechselhaftes Interesse an Europa-Themen. „Es kommt sehr darauf an, in welchem Zusammenhang das Thema mit dem Alltag der Menschen steht“, sagt er. Die Frage, ob die Zeitumstellung in Europa abgeschafft werden sollte, habe gerade die Deutschen sehr bewegt. Bei sperrigen Themen gilt die Regel: Wenn es sich positiv auf das alltägliche Leben auswirkt, „steht nicht unbedingt das Etikett EU drauf“. Denn alles, was in Brüssel und Straßburg beschlossen wird, muss erst noch in nationales Recht gegossen werden. Was jedoch als lästig und bürokratisch empfunden wird, schiebt auch die deutsche Politik gern auf die „Eurokraten“ ab. Selbst wenn die Regelung vom EU-Mitglied Deutschland gefordert wurde – wie seinerzeit die Norm zur Gurkenkrümmung. Längst sei sie außer Kraft, erklärt Schulz, doch angewendet werde sie noch immer, „weil alle Beteiligten am Binnenmarkt sie haben wollen“.

Taskforce wird deutlich aufgestockt

Desinformation ist allerdings noch einmal etwas ganz anderes, als die EU hartnäckig als pedantische Gurkenbieger zu verschreien. Die Kommission wird ihre 2015 gegründete Taskforce „East Strat Com“ jetzt deutlich aufstocken; ihr Etat hat sich 2019 auf fünf Millionen Euro im Jahr mehr als verdoppelt, ihr Personal soll auf 25 Stellen wachsen und mit den Fact-Checkern in allen Mitgliedsstaaten ein enges Netzwerk weben, um Fake News vor allem russischer Herkunft umgehend zu entlarven. Die Taskforce berichtet tagesaktuell auf der Website euvsdisinfo.eu/news/. Zum Weltfrauentag am 8. März steht dort beispielsweise die Schauergeschichte zu lesen, dass im prorussisch kontrollierten Donbas weibliche Heckenschützen aus den baltischen Staaten kämpfen – während sich gleichzeitig die Frauen in Westeuropa der Islamisierung kaum noch erwehren können.

Steffen Schulz empfiehlt den Bürgern, sich aus verschiedenen Quellen zu informieren und über den Teller-

rand der eigenen Blase zu schauen. Vor allem sollten sie den Informationswert der Sozialen Medien „generell niedriger hängen“.

Nur nach halb so viele Korrespondenten

Freilich: Als Detlef Drewes in Brüssel begann, gab es noch 1400 ausländische Korrespondenten. Ihre Zahl sei in den letzten Jahren von den heimatlichen Redaktionen massiv zurückgefahren worden, so Drewes. „Wir haben heute noch 780 akkreditierte Korrespondenten bei der EU. Große Poolbüros sind geschlossen worden. Lange war kein einziger deutscher Privatsender hier mit einem Büro vertreten.“ Kein Mangel herrscht indes an Interessensvertretern. „In Brüssel tummelt sich ein Heer von 18.000 Lobbyisten“, weiß Drewes. Dazu gehören Ländervertretungen, Spitzengremien, aber auch europäische Industrie-Verbände. „Lobbyismus ist zunächst nichts Schlechtes. Wir brauchen hier den Sachverstand dieser Verbände. Es gibt jedoch auch Versuche, die Abgeordneten und Journalisten zu beeinflussen. Mit einiger Erfahrung erkennt man das und weiß, damit umzugehen.“ Zumal die EU von jedem Lobbyisten verlangt, dass er sich in eine Transparenzliste einträgt und dabei seine Finanzverhältnisse komplett offenlegt. Auch die EU-Kommissare und viele Abgeordnete des EU-Parlaments legen offen, mit wem sie wann gesprochen haben.

Die Rücknahme der Sommerzeit bewegt die Deutschen.

Steffen Schulz, Pressesprecher der EU-Vertretung in München

EU-Aktionsplan gegen Desinformation

Die Organe und die Mitgliedstaaten der EU wollen ein spezielles Frühwarnsystem einrichten, um den Austausch von Daten und die Bewertung von Desinformationskampagnen zu erleichtern. So soll es möglich werden, vor Fehlinformationen in Echtzeit zu warnen. Außerdem soll für die Werte und Strategien der Europäischen Union objektiv und „proaktiv“ geworben werden.

Die Unterzeichner des Verhaltenskodex setzen sich dafür ein, dass politische Werbung transparent ist. Sie werden aufgefordert, ihre Anstrengungen zur Schließung von Fake Accounts zu intensivieren. „Nichtmenschliche Interaktionen“ wie die automatische Verbreitung von Nachrichten durch „Bots“ sollen kenntlich gemacht werden. Die Kooperation mit Faktenprüfern und Wissenschaftlern wird intensiviert, um Desinformationskampagnen schneller aufzudecken.

Außerdem wird es spezielle Programme zur Förderung der Medienkompetenz geben. Unterschiedliche Taskforces werden personell verstärkt und besser finanziell ausgestattet. Details unter bjvlink.de/versus-desinformation. (mgo)

Kein Buch mit sieben Siegeln

Hier finden Journalisten schnell Rat und Infos zur EU-Berichterstattung

Von Maria Goblirsch

Wolmirstedt ist eine kleine Stadt im Landkreis Börde in Sachsen-Anhalt. Von dort werden bis zur Isar in Bayern 580 Kilometer Hochspannungskabel unterirdisch verlegt, um den durch Windkraft im Norden gewonnenen Strom zu Abnehmerzentren im Süden Deutschlands zu leiten. Dafür fließen 70 Millionen Euro an EU-Mitteln aus dem Programm „Connecting Europe“.

Zugegeben, derartige Details muss man nicht wissen, um als Journalist fit für die Europa-Berichterstattung zu werden. Es ist nur eines von 1800 neuen Beispielen, mit denen der **Wissenschaftliche Dienst des Europäischen Parlaments** beschreibt, was die EU in den Landkreisen für bestimmte soziale Gruppen und auf einzelnen Politikfeldern tut. Auch zahlreiche EU-Projekte für bayerische Regionen werden erläutert, um die politische Arbeit in Europa auf die Alltagspraxis herunterzubrechen (*das-tut-die-eu-für-mich.eu*).

Diese Website ist auch in die **Citizen's App** („Europa in Ihrer Hand“) integriert. Beispiele für EU-Initiativen können hier nach Thema und Ort gefiltert und deren Fortschritt verfolgt werden (kostenlos im App-Store und bei Google-Play). Kein Journalist könne alles über die Arbeit und die Institutionen der Europäischen Union wissen. Aber es wäre schade, „eine gute Story zu Europa fallen zu lassen, nur weil sie zu kompliziert erscheint oder weil man nicht weiß, wo man fragen soll“, sagt Steffen Schulz, Pressereferent der Europäischen Kommission in München.

Mit allen Fragen rund um das Europäische Parlament (EP) können sich Journalisten an das **Pressteam in Berlin** wenden: Judit Hercegfalvi, Philipp Bauer, Thilo Kunzemann und Swantje Reiher wissen auf nahezu jede Frage die passende Antwort (*presse-berlin@ep.europa.eu*; Telefon 030 2280 1000). Die EP-Pressestelle sowie einzelne EP-Abgeordnete laden Journalisten auch zu Plenarsitzungen und Seminaren nach Brüssel und Straßburg ein, Reise- und Übernachtungskosten werden weitgehend übernommen.

In **Brüssel arbeiten Fachpresse-Referenten**, die parteiunabhängig die gesetzgeberische Arbeit des EU-Parlaments mitverfolgen und in Sach- und Detailfragen kundig sind. Die Website *europarl.europa.eu* ist erste Anlaufstelle, um zu allen EP-Themen zu recherchieren. Auch die Web-Streams der Plenar- und Ausschuss-Sitzungen sowie Informationen zu den Europa-Abgeordneten und zum Stand einzelner Gesetzgebungsverfahren sind dort abrufbar.

Für Radio-, TV- und Online-Journalisten bietet der **Au-**

diovisuelle Dienst (AV-Dienst) technische Ausrüstungen und Hilfen an. Dazu gehören beispielsweise TV- und Radiostudios in Brüssel und Straßburg oder Stand-up-Positionen. Die Nutzung ist nach vorheriger Anmeldung kostenlos (Mail an *avplanning@ep.europa.eu* oder Telefon 0032 338 42010). (Live-)Übertragungen in die Sendezentralen und andere Studios sind möglich (gegen Gebühr). Der AV-Dienst bietet außerdem Fotos sowie nicht editiertes Bildmaterial für die Film- und Bildberichterstattung an. (Infos unter *audiovisual.europarl.europa.eu*).

Ein **Presse-Toolkit zur Europawahl 2019**, das laufend aktualisiert wird (*bjvlink.de/ep-presseraum*), enthält einen Fahrplan zur Wahl, Umfragen, Hochrechnungen und Infos zur Methodik sowie eine Übersicht aller Wahlergebnisse seit 1979. Fakten zur Wahl gibt es außerdem auf der Website *bundeswahlleiter.de*.

Für Fragen und Interviews stehen die **Abgeordneten des Europäischen Parlaments** zur Verfügung. Zahlreiche Informationen zu allen 96 deutschen Parlamentariern (Liste nach Bundesländern und Ausschüssen) liefert das Bürgerhandbuch (*europarl.europa.eu/germany/de/service/publikationen*). Der Kontakt zu einzelnen Gesprächspartnern ist auch über die regionalen Wahlkreisbüros möglich.

Das Parlament veröffentlicht außerdem regelmäßig ein **Wahl-Barometer**, das Umfragen, Erwartungen der Wähler und andere interessante Fakten zusammenfasst.

Wen das **Abstimmungsverhalten einzelner Abgeordneter** interessiert, findet unter *votewatch.eu* Antworten. Alle Social Media Posts der Europaabgeordneten und der acht Fraktionen im EP werden im Newshub (*epnewshub.eu*) integriert. Das Material lässt sich nach Themen, Sprachen etc. filtern, so findet sich schnell Zitierfähiges.

Der beste Weg, zu den Wahlen und anderen aktuellen Themen auf dem Laufenden zu bleiben, ist, sich für den **EP-Newsletter und die EP-Pressemeldungen** einzutragen (unter *europarl.de*).

Last but not least: Auch die **Pressteams der EU-Kommission** helfen Medienvertretern mit Tipps und Informationen weiter. In München ist für Bayern und Baden-Württemberg Steffen Schulz Ansprechpartner (Telefon 089 2424 480, Mail *steffen.schulz@ec.europa.eu*). Zahlreiche Infos zur Europäischen Kommission und weitere Kontakte enthält die Website *ec.europa.eu*.

Die **Checkliste „EU in der Berichterstattung“** finden Sie als pdf unter *bjvlink.de/eu-checkliste*, weitere nützliche Links unter *bjvlink.de/europa-links*.

„Bereit zu wühlen und zu graben“

Als Einzelkämpfer in Brüssel – wie geht das? Alexander Fanta über seine Erfahrungen als EU-Korrespondent von *netzpolitik.org*

Von Senta Krasser

Im Vorjahr gehörte Alexander Fanta zu den Gewinnern des BJV-Preises zum Tag der Pressefreiheit. Der 1985 in Klagenfurt geborene Journalist hatte im Team mit Kolleginnen und Kollegen von *netzpolitik.org* Behördenarbeit im Netz (*#PolizeiTwitter*) unter die Lupe genommen. Im Auftrag der Plattform für digitale Freiheitsrechte berichtet Fanta seit September aus Brüssel.

Herr Fanta, Sie sind der einzige Auslandskorrespondent von netzpolitik.org. Warum ausgerechnet in Brüssel?

Alexander Fanta: Auf *netzpolitik.org* schreiben wir vor allem über digitale Freiheitsrechte. In Brüssel gibt es dazu zahlreiche Dossiers, die kaum breitere Beachtung finden und es selten in deutsche Medien schaffen. Deswegen war unser Ansatz: Wir wollen näher ran.

Das Institutionen- und Lobbyisten-Labyrinth schreckt viele Journalisten ab. Sie nicht?

Ich wusste, worauf ich mich einließ. Für die österreichische Nachrichtenagentur APA durfte ich schon einmal aus Brüssel berichten, wenn auch nur drei Monate lang. Ich glaube, nirgends gibt es interessantere Geschichten zu finden als in Brüssel, wenn man zu wühlen und zu graben bereit ist. Hier werden Gesetze immerhin für 500 Millionen Europäerinnen und Europäer gemacht.

Rund 400 Millionen davon dürfen zwischen dem 23. und 26. Mai ein neues Europaparlament wählen. Fiel Ihre Wahl für Brüssel als neuem Arbeitsort auch aus diesem Grund?

Das hat sicher eine Rolle gespielt. In der Debatte um Desinformation im Vorfeld der Europawahlen wollen wir vorne mit dabei sein. Außerdem stehen wichtige Entscheidungen an, die die Weichen stellen etwa beim Datenschutz oder den Überwachungsmöglichkeiten durch Behörden.

Zwei Monate vor den Wahlen verabschiedete das EU-Parlament die Urheberrechtsreform. Sie haben für netzpolitik.org über den Vorlauf berichtet und sich auch klar als Gegner dieses heftig umstrittenen Gesetzestextes positioniert. Wie werden Sie bei diesem Thema weiter verfahren?

Wir werden weiterhin über das Thema Urheberrecht und



Alexander Fanta

Foto: Sachelle Babbar

die Umsetzung der nun beschlossenen Richtlinie in nationales Recht berichten.

Sie wollen näher ran an den Gesetzgebungsprozess auf EU-Ebene. Wie gut klappt das?

In informellen Gesprächen, in Sitzungen und auf Konferenzen kann ich mir einen deutlichen Informationsvorsprung erarbeiten, zumal die Institutionen der EU-Kommission sich Journalisten gegenüber weit mehr öffnen als nationale Ministerien und Parlamente. Aber diese Transparenz hat auch ihre Grenzen. Ich bekomme nicht immer zu allem Zugang.

Wann stießen Sie zuletzt an Grenzen?

Seit Anfang des Jahres wird auf Vorschlag der Kommission eine Digitalsteuer für Konzerne wie Google und Facebook diskutiert. Die Haltung der Nationalstaaten ist nicht eindeutig, vor allem die deutsche Position ist rätselhaft. Über eine Informationsfreiheitsanfrage habe ich versucht herauszufinden, was der deutsche Finanzminister Olaf Scholz hinter verschlossenen Türen über die Steuer sagt. Auf dem Papier, das ich daraufhin erhielt, waren alle wesentlichen Informationen geschwärzt. Ein deutliches Zeichen des Missverhältnisses! Ich erwäge nun eine Klage gegen das Sekretariat des Rates. Sie sollen mir ungeschwärzte Akten über die vertraulichen Debatten zur Steuer vorlegen.

Das Klischee, die da in Brüssel mauscheln in Hinterzimmern, stimmt?

Man muss differenzieren. Das EU-Parlament ist eine stark transparente Institution. Auch die Kommission ist in vielerlei Hinsicht besser als ihr Ruf. Dort arbeiten irrsinnig fähige Beamte. Das Problem sind die 28 bzw. womöglich bald nur noch 27 Regierungen im Rat der Europäischen Union. Das ist der Hort der Intransparenz. Die nationalen Regierungen wollen nicht ihre Kontrolle aufgeben und sehen es nicht gerne, dass man öffentlich erfährt, was sie intern besprechen. Das haben wir in der Euro-Krise gesehen, das sehen wir jetzt beim Brexit.

Das Thema Brexit nervt inzwischen viele Redaktionen, aber auch die am Austrittsprozess Großbritanniens beteiligten EU-Beamten. Wie sehr plagt Sie diese never ending story?

Kaum. Ich habe bis jetzt erst ein Stück über den Brexit gemacht. Meine Schwerpunkte liegen wie gesagt im Digitalen. Von den tagesaktuellen Ereignissen bin ich anders als viele andere Korrespondenten hier weitgehend entkoppelt. Das hat den Vorteil, dass ich tiefer in mein Berichtsfeld rein gehen und investigativ arbeiten kann.

Wie hat Brüssel Sie aufgenommen?

Anfangs wollte mich die Europäische Kommission nicht akkreditieren mit der Begründung, *netzpolitik.org* sei keine Medienorganisation. Erst auf Druck von Journalistenorganisationen wie dem DJV ruderte sie zurück. Als Einzelkämpfer merke ich Skepsis: Wer sind Sie, was machen Sie, werde ich oft gefragt. Es ist sicherlich einfacher, ernst genommen zu werden, wenn man für die *Süddeutsche* oder für die *ARD* berichtet. Aber ich glaube, Brüssel ist ein so offener und inklusiver Ort, dass man auch als kleines, unbekanntes Medium eine Chance bekommt.

Wie lange würde es dauern, bis Sie ein Interview mit Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker bekämen?

Das ist wohl eher aussichtslos, aber auch nicht unser Ziel. Politiker-Interviews sind die Art von Journalismus, der uns fremd ist. Wir beschaffen uns Zugang zu Information auf andere Weise. Über Informationsfreiheitsanfragen bei Behörden zum Beispiel. Oder mittels Datenrecherche.

Europa-Geschichten gelten als Quotenkiller. Wie gut klicken Ihre?

Dass EU-Themen allgemein nicht gut klicken, ist eine verkürzte Darstellung. Es kommt darauf an, welche nationalen Auswirkungen sie haben. Der Bericht etwa über den Gesetzentwurf, der den Fingerabdruck im Personalausweis vorschreibt, wurde sehr stark wahrgenommen. Worauf die Leser meiner Meinung nach keine Lust haben, sind prozedurale Geschichten, die erklären, wie das Verfahren läuft und was der nächste Schritt ist. Das typische Phänomen ist ja: Brüssel diskutiert jahrelang, auf einmal gibt es einen Beschluss, prompt folgt der öffentliche Aufschrei. Dem kann man entgegenwirken, indem man konsequent die Themen in den Mittelpunkt rückt.

Wie lange wird Brüssel Ihr Arbeitsmittelpunkt bleiben?

Netzpolitik.org ist von Spenden abhängig. Jeder Beitrag hilft uns zu überleben. Zuletzt erhielten wir genügend Spenden. Solange uns die Leute ausreichend unterstützen, bleibe ich in Brüssel.

Zur Person

Seit Januar 2018 arbeitet **Alexander Fanta** für *netzpolitik.org*. Davor war er beim *Standard* in Wien und sechs Jahre bei der Austria Presse Agentur. 2017 nahm er sich ein Jahr Auszeit für ein Forschungstipendium am Reuters-Institut in Oxford.



akadem!e
der bayerischen presse

2019

www.abp.de Programm

Aktuelle Seminare

- Change Management in Redaktionen (09.05.-10.05.)
- Grundkurs Online-Journalismus (13.05.-24.05.)
- Twitter für Journalisten und Redaktionen (20.05.-21.05.)
- Influencer Marketing (23.05.-24.05.)
- Für Kinder schreiben (27.05.-28.05.)

Das Akademie-Programm 2019 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)

Ein Kampf ums Überleben

Öffentlich-rechtliche Sendeanstalten werden in ganz Europa heftig attackiert

Von Andrea Roth

Nie waren die öffentlich-rechtlichen Medien in Deutschland so unter Beschuss wie heute: Sie seien zu „teuer“, sie würden ihrem Auftrag nicht mehr gerecht, sie würden zu viel in kostenintensive Sendungen, vor allem in Sportübertragungen finanzieren. In der Bevölkerung wollen viele statt einer Rundfunkgebühr lieber Abonnements für Netflix oder Amazon Prime bezahlen. Und die Chefs der Privatsender machen sich dafür stark, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (ÖRR) in ihrem Angebot auf Kultur, Bildung und Nachrichtenjournalismus zusammengeschrumpft werden. Längst haben sich auch Parteien in die Kritikwelle eingeschaltet: Die FDP fordert die Verschlingung, die AfD sogar die Abschaffung des ÖRR in Deutschland.

Der Druck ist aber nicht nur in Deutschland größer geworden, auch in anderen europäischen Ländern steigt er – zum Teil sogar wesentlich massiver. In sozialen Netzwerken, in Foren und auf Internetplattformen entladen Nutzer ihren Ärger auf die „Mainstream-Medien“, denen sie nicht nur bei der Flüchtlingsberichterstattung Einseitigkeit und Lüge vorwerfen.

Mit dem Anwachsen populistischer Bewegungen in Europa hat diese Wut inzwischen eine politische Vertretung gefunden, die tatkräftig die negative Stimmung weiter schürt. Ob in den Niederlanden, wo gegen die angeblich politisch opportunen Programme agitiert wird, oder in Frankreich, wo Marine Le Pen den ÖRR Wahrheitsverdrehungen vorwirft. Die Vielfalt der abgebildeten Meinungen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, dessen Aufgabe und Leistung für die Demokratie wird hingegen gerne verschwiegen. Auch wenn in der Schweiz beim Volksentscheid die Initiative „No Billag“, die sich gegen Rundfunkgebühren wendete, mit 71,6 Prozent Nein-Stimmen deutlich abgelehnt wurde – die Diskussion darum hat in vielen Ländern Europas die Debatte weiter befeuert.

Kritik: Teuer, politisch einseitig, schwerfällig

Wie etwa in England, dem Umland des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Zu teuer, zu schwerfällig, politisch einseitig – lauten die Vorwürfe trotz Reform und neuer Führungsstruktur. Doch die konservative Regierung will die BBC weiter verkleinern und private Rundfunkanbieter an der Finanzierung teilhaben lassen.

In Serbien, Polen und Ungarn haben die ÖRR mit einem ganz anderen Thema zu kämpfen: einer unabhängigen Berichterstattung, denn die Politik nimmt hier massiven

Einfluss. So hat Viktor Orbans Regierung das Mediensystem in Ungarn umgebaut und betreibt quasi einen Staatsrundfunk mit Verlautbarungsanspruch. Ein Mediengesetz zur „Stärkung der nationalen Identität“ wurde erlassen, eine Medienaufsichtsbehörde gegründet, mit orban-treuen Funktionären besetzt – und gut 1000 kritische Journalisten verloren ihren Job.

In Polen gibt es unter anderem seit 2016 ein Gesetz, das den Minister für Staatsvermögen über die Besetzung von Leitungsposten beim ÖRR entscheiden lässt. In Serbien erfolgt die Einflussnahme etwas subtiler, „Reporter ohne Grenzen“ schreiben dazu im Länderbericht: „Oft geben Politiker nur ausgewählten Redaktionen Interviews. Kritische Journalisten müssen mit Überfällen von bezahlten Schlägern und Anschlägen rechnen. Der Staat bezuschusst einige Medien bewusst über das Schalten von Anzeigen. Diese Zuwendungen verzerren nicht nur den Markt. Manche Medien zensieren sich auch selbst, um an die Gelder zu kommen.“ Das Vertrauen der Bevölkerung in den ÖRR befindet sich in diesen Ländern auf einem Tiefpunkt.

„Die Realität heißt Staatsfunk“

„Was Südost-Europa im Demokratisierungsprozess braucht, sind unabhängige öffentlich-rechtlich Medien. Wie die dortigen Kollegen in unserem Ausschuss berichten, heißt die Realität in einigen Ländern statt dessen leider Staatsfunk“, sagt auch Rainer Reichert, in seiner Funktion als Vorsitzender der Arbeitsrecht-Expertenkommission der Europäischen Journalisten-Förderung. Beim BJV ist er Vorsitzender der Fachgruppe Europa.

In anderen Ländern hingegen ist es die Finanzierung, die den ÖRR ins Wanken bringt, etwa in Dänemark. Hier schaffte die liberalkonservative Regierung die Rundfunkgebühren ab und beschloss, den ÖRR zukünftig mit Steuern aus dem allgemeinen Haushalt zu finanzieren, deren Höhe vom Einkommen abhängt. Doch im Zuge dieser Umstellung verpflichtete man Dänemarks öffentlich-rechtliche Radiosender, die Ausgaben um ein Fünftel zu kürzen. Infolge der Sparmaßnahmen werden bis zu 400 Stellen gestrichen. Und Dänemark ist nicht das einzige Land, das seinen ÖRR über Steuern finanziert: Auch in Spanien, Portugal, Luxemburg, Belgien, den Niederlanden und Ungarn müssen die Bürger keine Rundfunkgebühren zahlen. Das bedeutet gleichzeitig, dass in Zeiten wirtschaftlicher Krisen den Sendern dort zunehmend die Mittel fehlen.

Doch was können die ÖRR tun, um weiterhin ihrem Auftrag gerecht zu werden? Wie gewinnen sie Unabhängig-

keit gegenüber staatlichem Einfluss? Wie können sie auch junges Publikum erreichen und im Bewusstsein der Bevölkerung für Qualitätsprogramme stehen? Diese Fragen waren Thema eines Workshops der Europäischen Journalisten-Föderation (EJF) Anfang März in Bukarest, an dem Journalisten aus 24 Ländern teilnahmen. Sie diskutierten Möglichkeiten und Initiativen, um die ÖRR in Europa wieder zu stärken.

Zum Beispiel das Thema Kommunikation mit der Gesellschaft, den Zuhörer und Zuschauern: Als gutes Beispiel aus der Praxis präsentierte sich die BBC-Academy, die mit ihrem Format „Young Reporters“ junge Menschen in direkten Kontakt mit den Medien bringt und so das Publikum direkt am Programm beteiligt.

Auch der Vertrauensaufbau ins Sende-Programm gehört zu den vorrangigen Aufgaben der ÖRR. In Norwegen garantiert eine eigene „Ethikgruppe“ in der Norwegian Broadcasting Corporation (NRK) die Schaffung und Kontrolle ethischer Standards in der Berichterstattung von Radio und Fernsehen. Aber auch jede einzelne Journalistin, jeder einzelne Journalist, darüber waren sich die europäischen Workshop-Teilnehmer einig, kann zur Stärkung der ÖRR beitragen.

Das jedoch nur, wenn sie nicht zunehmend mit technischen und zusätzlichen Anforderungen belastet würden, wie es infolge der Sparpolitik vieler Sender der Fall ist. Ein Fernsehjournalist zum Beispiel, der gleichzeitig den Sendeton übernehmen muss und begleitend Fotos wie Online-Videos machen soll, habe kaum mehr Kapazitäten, inhaltlich qualitätvolle und damit einhergehend zeitaufwändigere Sendungen zu stemmen. Nur Journalisten, die von ihren Anstalten den „Rücken frei“ gehalten bekämen für eine fundierte und gute Arbeit, könnten zu einem Qualitätsjournalismus der ÖRR beitragen, so ein Fazit des Workshops.

Den demokratischen Werten nah

Laut einer Statistik der Europäischen Rundfunkunion (EBU) aus dem Jahr 2016 stehen übrigens Menschen, die sich durch ÖRR informieren, demokratischen Werten und Grundsätze besonders nah und lehnen autoritäre Systeme und deren Überzeugungen ab. Die EBU ist ein Zusammenschluss von derzeit 72 Rundfunkanstalten in 56 Staaten Europas, Nordafrikas und Vorderasiens mit Sitz in Genf und wurde 1950 zum Zweck der internationalen Zusammenarbeit und des Programmaustauschs ins Leben gerufen. Aus dem erwähnten Bericht geht auch hervor: Das Vertrauen in Radio und Fernsehen ist in den nördlichen Ländern Europas am höchsten und in Südosteuropa am niedrigsten.



Die Autorin

Andrea Roth, Stellvertretende Vorsitzende im Bayerischen Journalisten-Verband, besucht seit 2018 die Workshops „Managing Change in Media“ der Europäischen Journalisten-Föderation und ist hier Teil von Panels und Arbeitsgruppen. Foto: Günter Distler

JOURNALISTEN PREISE

DER BAYERISCHEN
VOLKSBANKEN UND
RAIFFEISENBANKEN

Die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken würdigen seit 2012 herausragende journalistische Arbeiten. Dieses Jahr schreiben sie den Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Preis zum Thema Wirtschaftliche Bildung (8.000 Euro), den Hermann-Schulze-Delitzsch-Preis zum Thema Verbraucherschutz (8.000 Euro) und den Förderpreis für junge Journalisten zum Thema Digitalisierung (4.000 Euro) aus. Ausgezeichnet werden Beiträge, die 2018 erschienen sind.

Für die Preise bewerben können sich Mitarbeiter 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. Der Förderpreis wird ausschließlich an Nachwuchsjournalisten vergeben. Bewerbungsmodalitäten und rechtliche Hinweise finden Sie unter www.gv-bayern.de/journalistenpreise

Bewerbungen schicken Sie bitte bis zum 30. April 2019 an den Genossenschaftsverband Bayern e. V., Ursula Weiß, Türkenstraße 22 – 24, 80333 München, presse@gv-bayern.de

Oder reichen Sie Ihre Unterlagen online ein unter www.gv-bayern.de/journalistenpreise



2019



**Bewerben
bis 30. April 2019**

**Preisgelder
insgesamt
20.000 Euro!**

„Europa braucht den Journalismus“

Die EJV setzt sich für einen besseren Whistleblower-Schutz, Pressefreiheit, aber auch für bessere Arbeitsbedingungen freiberuflicher Kollegen ein

Gastbeitrag von EJV-Direktorin Renate Schroeder

Europa braucht den Journalismus“: So lautet der Titel des EJV-Manifests der Europäischen Journalisten-Föderation (EJV) im Vorfeld der Europa-Wahlen. Mit acht Aktionspunkten versuchen wir mit Hilfe unserer Mitgliedsorganisationen die insgesamt 705 Kandidaten mit den uns wichtigen Themen vertraut zu machen: etwa mit Presse- und Medienfreiheit, Pluralismus, Quellenschutz, Diversität in den Redaktionsräumen, den Rechten freier Journalisten, der Sicherheit von Journalisten, mit finanzieller Nachhaltigkeit des Journalismus oder mit Urheberrechten (bjvlink.de/manifest).

Mehr Schutz für Whistleblower

Wie Vertrauen zurückgewinnen, wie die zunehmende Desinformation bekämpfen und Europas Demokratien „retten“? Dies sind auch Ziele, die (bisher noch) die Mehrheit der europäischen Abgeordneten verfolgt. In der Legislaturperiode 2014 bis 2019 konnten wir in Brüssel Partner finden, um Medienfreiheit, soziale und kulturelle Rechte zu verteidigen – seien es die europäischen Presseverbände, die Europäische Rundfunkanstalt (EBU), Reporter ohne Grenzen oder auch der Europäische Gewerkschaftsbund (EGB). Das Europaparlament in Straßburg verabschiedete Ausnahmen für Journalisten bei der Richtlinie über Geschäftsgeheimnisse, einen verstärkten Schutz von Whistleblowern, und (hoffentlich) faire Vergütung für Autoren und Journalisten bei der umstrittenen Urheberrechtsdirektive. Manches Endprodukt allerdings wurde von den Mitgliedsstaaten im EU-Ministerrat stark verwässert. Trotzdem kann sich Lobbyarbeit lohnen, wie die Whistleblower-Direktive zeigt. Als nächstes kommt es hier auf die nationale Umsetzung an.

Allerdings haben sich in den letzten Jahren die Bedingungen für Journalisten in ganz Europa sehr verschlechtert. Vier ermordete JournalistInnen innerhalb der EU (Malta, Slowakei, Dänemark und Bulgarien) – das hat es noch nie gegeben. Von den immer noch zirka 150 Journalisten in der Türkei hinter Gittern reden wir erst gar nicht. Journalisten in Europa stehen zunehmend unter insbesondere politischem Druck. Der Rechtsdruck und die Zunahme sogenannter populistischer Parteien führt zu nicht akzeptablen Angriffen auf den unabhängigen Journalismus. Dies ist nicht nur in Ungarn oder Polen der Fall, sondern auch in Ländern wie Italien, Österreich bis hin zum hohen Norden mit den „Wahren Finnen“ oder den „Schwedendemokraten“.

Nach einer in 2017 veröffentlichten Studie des Europarates zur Situation europäischer Journalisten gab es in den letzten

Jahren eine Welle ungerechtfertigter Einmischung, Angst und daraus resultierender Selbstzensur. Journalisten sind zunehmend Bedrohungen, Gewalt und Inhaftierungen ausgesetzt. Vor allem von psychischer Gewalt berichteten die 940 in der Studie befragten Kollegen. Weit mehr als jeder zweite Befragte habe dies in den vergangenen drei Jahren erlebt. Ebenfalls mehr als die Hälfte berichtete von Angriffen im Netz: Vorwürfe der Parteilichkeit, persönliche Angriffe, Beleidigungen.

Medien, einschließlich des Internets, werden zunehmend wegen „nationaler Sicherheitsbedenken“ eingeschränkt. Eine beispiellose Medienkonzentration sowie fehlende neue Finanzierungsmodelle behindern Vielfalt und Unabhängigkeit. Seit der Einführung der Plattform des Europarates zum Schutz von Journalisten vor vier Jahren meldeten EJV, IJF und andere Organisationen der Zivilgesellschaft insgesamt 535 Warnungen.

Auch der letzte Jahresbericht des Europarates „Demokratie in Gefahr: Bedrohungen und Angriffe auf die Medienfreiheit in Europa“ zeichnet ein verstörendes Bild. Straffreiheit schützt routinemäßig diejenigen, die für Gewaltverbrechen verantwortlich sind, die sich bewusst gegen Journalisten richten. Rechtsschutz wird nach und nach geschwächt und verweigert. Der Raum für die Presse, um Regierungsbehörden und die Mächtigen zur Rechenschaft zu ziehen, wird immer enger.

Nachrichtenmedien auf der ganzen Welt verlassen sich bei der Berichterstattung zunehmend auf die Arbeit freiberuflicher Journalisten, Fotografen und Videojournalisten. Da die meisten Freelancer – ohne die Unterstützung der Verlage – in besonders prekärer Situation arbeiten, sind sie besonders anfällig für Unterdrückung, Missbrauch und willkürliche Be-

Über die EJV

Die EJV ist mit 71 Mitgliedsorganisationen inklusive dem Deutschen Journalisten-Verband in 45 europäischen Ländern vertreten und hat – gemeinsam mit der Internationalen Journalisten-Föderation – ihren Sitz in Brüssel. Sie setzt sich mit Nachdruck für gewerkschaftliche und berufsbezogene Belange ein, um Presse- und Meinungsfreiheit sowie die journalistischen Rechte zu schützen und zu verteidigen gemäß Artikel 10 Absatz 1 der Europäischen Menschenrechtskonvention. Die EJV ist anerkannt von der Europäischen Union, dem Europarat und dem Europäischen Gewerkschaftsbund (EGB) als die repräsentative Stimme von Journalistinnen und Journalisten in Europa. Mehr unter europeanjournalists.org/de.

handlung, aber auch gerichtliche Belästigung. Körperliche Übergriffe inklusive, insbesondere von rechten Parteien und Bewegungen.

In einigen europäischen Ländern dürfen freie Journalisten nicht Mitglied der Gewerkschaft oder des Berufsverbandes sein. Je mehr es Richtung Ost- oder auch Südeuropa geht, umso schwieriger steht es um die Situation freier Journalisten. In vielen Ländern können sie nicht von ihrem Einkommen leben und sind zu Nebenjobs gezwungen. Einige verlassen den Journalismus – ein Phänomen, das man inzwischen in ganz Europa beobachten kann, selbst die skandinavischen Länder eingeschlossen.

Richtlinie soll Freie stärken

Die Expertengruppe Freie der EJV, in der auch der DJV vertreten ist, verfolgt ein Hauptziel: Tarifverträge für freie Journalisten, die nicht vom europäischen oder nationalen Wettbewerbsrecht in Frage gestellt werden. Einer Gleichbehandlung aller Beschäftigungsformen hat das Europaparlament zwar zugestimmt, doch die Realität sieht bislang oft anders aus. Deshalb wurde kürzlich über die neue „Richtlinie über transparente und verlässliche Arbeitsbedingungen in der Europäischen Union“ im Europäischen Parlament abgestimmt, doch fehlt noch der Segen der nationalen Mitgliedsstaaten.

Mit der Richtlinie sollen Auftraggeber von Freien und Plattform-Arbeitern verpflichtet werden, diese vor Auftragsverledigung über alle Vertragsbedingungen zu informieren. So keine gravierenden Gründe vorliegen, dürften Auftraggeber Freien zudem nicht die Aufnahme weiterer Beschäftigungen verbieten. Tarifvertragliche Regelungen sollen explizit erlaubt werden.

Diese Gesetzesinitiative der Europäischen Kommission ist Teil der von EU-Kommissionspräsident Juncker initiierten „Europäischen Säule sozialer Rechte“, die, obwohl von allen Mitgliedsstaaten im November 2017 proklamiert, noch nicht viel Umsetzung erfahren hat. Ähnlich sieht es aus in Sachen Pressefreiheit und Medienpluralismus. Fest verankert im Europäischem Vertrag durch die EU-Charta der Grundrechte, dient sie vielen Politikern bislang eher als Lippenbekenntnis.



Die Autorin

Renate Schroeder ist Direktorin der Europäischen Journalisten-Föderation. Sie arbeitet für die EJV seit inzwischen mehr als 20 Jahren.

Foto: Roland Jalkh

Die Pflegezusatzversicherung der DKV für Journalisten.

**Wer im Berufsleben
nicht mit Mittelmaß
zufrieden ist, wird
im Alter nicht damit
anfangen.**

DKV

Deutsche Krankenversicherung

Der Gesundheitsversicherer
der ERGO

Jetzt die Vorteile der Gruppenversicherung mit dem Bayerischen Journalisten-Verband e.V. nutzen:

- attraktive Beiträge
- Annahmegarantie für versicherungsfähige Personen

www.dkv.com/journalisten

BILDUNG/WISSENSCHAFT



Hanns Seidel Stiftung



Hanns-Seidel-Stiftung e.V.
Lazarettstraße 33 | 80636 München
Tel. (089) 1258-473 | E-Mail: presse@hss.de

Thomas Reiner
Leiter Kommunikation

Hubertus Klingsbögl
Pressesprecher

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

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. 091 81 / 2999-477**

MESSEN/AUSSTELLUNGEN



Luise Dirscherl
Kommunikation und Presse
Leitung

Leopoldstr. 3
80802 München

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

www.lmu.de

E-Mail: dirscherl@lmu.de



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



Technische Universität München

Dr. Ulrich Marsch

Arcisstraße 21
80333 München

Pressesprecher des Präsidenten
Leiter Corporate Communications
Center

Tel + 49.89.289.22778
Fax + 49.89.289.23288
Mobil + 49.173.8902400

Technische Universität München
Corporate Communications Center

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



NÜRNBERG MESSE

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

Dr. Thomas Koch
Leiter Unternehmenskommunikation
und Pressesprecher

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

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.

PUNKT- LANDUNG

Zeigen auch Sie Flagge im Medienmagazin *BJVreport*:
1/8 Seite (86 x 60 mm) in allen sechs Ausgaben pro Jahr
= 1.350,- EUR.

**Der nächste *BJVreport* (alle zwei Monate) erscheint
am 17.6.2019, Anzeigenschluss ist am 17.5.2019.**

Anzeigenmarketing:

Mediasüd, Robert Macher, Telefon 091 81 / 2999-477,
Fax 091 81 / 2999-479, robert.macher@mediasued.de

FINANZEN



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

VERSICHERUNGEN



NÜRNBERGER
VERSICHERUNG

Ulrich Zeidner
Unternehmenskommunikation

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

IHRE ANSPRECHPARTNER

Christian Kraus

Leiter Kommunikation & Marke
Telefon: 089 20307 1301
Telefax: 089 203075 1301
christian.kraus@interhyp.de

Ingo Buchholzer

Pressesprecher Interhyp
Telefon: 089 20307 1390
Telefax: 089 203075 1390
ingo.buchholzer@interhyp.de

Interhyp AG
Domagkstraße 34
80807 München
www.interhyp-gruppe.de



Ein Stück Sicherheit.

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de

Claudia Scheerer
Pressesprecherin

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

Stefan Liebl

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



Sparkassenverband
Bayern

Eva Mang

Pressesprecherin
Vorstandsstab

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

ENERGIE

bayerngas

Dirk Barz

Leiter Kommunikation & Marketing

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

Bayerngas GmbH
Poccistraße 9
80336 München

Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe BJVreport	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
3/2019	17. Mai	28. Mai	17. Juni
4/2019	12. Juli	30. Juli	13. August
5/2019	20. September	7. Oktober	21. Oktober
6/2019	22. November	9. Dezember	20. Dezember

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing BJVreport:
Mediasüd, Robert Macher, Telefon 091 81 / 2999-477,
091 81 / 2999-479, robert.macher@mediasued.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

ENERGIE



Dipl.-Journ.
Cornelia 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

VERKEHR

Bayernhafen GmbH & Co. KG

Linzer Straße 6 · D-93055 Regensburg

Karin Moro
Unternehmenskommunikation
Tel.: 0941 79504-10
k.moro@bayernhafen.de

www.bayernhafen.de

bayernhafen



Aschaffenburg – Bamberg – Nürnberg – Roth – Regensburg – Passau

Teil
von
innogy

LEW

Lechwerke

Ansprechpartner für die Presse**Dr. Thomas Renz**

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

Ingo Butters

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

Lechwerke AG · Schaezlerstraße 3 · 86150 Augsburg · www.lew.de
F +49 821 328-1660

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



AKTIENGESELLSCHAFT

Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

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



Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

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

Stadtwerke Augsburg Holding GmbH

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

Von hier. Für uns.



Energie Wasser Mobilität

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 Metadaten erhalten Sie bei **Mediasüd, Robert Macher, Tel. 091 81 / 29 99-477**

VERKEHR



**Verkehrsverbund
Großraum Nürnberg GmbH**
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

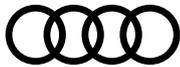
Manfred Rupp **Barbara Lohss**
Tel.: 0911 27075-43 Tel.: 0911 27075-49
manfred.rupp@vgn.de barbara.lohss@vgn.de

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

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. 091 81 / 2999-477**

UNTERNEHMEN



AUDI AG
Kommunikation
85049 Ingolstadt

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

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

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

Peter Oberndorfer Telefon: +49 841 89-43355
Produkt und Technologie E-Mail: peter.oberndorfer@audi.de

DIEHL

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

Diehl Stiftung & Co. KG
Stephanstraße 49, 90478 Nürnberg
Telefon +49 911 947-2492, Telefax +49 911 947-3643
info@diehl.com

BMW GROUP



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

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

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

Postanschrift
BMW AG
D-80788 München

Hausanschrift
BMW Haus
Petuelring 130
80788 München

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



Thomas Weimann
Leiter Unternehmenskommunikation

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

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

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. 091 81 / 2999-477, 091 81 / 2999-479, robert.macher@mediasued.de



Björn Collmann
Mitglied der Zentralen Geschäftsleitung
Telefon 08362 12-4142
bjoern.collmann@enzensberg.de

Clemens Frankenberger
Pressereferent
Telefon 08362 12-4164
clemens.frankenberger@enzensberg.de

Höhenstraße 56
87629 Hopfen am See

UNTERNEHMEN

Leiter Communications

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



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



Nürnberg
Immobilien

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

Dieter Barth

Leiter Unternehmenskommunikation,
Pressesprecher

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



Wir gestalten Lebensräume.

St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg



Anja Müller
Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon 0911 5699-201 Mommsenstraße 24
Telefax 0911 5699-447 90491 Nürnberg
Mobil 0171 5659262 www.theresien-krankenhaus.de
anja.mueller@theresien-krankenhaus.de



Städtische Werke Nürnberg GmbH

Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

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



BAYERISCHE
LANDESÄRZTEKAMMER

Pressestelle

Dagmar Nedbal
Leiterin der Pressestelle,
Bayerisches Ärzteblatt,
Internet

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

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. 091 81 / 29 99-477**



BLZK

Bayerische
LandesZahnärzte
Kammer

Isolde M. Th. Kohl

Leiterin Geschäftsbereich Kommunikation
Telefon 089 230211-130
Telefax 089 230211-108
E-Mail ikohl@blzk.de

Bayerische LandesZahnärztekammer
Körperschaft des öffentlichen Rechts
Flößergasse 1, 81369 München
Internet: www.blzk.de, www.zahn.de

VERBÄNDE



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

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. 091 81 / 2999-477, 091 81 / 2999-479, robert.macher@mediasued.de

SOZIALES / KIRCHE



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



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

Nürnberger Volksfest

Bayerns zweitgrößtes Volksfest
Frankens Erlebnisvolksfest

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

Bayernstraße 100
90471 Nürnberg
T Büro: 0049.911.21 08 66 45
T Mobil: 0049.179.59750 45
F 0049.911.46 57 67

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



Kontaktbörse „Pressestellen“

Die Rubrik „Pressestellen“ im BJVreport ist ein gern genutzter „Treffpunkt“ für Kammern, Verbände, Organisationen, Dienstleister und Unternehmen aus vielen Bereichen, die regelmäßige und fundierte Pressearbeit betreiben. Nutzen Sie diese Kontaktbörse, alle zwei Monate, ein ganzes Jahr lang für nur 1350,- EUR zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6 x jährlich**, jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter www.bjv.de • **Planung/Abwicklung:** Mediasüd, Robert Macher, Telefon 091 81 / 2999-477, Fax 091 81 / 2999-479, robert.macher@mediasued.de

„Schreib‘ doch einfach mal ein Buch!“

E-Book-Boom und Digitaltechnik verschaffen Journalisten eine neue Chance der Vermarktung: Publizieren im Selbstverlag

Von Barbara Weidmann

„Es gibt immer genügend Alternativen für jedes Buch“, konstatiert Matthias Matting trocken. Er ist Journalist, Physiker und einer der bekanntesten Selbstverleger Deutschlands. Die Konkurrenz ist groß. „Die ganze Welt wartet auf meinen Erguss“ war noch nie eine gute Einstellung, um ein Buchprojekt zu starten. Zwischen 3000 und 6000 Manuskripte landen jährlich bei Verlagen – die meisten gleich in Ablage P. Mit ein bisschen Software und neuen Dienstleistern lässt sich dieses Nadelöhr inzwischen erfolgreich umgehen. Matting hat schon über 50 Bücher herausgebracht, die meisten per Self-Publishing. Inzwischen schreibt er alle drei Monate ein Buch.

Fachbücher, Populärwissenschaftliches, Ratgeber, Krimis, Science-Fiction. Sein Portfolio ist so bunt wie die Szene: Es gibt Hobbyisten, Nischenpoeten, Fließbandschreiber, Bestsellerautoren. Früher wurde das als „Vanity-Publishing“ abgetan. Möchtegern-Edelfedern, die – abgeblitzt beim Verlag – viel Geld auf den Tisch legen, um ihren Namen doch noch auf einem Cover zu sehen. Die Investitionen sind nun überschaubar. Die Qualität der Bücher steigt. Die Autoren professionalisieren sich. Und E-Books liegen im Trend.

3,6 Millionen E-Book-Käufer

Im vergangenen Jahr stieg der Absatz am Publikumsmarkt um 12,7 Prozent und sprang erstmals über die 30-Millionen-Marke. 3,6 Millionen Menschen kauften im letzten Jahr mindestens ein E-Book. Im Schnitt legte sich jeder Käufer neun E-Books zu. Auch Papier bleibt trotz der großen Medienkonkurrenz beliebt. Der Branchenmonitor Buch meldet für 2018 stabile Umsätze. Doch die Digital-



Die Münchnerin Monika Pfundmeier gewann 2017 den Publikumspreis und 2018 den Jurypreis des Deutschen Selfpublishing-Preises.

Foto: Raimund Verspohl

technik hat den Buchmarkt weltweit umgekrempelt. Jeder kann heute an Verlagen vorbei ein Buch hochladen und „on demand“ für seine Leser drucken lassen.

Selbstverleger gehen dabei keineswegs romantisch verklärt an die Sache heran, sondern legen unternehmerisches Interesse an den Tag. Das zeigt „Die große Selfpublishing-Umfrage“. Matting führt sie in regelmäßigen Abständen für sein Branchen-Blog www.selfpublisherbibel.de durch. 843 Self-Publisher ließen sich im vergangenen Jahr von ihm in die Karten sehen.

„Man muss Leser in Fans verwandeln.“

Matthias Matting,
Journalist und Autor

Die Umfrage meldet steigende Einnahmen: „Das mittlere Einkommen eines Selfpublishers [...] liegt nun bei 1048 Euro. [...]

2016, also vor nun zwei Jahren, waren es noch 683 Euro gewesen. Gefallen ist der Anteil der AutorInnen, die mit Selfpublishing fast nichts einnehmen, er liegt nur noch bei einem guten Drittel.“ Immer mehr Autoren sind länger im Geschäft. „Fast 15 Prozent der Selfpublisher haben inzwischen schon mehr als zwanzig Titel verfasst, während der Anteil der Erstveröffentlicher sich halbiert hat. Die größte Gruppe ist inzwischen die der AutorInnen mit drei bis fünf Veröffentlichungen“, heißt es in Mattings Studie (bjvlink.de/selfpublishing-studie).

Self-Publishing bringt klare Vorteile zum althergebrachten Modell. Bundesweites Klinken-

putzen mit einem Expose oder gar dem fertigen Manuskript kann sich über Monate, je nach Thema sogar Jahre hinziehen. Das Opus muss nicht nur gefallen, sondern vor allem ins jeweilige Verlagsprogramm passen, beziehungsweise sich anpassen lassen. Mancher auf Massengeschmack und Ökonomie gestimmte Lektor kollidiert hier mit dem Ego des schaffenden Künstlers. Autoren schildern die Zusammenarbeit mit Verlagen als unständig, langsam, unbeweglich. Von der Vertragsunterzeichnung bis zur Veröffentlichung eines Buches kann schnell ein Jahr und mehr vergehen.

Dafür bieten die Verlage im besten Fall aber reichlich Wissen und umfassenden Service, gehen in finanzielle Vorleistung, kümmern sich um alles von der Qualitätssicherung bis zur Vermarktung. Sorglos-Pakete gibt es aber nicht umsonst. Der Verlag schluckt den Löwenanteil der Einnahmen.

Eine realistische Marge von zwei Dritteln und mehr, versüßt vielen Autoren die Autarkie. Zum Vergleich: Je nach Verhandlungsge-

schick erhält man von Verlagen etwa knapp ein Viertel bei E-Books und magere sechs bis zehn Prozent für gedruckte Bücher. Was zählt, ist aber die Freiheit. Die komplette inhaltliche, gestalterische und rechtliche Kontrolle über das eigene Projekt ist laut Umfrage Hauptmotivation. Eine Herausforderung, die auch überfordern kann. „Wenn das Buch fertig ist, fängt die Arbeit erst an“, stöhnen sogar erfahrene Selbstverleger und raten dringend, sich kompetente Hilfe zu holen, wenn das Budget dafür reicht.

Es fängt beim orthografischen Feinschliff an. Die Fehlerprüfung des Textverarbeitungsprogramms beachtet weder Grammatik noch logische Satzzusammenhänge. Selbst wenige Schreibfehler machen den professionellen Eindruck zunichte. Korrektoren dürfen gerne Angehörige und Freunde sein, solange sie wirklich alle Schnitzer entdecken. Mancher lässt den Kontakt zum alten Deutschlehrer aufleben.

Schwieriger ist das Lektorat in Eigenregie. „Ein externer Lektor macht ein Buch einfach besser“, ist sich Monika Pfundmeier sicher. Gerade ist das dritte Buch der Münchnerin erschienen. Für ihre ersten Zwei – historische Romane – gewann sie 2017 den Publikumspreis und 2018 den Jurypreis des Deutschen Selfpublishing-Preises. Nun hat sie das Genre gewechselt. Ein Risiko. Auch den neuen Liebesroman ließ sie von einer Lektorin betreuen. Der Blick von außen sei mit drei bis fünf Euro pro Seite nicht billig. Er zahle sich aber aus, so Pfundmeier, „weil man aus dem eigenen Quark rauskommt“. Sie stecke beim Schreiben so viel Zeit und Herzblut in ihre Bücher, da müsse man in Qualität investieren.

„Ohne Lektor geht es nicht“

Lektoren halten Inhalt und Stil stringent. Sie spüren Redundanzen, Widersprüche und Logikfehler auf und behalten den Blick für das große Ganze. Matting pflichtet Pfundmeier bei: „Ohne Lektor geht es nicht.“ Sein Tipp: Erst einmal ein paar Seiten Probe-Lektorat vereinbaren, um herauszufinden, ob die Chemie stimmt.

Auch um die optische Gestaltung sollten sich Profis kümmern. Ein Buch nach seinem Umschlag beurteilen? Der Leser macht genau das. „Wenn’s nicht professionell aussieht, wird’s nicht gekauft“, warnt Vielschreiber Matting. Wilde Photoshop-Abenteuer können den Erfolg kosten. Die Verlagswelt verwendet

Codes, die man erst einmal verstehen muss. So entwarf ein Grafiker das Cover für Pfundmeiers ersten Mittelalter-Roman „Blutföhre“. Ein professionelles Titelbild, allerdings in den typischen Krimi-Farben Schwarz-Weiß-Rot. Ein großer Blutfleck und ein auffälliger Dolch

„Wenn ich einen Tag nicht schreibe, laufe ich unrund.“

Monika Pfundmeier, Autorin

weckten zusammen mit dem Titel offenbar falsche Assoziationen. Ergebnis: Viele enttäuschte Krimifans, schlechte Rezensionen. Das neue Cover, ganz in Beige gehalten und mit Pflanzenranken verziert, adressiert nun offenbar das richtige Publikum.

Entdeckt, gefunden, gesehen zu werden ist das A und O für Bücher und Autoren. Hier sind die Verlage mit ihren Werbebudgets im Vorteil. Noch. Denn selbst die größten Verlage erwarten heute, dass Autoren sich am Marketing beteiligen. Die Self-Publisher holen auf. Sie schaffen sich eigene Netzwerke, nutzen Blogs und Literaturforen, spielen die Social-Media-Klaviatur. „Man findet erst Leser, wenn man sichtbar ist“, sagt Matthias Matting. Er versucht, sich „eine eigene Fanbase“ aufzubauen.

Der Buchmarkt ist geteilt. Autoren müssen sich entscheiden. Verschiedene Standards und Geräte machen die Suche nach der rich-

tigen Plattform und dem perfekten Format zur Wissenschaft für sich. Beim Thema Sichtbarkeit kommt an Big Player Amazon kaum jemand vorbei. Hier recherchiert und bestellt der Großteil der Netzgemeinde. Wer aber nur bei Kindle veröffentlicht, dem geht die andere Hälfte des potenziellen Käufermarktes verloren. Für Self-Publisher ist es besonders schwer, in den stationären Handel zu kommen. Es sei denn, sie packen ihre Bücher in eine Kiste und fahren jede Buchhandlung persönlich ab.

Matting hat schon sechsstellige Verkaufszahlen erreicht. Mit dem Erfolg tauchen manchmal wieder Scouts aus den Verlagshäusern auf. „Irgendwann landet jeder beim Verlag“, glaubt Matting. Er ist ein sogenannter „Hybridautor“, das heißt, er publiziert sowohl in Eigenregie als auch bei Verlagen. Je nachdem, was für ihn gerade lukrativer ist.

Mehr Beachtung im Verlag

„Die Leute nehmen dich schon ein wenig ernster“, meint der Münchner Journalist Bernd Oswald, der mit seinem jüngst im Selbstverlag veröffentlichten Buch „Digitaler Journalismus“ gerade zum Midas Verlag umzieht. Die Züricher sehen Potential in seinem Werk. Oswald erhofft sich mehr Beachtung für sich und sein Buch. Er bereut es nicht, für kurze Zeit sein eigener Verleger gewesen zu sein. Der ganze Prozess des Recherchierens und Schreibens sei eine große Belohnung für ihn selbst gewesen: „Alles noch einmal durchdenken, Zusammenhänge erkennen. Das war Learning by Writing.“

Wie man den richtigen Dienstleister findet

Diese Entscheidung ist von vielen persönlichen Faktoren abhängig. Ein Austausch in einschlägigen Foren oder Social-Media-Gruppen mit anderen Autoren ist empfehlenswert. Und folgende Fragen können dabei helfen:

Wie sieht das Honorarmodell aus und was bleibt mir unter dem Strich?

Entstehen offene oder versteckte Kosten durch die Dienstleistung?

Wie lange ist die Vertragslaufzeit?

Welche Nutzungsrechte übertrage ich und für wie lange?

Welche Reichweite hat das Vertriebsmodell?

Wie übersichtlich und bequem ist die Benutzeroberfläche?

Wie schnell und flexibel ist der Veröffentlichungsprozess?

Wie zeitnah und transparent wird das Honorar abgerechnet?

Bietet der Dienstleister Services wie Korrektur, Lektorat, Marketing und ähnliches?

Noch mehr Service: Auf der BJV-Website findet sich ein Link mit hilfreicher Software für Autoren und Selfpublisher unter bjvlink.de/tools.

Ingolstadt TV: Wer sendet künftig auf der Frequenz?

RTL München TV und die PM Medien GmbH haben sich um die Lizenz beworben

Von Maria Goblirsch

Der Ingolstädter Fernsehsender *intv* stellt zum 30. Juni 2019 seinen Betrieb ein. Allen Mitarbeitern mit Ausnahme der Auszubildenden wurde gekündigt. Inzwischen steht fest: Ab dem 1. Juli wird auf dieser Frequenz wieder gesendet. Hoffnung für das Team von *intv*.

Zwei Anbieter haben sich, so die Bayerische Landeszentrale für Neue Medien (BLM) auf Anfrage, bis zum Fristende am 1. März für eine Sendelizenz beworben: Die München Live TV Fernsehen GmbH & Co KG sowie die PM Medien GmbH. Die Entscheidung, wer den Zuschlag erhält, fällt in der Sitzung des Medienrats der BLM am 11. April 2019 (nach Andruck).

Hinter der PM Medien GmbH steht ein Bewerber, der in der Region kein Unbekannter ist: Andreas Breitner, Geschäftsführer von *pafnet.tv* und Gesellschafter von *Radio Ilmwelle*. Wie Breitner gegenüber dem *BJVreport* erklärte, würde er das junge Team von *Ingolstadt TV* sowie die Räumlichkeiten bei einem Zuschlag komplett übernehmen und die bisherige programmliche Ausrichtung zunächst beibehalten, um Konstanz in der Region zu zeigen.

Zwei ungleiche Bewerber sind im Rennen

Neben diesem „David“ hat sich ein „Goliath“ der Branche um die Lizenz beworben, die RTL München Live mit Geschäftsführer Horst Rettig. An ihr sind Studio Gong, der Münchner Zeitungsverlag und Medienpool TV sowie die Burda Broadcast Media GmbH & Co, KG mit jeweils 16 Prozent beteiligt. Weitere Gesellschafter sind die Neue Welle Antenne München mit 14 und die *rt1.media group GmbH* sowie die *HeronMedia Werbegesellschaft mbH* mit jeweils elf Prozent.

Über diese Gesellschaften haben bei RTL München TV finanzstarke und einflussreiche Medienmacher wie der Münchner Zeitungsverleger Dirk Ippen, Helmut Markwort sowie Gunther Oschmann das Sagen, der als Gesellschafter des Unternehmens Müller Medien bereits Beteiligten



Wie es mit *intv* weitergeht, entscheidet sich am 11. April in der Sitzung des Medienrats.

Screenshot: Maria Goblirsch

gen an mehr als 60 regionalen Fernseh- und Rundfunkanbietern in Deutschland und Österreich sowie an Zeitungsverlagen unterhält.

RTL München TV sendet seit Januar 1992 im Großraum München aktuelle lokale Nachrichten über Kabel im *RTL-Fenster* montags bis freitags von 18 bis 18.30 Uhr. In der Region Ingolstadt wird befürchtet, dass die Gesellschafter der München Live TV Fernsehen GmbH & Co KG bei einem Zuschlag in Ingolstadt nur einige Schnittplätze und eine Rumpfmannschaft erhalten könnten, die Verwaltung, die Werbeakquise und die Produktion der Nachrichten aber am Münchner Standort bleibe und nur Teams zu Liveberichten in die „Dependance“ geschickt würden. Was den Verlust der Arbeitsplätze bei *intv* zur Folge hätte.

Das sind freilich bisher nur Spekulationen. Politiker aus der Region Ingolstadt sollen sich für einen regionalen Bewerber ausgesprochen haben. Ihr Interesse liegt an einer lokalen Präsenz, dem Erhalt des Studiobetriebs – und aktuellen Berichten und Interviews vor Ort.

Der Donaukurier verlor das Interesse an intv

Regionales Fernsehen gibt es in Ingolstadt seit 1986. Ursprünglich agierten einmal fünf konkurrierende Anbieter in einem kleinen Kabelnetz. Inzwischen existiert nur noch eine Gesellschaft mit dem *Donaukurier* als Hauptgesellschafter. Das Programm von *intv* – regionale Nachrichten, Ma-

gazine, Sportsendungen und Talksendungen – wird 24 Stunden täglich über Kabel und über Satellit verbreitet.

Die Lizenz für das lokale Fernsehversorgungsgebiet Ingolstadt wurde zunächst im Dezember 2018 neu ausgeschrieben, nachdem der *intv*-Geschäftsführer der BLM noch vor der Gesellschafterversammlung mitgeteilt hatte, kein Interesse an einer Verlängerung der Lizenz mehr zu haben und den Sendebetrieb zum 30. Juni 2019 einzustellen. Nachdem sich auf die erste Ausschreibung kein Anbieter beworben hatte, schrieb die

BLM nun die Lizenz erneut aus, um einen nahtlosen Übergang zu sichern.

Der *Donaukurier* war zum Januar 2017 an die Verlagsgruppe Passau (*Passauer Neuen Presse*) veräußert worden. Verlegerin Simone Tucci-Diekmann sah wohl die Tragfähigkeit des Ingolstädter Senders in der Zukunft als nicht mehr gegeben an.

Zudem hegte sie andere Pläne. Am 7. Februar teilte die Verlagsgruppe Passau mit, ihre „crossmediale Kompetenz weiter ausbauen“ zu wollen und dass sie sich an der AV Mediagroup GmbH (Geschäftsführer ist Filmemacher Andreas Rohrmeier) beteiligt habe. Durch diesen Schritt hole man sich für den Digitalbereich Spezialisten im Bereich Bewegtbild an Bord.

Die AV Mediagroup mit Sitz in Ingolstadt produziert seit 2008 Content für verschiedene Plattformen sowie für regionale und überregionale Partner. Das reicht von Dokumentationen und Reportagen über Firmenportraits bis zu Werbespots und Live-Stream-Produktionen. Auch redaktionelle Beiträge für den regionalen Online-TV-Sender *Schanzer.TV* werden zugeliefert.

In Ingolstadt wartet das Team von *intv* nun bange auf die anstehende Entscheidung des BLM-Medienrats. Für die Auszubildenden und Volontäre hat der *Donaukurier* inzwischen zugesichert, dass sie ihre Ausbildung im Zeitungshaus fortsetzen können.

Wenn schöne Zahlen blind machen

Der Freistaat Bayern als führender Medienstandort in Deutschland: Das, an sich, liest man gern. Im Februar hatte Medienminister Florian Herrmann mit dem Präsidenten der Bayerischen Landeszentrale für Neue Medien, Siegfried Schneider, das Gutachten „Medienstandort Bayern 2019“ vorgestellt, entstanden war es im Auftrag des MedienNetzwerk Bayern. Sieben Partner arbeiten hier zusammen: der Freistaat Bayern, die Bayerische Landeszentrale für Neue Medien, der Bayerische Rundfunk, der FilmFernsehFonds Bayern, der MedienCampus Bayern, die vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft und der Bayerische Industrie- und Handelskammertag.

Klar: Bayern ist Deutschlands Top-Standort für die Medienbranche, sagt der Chef der Staatskanzlei Herrmann. Und die Goldmedia-Studie selber ist aussagekräftig, belegt sie doch mit vielen statistischen Zahlen die Bedeutung und den wachsenden Erfolg des Standorts Bayern. Da ist natürlich Unterstützung wichtig – und so erhält die neu gebildete Medien.Bayern GmbH, unter deren Dach künftig die Medientage München, das Media Lab Bayern und das MedienNetzwerk Bayern gebündelt sind, eine Unterstützung in Höhe von fünf Millionen Euro pro Jahr. Wofür? Um wichtige Themen wie die Vernetzung, die Standortförderung, Gründungen und Innovationen noch besser voranzubringen.

Doch ein wenig Wasser sollte man in diesen süßen Wein gießen. Zum einen wertet die Studie vor allem bereits vorhandenes statistisches Zahlenmaterial aus dem Jahr 2016 aus. Nichts ist beständiger als der Wandel, neue Daten wurden nicht erhoben. 2019 sieht der Markt deutlich verändert aus. Das ist aber nicht das Wesentliche. Das Entscheidende: Die Lieferanten der Inhalte – die Journalisten – spielen in dieser Studie kaum eine Rolle. Nur in einem Nebensatz erkennt der aufmerksame Leser, dass die Veränderung ein Kernproblem mit sich bringt: Der Gesamtumsatz im bayerischen Pressewesen lag zwischen 2012 und 2016 auf gleichem Niveau, die Zahl der Steuerpflichtigen und Beschäftigten aber sank deutlich.

Aha! Warum? Da gibt es mehrere Gründe. Zum einen haben einige der Häuser tatsächlich dicht gemacht oder Redaktionen ausgedünnt oder ganz aufgelöst. Arbeitsplätze fielen weg. Zum anderen nahmen bestehende Häuser eine Arbeitsverdichtung vor. Wo sind diese Zahlen?

Wo lesen wir etwas über die tariffüchtigen Medienhäuser? Darüber, was Journalisten heute noch verdienen? Wo steht, dass viele freie Kolleginnen und Kollegen oft weit unter dem Mindestlohn bezahlt werden und am Rande des Existenzminimums leben? Wo sind Zahlen, die darstellen, wie oft Medienhäuser Arbeitnehmerrechte ignorieren? Wie oft Arbeitsschutzgesetze keine Rolle mehr spielen und Überstunden an der Tagesordnung sind? Diese Liste ließe sich beliebig verlängern.

Fast wirkt es, als habe man aus dem Auge verloren, wer den Standort mit Leben füllt, die Medien gestaltet und letztlich seinen Erfolg wesentlich mit bewirkt. Ja, es braucht die kreativen Unternehmen, die Mutigen, die investieren und Start-ups gründen. Wir brauchen aber auch weiterhin Journalisten, die als Bestandteil einer funktionierenden Demokratie eine entscheidende Rolle spielen.

Damit ich nicht falsch verstanden werde: Es geht nicht um eine finanzielle Unterstützung der Journalisten durch den Freistaat. Es geht um die politische Unterstützung. Es geht darum, jene Häuser, die nun von dieser Finanzspritze oder anderen Förderungen profitieren, auf ihre besondere journalistische Verantwortung hinzuweisen. Es geht darum, deutlich zu machen, dass Verleger nicht nur besonders hohe Renditen anstreben dürfen. Sie müssen sich auch ihrer sozialen Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern bewusst werden.

Wann bringt die Staatskanzlei endlich den vom BJV seit vielen Jahren geforderten, aussagekräftigen Medienbericht zur Situation der Medien und der dort arbeitenden Medienschaffenden heraus? Diese Zahlen könnten der gar nicht so kleine Fleck auf der blütenweißen Weste des Medienstandorts Bayern sein. Doch wer will schon schlechte Zahlen erheben oder gar präsentieren?



Michael Busch
ist Vorsitzender des Bayerischen
Journalisten-Verbands

Foto: Günter Distler

Erfolgsmodell aus Schweden

Skandinavische Kollegen unterstützen Freie mit Honorarempfehlung und mehr

Von Helena Werhahn

„Wir sind auf der Suche nach best practice anderer Verbände“, sagt Marion Trutter, stellvertretende Vorsitzende der Fachgruppe Freie im BJV. Und so waren kürzlich zum Freien-Stammtisch in München Kollegen des Schwedischen Journalisten-Verbands (Journalist Förbundet, SJF) geladen und Johan Lif erzählte, wie der Verband freie Journalisten unterstützt.

Der SJF hat beispielsweise eine Firma gegründet, die Kurse speziell für Freie anbietet. Der Großteil dieser Kurse wird über Mitgliedsbeiträge finanziert und kann so kostenlos genutzt werden. Um Freie zu unterstützen sei es außerdem wichtig, ihr Selbstbewusstsein zu stärken, sagt Lif. So versuche der Verein, Freie in Verhandlungen zu stärken. Ein Werkzeug hierfür ist ein



Best practice aus Schweden (von links nach rechts): Marion Trutter, Johan Lif, Andrea Roth (stellvertretende BJV-Vorsitzende) Marlo Thompson (Bezirksvorsitzende M-Oberbayern) und Martin Semmler (Fachgruppe Freie).

Foto: Helene Werhahn

Honorar-Rechner im Internet. Freie können hier Honorare eingeben. Der Rechner zieht Fixkosten, beispielsweise für Rente, Equipment und Steuern, ab und zeigt, wie viel am Ende übrigbleibt. Das erleichtere es, die Höhe eines Honorars einzuschätzen.

Außerdem habe der SJF eine Honorar-Empfehlung in Höhe von umgerechnet 778 Euro pro Tag ausgearbeitet. Grundlage der Empfehlung ist das durchschnittliche Gehalt festangestellter Journalisten in Stockholm. Zwar hielten sich nicht alle Medienhäuser daran – die Empfehlung stärke aber die Verhandlungsposition Freier, berichtete Lif.

Tatsächlich hält sich die größte schwedische Tageszeitung, *Dagens Nyheter*, an die Empfehlung. Dem Verband sei es gelungen, dass sich auch Festangestellte über den Betriebsrat für das Mindest-Honorar für Freie engagiert hätten. Das sei nicht selbstverständlich, denn auch in Schweden hätten beide Gruppen lange getrennt voneinander für ihre Belange gekämpft, sagte Lif. Siehe auch Website: bjvlink.de/schweden.

Der Vorstand unterwegs

Es ging bei der Vorstandsarbeit um Arbeitsbedingungen, es ging um Rahmenbedingungen. So führten wir Gespräche mit den besorgten Mitarbeitern eines Privatsenders, der seinen Betrieb einstellt. Wir trafen aber auch Kollegen des *Bayerischen Rundfunks*, um über neueste Entwicklungen und sich verändernde Arbeitsbedingungen innerhalb der Sendeanstalten zu sprechen. Erfreulicher waren da schon die Gespräche über das neue Konzept für die Ausstellung „Presse Foto Bayern“ am Münchner Flughafen. Mit Verbandsmitgliedern reiste der Vorstand nach Straßburg, um mit Abgeordneten zu diskutieren und die Interessen bayerischer Journalisten zu verdeutlichen. Die Gesamtvorstandssitzung des DJV fand in Würzburg statt, so dass die bayerische Vertretung nicht allzu weit reisen musste.

Michael Busch

Pressefoto bei Instagram

Noch mehr Reichweite in Sozialen Medien: Unter dem Hashtag *#pressefotobayern* präsentiert die Fachgruppe Bildjournalisten im BJV seit kurzem Bilder des Wettbewerbs Pressefoto Bay-

ern bei Instagram. Dort ist eine bunte Auswahl an Sieger- und Teilnehmerfotos des jährlichen Wettbewerbs zu finden. Neue Follower sind herzlich willkommen.

„PR muss verantwortungsvoll sein“

Auch Kollegen aus Bayern reisten zum DJV-Kongress „Brückenschlag“

Berichterstattender Journalismus und Auftragskommunikation gehören zusammen, brauchen aber klare Grenzen. Mit diesem Tenor der rund 160 Gäste aus Journalismus und PR ging am Nachmittag in Berlin der Kongress „Brückenschlag – Kommunikation in unruhigen Zeiten“ zu Ende. Eingeladen hatte der Deutsche Journalisten-Verband (DJV). Auch eine Abordnung aus Bayern reiste zum Kongress in die Hauptstadt. Roter Faden durch die einzelnen Panels wie Multi-Channeling, KI in der PR oder Sei-

tenwechsel war die Gemeinsamkeit von Journalisten und Pressesprechern, sich professioneller kommunikativer Mittel zu bedienen, um ihre Aufgaben zu erfüllen. „PR muss verantwortungsvoll sein und darf nicht der Versuchung erliegen, Werbebotschaften als journalistischen Content zu verkaufen“, brachte eine Teilnehmerin das Anforderungsprofil auf den Punkt. Dazu gehören auch Journalisten, die sich im Zweifel gegen die Wünsche von Anzeigenabteilungen ihrer eigenen Medien stellen.

25 Jahre nach dem Truppenabzug

Ausstellung „As Time Goes by“

Wie verändert sich das Stadtbild, wenn rund 10.000 Soldaten und Zivilbeschäftigte der US-Streitkräfte abziehen? Dieser Frage widmet sich eine Dokumentation des Bildjournalisten Stefan Gregor, die Fotografien aus dem Jahr 1992 solchen aus der heutigen Zeit gegenüberstellt. Gregor ist Bezirksvorsitzender Mainfranken im BJV. Rund 90 Bilder in schwarz-weiß, im Abstand von 25 Jahren aufgenommen, zeigen unter dem Titel „As Time Goes By“ den Wandel Aschaffenburgs. Die Ausstellung ist bis 5. Mai im Aschaffener Stadt- und Stiftsarchiv zu sehen, werktags von 11 bis 16 Uhr. Mehr: bjvlink.de/time-goes. (mgo)



Fotograf Stefan Gregor zeigt in einer Ausstellung Aschaffenburg früher und heute.

Foto: Maria Goblirsch

Vom Freien zum Regierungsbeauftragten

Inklusions-Themenabend mit dem Behindertenbeauftragten der Bayerischen Staatsregierung Holger Kiesel

Sieben Jahre hatte er als Redakteur beim *Bayerischen Rundfunk*, etwa für die Bayern 2-Sendungen „Notizbuch“ und „Das Tagesgespräch“, gearbeitet. Seit 21. Januar ist Holger Kiesel Behindertenbeauftragter der Bayerischen Staatsregierung. Die BJV-Behindertenbeauftragte und stellvertretende Landesvorsitzende, Daniela Albrecht, lud den 44-Jährigen nun in München zum Inklusions-Themenabend ein.

Kiesel wirkt an Gesetzesentwürfen mit und steht im Austausch mit den Ministerien. Seine Aufgabe ist es, darauf zu achten, dass die Belange von Menschen mit Behinderung berücksichtigt werden. „Das ist eine ziemliche Sisyphos-Arbeit“, sagte er. Warum hat er dafür das Leben als freier Journalist aufgegeben? „Ich war mit Leib und Seele Journalist“, erklärte Kiesel. Trotzdem habe es ihn gelegentlich frustriert, dass er nicht mehr für Menschen mit Behinderung machen konnte. Als Behindertenbeauftragter möchte er sich hier nun aktiv einbringen. Zu seiner jetzigen



Die Behindertenbeauftragten Holger Kiesel und Daniela Albrecht beim zweiten BJV-Inklusionsabend.

Foto: Helena Werhahn

Arbeit gehöre es beispielsweise, Sorgen und Vorurteile bei Arbeitgebern auszuräumen.

Wie blickt Kiesel aus seiner neuen Position auf sein altes Berufsfeld, den Journalismus? Häufig gelten im Journalismus rigide Zugangsvoraussetzungen, kritisiert er. So werde mittlerweile oft erwartet, dass Journalisten einen Uni-Abschluss mitbringen, dabei sei dies nicht zwingend nötig für den Beruf. Kiesel erwartet von Medienhäusern, dass sie aktiver auf potenzielle Mitarbeiter mit Behinderung zugehen. Mehr unter bjvlink.de/kiesel.

Helena Werhahn

Faszination einer Baustelle

Pressefoto-Ausstellung macht in Würzburg Station

Als dritte Station nach dem Bayerischen Landtag und dem Brücken-Center Ansbach war die Ausstellung Pressefoto Bayern 2018 im März in der Sparkasse Mainfranken in Würzburg zu Gast. Zum letzten Mal wurden dort rund 80 der besten Pressefotos des abgelaufenen Jahres in der großen Schalterhalle gezeigt, bevor dieser Gebäudeteil nun umgebaut wird. Die Bilderschau Pressefoto Bayern wird 2020 dann im neuen Beratungs-Center Platz finden.

Vom Bild der Baustelle lasse sich eine gute gedankliche Verbindung zur Pressefotografie ziehen, sagte der BJV-Vorsitzende Michael Busch. Augenblicke würden im Bild festgehalten, die sonst für immer verschwinden. Hier nehme die Pressefotografie eine wichtige Rolle ein, indem sie dokumentiere und archiviere, um Bilder und Ereignisse jederzeit abrufbar werden zu lassen. Nach Würzburg sind das Museum für Industriekultur in Nürnberg (ab 8. Mai) und der Flughafen München (ab 16. Mai) die nächsten Stationen der Ausstellungstour. Ausführlicher Bericht auf der BJV-Website: bjvlink.de/pf-wuerzburg. (mgo)



Über die gelungene Vernissage freuen sich (von links): Kommunikationsleiter Stefan Hebig, der BJV-Vorsitzende Michael Busch und Gebietsdirektor Thomas Höschler.

Foto: Maria Goblirsch

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.

„Kontrolle darf Rundfunkfreiheit nicht einschränken“

Seit 1. Januar vertritt Harald Stocker den BJV im Rundfunkrat des BR

Von Maria Goblirsch

Der BJV hat nur eine Stimme unter den 50 Mitgliedern im Rundfunkrat des Bayerischen Rundfunks (BR). Was will, was kann der Vorsitzende der Fachgruppe Rundfunk in seinem neuen Amt bewegen? Für ihn sei essenziell, dass die journalistische Qualität der Sendungen angesichts des Sparzwangs nicht auf der Strecke bleibe, sagt der Wissenschaftsautor Harald Stocker.



Harald Stocker Foto: Cordula Kropke.

Warum hast Du Dich um das Amt des Rundfunkrats beworben?

Harald Stocker: Der Sitz im Rundfunkrat ist ein hohes Gut, es kommt für mich gleich nach dem Landtag. Da sitzen Minister, Politiker, Interessensvertreter an einem Tisch und tragen Verantwortung. Es geht um ein Budget von etwa einer Milliarde Euro. Dazu kommt, dass sich der Bayerische Rundfunk derzeit den größten Herausforderungen seit der Gründung vor 70 Jahren stellen muss. Da müssen wir Rundfunkjournalisten und -journalistinnen sichtbar sein.

Was bringst Du als Journalist mit?

Ich möchte meine praktische Erfahrung als Rundfunkjournalist in Redaktion und Produktion einbringen. Da ich meine Filme selbst produziere, habe ich einen recht guten Einblick in zeitgemäße, moderne Produktionsmethoden und glaube, einschätzen zu können, wo eine Organisationsstruktur für die engagierte Arbeit von Journalisten optimal ist oder sie eher behindert. Mit den im BR vorhandenen Mitteln sollten effektive Strukturen geschaffen werden, die gutes journalistisches Arbeiten ermöglichen. Außerdem werde ich mich im Rundfunkrat für die journalistische Sorgfaltspflicht und für journalistische Standards einsetzen. Und beobachten, ob der Rundfunkrat den BR in Programmfragen nur berät oder ob es hier zu Einschränkungen der Rundfunkfreiheit kommt.

Wo siehst Du derzeit die größten Herausforderungen?

Der BR hat heute mehr Ausspielwege, die aber nicht immer kompatibel sind. Die Bedürfnisse und Möglichkeiten in sozialen Netzwerken oder über Mediatheken sehen komplett anders aus als etwa die für die „Rundschau“ am Abend. Das alles unter einen Hut zu bringen, ist eine gewaltige Herausforderung. Gleichzeitig hat der Sender weniger Geld zur Verfügung, musste Program-

me kürzen oder innerhalb der ARD Sendungen wie das „Mittagsmagazin“ abgeben. Ich will mich dafür einsetzen, dass unumgängliche Späßmaßnahmen sozial verträglich ablaufen und die Qualität der Sendungen nicht hinten runterfällt.

Kritik an den öffentlich-rechtlichen Sendern wächst. Hat sich das duale System überholt?

Wir erleben derzeit, wie die sozialen Netzwerke den Kritikern der Rundfunkabgabe eine Bühne bieten, die diese in der Vergangenheit nicht hatten. Die AfD möchte den öffentlich-rechtlichen Rundfunk abschaffen und durch einen Bürgerfunk ersetzen, der bei genauer Betrachtung nichts anderes als ein soziales Netzwerk ist. Auch die FDP will die Öffentlich-Rechtlichen so klein wie möglich halten und den privaten Anbietern mehr Raum bieten. Dadurch gerät das duale System ins Wanken. Als BJV treten wir für den Erhalt dieses dualen Systems ein. Dabei ist es wichtig, auf ein konstruktives Miteinander von öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern zu achten.

Sollte es weniger Werbung beim BR geben?

Ich bin dagegen, dass man die wenige Werbung, die heute im öffentlich-rechtlichen Rundfunk läuft, abschafft. Die Umsätze, die hier gemacht werden, kämen nicht 1:1 bei den Privaten an, ein gehöriger Teil würde in

den sozialen Netzwerken verschwinden. Und damit würden wir die noch stärken, die der deutschen Medienwirtschaft am meisten zu setzen. Wenn „Bayern 1“ und „Bayern 3“ plötzlich ohne Werbung senden, dann würden diese Programme ja gegenüber Antenne Bayern oder Radio Gong noch erfolgreicher sein. Der nächste Schritt wäre dann die Forderung, diese Programme zu stützen. So wäre weder für die Öffentlich-Rechtlichen noch für die Privaten etwas gewonnen. Die privaten Sender würden keinen einzigen Journalisten zusätzlich einstellen, aber die öffentlich-rechtlichen würden journalistische Arbeitsplätze abbauen müssen.

Der BJV hat nur einen Sitz von 50 – also nur wenig Einfluss?

Selbst eine Stimme kann Gewicht haben, wenn man gut vorbereitet und informiert in die Sitzungen geht und die anderen Rundfunkräte spüren, dass das, was man sagt, Hand und Fuß hat.

Der BR-Rundfunkrat

Das Gremium überwacht, dass der Bayerische Rundfunk seinen Programmauftrag erfüllt. Dazu hat er umfassende Informations-, Beratungs- und Mitwirkungsrechte. Er berät den Intendanten bei der Gestaltung des Programms und in anderen grundsätzlichen Fragen. Die 50 Mitglieder des BR-Rundfunkrats werden von politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Gruppen für jeweils fünf Jahre entsandt (Artikel 6 Absatz 3 Bayerisches Rundfunkgesetz). Vom Bayerischen Landtag kommen zwölf, von der Bayerischen Staatsregierung ein Vertreter. Der BJV stellt ein Mitglied. Die aktuelle Amtszeit des Rundfunkrats hat am 1. Mai 2017 begonnen. Die Mitglieder des Rundfunkrats kommen sechs bis sieben Mal pro Jahr zu einer ordentlichen Sitzung zusammen, die zum Teil auch öffentlich ist. Sie sind ehrenamtlich tätig (monatliche Aufwandsentschädigung 700 Euro, Sitzungsgeld 100 Euro).

„Attacken geschehen mitten unter uns“

BJV-Delegation diskutiert mit Vertretern des EU-Parlaments in Straßburg

Von Maria Goblirsch

„Die Pressefreiheit in Europa war seit dem Ende des Kalten Krieges nie so gefährdet wie heute“, warnt Scott Griffen, stellvertretender Direktor des Internationalen Presse-Instituts (IPI). Viele der Grundrechte und Werte, die wir lange Zeit als selbstverständlich angesehen hätten, würden heute wieder in Frage gestellt. Er fordert die Mitglieder des Europarates auf, sich dringend für einen besseren Schutz der Journalisten per Gesetz und in der Praxis stark zu machen.

Griffen stellte im Februar im Straßburger Europa-Parlament den jährlichen Bericht einer Partnerorganisation des Europäischen Rates vor, der auch die Internationale (IFJ) und die Europäische Journalisten-Föderation (EJF) sowie Reporter ohne Grenzen angehören. Das gemeinsame Ziel: Der Schutz von Pressefreiheit und Journalisten in Europa. Diese Plattform war 2015 ins Leben gerufen worden, um belastbares Material über Verletzungen der Pressefreiheit in Europa zu sammeln und im Dialog mit den Ländern für Aufklärung und Verbesserungen zu sorgen.

140 ernste Verstöße in 32 Ländern

Eine Gruppe von BJV-Journalisten war bei der Veröffentlichung der düsteren Bilanz („Democracy at Risk: Threats and Attacks against Media Freedom“) vor Ort. Am Rand der Veranstaltung trafen sie den Generalsekretär der IFJ, Anthony Bellanger. 140 ernste Verstöße gegen die Pressefreiheit in 32 Mitgliedsstaaten des Europäischen Rates werden in dem Bericht aufgelistet und in Diagrammen statistisch ausgewertet. Die Zahl der Angriffe auf Journalisten steigt danach ständig. Immer mehr Regierungen empfänden es als normal, dass Journalisten bei der Arbeit ihr Leben riskierten oder zu Tode kämen, heißt es in dem Bericht (bjvlink.de/media-freedom).

Italien sei das Land mit den meisten Verstößen



Eine Abordnung des BJV reiste nach Straßburg, unter anderem mit dem Apell an die Mandatsträger im Europaparlament im Gepäck: Schafft Rahmenbedingungen für den Erhalt der Pressefreiheit in Europa!

Foto: Maria Goblirsch

gegen die Pressefreiheit, stellte Sarah Clarke, Bereichsleiterin für Europa und Zentralasien bei der britischen Menschenrechtsorganisation „Artikel 19“, fest. Dabei handle es sich nicht nur um „traditionelle“ Taten der Mafia, sondern auch um Angriffe auf Journalisten durch die italienische Regierung. „Wir müssen Mittel finden, einzugreifen, wenn EU-Regierungen in Verstöße gegen die Pressefreiheit involviert sind. Diese Attacken geschehen nicht in einem fremden Land, sondern mitten unter uns“, betonte die Journalistin. Die Partnerorganisationen waren sich einig, dass es EU-Gesetze rasch brauche, um intervenieren zu können, wenn ein Mitgliedsland gegen die Werte der Gemeinschaft verstoße.

„Journalisten sind lieber in Berlin“

Die BJV-Journalisten nutzten die Sitzungswoche des Europaparlaments in Straßburg am 12. und 13. Februar, um mit Günter Oettinger, dem deutschen EU-Kommissar für Haushalt und Personal, und mit Abgeordneten verschiedener Parteien Hintergrundgespräche zu führen und dabei die BJV-Positionen zu Themen wie Urheberrecht, Arbeitsbedingungen der

Journalisten, Pressefreiheit und Gleichstellung deutlich zu machen. Die Gruppe wurde von Judit Hercefalvi, Pressereferentin des EP-Informationsbüros in Berlin, betreut.

„Das normal gelebte Europa findet in den Medien kaum Platz“, klagte EU-Kommissar Günther Oettinger. Berichtet werde nur, wenn „in Brüssel mal wieder die Kacke am Dampfen ist“. Man mache es sich in Deutschland zu einfach. Journalisten seien lieber in Berlin als in Brüssel oder Straßburg unterwegs. Er wünsche sich zur Europawahl mehr Öffentlichkeit, mehr Präsenz in den Medien.

In einem gemeinsam mit dem DJV entwickelten Papier, das in Straßburg übergeben wurde, appelliert der BJV an die aktuellen und künftigen Mandatsträger im Europaparlament, bei ihrer parlamentarischen Arbeit die erforderlichen Rahmenbedingungen für den Erhalt von Pressefreiheit und Meinungsvielfalt in Europa zu schaffen (bjvlink.de/Europawahl).

ARTE: Auf den Spuren des Giraffenmanns

Beim ARTE-Informationstag konnten sich 15 Kollegen ein Bild davon machen, wie der öffentlich-rechtliche Kulturkanal arbeitet und was ihn strukturell von deutschen Sendern unterscheidet. 360 Millionen Menschen und damit 70 Prozent der Europäer können heute ARTE in ihrer Muttersprache erleben. Der Sender ist autonom, regelt seine Finanzen selbst und unterliegt nicht der Kontrolle der Rechnungshöfe. Der öffentlich-rechtliche Sender finanziert sich zu 95 Prozent über den in Deutschland und Frankreich erhobenen Rundfunkbeitrag („Mediengebühr“). Werbung gibt es keine.

Hohe Hürden für Fotografen in der Kirche

Bei Aufnahmen während Gottesdiensten gelten strengere Regeln als andernorts

Von Maria Goblirsch

„Die katholische Kirche versucht derzeit, Bildjournalisten vorzuschreiben, in welcher Weise bei kirchlichen Veranstaltungen fotografiert oder gefilmt werden darf. Bei Personenbildern sollten die abgelichteten Gläubigen einer Veröffentlichung zustimmen müssen“, teilte der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) Mitte Februar gegenüber der Presse mit.

DSGVO in eigenen Gesetzen umgesetzt

So solle die Abbildung intensiver persönlicher Trauer, inniger Gebete oder des Kommunionempfangs grundsätzlich verboten werden. Der DJV forderte die katholische Kirche auf, „die Arbeit von Bildjournalistinnen und -journalisten nach den bewährten Grundsätzen des Presse- und Fotorechts ohne weitere Einschränkungen zu gewährleisten“. Anlass des Streits: Die Kirchen haben 2018 die Datenschutzgrundverordnung in eigenen Gesetzen umgesetzt. Das ist möglich, da sie nach dem Grundgesetz eine Sonderrolle einnehmen.

Für die Arbeit von Fotografen und Kameralenten in Kirchen, bei Gottesdiensten oder anderen kirchlichen Anlässen gelten nach diesem Gesetz über den kirchlichen Datenschutz (KDG) strengere Regeln als anderswo. Und: Im Regelwerk wird nicht ausdrücklich auf die Geltung des Kunsturheberrechtsgesetzes (KUG) hingewiesen. Das kritisierte der DJV heftig. Nach diesem KUG gibt es für Fotos und Bewegtbilder Ausnahmen vom Grundsatz, dass „Bildnisse“ nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet werden dürfen (Paragrafen 22 und 23 KUG), wie etwa für Personen der Zeitgeschichte, bei Veranstaltungen und Versammlungen sowie Landschaftsaufnahmen.

Der DJV geht davon aus, dass es seitens der evangelischen Kirche keine Einschnitte bei der Arbeit von Journalisten gibt. Die EKD hatte im November 2018 gegenüber dem Verband erklärt, dass das „normale, im KUG geregelte Bildrecht auch in ihrem Bereich „ohne Einschränkungen“ gelte. Das bedeutet, dass Aufnahmen ohne ausdrückliche Einwilligung zum Beispiel bei der Einweihung einer Kirche, bei Prozessionen, dem Gottesdienst grundsätzlich erlaubt sind. In Einzelfall kann eine abgebildete Person aber trotzdem ein besonderes Interesse haben, dass ihr Bild nicht verbreitet wird. Hier ist, wie so oft, eine Abwägung nötig zwischen dem Interesse der Öffentlichkeit und dem Persönlichkeitsrechten des Betroffenen.

Eine Sonderregel gibt es auch bei der EKD: Die Aufzeichnung oder Übertragung von Gottesdiensten oder kirchlichen Veranstaltungen ist nach dem evangelischen Datenschutzgesetz nur möglich, wenn die Teilnehmer „durch geeignete Maßnahmen über Art und Umfang informiert“ werden (Paragraf 53 EKD-Datenschutzgesetz). Weitere Restriktionen, etwa zur Art der Kameraführung oder zu übertragungsfreien Bereichen, wie bei der katholischen Kirche gibt es im Bereich der EKD nicht.

Die Datenschutzbeauftragten beider Kirchen setzen künftig hohe

Hürden zum Schutz von Minderjährigen: So müssen beide Sorgeberechtigte (!) die Veröffentlichung jedes einzelnen Bildes von Kindern unter 16 Jahren genehmigen. Nach einem Beschluss der EKD sind die Eltern sogar darüber zu informieren, welches Foto zu welchem Zweck verbreitet werden soll und wo und wie lange die Bilder zu sehen sein werden. Außerdem müsse auf die „Risiken einer Veröffentlichung im Internet“ ebenso hingewiesen werden wie auf die Möglichkeit, die Einwilligung jederzeit zu widerrufen (bjvlink.de/kinderfotos). Bei Jugendlichen über 16 Jahren wird auf deren eigene Einsichtsfähigkeit abgestellt.

Folgende Sonderregeln gelten außerdem für die katholische Kirche: Journalisten, die für innerkirchliche Medien oder Zwecke fotografieren oder filmen, haben nach dem KDG mehr Rechte als „Externe“. Sie dürfen Fotos oder Filme ohne ausdrückliche Genehmigung veröffentlichen. Für

die allgemeine Presse dagegen sind Bildaufnahmen in der Kirche oder bei kirchlichen Veranstaltungen grundsätzlich verboten. Davon gibt es Ausnahmen, etwa, wenn die abgelichtete Person einwilligt.

Bei dieser Abwägung wird im Einzelnen darauf abgestellt, wie intensiv eine Veröffentlichung in die Grundrechte des Betroffenen

eingreift. Dabei spielt auch die Form der beabsichtigten Veröffentlichung eine Rolle. Hier verweist die Konferenz der katholischen Datenschutzbeauftragten auf die Paragraphen 22 und 23 KUG – auch wenn nicht geklärt ist, ob das KUG neben dem kirchlichen Gesetz gilt. „Als Hilfestellung bei der Interessensabwägung“ könnten die dort genannten Kriterien und die dazu ergangenen Entscheidungen des Gerichts dienen, heißt es dazu. Wenn also bei Prozessionen oder Ereignissen eine unüberschaubare Menge von Menschen fotografiert werde, sei es naheliegend, dass die Verarbeitung der Daten ohne Kenntnis jedes Einzelnen erfolgen dürfe.

Das Hausrecht hat der Pfarrer

Für die Frage, ob in und um Kirchen überhaupt fotografiert und gefilmt werden kann, gibt es keine festen Regeln innerhalb der katholischen Kirche. Wer dies vorhat, muss nach dem Hausrecht mit dem zuständigen Pfarrer oder der Person sprechen, die für die Örtlichkeiten zuständig ist und sich hier eine Erlaubnis holen.

Diese Sonderregeln sind nicht einfach zu durchschauen. Allerdings sind bisher kaum Konflikte zwischen Pressefotografen und kirchlichen Stellen bekannt. In der Praxis funktioniert der direkte Dialog gut.

„Bei Kindern unter 16 Jahren braucht es für jedes Foto eine vorherige Einwilligung.“

Konferenz der katholischen Diözesan-Datenschutzbeauftragten.



Die Autorin

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

Foto: Udo Dreier

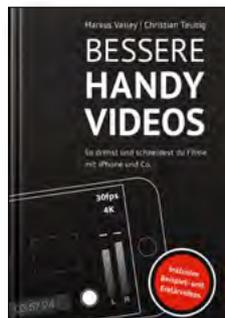


Dahoam is Dahoam seit 70 Jahren

Zum Jubiläum das passende Buch: Am 25. Januar 1949 übergab die US-Militärregierung den Vorläufer des *Bayerischen Rundfunks* in deutsche Hände. Wer wichtige Reden hielt und welche Musik (Händel und Bach) auf *Radio München* lief in jenem bedeutungsvollen Moment bayerischer Rundfunkgeschichte – das erfährt man 70 Jahre später in der Doktorarbeit von Georg Schulz, die in gekürzter, sprachlich gut lesbarer Fassung beim Regensburger Pustet Verlag erschienen ist. Die Geburtsstunde des BR nimmt er zum Anlass, die bis dato gängige Forschermeinung zu zerpfücken, der Sender habe einen besonders großen Beitrag zur Modernisierung Bayerns nach dem Krieg geleistet. Sein eigener kritischer Forscherblick zurück in die Weimarer Republik, als sich republikweit Rundfunk als Massenmedium etablierte, offenbart: Die staats-bayerische, parteipolitisierte, kultur-konservative „Dahoam is Dahoam“-Prägung der Anfangsjahre setzte sich trotz liberaler Reformbemühungen nach 1949 fort, auch weil es personelle Kontinuität (Lippel, Sattler) gab. Von der modernen Idee einer freien, demokratischen Programmgestaltung sei Bayern vor 1933 „noch ziemlich weit entfernt gewesen“, schreibt Schulz, und in den unmittelbaren Nachkriegsjahren ebenso. So gelang es der CSU unter ihrem Kultusminister Alois Hundhammer, dermaßen stark Einfluss auf die nominell unabhängige Anstalt öffentlichen Rechts auszuüben, dass offen vom „Hundhammer-Rundfunk“ gesprochen wurde. Schulz' fundierte Betrachtungen enden Mitte der 1950er Jahre, viel zu früh.

Senta Krasser

Georg Karl Maximilian Schulz: *Die Stimme Bayerns. Der Bayerische Rundfunk zwischen Tradition und Moderne.* Verlag Friedrich Pustet 2018, 216 Seiten, 29,95 Euro, ISBN 978-3-7917-2853-7. bjvlink.de/stimme-bayerns



Profi-Tipps fürs Filmen

Hollywood-Filme mit dem Smartphone drehen? Ja, das geht. Inzwischen beweisen sogar Regisseure wie Steven Soderbergh: Pixelige Wackelvideos sind Geschichte. Moderne Handys liefern hochwertige Videos. Allerdings braucht man für professionelle Ergebnisse Knowhow und das ein oder andere Zubehör.

Die Videojournalisten Markus Valley und Christian Teubig arbeiten natürlich auch mit großem Gerät. Die Hosentaschen-Kamera aber kann gerade für Journalisten in vielen Situationen eine günstige und schnelle Alternative sein. Per Du und betont locker führen die beiden Autoren ihre Leser durch unterschiedliche Drehsituationen und Produktionsschritte. Bildgestaltung, Kameraführung, Licht, Ton, Videoschnitt. Manchmal etwas iPhone-lastig. Sie geben App- und Equipment-Tipps und klären in einem kurzen Technik-Extra „für Nerds“ Branchenstandards mit ihrem Hintergrund.

Das Buch setzt Eigeninitiative und Kenntnis des eigenen Smartphones voraus. Wer ganz genau wissen will, wann er bei welcher App welches Knöpfchen drücken soll, ist bei diesem Band falsch. Das hätte auch wenig Sinn. Gerätefeatures und Apps ändern sich derzeit im Minutentakt. Immerhin – durch die Veröffentlichung im Selbstverlag sind schnelle Updates möglich.

Barbara Weidmann

Markus Valley, Christian Teubig: *Bessere Handy-Videos.* Selbstverlag, München 2018, 204 Seiten, 24,95 EUR, ISBN 978-3000612367
Mehr: besserehandyvideos.de



Wenn Kabarett dem Journalismus was vormacht

„Wir sind da einfach konsumierbarer, zugänglicher.“ Das Buch „Die Rache des Mainstreams an sich selbst“ ist, wenn man so möchte, eine Festschrift zum fünften Geburtstag der Fernsehsendung „Die Anstalt“ in neuer Besetzung und startet mit einem Interview mit den Protagonisten Max Uthoff und Claus von Wagner. Das Zitat vom Anfang bringt von Wagner im Zusammenhang mit der Frage, warum sich viele politische Themen nicht mehr ausreichend in Zeitungen oder (Nachrichten-)Sendungen finden und warum immer mehr Menschen sich lieber in Kabarett-Sendungen über aktuelle Entwicklungen informieren. Schließlich ist „Die Anstalt“ hier nicht allein, zu nennen sind etwa auch die „Heute Show“ oder „Extra 3“. Die Deutungshoheit der Journalisten scheint kleiner geworden zu sein. Das wird beim Lesen des Buches immer wieder klar. Obwohl: Um eine solche Sendung überhaupt produzieren zu können, wird im Hintergrund natürlich auch journalistisch gearbeitet – Filetstück sind immer die Tafelnummern, in denen von Wagner komplexe Zusammenhänge erklärt, ein Faktencheck liefert nach jeder Sendung die Quellen. Zu Wort kommen neben Uthoff und von Wagner auch viele Gäste aus den vergangenen Jahren, Herausgeber (und Anstalt-Redakteur) Dietrich Krauß und Fans der Sendung, selbst der ehemalige Minister Norbert Blüm ist dabei. Für alle, die einmal wissen möchten, wie „Die Anstalt“ funktioniert, wie eine Folge vorbereitet wird und wie die Redaktion recherchiert, ist die Lektüre Pflicht. Und, kaum zu glauben: Die Kabarettisten haben einiges von uns Journalisten gelernt. Warum soll das nicht auch umgekehrt funktionieren?

Johannes Michel

Dietrich Krauß (Hg.): *Die Rache des Mainstreams an sich selbst: Fünf Jahre „Die Anstalt“.* Westend Verlag 2019. 312 Seiten. 20 Euro (E-Book 16 Euro) bjvlink.de/rache

Google kennt uns ganz genau

Ob aktiver Nutzer oder nicht: Das Unternehmen weiß viel über jeden, der ein Smartphone besitzt oder im Internet unterwegs ist

Von Johannes Michel

Die vier „Großen“ der Tech-Branche – namentlich Apple, Facebook, Google und Microsoft – sind im Leben der meisten Menschen heute nahezu täglich präsent. Ob am Smartphone (Apple mit iOS, Google mit Android), beim Chat mit Freunden (über den Messenger WhatsApp, der zu Facebook gehört) oder beim Verfassen eines Artikels (Textverarbeitung Word von Microsoft) – mehrfach täglich kommen wir mit diesen Unternehmen in Berührung, ob wir es wollen oder nicht. Und sie sammeln massenweise (persönliche) Daten von uns.

Einen interessanten Unterschied beim Datensammeln gibt es aber: Während Apple und Microsoft ihr Geld mit Hard- und Software verdienen, leben Facebook und Google vorwiegend von Werbeeinnahmen. Sie haben daher großes Interesse daran, immer noch mehr über uns zu erfahren. Facebook ist hier aufgrund einiger Datenskandale aktuell in

aller Munde, Google dagegen sammelt Nutzerdaten etwas stiller und unbemerkter – jede Sekunde in unserem Onlineleben.

Laut einer aktuellen Untersuchung durch Computerwissenschaftler an der Vanderbilt Universität in Nashville kommuniziert ein Android-Gerät binnen 24 Stunden rund 900 Mal mit Google-Servern, in 35 Prozent der Fälle werden dabei Standortdaten übertragen. Über 100 Megabyte an Daten kommen so pro Monat zusammen. Das sorgt dafür, dass Google seine Nutzer intensiver kennt als andere Unternehmen und daher Werbung stark personalisieren kann.

So kommt es dann auch, dass die Nutzungsprofile über mehrere Geräte hinweg synchronisiert werden. Wer auf dem Android-Smartphone über die Google-Suche nach einem Produkt sucht, bekommt mit hoher Wahrscheinlichkeit am PC später Werbung für genau dieses angezeigt, insbesonde-

re dann, wenn er den Chrome-Browser verwendet, der ebenfalls von Google stammt. Dieser Werbung taucht bei Facebook oder auch beim Besuch von Webseiten auf, die mit Google-Anzeigen Geld verdienen.

Das Leben auf einer Landkarte

Ob es nun schlimm ist, dass Google viel über seine Nutzer weiß, wird in der Technikwelt heiß diskutiert. Oft ist das Argument zu hören, Google verlange für seine Dienstleistungen kein Geld von den Nutzern, dafür aber eben Daten. Und klar ist auch: Je mehr Google über uns gespeichert hat, desto besser funktionieren die Dienste. Ein Beispiel: Wer regelmäßig Zug fährt und sein Smartphone dabei hat, wird erleben, dass Verspätungen und andere Informationen zu den Zugverbindungen vom Gerät wie von Geisterhand recherchiert werden. In diesem Fall bringt Googles Datensammlung dem Nutzer etwas, sie ist also nicht nur negativ zu sehen.

Wie genau Google beim Datensammeln arbeitet, lässt sich sehr gut am Standortverlauf zeigen. Jeder, der ein Android-Smartphone verwendet und die Ortungsdienste eingeschaltet hat (was für manche Apps notwendig ist), kann über sich ein detailliertes Bewegungsprofil nachlesen. Abgerufen wird es folgendermaßen – am besten am Computer über einen Browser: www.google.de – oben rechts mit den Benutzerdaten anmelden, falls noch nicht geschehen – Menü mit den neun Punkten und „Maps“ anklicken – Hamburger-Menü (drei parallele Striche links) und dort „Meine Zeitachse“ wählen. Nun zeigt Google sowohl die aktuellen als auch vergangene Standortinformationen an.

Wer wissen möchte, wo er beispielsweise am 18. Oktober 2017 war, erfährt das hier problemlos. Ich beispielsweise besuchte an diesem Tag vormittags ein großes Möbelhaus und am Abend als Presseberichterstatter eine Stadtratssitzung. Auf der Google-Karte werden mit roten Pins die bereits besuchten Orte markiert.



Google ist auf allen Geräten präsent – ob als Suchmaschine oder über den Google Play Store auf Android-Smartphones.

Foto: Johannes Michel

Diese ausführlichen Standortinformationen sorgen gerne für Überraschungen. Als ich vor einem Jahr ein Seminar für kommunale Mitarbeiter in der Jugendarbeit abhielt und dieses Beispiel zeigte, ging ein Raunen durch den Seminarraum. Viele wissen, dass Google Daten sammelt. Welche Qualität diese aber haben, ist kaum bekannt.

Umfangreiches Dienstangebot

Nun ist es aber ja nicht nur so, dass Google (beziehungsweise der Mutterkonzern Alphabet) mit Android das weltweit erfolgreichste und meistgenutzte Smartphone-Betriebssystem sein Eigen nennt. Google ist auch die führende Suchmaschine – und die Daten, die hier über Nutzerprofile zusammengesetzt werden, sind keinesfalls zu unterschätzen. Wer Googles Browser Chrome verwendet und beim Surfen in seinem Google-Account eingeloggt ist, gibt Informationen über Suchen und Surfverhalten ganz automatisch an den Konzern weiter. Alle anderen Nutzer werden mit Cookies identifiziert, die Google beim Besuch der Suchmaschine auf dem Computer ablegt.

Das ist aber längst noch nicht alles. Google betreibt den Kartendienst Maps, der täglich Millionen von Menschen zur Navigation dient. Der Browser Chrome wurde ja bereits genannt, aufgrund seiner guten Performance wurde er zum erfolgreichsten PC-Browser. Dann wäre da noch das Videportal YouTube, das gerade aus dem Leben junger Menschen nicht mehr wegzudenken ist. Ganz klassisch kommt der Dienst Gmail daher, der deshalb so beliebt ist, weil jeder Google-Nutzer automatisch eine Mailadresse zugeteilt bekommt.

Google speichert Fotos in seinem Cloud-Dienst „Drive“, hilft Webseitenbetreibern bei der Auswertung von Besucherdaten („Analytics“), trackt unsere Körperdaten („Fit“), übernimmt die Rolle eines Bezahlendienstleisters („Pay“), übersetzt Webseiten („Übersetzer“) und baut seine Anstrengungen rund ums „Smart Home“ immer weiter aus. Daneben gibt es zahlreiche Dienste, die gerne fürs Büro genutzt werden – von „Google Text und Tabellen“ bis hin zum „Kalender“.

Ein radikaler Schritt könnte sein, sich einfach kein Android-Smartphone mehr zu kaufen und Google-Dienste zu meiden. Aber selbst das führt nicht dazu, dass die eigenen Informationen aus dem Google-Universum

fernbleiben. Denn mit AdSense ist Google ein großer Werbevermarkter. Und nahezu auf jeder größeren Webseite, auch oft auf den Webseiten von Medienunternehmen, ist Werbung über Google AdSense omnipräsent. Und per Cookie lassen sich die Webaktivitäten von uns Nutzern dann doch wieder verfolgen.

Besser ist also, auf andere Art zu beeinflussen, welche Daten Google sammelt und ab und an bestimmte Daten zu löschen. Ein erster Ansatz kann hier der Aktivitätsverlauf sein (*myactivity.google.com*). Hier lassen sich die Informationen nach Datum oder Produkt (zum Beispiel „Chrome“ oder „YouTube“) filtern und einzeln oder auch gesammelt löschen. Wer sich über den Tag nicht mehr verfolgen lassen möchte, kann im oben bereits vorgestellten „Standortverlauf“ diesen auch deaktivieren. Und weitere Optionen zu anderen Google-Diensten finden sich unter *myactivity.google.com/more-activity*, hier können auch alle Aktivitäten auf einen Schlag gelöscht werden.

Und was ist mit all jenen, die bei Android bleiben möchten? Für Android-Nutzer ist es selbstredend schwieriger, Google aus dem Weg zu gehen. Denn jedes Android-Smartphone braucht, um sinnvoll verwendet werden zu können, Zugang zum Google Play Store, also jenem virtuellen Laden, über den Apps installiert werden können. Und der Play Store erfordert ein Google-Konto. Hinzu kommt außerdem, dass der Speicherdienst Google Drive immer intensiver ins Betriebssystem Android eingebunden wird.

Unbegrenzter Fotospeicher

Das fängt schon damit an, dass Google über „Google Fotos“ unbegrenzten Speicherplatz für Fotos bereitstellt – ein Angebot, das kaum ein Nutzer ausschlagen will. Mit der Smartphone-Kamera geschossene Bilder werden damit automatisch auf Google Drive hochgeladen, verbrauchen aber keinen Speicherplatz (15 GB sind für jeden Nutzer ansonsten kostenfrei). Diese automatische Bildersicherung ist oft bei Anwendern aktiv, die fürs Speichern von Dokumenten und Fotos einen anderen Dienstleister verwenden.

Also: Nachschauen lohnt sich. Für Android-Nutzer ist außerdem ein guter Tipp, nicht den Chrome-Browser, sondern einen alternativen Browser aus dem Play Store zu

verwenden – auch Mozilla Firefox steht hier beispielsweise bereit.

Sinnvoll ist es auf jeden Fall, persönliche Informationen wie E-Mail- und Kalenderdaten auszulagern. Empfehlenswerte Dienste gibt es auch bei Anbietern aus Deutschland, etwa bei Posteo oder in der Deutschland-Cloud von Microsoft. Denn für die Verarbeitung von Mails wurde Google schon oft kritisiert – bis vor zwei Jahren wurden alle Nachrichten „gescannt“, um personalisierte Werbung anzuzeigen. Im vergangenen Jahr sorgte für Kritik, dass Google Dritten, unter anderem Entwicklern von alternativen Mail-Apps, Lesezugriff auf E-Mails gewährte. Betont wurde zwar, dass dies übliche Praxis sei. Wer aber noch immer viel mit E-Mails arbeitet, sollte andere Dienste als Gmail in Betracht ziehen.

Fazit

Um Google einen großen Bogen zu machen, ist nahezu unmöglich. Selbst Apple-Nutzer, die kein Google-Konto besitzen, kommen zwangsweise mit Google in Berührung, da viele Apps auf iPhones und iPads in irgendeiner Form an Google angebunden sind und auf Google-Server zugreifen. Am Wichtigsten ist, die eigenen Einstellungen im Google-Konto zu prüfen und unnötige Datensammelerei zu unterbinden. Änderungen haben aber auch Auswirkungen auf die Nutzbarkeit der Dienste.

Und, das zeigt sich dann doch: Google sammelt zwar viele Daten und Informationen über uns Nutzer, stellt aber auch Produkte bereit, die sich so bei der Konkurrenz nicht finden. Und für viele Anwender ist es einfach komfortabler, bei einem Anbieter verschiedene Apps und Dienste nutzen zu können – und nicht Navigation hier, Notizen-App da, Fotospeicher dort. Dieses umfassende Angebot ist nun einmal Googles Erfolgsgeheimnis.



Der Autor

Journalist und Technikexperte Johannes Michel betreibt mit *NachrichtenamOrt.de* eine lokale Onlinezeitung.

@Vieraugen,
jmichel@journalist-michel.de

Foto: Günter Distler

Digitale Sonderedition am Münchner Flughafen

Die Ausstellung „Pressefoto Bayern 2018“ und der Katalog zeigen rund 90 der besten Pressefotos. In diesem Jahr erwartet die Besucher am Münchner Flughafen zusätzlich eine neue Form der Präsentation. Ein Teil der Bilder wird auch in digitaler Form zu sehen sein – darunter in einer Sonderedition die Sieger aus den vorherigen 19 Wettbewerbsjahren. Die Ausstellung wird am Donnerstag, 16. Mai, um 18.30 Uhr, eröffnet und kann bis Sonntag, 30. Juni, besichtigt werden. Flughafen München, Terminal 2, Ebene O4, südlicher Check-in-Bereich.



Fotos: Lino Mergeler (links) und Heiko Trurnit; Collage: Kerstin Bornschein

BJV-/DJV-Termine

Dienstag, 30. April, 18–22 Uhr, München
BSW-Seminar: Erfolgreich mit YouTube – Strategien und Geschäftsmodelle mit Bente Matthes

Montag, 6. Mai, Internationaler Presseclub München
Podiumsdiskussion zum Tag der Pressefreiheit zum Thema „Whistleblowing“ und Preisverleihung 2019 (Einsendeschluss ist am Montag, 22. April 2019, bjv.de/pressefreiheit2019)

Dienstag, 7. Mai, 10–18 Uhr, München
BSW-Seminar: Mit Geschichten überzeugen – Storytelling im Journalismus mit Anja Gild

Donnerstag, 9. Mai bis Sonntag, 16. Juni, Nürnberg
Museum Industriekultur Nürnberg
Ausstellung Pressefoto Bayern 2018

Montag, 13. Mai, 18–22 Uhr, München
BSW-Seminar: Eigenmarketing für den Blog – Einführung und Strategien mit Bente Matthes

Donnerstag, 16. Mai bis Sonntag, 30. Juni, München
Flughafen München
Ausstellung Pressefoto Bayern 2018

Freitag, 17. Mai, 10–18 Uhr, München
BSW-Seminar: Selbstmarketing mit Storytelling mit Angelika Knop

Samstag, 25. Mai und Sonntag, 26. Mai, Bürgerhaus Pullach bei München
BJV-Mitgliederversammlung – Bayerischer Journalistentag 2019
bjv.de/bjv19 #bjv19. Weitere Informationen hierzu ab Seite 6.

Dienstag, 28. Mai, 18–22 Uhr, München
BSW-Seminar: Neue Wege und Ziele – Klarheit und Perspektiven für berufliche Neuorientierung mit Laura Burckhardt

Samstag, 14. September, Leipzig
Besser Online 2019
besser-online.info #djvbo

Interessante Tagungen 2019

Montag, 6. Mai bis Mittwoch, 8. Mai, Berlin
[re-publica](http://re-publica.com) 2019 – Motto: tl;dr (too long; didn't read)
Die größte Konferenz zu den Themen Digitalisierung und Gesellschaft in Europa ist auch für Journalisten seit Jahren eine sehr lohnende Tagung. re-publica.com #rp19

Freitag, 14. Juni und Samstag, 15. Juni, Hamburg
netzwerk recherche – Jahreskonferenz 2019
Die wohl vielseitigste Journalistentagung Deutschlands findet jährlich beim *NDR* in Hamburg statt. netzwerkrecherche.org #nr19

Dienstag, 2. Juli und Mittwoch, 3. Juli, Nürnberg
Lokalrundfunktag 2019

Der größte Branchentreff Deutschlands für den lokalen und regionalen Rundfunk.
lokalrundfunktag.de #lrft19

Mittwoch, 23. Oktober bis Freitag, 25. Oktober, München
Medientage München 2019
Europas größter Medienkongress auf der Messe München ist ein wichtiger Treffpunkt für Journalisten. medientage.de #mtm19

Weitere Termine auf der BJV-Website: bjv.de/termine und jeden Freitag im BJV-Newsletter: bjv.de/newsletter. Seminare auch unter bjv.de/seminare.

Otto Brenner Preis für kritischen Journalismus 2019

Der Bewerbungszeitraum für den Otto Brenner Preis 2019 hat am 1. April begonnen und endet am 30. Juni 2019. In diesem Jahr lobt die Otto Brenner Stiftung, die Wissenschaftsstiftung der IG Metall, den Preis zum 15. Mal aus. Der Preis wird unter dem Titel „Kritischer Journalismus – Gründliche Recherche statt bestellter Wahrheiten“ verliehen. Der Preis ist mit einem Preisgeld von insgesamt 47.000 Euro dotiert und wird in vier Kategorien, darunter auch ein Newcomer-Preis und drei Recherche-Stipendien, vergeben.
Informationen unter: otto-brenner-preis.de.

Weitere Journalistenpreise unter: newsroom.de/journalistenpreise.

Jubilare

Im Herzen ist er immer jung geblieben – dank der Jugendzeitschrift *Stafette*, die er jahrzehntlang als Chefredakteur führte, und dank seiner Enkel: Am 28. Mai feiert **Eduard W. Länger** in Nürnberg seinen 85. Geburtstag. Über zehn Jahre lang bis 1995 war der fröhliche Kollege Vorsitzender der Fachgruppe Zeitschriften.

Die Kollegen beim *Schweinfurter Tagblatt* und bei der *Würzburger Main-Post* wissen, was sie an **Hannes Helferich** haben. Er ist nicht nur ein engagierter Journalist, sondern war über zehn Jahre lang auch ein ganz rühriger Betriebsrat im Verlag sowie im Vorstand der BJV-Fachgruppe. Am 18. Mai feiert der Kollege mit dem enormen kabarettistischen Talent, der nach fast 46 (!) Dienstjahren als Redakteur in den Ruhestand trat, seinen 65. Geburtstag.

Sie tritt auf jedem Parkett sicher auf. **Daniela Philippi** berichtete 24 Jahre lang für den *BR* von den Bayreuther Festspielen, für *Radio France* in Paris gestaltete die Münchnerin wöchentlich eine Sendung auf Französisch, kommentierte kritisch die bayerische Landespolitik und schließlich war sie sieben Jahre lang die Sprecherin des Bayerischen Ministerpräsidenten und der Staatskanzlei. Am 5. Juni feiert sie ihren 70. Geburtstag. Wir gratulieren. (ak)

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

Stellvertreter:

Alois Knoller, alois.knoller@t-online.de
Tel. 0821 777-2155, privat Tel. 0821 741000
Redaktionsmitglied:
Senta Krasser, senta@krasserjournalismus.de,
Tel. 0174 1799682

Autoren dieser Ausgabe:

Michael Busch (T), Michaela Schneider (T, F), Günter Schneider (F), Dominik Berchtold (F), Senta Krasser (T), Bernd-Ulrich Wagner (F), Philipp Kimmelzwingler (F), Marcus Schlaf (F), Andreas Matsche (F), Lisa Haensch, Gert Ktautbauer (F), Petra Rühle (F), Thomas Mrazek (T, F), Günter Distler (F), Maria Goblirsch (T, F), Leo Frankl (F), Stefan Gregor (F), Alois Knoller (T), Sachelle Babar (F), Andrea Roth (T), Renate Schroeder (T), Roland Jalkh (F), Barbara Weidmann (T), Raimund Verspohl (F), Helena Werhahn (T, F), Cordula Kropke (F), Udo Dreier (F), Johannes Michel (T, F), Lino Mirgeler (F), Heiko Trurnit (F), Kerstin Bornschein (C), Jasmin Ziegler (F), Enric Mannen (F).

Gestaltung: Mediaservice Rudi Stix
Titelbild: Dominik Berchtold

Verantwortlich für Anzeigen:

Mediasüd Robert Macher, Tel. 091 81 29 99-477,
Fax -479 robert.macher@mediasued.de

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

Auflage: 8100 Exemplare
Erscheinungsweise: zweimonatlich
Redaktions- und Anzeigenschluss für Ausgabe 3/2019: 19. Mai 2019

Erscheinungstermin: 17. Juni 2019
ISSN: 0947-8337
Copyright 2017 by BJV & Autoren

Druckerei:

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

Der Kamera verschrieben

Der Reporter Josef „Joe“ Oexle starb mit 90 Jahren

Sein langes Journalistenleben klingt wie ein Märchen. Schon als Junge faszinierte Josef Oexle das Medium Film, so dass er ständig im Vorführraum der örtlichen Hohentwiel Lichtspiele zu finden war. Der Vater unterstützte das Hobby, kaufte ihm die erste Kamera und der Bub fing zu drehen an. Nach dem Krieg schrieb er Luis Trenker, die Bavaria Filmgesellschaft und



Joe Oexle 1973 in Ostpakistan.

Foto: privat/Fotograf nicht bekannt

berühmte Kameraleute an, um zu erfahren, wie er seine Leidenschaft zum Beruf machen könnte. Ende der 40er fuhr er mit dem Moped vom Bodensee nach München, um sich bei einem erfahrenen Kameramann vorzustellen, der die Deutschlandvertretung der amerikanischen Fernsehgesellschaft *NBC News* aufbaute. Er fand dort seinen Platz und aus Josef wurde Joe.

Ab 1950, gerade 22-jährig, reiste er um die Welt, immer hinter aktuellen Storys her. Er filmte die Olympiade 1952 in Helsinki, an der die Deutschen erstmals wieder teilnehmen durften. Er begleitete Konrad Adenauer 1955 nach Moskau. Er interviewte US-Präsident Truman, Kennedy und Berlins regierenden Bürgermeister Willy Brandt. Er begleitete Ei-

senhower und Chruschtschow auf Reisen. Bei der 40-Jahr-Feier der DDR entdeckte ihn Sowjetpräsident Gorbatschow im Reporterpulk und rief: „You are everywhere!“

Joe Oexle berichtete aus den Kriegs- und Krisengebieten in Vietnam ebenso wie im Kongo, beim Ungarnaufstand, bei Khomeinis Revolution im Iran und in Israel. Vom Jetfighter filmte er das

Betanken des Kampfflugzeugs in der Luft. Seine letzte Story führte ihn im Juni 1994 zum Jubiläum des D-Day an den Atlantikstrand der Normandie. Sein reiches Reporterleben war gekrönt von vielen Preisen, darunter zwei Emmys. Er war ein Teamplayer, hochprofessionell, präzise, durchsetzungsstark und immer bemüht um das beste Bild, den originalen Ton. In manchen Jahren war er 250 Tage unterwegs – und, so erinnert sich Tochter Daniela, trotzdem ein liebender Ehemann und zugewandter Vater. Seine letzten Jahre seien von Krankheit gezeichnet gewesen, dabei aber „verlor er nie den Mut, war nie deprimiert, immer charmant, hilfsbereit, freundlich“. Am Morgen des 4. Februar ist Josef Oexle in einem Pflegeheim in Haar mit 90 Jahren gestorben.

ne und Athleten begleitet. So war er 1997 beim legendären Aufstiegsspiel des FC Memmingen gegen Kickers Offenbach dabei, als die Partie kurz vor Schluss wegen Stromausfalls abgebrochen werden musste. Großes Interesse hatte er auch an der Kommunalpolitik, die er hart, aber fair kommentierte. Im BJV seit Januar 2004.

Wilhelm Gänsler, angesehener Wirtschaftsjournalist, starb am 29. Januar kurz nach seinem 90. Geburtstag. Nach leidvollen Kriegserfahrungen als jugendlicher Soldat studierte er Volkswirtschaft, wobei ihm die berühmte „Freiburger Schule“ auch soziales Denken, Verantwortungsbewusstsein und Mut zu kritischen Fragen vermittelte. Sein fundiertes Wissen in Nationalökonomie brachte dem Wirtschaftsjournalisten und Chefredakteur, der bei namhaften Zeitungen in Frankfurt, Bremen und München tätig war, große Anerkennung ein. Sport und Fotografie waren sein Hobby, als begeisterter Kletterer bezwang er so manchen Viertausender. Noch im hohen Alter war er ein ausdauernder Radfahrer. Im Ruhestand kehrte er nach Unadingen im Schwarzwald zurück. Im Verband seit Dezember 1962.

Markus Huber, Redakteur der Zeitschrift *SAZsport*, starb am 8. November 2018 nach langer schwerer Krankheit in Heidelberg im Alter von 47 Jahren. Im Juni 1999 kam er ins Team und die Redaktion lernte seine Mehrsprachigkeit, seine muntere, farbige Schreibe und seine humorvolle Gelassenheit schätzen. Seit 2015 war er freiberuflich tätig und tourte als Outdoor-Globetrotter durch die Welt. Im BJV seit Dezember 2000.

Siegfried „Sigi“ Andree war in Ingolstadt der „Mister *intv*“, das mit Abstand bekannteste Gesicht des regionalen Fernsehsenders. Völlig überraschend ist er am 12. Februar mitten aus dem Leben gerissen worden. Der Reporter wurde 62 Jahre alt. Er war 1989 von München nach Ingolstadt gewechselt, nachdem er zunächst zwei Jahre Erfahrungen bei einem Radiosender in Garmisch-Partenkirchen gesammelt hatte. In Ingolstadt leistete er Pionierarbeit, baute das Studio auf, zog sich Leute heran. „Hier war ich im Grunde auf mich allein gestellt“, erzählte er einmal. Er stand vor der Kamera, Schwerpunkte seiner Arbeit waren die

Reportage, die Politik und das *intv*-Wirtschaftsmagazin „Standort Ingolstadt“. Kollegen schätzten seine professionelle Herangehensweise und seine zurückhaltende, überlegte und einführende Art. Im BJV seit Oktober 1986.

Markus Brändle, Sportredakteur der *Memminger Zeitung*, starb am 20. Februar in Tannheim im Alter von 61 Jahren. Er hatte bei der *Schwäbischen Zeitung* in Leutkirch ab 1977 volontiert und blieb dort Redakteur bis 1994, ehe er ins bayerische Allgäu wechselte. Als Sportredakteur hat er kontinuierlich wichtige Verei-

Bernhard Rais, Gründer von *Locally*, starb am 15. Februar im Alter von 69 Jahren. Als kaufmännischer Angestellter bei den Vereinigten Wirtschaftsdiensten (vwd) kam er in den 70er Jahren mit dem Journalismus in Verbindung. Viele Jahre war er Pressebeauftragter diverser Vereine und begann Ende 1999 freiberuflich für *Netastic* mit Sitz in Prien am Chiemsee Online-Zeitungen aufzubauen. Später gründete er im Landkreis Günzburg die Website *locally.de*, um die Bürger zu informieren und die lokale Wirtschaft zu stärken. Im BJV seit Februar 2000. (ak)

„Eine neue Dimension des Erzählens“

Christoph Lemmer, Pionier des privaten Hörfunks in Deutschland, treibt für *Antenne Bayern* das Thema Podcast voran – mit klassischem journalistischem Handwerk.

Von Senta Krasser

Seit sieben Jahren legt Christoph Lemmer seine journalistische Neugier in das mysteriöse Verschwinden des Mädchens Peggy Knobloch aus Lichtenfels. Für *Antenne Bayern* berichtet der Reporter darüber regelmäßig on Air, im Fernsehen ist er gefragter Experte. Nach seinem Buch zum Kriminalfall gibt es nun die Podcast-Serie „Geheimakte Peggy“.

Sagen Sie mal, Herr Lemmer, sind Podcasts die Zukunft des Radios?

Christoph Lemmer: Podcasts sind in der Welt und es wird sie ab jetzt immer geben als wesentlichen Bestandteil des gesamten Medienangebots. Sie sind eine Möglichkeit, die Radio erweitern kann. Ich glaube aber nicht, dass die beiden Medien gegeneinanderstehen oder dass das eine Medium das andere abdrängen könnte. Eher konkurrieren Podcasts mit Hörbüchern.

Su Holder, Ihre frühere Kollegin bei 104.6 RTL Berlin, sieht die Sache radikaler. In ihren Ohren klingen die privaten Hörfunksender „momentan alle gleich und auch gleich langweilig“. Überall werde der Wortanteil gekürzt. Deshalb könnte Podcast das Radio „vielleicht vorübergehend“ ausstechen.

Als Su beim RTL-Radio war und ich ihr Chefredakteur, waren die Wortanteile dort exakt genauso hoch wie heute auch. Da wird gar nichts gekürzt. Zu meiner Zeit hatten wir durchaus die Möglichkeit, richtig lange journalistische Geschichten zu machen. Als eine Gasexplosion morgens um fünf ein Haus zerstörte, stellten wir das Format aus Musik und Comedy ab und berichteten den ganzen Tag in Wortbeiträgen über dieses Unglück. So was konnte man damals machen.

Das war in den 1990ern. Und heute?

Es gibt momentan relativ wenige Manager im Formatradio, die sich so etwas Radikales wie stundenlange Wortstrecken noch trauen. Insofern mag es zutreffen, dass die Sender ein bisschen gleichförmiger geworden sind. Aber ich

halte das nicht für eine unumkehrbare Entwicklung, sondern nur für eine Momentaufnahme.

Nach einer Station bei der Berliner Morgenpost landeten Sie 2012 bei Antenne Bayern und machen dort neuerdings wortreiche, werbefreie Podcasts. Wie kam es dazu?

Aus privaten Gründen wollte ich aus Berlin weg nach Bayern. Ich war auf Jobsuche und rief Valerie Weber an, die damalige Chefin von *Antenne Bayern*. Wir kannten uns, weil sie mich für ihre frühere Station, *Antenne 1* in Stuttgart, als Nachrichtencoach gebucht hatte. Sie wusste, dass ich mich bei allen Privatradios, für die ich tätig war, in erster Linie immer als Journalist verstanden habe.

Wie konnten Sie Valerie Weber überzeugen, über Monate im Fall Peggy recherchieren zu dürfen?

Das musste ich gar nicht. Valerie Weber hatte mich sogar ausdrücklich beauftragt: Schau dich um nach einem Thema, das dramatisch ist und in dem viel drinsteckt. Staatliches Fehlverhalten, menschliches Schicksal – was auch immer du findest, schlag's mir vor, und dann machen wir das, und zwar richtig. So bin ich auf den Fall Peggy gestoßen.

Warum haben Sie sich in Peggy verbissen?

Weil ihr Verschwinden von all dem, was ich mir unter einem spektakulären Kriminalfall vorstelle, das meiste mitbringt. Als ich anfang zu recherchieren, gab es zwar ein Gerichtsurteil, das war aber höchst umstritten. Zeugen sagten mir ins Mikrofon Dinge, die dieses Urteil widerlegten.

„Dieses Gefühl, ich bin ganz nah dran und dringe in die Tiefen menschlichen Verhaltens und Denkens vor – dafür ist Podcast wirklich toll“, findet Christoph Lemmer. Für seinen Stammsender *Antenne Bayern* hat der gebürtige Berliner mit „Geheimakte Peggy“ bereits die zweite Podcast-Serie produziert.

Foto: Jasmin Ziegler/
Antenne Bayern



Diesen Widersprüchen musste ich nachgehen. Es ist ja bis heute so: Keine Variante ist bewiesen. Man weiß nicht, wer letztlich der Böse ist. Mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit habe ich mit demjenigen schon mal persönlich gesprochen, ohne dass ich ihn durchschaut hätte. Auch darin liegt, so verrückt es klingen mag, eine Faszination.

„Geheimakte Peggy“ ist bereits Ihr zweiter Podcast für Antenne Bayern. Im Vorjahr machten Sie das Attentat am Münchener Olympiakaufszentrum als „Aktenzeichen XY“ hörbar. Was war bei Peggy die Herausforderung?

Wie immer: die Riesenmenge Stoff zu sortieren und in Worte zu fassen, so dass eine dramaturgisch vernünftige Erzählposition dabei herauskommt. Bei „Geheimakte Peggy“ kam hinzu, dass ich durch das Gespräch mit einer Moderatorin eine neue Dimension des Erzählens ausprobiert habe. Cordula Senft hält nicht nur den Rahmen der Erzählung zusammen, sie gibt mir als zweitem Sprecher auch die Möglichkeit, viel freier zu erzählen. Gemeinsam springen wir von Erzählnsel zu Erzählnsel. Wir wechseln zwischen O-Tönen von Originalprotagonisten und hörspielartigen Szenen.

Alte Kriminalfälle aufzurollen liegt im Podcasting-Trend, seit die US-Journalistin Sarah Koenig sich dem Mord an einer Studentin widmete. Hat „Serial“ Sie inspiriert?

Eher „Empire on Blood“, wo ein Reporter in der New Yorker Unterwelt recherchiert. Besonders packend finde ich jene Passagen, in denen Steve Fishman mit dem mutmaßlich unschuldig verurteilten Mörder spricht. Dieses Gefühl, ich bin ganz nah dran und dringe in die Tiefen menschlichen Verhaltens und Denkens vor – dafür ist Podcast wirklich toll.

Findet offenbar auch Ihr Sender und baut mit lautgut.de eine neue Podcast-Plattform mit True Crime auf. Kritiker finden, solche Formate seien näher an der Unterhaltung als am Journalismus. Sie bedienen den Voyeurismus und ignorierten das Leid der Opferfamilien. Berechtigt?

Sie fragen mich das ja jetzt in meiner Rolle als Macher eines True-Crime-Podcasts, und als solcher antworte ich Ihnen aus meiner Perspektive. Es ist die eines Journalisten. Ganz egal, ob ich einen Podcast produziere oder einen Nachrichtenbeitrag im Radio bringe, ich möchte erzählen und Information offenlegen. Das ist mein Job. Peggys Angehörige hatten im Übri-



Christoph Lemmer stammt aus Berlin, Jahrgang 1961, und lebt seit sechs Jahren bei München. Nach dem Zeitungsvolontariat bei der *Berliner Morgenpost* (für die er später noch einmal arbeiten sollte) wurde er Lokalchef des ersten privaten Radiosenders *Hundert,6* in Berlin. Es folgten Stationen bei diversen anderen Wellen unter anderem als Chefredakteur von *104.6 RTL Berlin*. 2005 machte er sich als freier Journalist, Berater und Coach selbstständig. Seit 2012 unterstützt Lemmer das Team von *Antenne Bayern*. Für dpa berichtete er vom NSU-Prozess. Auf *bitterlemmer.net* bloggt er medienkritisch.

Foto: Jasmin Ziegler/
Antenne Bayern

gen kein Problem damit, dass ich mit meinen Fragen ins Detail gegangen bin. Natürlich ist es herzerreißend, wenn Eltern ihre Kinder verlieren und davon erzählen. Wo der Voyeurismus beginnt und wo ein berechtigtes Interesse, das lässt sich meiner Meinung nach nicht eindeutig festlegen.

Serial ist der weltweit meistgehörte Podcast mit mehr als 175 Millionen Abrufen seit 2014. Wie gut laufen Ihre Podcasts?

Beim OEZ-Podcast sollen die Zahlen im Millionenbereich liegen. Wo bei ich ehrlich gesagt die Mechanik des Zählens nicht durchblicke. Auf jeden Fall bin ich auch mit „Geheimakte Peggy“ in den Charts mit dabei, in prominenter Nachbarschaft zu den Podcasts von *Spiegel* und *Zeit*. Man darf den Netzwerkeffekt nicht unterschätzen. Ist ein Podcast erfolgreich, wird über ihn gesprochen, was zu weiteren Downloads führt. Erfolg gebiert Erfolg. Man sieht's an *Serial*.

Immer wieder Serial, das scheint hierzulande die unerreichte Benchmark zu sein.

Ja, viele Podcast-Macher in Deutschland berufen sich darauf. Ich kann das nicht nachvollziehen. Es gibt zwar wahnsinnig viele Podcasts, wo zwei Leute spontan drauflos plaudern. Den wenigsten geht aber eine aufwändige journalistische Recherche voraus.

Die Podcasts unter dem Dach von Antenne Bayern fallen mit klassischem journalistischem Handwerk auf – das ist bei Privatradios nicht selbstverständlich.

Ich teile Ihre Annahme nicht. Bei *Antenne Bayern* arbeiten wir grundsätzlich sehr journalistisch, nicht nur im Podcast, sondern auch bei kleinsten Nachrichtengeschichten. Erinnern Sie sich an den Skandal um Müller Brot? Da war ich mal einen halben Tag lang unterwegs, um einfach nur ein Faktum hart zu kriegen für eine Meldung von 30 Sekunden. Auch im Fall Peggy lässt mir *Antenne Bayern* größtmögliche Freiheiten für Recherche.

Glaubt man Yvonne Malak, die mit ihrer Studie „Quo vadis Journalistenausbildung“ eine heftige Debatte in der Radioszene angestoßen hat, gibt es das klassische Berufsbild Journalist im privaten Hörfunk kaum noch. Deshalb müsse die Ausbildung angepasst werden: weniger journalistisches Handwerk, mehr Wissen über Verkauf.

Dem Bild vom General-Content-Produzenten, das Yvonne zeichnet, widerspreche ich vehement. Ich bin Journalist, ich möchte nicht verkaufen. Ich akzeptiere logischerweise, dass es den Verkauf gibt. Es muss ihn geben, weil er für uns Journalisten Geld einsammelt, damit wir journalistische Produkte herstellen können. Aber ich bestehe auf Arbeitsteilung. Ich halte auch nicht viel davon, Journalismus für verschiedene Medien unterschiedlich zu definieren. Es ist immer Journalismus, egal ob zum Lesen, Hören oder Glotzen. Und egal ob im Podcast oder on Air.



Die Autorin

Senta Krasser ist Redaktionsmitglied des *BJVreport* und arbeitet frei als Medienjournalistin.

@sentakrasser, senta@krasserjournalismus.de

Foto: Enric Mannen

Kontakt im Kleinformat



PRESESTELLEN

ENERGIE

erdgas schwaben
Dipl.-Ing. Cornelia P. Benesch
Leiterin Unternehmenskommunikation
anfrage@erdgas-schwaben.de
Bayerstr. 43, 88159 Augsburg
Telefon: +49 821 9002-390
Telefax: +49 821 9002-380
cornelia.benesch@erdgas-schwaben.de
www.erdgas-schwaben.de

Christoph Kahlen
Leiter Öffentlichkeitsarbeit
Thüga Aktiengesellschaft
Bayerstraße 39 | 80335 München
Tel.: 089 38192 3215
Fax.: 089 38197 1535
christoph.kahlen@thuega.de
www.thuega.de

thuega
Das große Plus bei Kommunikation

VERKEHR

LEW
Lechwerke | Ansprechpartner für die Presse
Dr. Thomas Renz | Ingo Bütters
Leiter Kommunikation | PR-Manager
T +49 821 328-1862 | T +49 821 328-1873
E thomas.renz@lew.de | E ingo.buetters@lew.de
Lechwerke AG • Schaubstraße 3 • 86150 Augsburg • www.lew.de
F +49 821 328-1660

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
Ausschaffenburg – Bamberg – Nürnberg – Roth – Regensburg – Passau

N-ERGIE
ANTRAGSBEWAERBUNG
Dr. Heidi Weller
Pressesprecherin
Telefon 0911 802-58063, Telefax 0911 802-58053
E-Mail: heidi.weller@n-ergie.de
Am Pfarrer 43, 90429 Nürnberg, www.n-ergie.de

Flughafen München GmbH
Hans-Joachim Bues
Leiter Unternehmenskommunikation
Ingo Anschlag
Leiter Presse
Postfach 23 17 55
85328 München
Telefon (089) 975-4 10 00/-4 11 00
Telefax (089) 975-4 10 05
hans.joachim.bues@muenich-airport.de
ingo.ansschlag@muenich-airport.de
www.muenich-airport.de

Stadtwerke Augsburg Holding GmbH
Jürgen Fergg
Pressesprecher
Hofler Weg 1
86152 Augsburg
Tel.: 0821 6500-8048
Fax: 0821 6500-8097
presse@sw-augsburg.de

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

swa
SWANUMMER

Win hier. Für uns.

Rubrikanzeige „Pressestellen“ im BJVreport

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

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

Wann dürfen wir Sie im BJVreport begrüßen?

Anzeigenmarketing BJVreport: Mediasüd, Robert Macher, Dr.-Eberle-Straße 2, 92318 Neumarkt, Telefon 091 81/2999-477, Fax 091 81/2999-479, robert.macher@mediasued.de

AFAG-Termine

fair network

Mitglied der Gesellschaft zur freiwilligen
Kontrolle von Messe- und Ausstellungsanzahlen



Mitglied im Fachverband
Messen und Ausstellungen



Änderungen vorbehalten! Stand: 15.1.2019



AFAG Messen und Ausstellungen GmbH

Messezentrum 1 · 90471 Nürnberg
☎ (0911) 98833-0 · 📠 (0911) 98833-500

AFAG Messen und Ausstellungen GmbH

Am Messezentrum 5 · 86159 Augsburg
☎ (0821) 58982-0 · 📠 (0821) 58982-300
www.afag.de · info@afag.de

Fachmessen



15. - 18. Oktober 2019
interlift Augsburg
Internationale Fachmesse für Aufzüge,
Komponenten und Zubehör
www.interlift.de



31. Oktober - 3. November 2019
iENA Nürnberg
Internationale Fachmesse
„Ideen - Erfindungen - Neuheiten“
www.iena.de



18. - 21. März 2020
GrindTec Augsburg
Internationale Fachmesse für
Schleiftechnik
www.grindtec.de



11. - 13. Oktober 2020
GastroTageWest Essen
Hotspot der Gastlichkeit - Produkte, Ideen,
Konzepte & Lösungen für die Gastronomie
www.gastrotage-west.de

Publikummessen



28. September - 6. Oktober 2019
Mainfranken-Messe Würzburg
Publikummesse für Lifestyle
mit Bauen & Wohnen
www.mainfranken-messe.de



26. Oktober - 3. November 2019
Consumenta Nürnberg
Süddeutschlands größte Publikummesse
für Lifestyle, Bauen & Wohnen
www.consumenta.de



24. - 28. Januar 2020
afa Augsburg
Publikummesse für Lifestyle
mit Bauen & Wohnen
www.afa-messe.de

Special Interest Messen



4. - 8. September 2019
Americana Augsburg
Internationale Messe für Reitsport und Western-
kultur. World Open Championship Westernriding.
www.americana.de



26. + 27. Oktober 2019
Gin+Tonic Messe Nürnberg
GINmarket-Treffpunkt für
GIN und Tonic Freunde
www.gin-tonic-messe.de



29. Oktober - 3. November 2019
Faszination Pferd Nürnberg
Das Indoor-Reitsportevent mit
Fachmesse & Show
www.faszination-pferd.de



31. Oktober - 3. November 2019
Autosalon Nürnberg
Neue Modelle und eMobilität
in Kooperation mit BILD Nürnberg
www.autosalon-nuernberg.de



1. - 3. November 2019
Heimtier Messe Nürnberg
Angebote, Informationen und Show rund um
die tierischen Freunde
www.heimtier-messe.de