Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

BJV report

Ausgabe 1/2019

Mentoring: Noch Platz am Lenker
Stipendiatin zieht es nach Beirut
Unimagazine: Mit Herzblut Blattmacher
Wie Investigativjournalisten arbeiten

www.bjv.de / www.djv.de

Sprache auf der Schlachtbank

Was wir mit Worten bewirken

Pressestellen A bis Z im BJV*report*

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

LEONI (U)

LEW Lechwerke (E)

LMU Ludwig-Maximilians-Universität München (BW)

N

N-ERGIE (E)

NÜRNBERGER Versicherungsgruppe (V)

NürnbergMesse (MA)

O/P/R

OMV Deutschland (U)

S

Sparkassenverband Bayern (F)

St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg (U)

StWN Städtische Werke Nürnberg (U)

Süddeutscher Verband reisender Schausteller und Handelsleute (VB)

swa Stadtwerke Augsburg Holding (E)

T/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
- Bundeszentrale für politische Bildung / Lokaljournalistenprogramm
- 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 **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 0 91 81 / 29 99-477, Fax 0 91 81 / 29 99-479, robert.macher@mediasued.de

Michaela Schneider
Leitende Redakteurin
Foto: Günter Schneider

Worte als Waffe

Wer stark sei, könne sich erlauben, leise zu reden, soll der US-amerikanische Präsident Theodore Roosevelt gesagt haben. 1906 wurde ihm als erstem Amerikaner der Friedensnobelpreis zuerkannt. Auch heute würde man sich allzu oft leisere Worte wünschen, wenn mit aggressivem Vokabular Politik gemacht wird. Journalisten bewegen sich hier auf heiklem Boden: Wer diffamierende Worte unreflektiert wiederholt, spielt rasch dem Populismus in die Hände. Gleichzeitig wäre Selbstzensur ein falscher Weg, wie in unserer Titelstrecke zu lesen ist. Auch in anderer Hinsicht ist Sprache ein interessantes Feld: So scheiden sich etwa an der Frage des Genderns die Geister – selbst innerhalb des BJV. „Streiflicht"-Autor Hermann Unterstöger gewährt in der Titelstrecke Einblicke ins Sprachlabor. Und wir haben recherchiert, ob es eine spezifisch junge Sprache in den Medien gibt. **Ab Seite 8**

Das Tandemprogramm des BJV für berufserfahrene Nachwuchsjournalisten startet wieder Anfang Mai. Auch andere Institutionen schnüren attraktive Mentoring-Angebote. **Ab Seite 6**

Sie sind die Botschafter der Leser. Und seit einem halben Jahr haben Deutschlands Medien-Ombudsleute einen eigenen Verein mit Sitz in Würzburg. **Ab Seite 26**

Wiederholt sich Relotius? „Bei uns nicht", sagen die Ressortchefs Recherche des *Bayerischen Rundfunks* und der *Süddeutschen Zeitung* bei einer Podiumsdiskussion des BJV. **Seite 33**

Unser Foto

Jim Albright
Selfie: Jim Albright

Na, erschrocken? Ein bisschen makaber sieht das Cover des *BJVreport* diesmal in der Tat aus. Doch manchmal braucht es Drastik, um auf Probleme aufmerksam zu machen. In Hassreden im Internet wird Sprache ebenso missbraucht wie in der Politik. Und um die Frage, ob unsere Sprache (und damit einhergehend die Gesellschaft) verrohe, wird wortreich gestritten. Zum Glück ist das Handwerkszeug des Journalisten kein Metzgerbeil, sondern eine – an sich – ganz wunderbare Sprache, die viel Platz für Nuancen, Feinheiten und durchdachte Erklärungen bietet. In einer fränkischen Metzgerei umgesetzt hat das Cover und das Titelstreckenmotiv (Seite 8) Pressefotograf **Jim Albright**. Der gebürtige Texaner trat 1978 in die U.S. Armee ein und arbeitete vier Jahre als Heeresjournalist und Fotograf in Nürnberg. Nach seinem Studium (Journalismus und Englisch in Texas) kehrte Albright nach Deutschland zurück. Zunächst war er als Redakteur für verschiedene Zeitungen der U.S. Armee tätig, seit 1993 ist er fest angestellter Fotograf bei der *Fränkischen Landeszeitung* in Ansbach. Auf Instagram findet man ihn unter dem Namen „Saupreissami".

Kaleidoskop

4 Medienköpfe
5 Social Media auf Papier

Verband

6 Der Platz am Lenker ist noch frei
BJV-Mentoring für berufserfahrene Nachwuchsjournalisten
8 BSW-Seminare 2019

Titel

10 „Schauen Sie jedes Wort kurz an"
Wie mit aggressivem Vokabular Politik gemacht wird
13 Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit 2019
14 Gendern bedeutet harte Arbeit für alle
Geschlechtergerechte Sprache ist bei den meisten Medien kein Thema
16 „Unsere Sprache ist wie ein Trampelpfad"
Einsichten von „Streiflicht"-Autor Hermann Unterstöger
18 Mindestens auf den zweiten Blick darf's Spaß machen
Die junge Sprache in Medien gibt es nicht, sagen Experten
19 Pressestellen

Medienszene

25 Bis zu 7500 Euro Zuschuss für Freie
25 Die Botschafter der Leser
26 Deutschlands Medien-Ombudsleute haben Verein gegründet
Journalistische Visitenkarten für den Berufseinstieg
28 Studierende in Bayern produzieren hochwertige „Unimagazine"

Verband

29 Ein Urteil, viel Verantwortung
Auf ein Wort mit Michael Busch
30 Aus dem Verbandsleben
32 Berufswunsch: Als freie Journalistin in Beirut
Serie Innenleben: BJV unterstützt Helena Werhahn mit Stipendium
33 „Da müsste schon jemand Schauspieler engagieren"
Wie BR *und* SZ *einen „Fall Relotius" verhindern*

Service

34 Recht
BGH: Fotos von Gemälden sind urheberrechtlich geschützt
35 Rezensionen
36 Technik
Wie sich Notebook und Co. weiterentwickeln
38 Termine

Zur Person

39 Jubilare
40 Nachrufe, Impressum

Sagen Sie mal …

41 „Marco Polo war ein früher Relotius"
Peter Linden lehrt das Schönschreiben von Reportagen, das seit den aufgedeckten Fälschungen im Magazin Der Spiegel *in Verruf geraten ist. Zu Unrecht, wie er findet.*

Foto: Matthias Hoch

Frank Förtsch (*@Frank-Foertsch*) hat nach 19 Jahren die Mediengruppe Oberfranken (unter anderem *Fränkischer Tag*) verlassen und verstärkt ab Frühjahr die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Landratsamt Bamberg. Der Seitenwechsler war seit 2012 alleiniger Chefredakteur aller Zeitungstitel des Verlags und zugleich Geschäftsführer der Redaktions-Sparte. Sein Nachfolger **Boris Hächler** (*@b2haech*) kam im Juli 2018 von der Karriereplattform experteer als Leiter redaktionelle Inhalte nach Bamberg.

Foto: Susanne Sigl

Kinga Rustler (*@KingaRustler*), im Juni 2018 von *Focus Online* zum Führungsteam der *HuffPost* dazugestoßen, verliert ihren Posten als Vize-Chefredakteurin ebenso wie zwölf andere Redaktionsmitglieder. BurdaForward stellt die deutsche Ausgabe der US-Online-Zeitung zum 31. März 2019 ein. Über einen weiteren Verbleib im Unternehmen gibt es derzeit Gespräche mit den Mitarbeitern. Über die Zukunft des Herausgebers **Cherno Jobatey** (@ChernoJobatey) ist noch nichts bekannt.

Christine Theiss, ehemalige Profi-Kickboxerin mit Doktortitel, ist jetzt Herausgeberin der Burda-Zeitschrift *fit for fun*. Die Produktion der Inhalte wird an die Redaktionsagentur mar10-media in Hamburg ausgelagert, was der DJV kritisierte. Theiss, die keine journalistische Erfahrung hat, soll der Marke *fit for fun* „neue Impulse" geben. Parallel moderiert die Wahlmünchnerin die *Sat.1*-Abspeckshow „The Biggest Loser". Bis 2017 war sie Mitglied des Fernsehbeirats der ProSiebenSat.1 Media AG unter Vorsitz von Edmund Stoiber.

Es ist wieder ein Zuagroasda: **Hans Werner Kilz** leitet seit 13. Januar den weißbierseligen „Sonntagsstammtisch" (Slogan: „bayerisch, bissig, bunt") im *Bayerischen Fernsehen*. Wie sein Vorgänger, der Darmstädter Helmut Markwort, stammt Kilz nicht aus Bayern: 1943 in der Weinmetropole Worms geboren, blickt der Journalist im Ruhestand auf eine Karriere als Chefredakteur von *Spiegel* und *Süddeutsche Zeitung* zurück. Im Unterschied zum Sanguiniker Markwort neigt Kilz eher zum Phlegma; dafür bringen seine wechselnden Co-Moderatoren (unter anderem Ski-Legende Christian Neureuther) urbayerisches Temperament in die Sendung ein.

Foto: *BR*/Philipp Kimmelzwinger

Foto: Ilena Mittermaier

Ivona Obradovic ist bei *Spot on News* von der Redaktionsleiterin zur Chefredakteurin neben Chefredakteur **Tobias Lobe** aufgestiegen. Die studierte Politikwissenschaftlerin und Ethnologin gehört zu den Gründungsmitgliedern der Münchner Nachrichtenagentur, die seit 2012 über Promis und Lifestyle berichtet.

Wolfgang Blau (*@wblau*) führt übergangsweise auch das Deutschlandgeschäft des US-Verlags Condé Nast. Er folgt auf **Moritz von Laffert** (*@MoritzLaffert*), der das Unternehmen zum Jahreswechsel, früher als geplant, verlassen hat. Blau, einst Chefredakteur bei *Zeit.de*, ist seit 2017 Condé Nasts Auslandschef mit Sitz in London.

Wolfgang Kerler (*@WolfgangKerler*), 33, ist seinen Job als Redaktionsleiter von *Wired.de* los. Condé Nast zog das von Berlin nach München umgezogen war, zum Jahresende den Stecker. Anfang 2018 war die Printausgabe eingestellt worden. Die anderen Redaktionsmitglieder, **Michael Förtsch** (*@micha*) und **Ben Hartlmaier** (*@CaptainBenski*), sollen neue Aufgaben bei Condé Nast erhalten.

Foto: Markus Konvalin / *BR*

Martin Wagner bleibt Hörfunkdirektor des *Bayerischen Rundfunks*. Der Rundfunkrat bestätigte ihn im Amt, das der Würzburger, Jahrgang 1954, seit 2014 bekleidet. Wagners Vertrag endet am 30. Juni 2020 mit dem Eintritt in den Ruhestand. Auch der Juristische Direktor **Albrecht Hesse** wurde wiederberufen; der 62-Jährige geht 2022 in Rente.

Stefan Schwabeneder, 1969 in Augsburg geboren, hat zu Jahresbeginn bei *Antenne Bayern* die Position als „Head of Comedy" übernommen. Schon 2003 bis 2004 war er für den Sender tätig. Bis Ende 2018 arbeitete Schwabeneder für **Bayern 3**; seine Vormittagsshow (mit Stefan Kreutzer) bekam 2015 den Deutschen Radiopreis.

In **Lara Gonschorowski**, 34, hat Bauer Media eine Nachfolgerin für **Anja Delastik** (*@anjadelastik*) gefunden. Delastik war Chefredakteurin von *Cosmopolitan* und *Maxi* und hat Bauer zum Jahresende verlassen. Ihre Stellvertreterin übernimmt die Chefredaktion von *Cosmopolitan*. *Maxi* wurde mit Ausgabe 1/2019 nach gescheitertem Relaunch-Versuch in München eingestellt.

Foto: Patrick Schuch

Lin Freitag (*@LinFreitag*) ist die neue Stellvertreterin von Chefredakteurin **Sabine Hofmann** bei der Funke-Frauenzeitschrift *Myself*. Die 31-Jährige kommt von der *WiWo* in Düsseldorf und folgt in München auf **Natascha Zeljiko** (*@natascha_zeljko*), die sich nach zwölf Jahren mit dem Portal *FemaleOneZero* in die Selbstständigkeit verabschiedet hat.

Foto: Markus Konvalin / *BR*

Nadine Cibu (*@nadine_cibu*) ist seit Februar zweite *BR*-Korrespondentin für die Landkreise Mühldorf am Inn und Altötting. Aus dem Studio in Mühldorf berichtet bereits seit Oktober **Laila Heyne** (*@LailaHeyne*).

Christoph Lütge (*@chluetge*), Professor für Wirtschaftsethik an der TU München, leitet das neu geschaffene TUM Institute for Ethics in Artificial Intelligence, das zu ethischen Fragen der Technologie forschen soll. Facebook spendiert die Erstfinanzierung von 6,6 Millionen Euro für fünf Jahre.

Senta Krasser

Demut und Transparenz

Die Nachwehen zur Causa Relotius werden den Journalismus noch jahrelang beschäftigen. Auch das Netz spielt beim Reflektieren und Deuten dieser Affäre eine bedeutende Rolle. Obligatorisch war nach der ersten Mitteilung bei *Spiegel Online* an jenem Mittwoch, 19. Dezember, 12.45 Uhr, erst mal ein Shitstorm bei Twitter. Neben geharnischter, aber meist moderat formulierter Kritik an Claas Relotius und dem *Spiegel* traten zuhauf auch jene Akteure stimmgewaltig auf, die es immer schon gewusst zu haben meinten, von den notorischen „Lügenpresse"-Krakeelern ganz zu schweigen. Sinnvolle und wohlüberlegte Analysen gab es zu diesem Moment verständlicherweise noch nicht – jeder musste das vor allem für Journalisten schier Unfassbare erst mal für sich verarbeiten. Als nützlich erwies sich da Wikipedia, vor allem als Nachschlagquelle. Bereits um 14.12 Uhr legte der Nutzer Cyve einen Artikel in der Online-Enzyklopädie an; der mittlerweile recht umfangreiche Beitrag gibt einen hervorragenden und stets aktualisierten Überblick zum Fälschungsfall (*bjvlink.de/wiki*).

Schnell reagierte unter anderem auch die Chefredaktion des *SZ-Magazins*, die sich bereits am nächsten Tag für zwei 2015 veröffentlichte fehlerhafte Interviews bei Lesern und Protagonisten entschuldigte; die Texte wurden von der Website entfernt (*bjvlink.de/sz-magazin*). Bei *Zeit Online* und *Zeit Wissen* berichteten vier Autoren im Glashaus-Blog über ihren „Wissensstand zu den Beiträgen von Claas Relotius" in ihren Medien (*bjvlink.de/glashaus- zeit*). Bei *Spiegel Online* sind mittlerweile rund drei Dutzend Artikel zum Thema erschienen, unter anderem wird ausführlich erklärt, wie man die Sache beantwortet; es gibt auch einen Pressespiegel, Leserbriefe werden dokumentiert: *bjvlink.de/spon*.

Von Relotius sind im Heft und in der Online-Ausgabe rund 60 Texte erschienen. Ende Januar veröffentlichte das Nachrichtenmagazin einen Überblick zum Stand der Untersuchung in eigener Sache, derzeit sind es 28 Texte, die überprüft wurden: *spiegel.de/relotius*. „Wir sind erschüttert, wir sind enttäuscht, wir sind wütend und, ja, wir schämen uns, dass wir diesem Betrüger auf den Leim gegangen sind", schrieb ebenfalls Ende Januar die Jury des *Reporter-Forums*, schließlich hatte sie Relotius vier Mal mit dem Deutschen Reporterpreis ausgezeichnet.

Wird Journalisten noch lange beschäftigen: die Causa Relotius.
Collage: Thomas Mrazek, Quellen: *Spiegel Online*, *Der Spiegel*, Nr. 52/2018

Betrugsfälle auf 31 Seiten dokumentiert

Ausführlich dokumentiert die Jury ihre Konsequenzen aus diesen Betrugsfällen in einem 31-seitigen Dokument. Darin findet man auch Relotius' 2018 ausgezeichnete *Spiegel*-Reportage „Ein Kinderspiel", die weder im Netz noch in manchen Pressearchiven auffindbar sei, betonen die Autoren: *reporter-forum.de*.

Viel Transparenz, Selbstkritik und auch Demut in eigener Sache also. Zu viel Bohei? „Ich habe oft den Eindruck gehabt, dass der Journalismus zu schnell zu viel Demut gezeigt hat, ohne in Ruhe zu prüfen, wo genau das Problem liegt", sagt zumindest Medienwissenschaftler Christoph Neuberger im *SZ*-Interview zu Betrugsfällen im Journalismus (*bjvlink.de/neuberger*).

Apropos Transparenz: Am 28. Januar veröffentlichte *Netzpolitik.org* das Gutachten des Bundesamts für Verfassungsschutz (BfV) „zu tatsächlichen Anhaltspunkten für Bestrebungen gegen die freiheitliche demokratische Grundordnung in der „Alternative für Deutschland" (AfD) und ihren Teilorganisationen". Das 436-seitige Gutachten wurde vom BfV als „Verschlusssache nur für den Dienstgebrauch" eingestuft. Das Dokument sei „eine wertvolle Recherchequelle für Journalist*innen, für antirassistische Initiativen und die interessierte Öffentlichkeit", begründen die Kollegen ihr Vorgehen. Anderen Medien läge es zwar vor, „sie zitieren aber nur daraus und beleuchten einzelne Aspekte des Dokuments".

Man darf gespannt sein, welche Reaktionen dieses „Leaking" für das Online-Angebot haben wird: *bjvlink.de/afd-gutachten*. 2015 ermittelte der Generalbundesanwalt gegen *Netzpolitik.org* und seine Quellen wegen des Verdachts des Landesverrats. „Es ging um unsere Veröffentlichungen von Ausschnitten von geheimen Haushaltsplänen des Verfassungsschutzes, die im Frühjahr 2015 dokumentierten, dass die Antwort der Bundesregierung auf die Snowden-Enthüllungen ein Aufrüsten unserer Geheimdienste in Sachen Netzüberwachung darstellen", berichtete *Netzpolitik.org*-Gründer Markus Beckedahl (*bjvlink.de/landesverrat*).

Legitime Einblicke in die Arbeit einiger Journalisten bietet seit Dezember der *Bayerische Rundfunk* in seiner neuen Reihe „Storyboard – Unsere Reporter und ihre Geschichten". Die Reporter „erzählen die Geschichte hinter der Geschichte. Themen der ersten Folgen sind „Wie wir Einblick in die Blackbox Schufa bekommen haben", „Wie wir über Berge berichten (…)" oder die fünf Jahre lang währende Beobachtung des NSU-Prozesses: *bjvlink.de/storyboard*.

Gezwitschert

Die Klammern hinter einigen Namen sind die Twitter-Adressen der Kollegen beziehungsweise Medien. Bereits 5000 Nutzer folgen dem BJV bei Twitter: *@bjvde*.

Der BJV ist zudem täglich für Sie im Netz: *bjv.de, facebook.com/bjvde* und am Freitag *bjv.de/newsletter*.

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

Der Platz am Lenker ist noch frei

Das BJV-Mentoring für berufserfahrene Nachwuchsjournalisten startet Anfang Mai

Von Maria Goblirsch

Bin ich hier richtig, wo ich gerade beruflich stehe? Oder brauche ich einen Wechsel, einen neuen Anfang, damit sich die Arbeit wieder richtig gut anfühlt? Stoße ich gerade an die gläserne Decke in meinem Job, geht nichts mehr weiter? Schaffe ich es, von der Festanstellung in eine freie Tätigkeit zu wechseln oder umgekehrt? Was entspricht meinen Fähigkeiten, wo liegen meine Schwächen und Stärken? Was traue ich mir wirklich zu?

Mentoring hat in Bayern Hochkonjunktur. Fast jede Institution oder jedes größere Unternehmen bietet dem ambitionierten Nachwuchs inzwischen ein entsprechendes Programm an. Der Bedarf an Unterstützung wächst, weil der Karriereweg längst nicht mehr so geradlinig verläuft wie in früheren Jahren, vieles weniger planbar geworden ist. Gerade junge Kollegen fänden in den Redaktionen oft keinen Ansprechpartner mehr, den sie um Rat fragen und dem sie sich vorbehaltslos anvertrauen könnten, sagt Wolfgang Soergel, der das Mentoring-Projekt des BJV seit seinem Start im Jahr 2005 betreut. Ein Blick auf das Angebot des Journalistenverbandes – sowie weitere Mentoring-programme.

Das Tandemprojekt des BJV richtet sich an Nachwuchsjournalisten unter 35, die mindestens drei Jahre Erfahrung im Beruf haben und sich verändern wollen. Dabei ist die Altersgrenze „keine rote Linie". Wer es gut begründen kann, wie etwa beim Wiedereinstieg nach einer Babypause, hat auch später noch eine Chance, ins Programm aufgenommen zu werden.

Kein aufgabenorientiertes Coaching

Anders als beim aufgabenorientierten Coaching geht es beim Mentoring nicht darum, ein spezielles Ziel zu fokussieren und in kurzer Zeit zu erreichen, um so die Leistung des Mitarbeiters zu verbessern. Oder ihm bestimmte neue Fertigkeiten beizubringen. Mentoring basiert auf einer langfristigen Beziehung und dem Aufbau von Vertrauen.

Und so läuft das BJV-Projekt ab: Erfahrene Journalisten unterstützen in individuell vereinbarten Vier-Augen-Gesprächen Nachwuchskräfte („Mentees") in ihrer beruflichen wie auch persönlichen Entwicklung. Dabei steht nicht das fachliche Können im Vordergrund, sondern die Persönlichkeitsentwicklung und die Motivation des Mentee.

Wer nur lernen wolle, bessere Texte zu schreiben oder Hilfe bei der Jobvermittlung suche, sei beim Mentoring fehl am Platz, sagt Projektleiter Wolfgang Soergel. Dies sei nicht Ziel des BJV-Mentorings – allerdings mitunter ein „angenehmer Nebeneffekt". Nicht der jeweilige Mentor gibt die Richtung vor, wo es lang geht. „Der Mentee sitzt vorne am Lenker des Tandems und gibt durch seine Erwartungen die Ziele vor, die dann gemeinsam erarbeitet werden. Der Mentor berät, spiegelt und ermutigt", beschreibt Soergel das Konzept. Jedes Team sei individuell, mit eigenen Themen und Herausforderungen.

Fürs Tandemprogramm des BJV können sich Interessenten noch bis zum 15. März bewerben. Foto: Maria Goblirsch

Dieser Austausch zwischen Mentee und Mentor läuft über zwölf Monate. Ein festes Mentoren-Team gibt es nicht. Die Wahl des Mentors richtet sich nach dem Profil des jeweiligen Teilnehmers, der auch Wünsche äußern kann, welchen berufserfahrenen Kollegen er an seiner Seite haben will. Und sollte die Chemie im Zweierteam später doch einmal nicht passen, dann ist auch ein Wechsel möglich. Ungleichgewicht der Geschlechter besteht bei den Mentees: 75 Prozent in den bisherigen acht Runden waren Frauen. Dagegen schrumpfte die Dominanz der Männer bei den Mentoren von Runde zu Runde. In der letzten waren die Mentorinnen erstmals in der Überzahl.

Weitere Mentoren-Programme

Auch andere Institutionen haben attraktive Angebote für Journalisten geschnürt. Im Folgenden einige Beispiele für laufende Mentoring-Programme:

Der **Internationale PresseClub München** bietet rund einem Dutzend junger Journalisten unter 30 ab April 2019 die Chance, ein Jahr lang von einem Medienprofi beim Einstieg in den Beruf beraten und begleitet zu werden. Erste Erfahrungen durch Praktika in den Medien werden vorausgesetzt, der optimale Zeitpunkt für das einjährige Mentoring sei während des Studiums. Das Programm wird ergänzt durch Seminare zum Beispiel zur Interviewtechnik, Moderation und Fotografie oder einem Bewerbungstraining (weitere Infos unter *presseclub-muenchen.de*).

Die **katholische Journalistenschule ifp** will Berufseinsteiger und erfahrene Journalisten vernetzen. Jeder Mentee wird von einem Mentor zwei Jahre lang begleitet (2019/2020). Als idealer Zeitpunkt für das Programm wird die Bewerbungsphase für ein Volontariat oder für einen Job danach genannt. Die meisten Mentoren sind Absolventen des ifp. Bewerben können sich Stipendiaten und Volontäre des ifp bis zum 15. Juni eines Jahres (Infos unter *journalistenschule-ifp.de/mentorenprogramm*).

Medienhäuser sowie Sender wie der *Bayerische Rundfunk* (*BR*) fördern den eigenen

Nachwuchs in hauseigenen Mentoring-Programmen. So bietet die Ausbildungsredaktion des *BR* seit 2017 ein Mentoring für Volontierende an. Das Programm hat Clemens Finzer, Leiter der Ausbildungsredaktion, gemeinsam mit der ehemaligen *BR*-Volontärin und BJV-Mentee Johanna Kempter ins Leben gerufen. Das Mentoring-Programm wird Volontierenden im zweiten Ausbildungsjahr angeboten, es endet drei Monate nach Ende des Volontariats.

Auch die **Jugendpresse Deutschland** und das Journalistennetzwerk **jungejournalisten.de** unterstützen gemeinsam Talente bei ihrem Einstieg in die Branche. Zielgruppe sind Abiturienten oder Studierende im ersten Semester. Auf der anderen Seite stehen hier Mentoren, die mindestens 25 Jahre alt sind und als Jungredakteure, Volontärinnen oder freie Mitarbeiter bei großen deutschen Medien- oder Verlagshäusern arbeiten. Der relativ geringe Altersunterschied von knapp zehn Jahren wird als Vorteil gesehen: Diese Mentoren könnten sich gut in die Lage ihrer Mentees versetzen. Schließlich sei es noch nicht lang her, da hätten sie sich diese Fragen selbst gestellt, heißt es dazu auf der Website der Jugendpresse Deutschland. Die Ausschreibung für das Mentorenprogramm startet jährlich im Herbst (Infos unter *jugendpresse.de/mentoringprogramm*).

BJV wendet sich an Berufserfahrene

Als Konkurrenz empfindet Soergel die in den letzten Jahren dazu gekommenen Projekte nicht, er sieht die wachsende Zahl positiv. Während andere Programme sich als Einstiegshilfe an Studierende oder Berufsanfänger wendeten, biete der BJV als einzige Institution bayernweit ein Mentoring für junge Journalisten mit Berufserfahrung an.

Mehr als 80 junge Journalisten haben bisher das BJV-Mentoring-Programm genutzt und sind in ihrer beruflichen und persönlichen Entwicklung einige Schritte vorangekommen. Die meisten Mentees haben den Kontakt zu ihrem Mentor auch nach Ablauf des Projekts nicht verloren.

Das BJV-Mentoring 2019/2020

Das Mentoring-Programm des BJV beginnt am 29. April 2019 mit einer Auftaktveranstaltung und läuft ein Jahr lang. Bewerben können sich Journalistinnen und Journalisten, die Mitglied im BJV sind, mindestens drei Jahre Berufserfahrung haben und nicht älter als 35 Jahre sind (Ausnahmen sind möglich). Das Programm ist ausdrücklich nicht für Berufsanfänger gedacht.

Bewerber sollten nicht nur an ihrer fachlichen, sondern vor allem auch an ihrer persönlichen Weiterentwicklung interessiert sein.

Die Teilnahme kostet 250 Euro. Bewerbungsschluss ist der 15. März 2019. Die Auswahl-Interviews finden am Donnerstag, 28. März 2019, in der BJV-Geschäftsstelle in München statt. Bewerbungsformular und Informationsblatt unter *bjv.de/mentoring*.

Für konkrete Fragen ist Projektleiter Wolfgang Soergel per Email unter *soergel@bjv.de* oder unter Telefon 0171/5331518 erreichbar.

Aktuelle Seminare

- Der Pressesprecher (26.02.-28.02.)
- Professionell in die Selbstständigkeit (04.03.-05.03.)
- Multimedia Storytelling (11.03.-13.03., Kulmbach)
- Texten für Fachmagazine (13.03.-15.03.)
- Unternehmenskommunikation (25.03.-05.04.)

Das Akademie-Programm 2018 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

BSW-Seminare 2019

Hier finden Sie die für 2019 geplanten Seminare des Bildungs- und Sozialwerkes des BJV (BSW). Informationen zu den Seminarinhalten und eine PDF-Broschüre mit allen Angeboten finden Sie unter: ***bjv.de/seminare***.

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

Falls Sie Fragen oder Wünsche haben, können Sie sich jederzeit an uns wenden: Monika Schulz in der BJV-Geschäftsstelle: *schulz@bjv.de* (ab März 2019: Kerstin Kellis, *kellis@bjv.de*) und Thomas Mrazek, ehrenamtlicher Bildungsbeauftragter im BJV: *mrazek@bjv.de*.

Die Angebote sind nach Datum aufsteigend aufgelistet.

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

Referentin: Constanze Elter, Journalistin, Dozentin und Moderatorin; Steuern – leicht gemacht! *constanze-elter.de*
Datum: Montag, 18. Februar, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: Presseclub Nürnberg
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Online-Journalismus für Öffentlichkeitsarbeit und Mitarbeiterkommunikation

Referentin: Simone Kirsch, Communication Managerin Online and Social Media, Siemens AG, München
Datum: Donnerstag, 21. Februar, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Bloggen mit Blogger – für Fortgeschrittene

Referentin: Angelika Knop, Online-Journalistin
Datum: Mittwoch, 27. Februar, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Acht
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Erfolgreich auf Xing – Beruflich Netzwerken

Referentin: Bente Matthes, Online-Journalistin, *missmatthes.com*
Datum: Dienstag, 12. März, 18 bis 22 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 45 Euro BJV-Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Reden kann doch jeder – nur: auf einmal sind da ein Mikrofon und eine Kamera

Referenten: Klaus Reindl, langjähriger Sprecher ADAC, PR-Berater und Markus Valley (Kamera), Video-Journalist, Medienpädagoge; Autor von „Das VideoTrainingsBuch“, *vj-coach.de*
Datum: Donnerstag, 14. März, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: 15
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Webinar Selbstorganisation 3.0: Mit diesen Tools arbeiten Sie effizienter

Referenten: Bernd Oswald, freier Mitarbeiter bei BR24 mit Schwerpunkt Social Listening und Verifikation, Trainer für digitalen Journalismus. Autor des Lehrbuchs „Digitaler Journalismus. Eine Gebrauchsanweisung“, *berndoswald.de* und *N.N.*
Datum: Drei Online-Treffen, jeweils Montag, 18., 25. März und 1. April, 17 bis 18.15 Uhr
Veranstaltungsort: Online
Teilnehmerzahl: 50
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Geschichten in 280 Zeichen – Storytelling in Social Media

Referentin: Anja Gild, Online-Journalistin, *about.me/anjagild*
Datum: Dienstag, 19. März, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Einmal recherchieren, x-mal veröffentlichen: Akquise, Mehrfachverwertung und Expóse

Referentin: Marion Trutter, Journalistin und Coach, marion-trutter.de
Datum: Dienstag, 26. März, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zehn
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Content Distribution – vom Teaser zum Tweet zum Post

Referentin: Anja Gild, Online-Journalistin, about.me/anjagild
Datum: Donnerstag, 4. April, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

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

Referentin: Constanze Elter, Journalistin, Dozentin und Moderatorin; Steuern – leicht gemacht! *constanze-elter.de*
Datum: Montag, 8. April, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

SEO WordPress – Einführung und Strategien

Referentin: Bente Matthes, Online-Journalistin, *missmatthes.com*
Datum: Mittwoch, 10. April, 18 bis 22 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 45 Euro BJV-Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Erfolgreich mit YouTube – Strategien und Geschäftsmodelle

Referentin: Bente Matthes, Online-Journalistin, *missmatthes.com*
Datum: Dienstag, 30. April, 18 bis 22 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 45 Euro BJV-Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Mit Geschichten überzeugen – Storytelling im Journalismus

Referentin: Anja Gild, Online-Journalistin, *about.me/anjagild*
Datum: Dienstag, 7. Mai, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Eigen-Marketing für den Blog – Einführung und Strategien

Referentin: Bente Matthes, Online-Journalistin, *missmatthes.com*
Datum: Montag, 13. Mai, 18 bis 22 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München

München

BJV-Geschäftsstelle
St.-Martin-Straße 64, 81541 München
Telefon 089 5450418-0
www.bjv.de

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

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

Mehr Wissen für Journalisten

Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 45 Euro BJV-Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Selbstmarketing mit Storytelling
Referentin: Angelika Knop, Online-Journalistin
Datum: Freitag, 17. Mai, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zehn
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Keine Angst vor Fake News
Referentin: Johanna Wild, Online-Journalistin und Gründerin der digitalen Fact-Checking-Agentur wafana, *wafana.de*
Datum: Dienstag, 4. Juni, 18 bis 22 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 45 Euro BJV-Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

BJV-Feedback: Content Distribution – streuen Sie Ihren Content in der richtigen Form in den richtigen Kanälen?
Referentin: Anja Gild, Online-Journalistin, *about.me/anjagild*
Datum: Donnerstag, 27. Juni, 18 bis 21 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 45 Euro BJV-Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Steuer-Know-how leicht gemacht – Buchhaltung im Griff – für Freiberufler
Referentin: Constanze Elter, Journalistin, Dozentin und Moderatorin; Steuern – leicht gemacht! *constanze-elter.de*
Datum: Montag, 1. Juli, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Webinar Digitale Detektivarbeit: Praxis-Webinar zur Verifikation von Quellen im Netz
Referenten: Bernd Oswald, freier Mitarbeiter bei BR24 mit Schwerpunkt Social Listening und Verifikation, Trainer für digitalen Journalismus. Autor des Lehrbuchs „Digitaler Journalismus. Eine Gebrauchsanweisung“, *berndoswald.de* und *N.N.*
Datum: Vier Online-Treffen, jeweils Montag,: 1., 8., 15. und 22. Juli, 17 bis 18.15 Uhr
Veranstaltungsort: Online
Teilnehmerzahl: 50
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Digitale Basics: Den Nutzer im Blick – Usability und Online-Journalismus
Referentin: Anja Gild, Online-Journalistin, *about.me/anjagild*
Datum: Donnerstag, 4. Juli, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Crashkurs Videoproduktion
Referent: Markus Valley, Video-Journalist, Medienpädagoge; Autor von „Das VideoTrainings-Buch“, *vj-coach.de*
Datum: Donnerstag, 26. September, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Journalismus mit Profil
Referentin: Marion Trutter, Journalistin und Coach, *marion-trutter.de*
Datum: Montag, 7. Oktober, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zehn
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Twitter als Eigenmarketing- und Recherche-Tool
Referentin: Bente Matthes, Online-Journalistin, *missmatthes.com*
Datum: Mittwoch, 9. Oktober, 18 bis 22 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 45 Euro BJV-Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Digitale Darstellungsformen im Verbraucherjournalismus
Referentin: Dr. Barbara Brandstetter, Professorin für Wirtschaftsjournalismus an der Hochschule Neu-Ulm, Autorin der Fachbücher „Verbraucherjournalismus“ und „Wirtschaft“
Datum: Donnerstag, 24. Oktober, 18 bis 22 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 45 Euro BJV-Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Agil und partizipativ – nutzerorientiertes Arbeiten im Digitaljournalismus
Referent: Matthias Leitner, Digital Storyteller und Change Manager unter anderem beim Bayerischen Rundfunk. Seminarleiter, *matthias-leitner.de*
Datum: Montag, 4. November, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Erfolgreich auf Pinterest – Pinterest als Eigenmarketing-Tool
Referentin: Bente Matthes, Online-Journalistin, *missmatthes.com*
Datum: Mittwoch, 6. November, 18 bis 22 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 45 Euro BJV-Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Keine Angst vor Fake News
Referentin: Johanna Wild, Online-Journalistin und Gründerin der digitalen Fact-Checking-Agentur wafana, *wafana.de*
Datum: Donnerstag, 14. November, 18 bis 22 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 45 Euro BJV-Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Verdachtsberichterstattung
Referent: Thomas Schuler, *prorecherche-lehrredaktion.org*
Datum: Montag, 18. November, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 95 Euro BJV-Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Mobile Reporting: Das Smartphone als Multimedia-Tool
Referentin: Barbara Weidmann-Lainer, Crossmedia-Trainerin, *fit-for-crossmedia.de*
Datum: Mittwoch und Donnerstag, 27. und 28. November, 10 bis 18 Uhr
Veranstaltungsort: BJV-Geschäftsstelle München
Teilnehmerzahl: Zwölf
Kostenbeitrag: 140 Euro BJV-Mitglieder, 280 Euro Nichtmitglieder

Aktualisierungen und weitere Informationen *bjv.de/seminare*

Nürnberg

Presseclub Nürnberg
Gewerbemuseumsplatz 2, 90403 Nürnberg
Telefon 0911 214550
www.presseclub-nuernberg.de

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

„Schauen Sie jedes Wort kurz an“

Wird mit aggressivem Vokabular Politik gemacht, bewegen sich Journalisten auf heiklem Boden. Wiederholen sie sprachliche Entgleisungen unreflektiert, spielen sie dem Populismus in die Hände.

Von Michaela Schneider

Foto: Jim Albright

Es handle sich um einen Begriff, der letztlich geltendes Asylrecht verhöhne, erklärte Sprachwissenschaftlerin und Juryvorsitzende Nina Janich vor wenigen Wochen bei Bekanntgabe des Unworts des Jahres 2018. Die Rede ist von „Anti-Abschiebe-Industrie". Wortschöpfer war im Frühsommer 2018 Alexander Dobrindt, Chef der CSU-Landesgruppe im Deutschen Bundestag. Die Regierungspartei handelte sich damit den Vorwurf ein, die AfD offenbar rechts überholen zu wollen. Doch sind Begriffe wie „Anti-Abschiebe-Industrie", „Kopftuchmädchen" oder „Asyltourismus" nur Ausrutscher? Wohl kaum, nicht selten wird mit aggressivem Vokabular Politik gemacht. Sprachliche Grenzen werden ausgereizt, Tabus bewusst gebrochen.

„Wie eine Nation sich ihr Denken einredet"

Um zu erklären, warum dies so gefährlich ist, ein Blick in die Wissenschaft. Linguisten sprechen von „Framing" und verstehen darunter einen Rahmen, in den jedes Wort eingebettet wird. Sobald ein Begriff fällt, aktiviert das menschliche Gehirn jede Menge abgespeichertes Wissen. Heißt umgekehrt: Mit jedem Wort kommuniziert man eine Fülle von Ideen. Und je häufiger der Mensch einen Begriff hört, desto eher ist das Gehirn dazu bereit, den gesetzten Rahmen – also den Frame – als wahr anzuerkennen. „Diesen Effekt machen sich Politiker zunutze", sagt Linguistin Elisabeth Wehling. In ihrem Buch „Politisches Framing. Wie eine Nation sich ihr Denken einredet – und daraus Politik macht" fordert sie: Es sei höchste Zeit, die Naivität gegenüber der Bedeutung von Sprache in der Politik aufzugeben. „Wir erleben derzeit eine Verrohung der Sprache, in Deutschland vor allem mit Blick auf die AfD", sagt sie im Interview mit dem *BJVreport*.

> **„Mit jedem Wort kommunizieren wir eine Fülle von Ideen."**
> Elisabeth Wehling, Sprachwissenschaftlerin und Autorin

Gerade Journalisten bewegen sich hier auf glattem Eis: Einerseits kommen sie kaum umhin, über sprachliche Entgleisungen in der Politik zu berichten. „Wir können nicht so tun, als wären solche Begriffe nicht in der Welt", sagte Bascha Mika, Chefredakteurin der *Frankfurter Rundschau* vorigen Herbst während der Münchner Medientage. Gleichzeitig trägt deren Wiederholung aber dazu bei, dass sich politische Diskurse und gesellschaftliches Denken verschieben. Dem Populismus wird in die Hände gespielt.

Was aber als Journalist tun, ohne sich dem Vorwurf einer Selbstzensur auszusetzen? Eine erste Empfehlung von Sprachexpertin Wehling: „Wörter sind nicht neutral, sie spiegeln fast immer eine Weltanschauung. Seien Sie sich dessen bewusst. Schauen Sie sich jedes Wort, das auf den Tisch kommt, kurz an – und verlassen Sie sich dabei auch nicht auf den kritischen Blick anderer. Nur weil alle ihn benutzen, muss ein Begriff nicht automatisch ideologiefrei sein."

Dafür ein Rückblick ins Jahr 2015. Damals war plötzlich in etlichen Medien – reichlich unreflektiert und wohl auch mit gewisser linguistischer Naivität – von einer „Flüchtlingskrise" die Rede. „Das Problem ist: Der Begriff suggeriert, dass eine Krise von den Menschen selbst provoziert wird. Viel besser wäre ein weniger personelles Vokabular gewesen, Fluchtkrise zum Beispiel", sagt Nancy Grochol. Die 36-jährige Lektorin wissenschaftlicher Texte ist Mitherausgeberin des „Wörterbuchs des besorgten Bürgers". Ein Autorenkollektiv aus Leipzig hatte zunächst auf dem Portal *sprachlos-blog.de* problematische Begriffe gesammelt und Hintergründe erklärt. „Als wir in kurzer Zeit um die 80 Begriffe zusammengeklaubt hatten, entschieden wir ein Buch zu schreiben", sagt Grochol. Zielsetzung: Argumentationshilfen im Umgang mit – in den meisten Fällen rechten – Stammtischparolen. „Wir wollen zudem vermitteln: Es ist nicht egal, wie wir sprechen", ergänzt sie.

Dass 2015 längst nicht nur Politiker oder Stammtischler im Sprachgebrauch, sondern auch viele Journalisten in seriösen Medien den Begriff „Flüchtling" kombinierten mit Worten wie Welle, Strom, Flut, Lawine oder gar Tsunami, verschlimmerte die Sprachlage noch – und verdeutlicht, wie auf den ersten Blick recht harmlos wirkendes Vokabular Denken beeinflussen kann. Menschen wurden mit Naturkatastrophen verglichen und der Eindruck entstand, sie selbst stellten eine Gefahr dar, die es zu bekämpfen gelte. Ganz neu ist das nicht, zur Erinnerung: 1996 hatte die Jury das Wort „Rentnerschwemme" zum „Unwort des Jahres" gekürt und ein „falsches, angstauslösendes Naturbild für einen sozialpolitischen Sachverhalt" kritisiert.

Der Fehler ist man sich inzwischen bewusster

Es komme zwar immer wieder zu Ausreißern, aber immerhin hat Grochol den Eindruck, dass man sich der Wirkung und Bedeutung von Sprache – und auch mancher Fehler, die man gemacht habe – inzwischen bewusster sei. Dies stützt auch ein Blick auf anstehende Neuerscheinungen im März: In „Verbrannte Wörter" will *Welt*-Redakteur Matthias Heine zum Beispiel laut Buchvorschau unter anderem hinterfragen, „welche Wörter man benutzen darf, ohne an die NS-Ideologie anzuknüpfen". Und in „Die neue Zensur" wird Journalist Christian Bommarius wohl auch kritisch auf Menschen schauen, die das Recht auf freie Meinungsäußerung mit Füßen träten, indem sie das Internet „in eine Kloake von Rufmord, Beleidigung und Einschüchterung" verwandelten.

In einem Forschungsprojekt wollte Elke Wagner, Pro-

fessorin für Spezielle Soziologie und Qualitative Methoden der Empirischen Sozialforschung an der Julius-Maximilian-Universität in Würzburg, wissen, wie Social-Media-Manager dem Problem begegnen, einerseits Meinungsfreiheit zuzulassen und andererseits Hassrede zu verhindern. Das Ergebnis ihrer qualitativen Untersuchung war recht ernüchternd: Allgemeingültige Regeln gebe es kaum. Bei manchen Medienformaten werde mehr zugelassen, bei anderen weniger. Bestimmte Wörter auf den Index zu setzen führe nur dazu, dass auch Satire, Ironie oder Kritik indiziert würden. Die meisten Manager beschrieben das eigene Vorgehen als Bauchentscheidung.

„Wir müssen wieder mehr Debatten führen“

„Ich glaube weniger an Regeln, wir müssen wieder mehr Debatten führen“, sagt Wagner. Und dazu können gerade auch Redaktionen beitragen. „Ein Journalist darf nicht vorbeischauen, wenn die Gesellschaft nach rechts rückt, selbst wenn ein Aufgreifen bestimmter Äußerungen zu deren Verbreitung beiträgt“, ist die Professorin zudem überzeugt.

Wie dies im redaktionellen Alltag aussehen kann, zeigt ein Blick nach Mittelfranken. „Wir haben mit Markus Söder selbst einen Ministerpräsidenten, der im Vorjahr das Wort vom Asyltourismus geprägt hat. Sind solche bewusst gesetzten Sprachverunglimpfungen auf dem Markt, sind wir als Medium erst recht gehalten, mit Sprache als unserem täglichen Handwerkszeug sehr sorgfältig umzugehen“, sagt Michael Husarek, Chefredakteur der *Nürnberger Nachrichten*. „Ich denke, hier ist die Sensibilität in den Redaktionen gewachsen, spätestens seit wir umgeben sind von populistischen Bewegungen wie Pegida oder der AfD als rechtspopulistischer Partei.“

> **„Ich setze auf die heilende Kraft der Berichterstattung.“**
> Michael Husarek, Chefredakteur der *Nürnberger Nachrichten*

Husarek gesteht aber auch ein: „Wir gehen Politikern und PR-Abteilungen nach wie vor auf den Leim.“ Als höchst problematisch etwa habe er den Begriff „Ankerzentrum“ empfunden, der sich inzwischen gesellschaftlich etabliert hat. Anker bedeute, sich in einem sicheren Hafen zu befinden, stehe für eine Wohlfühlsituation. „Mit der Realität hat das nichts zu tun. Wir reden von Lagern, in denen bei uns am Rande des Verbreitungsgebietes in Bamberg bis zu 1300 Menschen auf engem Raum untergebracht sind“, sagt er.

Wie aber als Medienhaus verantwortungsvoll damit umgehen, wenn selbst Vertreter der großen Volksparteien hochproblematisches Vokabular in Umlauf bringen? „Im Grunde bräuchte es redaktionsintern einen Sprachsensor, der bei der ersten Nennung warnt, noch ehe ein Begriff überhaupt in den Medien erscheint“, überlegt der Chefredakteur. Die Realität sieht dann doch anders aus, Husarek empfiehlt: Die Aussage zitieren – Begriffe jedoch sehr, sehr frühzeitig einordnen, kommentieren, kritisieren und den Lesern deutlich zeigen: Vorsicht, hier wird Sprache als politische Waffe missbraucht!

Das bekräftigt auch Linguistin Elisabeth Wehling und formuliert dies in „Politisches Framing“ folgendermaßen: „Unserem Gehirn ist es vollkommen egal, ob wir eine Idee bejahen oder verneinen. Es tut in beiden Fällen dasselbe: Es ruft erst einmal die Idee auf, um die es geht.“ Oder wissenschaftlich ausgedrückt: Frames zu negieren bedeute, sie zu aktivieren und neuronal noch zu verstärken. Deshalb sei es so wichtig, Schlagworte nicht nur aufzugreifen, sondern problematische Begriffe zu diskutieren, zu erklären, was diffamierende Sprache bewirke, und immer wieder genau zu überlegen, welche Worte man selbst verwende. Wehling nennt als Beispiel einen Artikel zum Thema Steuerreform. Schreibt der Journalist von Steuerlast oder Steuerbürde, gibt er dem Artikel einen negativen Anstrich. Der Begriff Steuerverantwortung dagegen aktiviert einen anderen Frame: Durch Steuern kann die Gesellschaft Dinge kollektiv leisten, die man allein nicht schultern könnte.

Kaum gelingen kann eine Begriffserklärung in der Regel in der Kürze einer Überschrift oder eines Teasers, warnt Nancy Grochol. Denn selbst wenn später im Text eingeordnet wird, muss der Schreiber davon ausgehen, dass die Überschrift überflogen, der zugehörige Artikel jedoch nicht gelesen wird. Deshalb sollten Journalisten dreimal überlegen, ob es das reißerische Vokabular hier tatsächlich braucht. Schwierig werde es, wenn Redaktionen Überschriften ohne das Wissen der Autoren umformulieren. „Hier sollten gerade auch freie Journalisten ein schärferes Mitspracherecht einfordern“, empfiehlt die 36-Jährige.

Nicht über jedes Stöcklein springen

Bleibt die Frage: Muss tatsächlich jede sprachliche Entgleisung in der Politik in der Zeitung stehen? Auf lokaler Ebene gehen die *Nürnberger Nachrichten* teilweise einen anderen Weg, Beispiel Berichterstattung aus dem Nürnberger Stadtrat. Diesem gehören auch zwei Mitglieder der „Bürgerinitiative Ausländerstopp“ an. „Nach einigen Stadtratssitzungen merkten wir, dass deren Stoßrichtung immer dieselbe ist. Wir beobachteten regelmäßig einen aus Sicht der Zeitung inakzeptablen Zungenschlag in ihren Aussagen, stets nahe an das rechtspopulistische bis rechtsradikale Spektrum angelehnt“, so der Chefredakteur. Die Redaktion habe dann entschieden, die Aussagen dieser Stadträte nicht zu zitieren, um nicht „genau über das Stöcklein (zu) springen“, das den Journalisten entgegengehalten werde. Auch bei Aussagen etwa von AfD-Vertretern empfiehlt Husarek, vor einem Zitat immer erst die Relevanz des Nachrichtenwerts zu prüfen.

Journalisten brauchen Freiheit

BJV-Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit 2019

Einsendeschluss: 22. April 2019

Eine demokratische Gesellschaft funktioniert nur mit einer freien Presse. Deshalb vergibt der **Bayerische Journalisten-Verband (BJV)** einen Preis zum **Tag der Pressefreiheit 2019**. Ausgezeichnet wird ein journalistisches Werk (Karikatur, Foto, Video-/Audioclip oder Text), das sich herausragend mit dem Wert der Pressefreiheit auseinandersetzt. Nähere Informationen finden Sie unter: **bjv.de/pressefreiheit2019**

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

Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

Die Stimme der Journalisten in Bayern

Gendern bedeutet harte Arbeit für alle

Geschlechtergerechtes Formulieren ist bei den meisten Medien kein Thema

Von Thomas Mrazek

Liebe Leser*innen …“, der große Titelseiten-Aufmacher der Wochenendausgabe der *Hannoverschen Allgemeine* vom 19./20. Januar machte schon was her. Freilich wollten die Kolleg*innen die Aufmerksamkeit damit „nur“ auf die Sprachreform der Stadt Hannover richten. Selber wird sich wohl bei den Niedersachsen ebenso wenig in Sachen geschlechtergerechtes Schreiben ändern wie bei den meisten Zeitungen und Zeitschriften.

Inkonsequent verhält sich die *taz*. Mal verwendet sie das Binnen-I (JournalistInnen), mal das Sternchen: „Ob Autofahrer*innen durch das kostenlose Angebot tatsächlich umsteigen, darüber sind sich Expert*innen uneinig.“ An anderer Stelle lautet eine Überschrift: „Steuern rauf für Autokäufer“ – die Männer sind mal wieder die Dummen, könnte man plump kritisieren. Der *Spiegel* verwendet die gendergerechte Sprache offenbar nur mit spitzen Fingern, wie ein Satz in der Ausgabe 4/2019 verdeutlicht: „Sie soll AfD-Wähler ansprechen und gleichzeitig Student*innen, denen der Genderstar am Herzen liegt.“

Immerhin es tut sich etwas, konstatiert Anna Mayrhauser im *Missy Magazine*: „War es früher geradezu undenkbar, dass Medien, die nicht in linken Kontexten zu Hause sind, gendern, ringen sich heute selbst größere Medien ab und zu dazu durch. Zwar findet man bei *Zeit* und *Spiegel* so gut wie nie ein Binnen-I oder gar einen Gender Gap, doch bemühen sich etwa die Jugendportale der Verlage *ze.tt* und *bento* um geschlechtergerechte Sprache.“ Das *Missy Magazine* verwendet heute das Sternchen. Mayrhauser berichtet: „Wenn ich für andere Magazine schreibe und mir das Sternchen rausredigiert wird, bin ich irritiert.“ Neuen Schwung in die Diskussion ums „Gendersternchen“ dürfte bringen, dass es nun Ende Januar zum „Anglizismus des Jahres“ gewählt wurde. Die Jury begründete dies unter anderem mit der zentralen Bedeutung, die das „Gendersternchen“ in der Auseinandersetzung über die sprachliche Gleichbehandlung aller Geschlechter eingenommen habe.

Diese Karikatur lag beim letzten DJV-Verbandstag aus und sollte fürs Thema Gendern sensibilisieren. Karikatur: Katharina Greve

Was soll der „Sternchenscheiß“?

ze.tt, das im Sommer 2015 für junge Leser*innen gestartete Angebot des ZEIT Verlags, gendert als erstes kommerzielles Online-Magazin in Deutschland „nahezu von Anfang an“, sagt Chefredakteurin Marieke Reimann. Auf ihrem Twitter-Profil (*@riemreim*) prangt an oberster Stelle eine Kritik an der Print-Ausgabe der Wochenzeitung: Handschriftlich wurde die Titelzeile einer *Zeit*-Ausgabe ergänzt: Aus „Ich werde Kanzler“ machte sie „Ich werde Kanzler*in“. Kommentiert wird diese Korrektur als „kurze Anmerkung an *Die Zeit* aus der *ze.tt*-Redaktion“.

Formvollendet drückt sich Reimann in ihrem Plädoyer „Warum alle Medien gendern sollten“ (*bjvlink.de/warum_gendern*) aus: „Jede*r, der*die schon länger bei *ze.tt* arbeitet, bemerkt beim Lesen anderer Texte eine Veränderung seines*ihres Leseverhaltens.“ Der von manchen so verpönte „Sternchenscheiß“ soll bewirken, dass alle User*innen sich beim Lesen unserer Artikel oder beim Schauen unserer Videos angesprochen fühlen“. Gendern sei harte Arbeit, sagt die Chefredakteurin, man habe einen Styleguide aufgelegt, der sich seit zwei Jahren weiterentwickele. Ihre Bilanz im Juni 2018 verwundert freilich wenig: „Zorn und Ablehnung erreichte uns zu einer übergroßen Mehrheit von eher älteren Usern. Lob und Zuspruch erhielten wir von eher jüngeren Userinnen.“

„Macht doch, was Ihr wollt“, scheint das Motto des Berliner *Tonic Magazins* (*tonic-magazin.de*) zu sein. Bei dem Jugendangebot können die Leser*innen per Knopfdruck „Gendern an“/„Gendern aus“ selbst entscheiden, wie sie die Texte lesen wollen.

Und wie sollen wir es künftig im *BJVreport* mit der Sprache halten? Gendern – ja oder nein? Schreiben Sie uns doch einfach, wir freuen uns auf Ihre Zuschriften: *info@bjv.de*.

Pro

Sprache prägt die Realität

Von Marion Trutter

Foto: Maria Goblirsch

Zugegeben: „Gendern“ ist ein blödes Wort, Binnen-„I“s oder Sternchen alles andere als die Krone schriftsprachlicher Eleganz. Am liebsten wär’s mir deshalb, das Gendern in Texten wäre gar nicht nötig. Aber: Wann immer ich den kleinen Test mache und Menschen frage, welches Bild entsteht, wenn von Journalisten und Fotografen die Rede ist oder von Ärzten und Anwälten, dann geben die meisten zu: Sie sehen vor dem geistigen Auge nur Männer.

Nein, Frauen sind nicht automatisch „mit gemeint“. Das belegen mittlerweile auch viele wissenschaftliche Studien. Genau deshalb halte ich eine Sprache, die alle Geschlechter gleichermaßen benennt, für im wahrsten Sinne „not-wendig“.

Schließlich entsteht Bewusstsein durch Sprache. Sie bildet unsere Welt nicht nur ab, sie prägt sie auch entscheidend mit. Veränderungen in der Lebenswirklichkeit müssen also erst einmal gedacht und in Worte gefasst werden, und die Realität hinkt in Deutschland weit hinter den Vorgaben des Grundgesetzes her: Frauen verdienen im Schnitt immer noch 21 Prozent weniger als Männer. In Führungspositionen sind sie – gerade auch in den Medien – nach wie vor unterdurchschnittlich vertreten. Auch im Bundes- und Landtag ist der Frauenanteil in jüngster Zeit wieder zurückgegangen.

Es gibt also noch viel zu tun. Eine Vision für kreative Denker könnte sein, dass wir ganz neue Worte schöpfen. Also mal sehen, wie wir alle Menschen – Männlein, Weiblein und was es sonst noch gibt – gemeinsam meinen können. Sprache ist ja nicht in Stein gemeißelt, sondern stetig in Entwicklung begriffen. Wenn es Begriffe wie „Späti“ und „Tüddelkram“ in den Duden geschafft haben, dann wäre es doch gelacht, wenn wir nicht treffende und ästhetisch akzeptable Wörter finden könnten, die alle Geschlechter gleichermaßen benennen.

Und bis dahin? Ich selbst bringe in Texten immer mal wieder beide Formen unter: Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, Köche und Köchinnen. Schon mit diesem einfachen Kniff passiert was im Kopf der Leser*innen – und hoffentlich bald auch in der Realität. Auch das Sternchen finde ich zwischenzeitlich ganz passabel. Das Binnen-„I“ dagegen wird häufig übersehen. Und frau will sich ja nicht nachsagen lassen, Männer nicht mit zu meinen…

Contra

Asterisk & Co. verstolpern Sprache

Von Senta Krasser

Foto: Enric Mannen

Hilfe, nicht Hannover! Nicht Niedersachsens Metropole, die sich ihres am saubersten gesprochenen Hochdeutsch rühmt! Ausgerechnet dort spielen die Stadtoberen linguistische Avantgarde und empfehlen ihren Mitarbeitern eine „geschlechtergerechte Verwaltungssprache“. Liebe „Hannoveraner*innen“, geht’s noch?

Je öfter mir das queerfeministische Sternchen, der Unterstrich oder das Binnen-I begegnen, desto mehr Schnappatmung bekomme ich – und höre auf weiterzulesen. Allerdings nicht, weil ich diese Grafik-Ungetüme als „Stoppschilder“ lese und innehalte, wie es sich ja deren Befürworter wünschen, damit ich mir klar werde, welche Sorte Buchstabenmensch gemeint ist: Frau, Mann, Transgender, Inter, oder was? Muss ich mühsam entziffern, was sich hinter „Verbraucher*innenschützer*innen“ verbirgt, hört der Lesespaß auf. Nicht nur bei mir. Mir ist jedenfalls nicht bekannt, dass Publikationen, die konsequent „gendern“, damit neue Leser gewinnen, aber sehr wohl das Gegenteil. Gender-Genervte kündigen Abos. Wollen wir das?

Abgesehen davon, dass sich Asterisk und Co. nicht geschmeidig ins Lesebild fügen – wie soll man diese Irritationen bitteschön flüssig aussprechen? In einer Zeit, in der das gesprochene Wort (Alexa, hilf!) immer mehr an Bedeutung gewinnt, haben die Gender-Apologeten nicht zu Ende gedacht. Stattdessen fordern sie mit unsympathischer ideologischer Vehemenz: Sprache bestimmt Realität, also muss sie geändert werden. Wohin so eine Sprach-Doktrin führen kann? Ganz bestimmt nicht zu mehr „Gerechtigkeit“ zwischen den Geschlechtern. Oder glaubt wirklich jemand ernsthaft, dass mehr Frauen auf dem Rollfeld Koffer wuchten, nur weil sie „Flughafenpacker_Innen“ lesen?

Wie sich in den letzten zwei, drei Jahren ein derart großer Leidensdruck aufbauen konnte, dass Frauen sich beim generischen Maskulinum nicht mehr „mit gemeint“ fühlen wollen, ist mir schleierhaft. Generisch bedeutet: für alle. Lese ich von „Journalisten“, fühle ich mich mitnichten ausgeschlossen, zumal ich weiß: Wir weiblichen Journalisten sind in der Überzahl.

In einem Punkt lasse ich mit mir reden. In Hannover haben sie sich auch kluge Gedanken gemacht für „geschlechtsumfassende Formulierungen“. Statt „Protokollführer ist“ wird „das Protokoll schreibt“ eingeführt, statt „Ansprechpartner“ ein „Auskunft gibt“. So geht sprachliche Progression.

„Unsere Sprache ist wie ein Trampelpfad“

Einsichten von „Streiflicht“-Autor Hermann Unterstöger direkt aus dem Sprachlabor

Von Alois Knoller

Seit zehn Jahren betreibt „Streiflicht“-Autor Hermann Unterstöger inzwischen das „Sprachlabor“ der *Süddeutschen Zeitung*. Es speise sich aus den echten und vermeintlichen Fehlern, die dem Blatt unterlaufen; es diene also zum unangenehmeren Teil der öffentlichen Gewissenserforschung, zum angenehmeren aber dem möglichst heiteren Gespräch mit den Leserinnen und Lesern, sagt er.

Hermann Unterstöger bei der Danksagung für den Ernst Hoferichter-Preis. Foto: Stephan Rumpf

Die Deutschen bejammern einen Sprachverfall. Stimmen Sie in das Lamento ein?

Hermann Unterstöger: Nein. Das Jammern über Sprachverfall ist eine alte Geschichte, fast eine Menschheitsklage. Ich bin in dieser Hinsicht ein Anhänger des Sprachwissenschaftlers Rudi Keller; er ist der Ansicht, dass in der Sprache die unsichtbare Hand waltet. Man versteht darunter ein System, in dem die durchaus eigennützigen Handlungen der Einzelnen durch eine unsichtbare Hand so gelenkt werden, dass sie am Ende einen allgemeinen Nutzen zeitigen. Sprache wandelt sich wie ein Park, durch den plötzlich ein Trampelpfad geht. Keiner hat ihn geplant, aber wenn ihn nur genügend viele benützen, wird er irgendwann als regulärer Weg anerkannt. Irgendwann wird das Falsche richtig – grob gesagt.

Muss man den Wandel unserer Sprache widerstandslos hinnehmen, weil sie sich schon immer verändert hat?

Ich sehe durchaus die bedenklichen Entwicklungen. Jeder von uns ist nostalgisch veranlagt und bedauert, dass dieses oder jenes Wort verschwunden ist oder dass die Fälle nicht mehr exakt angewendet werden. Man sollte den Wandel wachen Auges beobachten, aufhalten kann man ihn nicht. Unsere Aufgabe als Journalisten ist es, darauf zu achten, dass dieser Wandel mit einer gewissen Vernunft und Würde vonstattengeht. Ich sehe den Sprachwandel gelassen.

Was sind heutzutage die größten Sünden wider den Geist der deutschen Sprache?

Mein Beritt im Sprachlabor ist eigentlich das Handwerkliche. Da geht es um das Klein-Klein, das sich im Alltag begibt. Die Sünde wider den Geist der Sprache ist heute das ausufernde, end- und ziellose Geplapper vor allem in den sozialen Medien und den Talkshows; dieses ständige Rauschen und Gewurle.

Beginnen wir mit der gesprochenen Sprache. Die Sätze werden kürzer, die Grammatik simpler… Widerspiegelt sich darin Oberflächlichkeit?

Meine Beobachtung ist das nicht. Bei den Leuten hier in Altötting wird im Dialekt geredet, wie sie immer geredet haben. Darin spiegelt sich keine Oberflächlichkeit. Ich habe allerdings keinen Vergleich mit den 15- und 16-Jährigen. Junge Migranten sprechen schon ein eigenwilliges Deutsch, das irgendwann unsere Sprache stärker beeinflussen wird.

Die vier Fälle spielen immer weniger eine Rolle, und nicht nur der Genetiv ist dem Dativ sein Tod. Wie präzise soll Sprache sein?

Bastian Sick hat mit seinen Büchern ein Fass aufgemacht, das nicht mehr zu schließen ist. Seine Lehren geistern herum. Ich kriege Leserbriefe, immer wenn ein Kasus-Fehler in der Zeitung auftaucht. Doch es ist nicht so, dass in der Alltagssprache generell die Fälle vertauscht werden. Allenfalls passiert das in Zusammenhang mit Präposition, etwa entlang des Flusses, den Fluss. Ansonsten sehe ich die Kasus nicht gefährdet. Außerdem erlauben die Sprachbücher oft beides. Freilich: Der Duden ist ein reines Registrier-Instrument. Ich lasse mir nichts vorschreiben von ihm. Ich habe mit der Dudenredaktion ein langes Gefecht geführt, ob es nur „das“ Schwammerl heißen darf und nicht auch „der“.

Vielfach wird in Stummelsätzen aufs Verb verzichtet. Was geht dabei der Sprache verloren?

Das ist im Journalismus eine üble Unart. Man versucht, Dramatik herzustellen, indem man Nebensätze willkürlich abkoppelt. Viele Kollegen finden das unheimlich sexy. Wenn ich redigiere, reduziere ich solche Reihungen gnadenlos auf die alte Form von Haupt- und Nebensatz – zum Erstaunen von manchen jungen Kollegen. Ihnen muss man dann die Regel erklären. Es muss schon ein gewaltiges Ereignis dahinterstehen, dass ich selbst solche Stummelsätze hinschreibe.

Wenn ein Verb noch vorhanden ist, dann seltener in der starken Beugung – ratet statt rät, backte statt buk. Ist solche Vereinfachung hinnehmbar?

Ich kann mich nicht erinnern, dass ich die Form „buk" jemals in der gesprochenen Sprache gehört hätte. Das sind Formen, die verschwinden einfach. Man sollte dies ohne Leidenschaft sehen. Davon geht die Welt nicht unter, und die schwache Form hat auch ihre Ordnung.

Verloren gehen allmählich auch bestimmte Zeiten, etwa die vollendete Zukunft (Futur II) und die Spielarten des Konjunktivs. Drücken wir uns noch differenziert genug aus?

Ich stoße da und dort auf die These, dass das Plusquamperfekt pfui sei. Doch die Form an sich hat einen guten Sinn, nämlich eine Vorvergangenheit darzustellen. Dasselbe gilt für das Futur II. Im Geschriebenen würde ich mir die Freiheit vorbehalten, diese Formen zu verwenden. Bei der Anwendung des Konjunktivs habe ich den Eindruck, dass etwa der Irrealis ungern gebildet wird. Wir würden schreiben: Es sieht so aus, als ginge die Sprache den Bach hinunter. Junge Kollegen aber sagen: „als geht die Sprache …" Die indikativische Form wird mittlerweile akzeptiert.

Wie sehr bedrängt uns das Denglisch?

Darum sorgt sich vor allem der Verein Deutsche Sprache und er gibt warnende Listen heraus. Darin tauchen auch Eintagsfliegen auf, die wieder verschwinden. Ich vertraue in der Hinsicht auf die Selbstreinigungskräfte der deutschen Sprache. Aber wir leben in Zeiten, da das Internet das beherrschende Medium ist, und das ist eben englisch dominiert. Ich bin auf dem Dorf aufgewachsen, wo man nicht am Bahnsteig, sondern am Perron stand. Gegen diese französischen Einflüsse gab es Sprachreiniger, die manchmal auf sehr kindische Weise die Wörter einzudeutschen versuchten. Heute gibt es englische Begriffe, die nicht einzudeutschen sind. Wir haben nur das Problem, ob wir sie grammatisch angleichen sollen, etwa „upgraden".

Blicken wir auf die Sprache der Journalisten: Die nüchtern-sachlich formulierte Nachricht ist als Langweiler verschrien, emotional soll der Leser und Hörer angesprochen werden. Stecken darin Gefahren der Manipulation?

Die Nachricht ist noch existent. Aber es gibt schon die Neigung, Nachrichten peppiger zu formulieren. Aus dem Schnee auf dem Dach kann ich auch eine große Arie machen. Was manipuliere ich damit? Gewollt ist doch, Aufmerksamkeit zu erregen. Davon lebt die Zeitung.

Radiosender biedern sich inzwischen ihren Hörern mit einem distanzlosen Du an. Muss man sich das gefallen lassen?

Nein, muss man nicht. Man kann einfach abschalten. In der Redaktion erlebe ich gelegentlich junge Kollegen, die einen ganz selbstverständlich duzen. Das irritiert mich und ich brauche immer länger, bis ich bereit bin, auch Du zu sagen.

Journalisten greifen immer mehr zu starken, unüberbietbaren Ausdrücken – der Schlag ins Gesicht, die Abzocke, Horror und Albtraum sind nur einige Beispiele dafür. Entfallen bei dieser Drastik der Zeitungssprache die feinen Nuancen?

Wir neigen alle dazu, zu diesen starken Ausdrücken zu greifen. Da könnte man beim kollegialen Gegenlesen korrigierend einwirken. Sicher gehen mit dieser Drastik Nuancen verloren und Schilderungen werden holzschnittartiger.

Überschriften sollen durch den Text gedeckt sein. Aber sie scheinen immer suggestiver zu werden …

Das berühmte Reinziehen in den Text ist bis zu einem gewissen Grad erlaubt, und es ist sogar ein Merkmal der Gattung Überschrift, dass man hier gewissermaßen lauter spricht. Dort darf man etwas Farbe hineingeben in das, was dann im Text folgt.

Alle Welt beklagt Fake-News. Entlarven sich solche irreführenden Meldungen sprachlich irgendwie?

Es hat immer schon Falschmeldungen gegeben, und sie sind geglaubt worden – bis sie jemandem spanisch vorkamen, und zwar mehr aus sachlichen als aus sprachlichen Gründen. Wenn ich eine Falschmeldung nach allen Regeln der journalistischen Kunst formuliere, entlarvt diese sich selber nicht.

Haben Journalisten einen Auftrag, Sprache „rein" zu halten?

Alle, die sich öffentlich artikulieren, werden als Muster und Vorbilder hingenommen – ob sie wollen oder nicht. Sprache verträgt auch gewisse Verschmutzungen, aber ihre Würde zu erhalten, ist schon eine Verpflichtung der Journalisten.

Satire steht hoch im Schwange. Warum aber misslingen viele Glossen so kläglich?

Ganz einfach, weil deren Verfasser das Handwerk nicht beherrschen. Warum fallen Möbel auseinander? Weil der Schreiner schludert. Ich schreibe seit vierzig Jahren „Streiflichter" und hocke nach wie vor eine Ewigkeit vor so einem Stück vor lauter Skrupelhaftigkeit. Es gibt einen großen Hang, Glossen zu schreiben, und manche Blätter haben alle drei Seiten eine Glosse. Manche Journalisten können es von Natur aus, manche lernen es. Aber manche lernen es nie. Viele davon kapieren auch, dass es nicht ihr Job ist, und lassen es bleiben.

Hermann Unterstöger, Jahrgang 1943, stammt aus einem Dorf nahe dem oberbayerischen Wallfahrtsort Altötting. Nach dem Abitur Studium der Altphilologie (abgebrochen). Es folgten „ein paar wirre, aber letztlich doch sinnvolle Jahre der Orientierung", wie Unterstöger selbst schreibt, die in den Journalismus mündeten: *Passauer Neue Presse* von 1972 bis 1978, dann Wechsel zur *Süddeutschen Zeitung*, wo Unterstöger als Reporter, Kommentator und vornehmlich „Streiflicht"-Autor tätig war.

Mindestens auf den zweiten Blick darf's Spaß machen

Die junge Sprache in Medien gibt es nicht, sagen Experten. Wichtiger sei es, authentisch zu bleiben und auf Augenhöhe zu kommunizieren

Von Helena Werhahn

Ibim's, Smombie, Ehrenfrau – reden Jugendliche wirklich so? Diese Frage kommt jedes Jahr auf, wenn es um das Jugendwort des Jahres geht. Was zeichnet Jugendsprache also aus? Und wie kann es Journalisten gelingen, junge Menschen zu erreichen?

Mathilde Mahrenholtz besucht die zwölfte Klasse des Deutschherren-Gymnasiums im schwäbischen Aichach. Doch nicht nur ihres Alters wegen durfte sie 2018 bereits zum zweiten Mal als Jurymitglied mit über das Jugendwort des Jahres entscheiden. Sie schreibt auch für die Schülerzeitung *Ventil*, die 2017 beim Schülerzeitungswettbewerb der Länder ausgezeichnet wurde. Was Jugendsprache ist, gibt Mahrenholtz zu bedenken, könne man gar nicht so genau definieren. Denn Jugendsprache unterliege einem ständigen Wandel – so wie Sprache allgemein, nur eben noch schneller.

Auch „Digital Natives" sind nicht mit Handy in der Hand geboren

Beeinflusst werde dieser Wandel von unserer Lebenswelt, erklärt Konstanze Marx, Professorin für Linguistik des Deutschen an der Universität Mannheim. Anglizismen beispielsweise fänden häufig über Computerspiele oder technische Entwicklungen wie Smartphones oder Apps den Weg in den Sprachgebrauch. Das heißt umgekehrt, dass sie nicht Jugendlichen vorbehalten sind, sondern eher Ausdruck einer bestimmten Lebensweise. Genauso verhalte es sich mit Abkürzungen und Emojis in sozialen Netzwerken. Marx warnt davor, alles, was online geschieht, als jugendlich zu charakterisieren. Auch die sogenannten „Digital Natives" würden schließlich nicht mit dem Handy in der Hand geboren. Vielmehr erlernten sie den Umgang mit dem Internet, genauso wie mit Sprache im Allgemeinen, erst mit der Zeit. Teil dieses Lernprozesses sei das Experimentieren und Spielen mit Sprache.

„Es geht weniger darum, etwas komplett Neues zu schaffen, als vielmehr mit dem, was da ist, neu umzugehen. Und so ist es bei uns auch", sagt Robert Hofmann. 2013 gründete er in Potsdam das Studierendenmagazin *ZurQuelle*. Hofmann ist mittlerweile Schüler der Deutschen Journalistenschule in München und sein Magazin ein „junges Gesellschaftsmagazin mit popkulturellen Anspielungen und einer Prise Gesellschaftskritik". Wodurch zeichnen sich junge Medien sprachlich aus? „Wir arbeiten viel mit Ironie, versuchen ausgefallene Sprachbilder zu benutzen, die eine gewisse Brechung erzeugen, vielleicht auch vor den Kopf stoßen, aber mindestens auf den zweiten Blick Spaß machen. Das aber ist etwas, was nicht junge Sprache generell auszeichnet, sondern einfach einen guten Text", sagt Hofmann. Dabei scheue man auch nicht vor Anglizismen oder Schimpfwörtern zurück. Kann man es lernen, jung zu klingen? Auf keinen Fall, sagt der Journalistenschüler. Und das sei auch nicht erstrebenswert. Denn wer versuche, jung zu klingen, mache sich wahrscheinlich eher lächerlich. Das sei zudem gar nicht nötig. Auch junge Leser könnten differenzieren zwischen der Art und Weise, wie sie mit Altersgenossen sprechen, und der Sprache, die ihnen etwa in Zeitungen begegnet.

Mathilde Mahrenholtz sieht dies ähnlich: Wichtiger als eine jugendliche Sprache sei es für Journalisten, authentisch zu bleiben. Aber wie schafft man es, authentisch zu klingen, wenn man seine Sprache durch harte Arbeit professionalisiert hat? Christian Schütte, Redaktionsleiter on Air bei *Deutschlandfunk Nova*, erklärt seinen Kollegen: „In der Art und Weise, wie wir in der Redaktionskonferenz unsere Themen besprechen – mit dieser Sprechhaltung geht bitte ins Studio." Die Studiotür stehe dabei immer offen. So bleibe das Studio ein lebendiger Raum, erklärt Lena Stärk, Redaktionsleiterin Online und Social Media. Falls es beim Einsprechen doch mal hake, werde das Script zur Seite gelegt und aus dem Kopf erzählt. So zu produzieren, koste zwar Zeit, ermögliche aber eine Erzählweise, die bei den Hörern ankommt.

Wer sich anbiedert, erreicht das Gegenteil dessen, was er möchte

Wer für junge Leute schreibt, sollte auf Augenhöhe kommunizieren und offen sein für Themen, die junge Menschen beschäftigen. „Jugendsprache an sich, also zumindest Sprache, die sich in Peer-Groups manifestiert hat, ist ja gerade dazu da, dass diese spezifische Gruppe sich von Älteren abgrenzt. Wer sich anbiedert, erreicht also das Gegenteil dessen, was er bezwecken möchte", resümiert Linguistin Marx. Wer eine junge Zielgruppe erreichen möchte, solle junge Menschen ernstnehmen und dadurch ansprechen, dass er Themen aus ihrer Lebenswelt aufgreife. „Ich finde es immer wichtig, dass man sie einfach da versucht abzuholen, wo sie gerade stehen, weil man sich erinnert, dass man eine solche Phase auch durchlebt hat. Aber man muss sich deswegen nicht wieder in diese Phase hineinkatapultieren."

Die Autorin
Helena Werhahn ist die neue Stipendiatin des BJV (siehe Interview auf Seite 32). Sie besucht die Deutsche Journalistenschule.
Foto: David-Pierce Brill

BILDUNG/WISSENSCHAFT

Hanns Seidel Stiftung

Hanns-Seidel-Stiftung e.V.
Lazarettstraße 33 | 80636 München
Tel. (089) 12 58-473 | 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. 0 91 81 / 29 99-477**

MESSEN/AUSSTELLUNGEN

LMU LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN

Luise Dirscherl
Kommunikation und Presse
Leitung

Leopoldstr. 3
80802 München

www.lmu.de

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

E-Mail: dirscherl@lmu.de

AFAG
WIR MACHEN MESSEN

Paul Schneeberger
Leiter Unternehmens-Kommunikation

Kathrin Winkler
Pressereferentin

Juliane Heißer
Pressereferentin

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

TUM

Technische Universität München

Dr.
Ulrich Marsch

Pressesprecher des Präsidenten
Leiter Corporate Communications Center

Technische Universität München
Corporate Communications Center

Arcisstraße 21
80333 München

Tel + 49.89.289.22778
Fax + 49.89.289.23288
Mobil + 49.173.8902400

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

PUNKT-LANDUNG

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

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

Der nächste *BJVreport* (alle zwei Monate) erscheint am 17.4.2019, Anzeigenschluss ist am 15.3.2019.
Anzeigenmarketing:
Mediasüd, Robert Macher, Telefon 0 91 81 / 29 99-477,
Fax 0 91 81 / 29 99-479, robert.macher@mediasued.de

FINANZEN

GVB Genossenschaftsverband Bayern

Florian Ernst
Pressesprecher

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

IHRE ANSPRECHPARTNER

Christian Kraus
Leiter 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

interhyp gruppe
Das Zuhause der Baufinanzierung

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

Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe *BJVreport*	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
2/2019	15. März	2. April	17. April
3/2019	17. Mai	28. Mai	17. Juni
4/2019	12. Juli	30. Juli	13. August

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing *BJVreport*:
Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09181/2999-477,
09181/2999-479, robert.macher@mediasued.de

VERSICHERUNGEN

NÜRNBERGER VERSICHERUNG

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

VERSICHERUNGSKAMMER BAYERN

Ein Stück Sicherheit.

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de

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

Stefan Liebl
Stellvertr. Pressesprecher
Tel. 089 2160 1775
Fax 089 2160 3009
stefan.liebl@vkb.de

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

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

erdgas schwaben

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

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

N-ERGIE 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

Stadtwerke Augsburg Holding GmbH

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

Von hier. Für uns.

swa Energie Wasser Mobilität

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

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

VAG

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

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. 0 91 81 / 29 99-477**

VERKEHR

Verkehrsverbund Großraum Nürnberg GmbH
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

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

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

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

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. 0 91 81 / 29 99-477**

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

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

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

UNTERNEHMEN

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

Rolls-Royce Motor Cars Limited

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

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

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

E-T-A® ENGINEERING TECHNOLOGY

Thomas Weimann
Leiter Unternehmenskommunikation

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

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

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. 0 91 81 / 29 99-477, 0 91 81 / 29 99-479, robert.macher@mediasued.de

LEONI

www.leoni.com

Sven Schmidt
Pressesprecher
Telefon +49 911 2023-467
E-Mail sven.schmidt@leoni.com

LEONI AG Marienstraße 7 · 90402 Nürnberg

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

OMV

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

St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg

Fachkompetenz
mit Kopf, Herz & Hand

Anja Müller
Leiterin Unternehmenskommunikation

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

Mommsenstraße 24
90491 Nürnberg
www.theresien-krankenhaus.de

---

wbg Nürnberg Immobilien

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

Dieter Barth
Leiter Unternehmenskommunikation, Pressesprecher

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

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

Wir gestalten LebensRäume.

StWN
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

KAMMERN

BAYERISCHE LANDESÄRZTEKAMMER

Pressestelle

Dagmar Nedbal
Leiterin der Pressestelle,
Bayerisches Ärzteblatt,
Internet

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

BLZK | Bayerische LandesZahnärzte Kammer

Isolde M. Th. Kohl

Leiterin Geschäftsbereich Kommunikation
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

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. 09181/2999-477**

VERBÄNDE

BAUINDUSTRIE BAYERN

Dr. Josef Wallner, Dipl.-Volkswirt
Wirtschaftspolitik | Öffentlichkeitsarbeit

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

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. 09181/2999-477, 09181/2999-479, 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

SOZIALVERBAND VdK BAYERN

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: 0049.179.597 50 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 09181/2999-477, Fax 09181/2999-479, robert.macher@mediasued.de

Bis zu 7500 Euro Zuschuss für Freie

Antrag kann stellen, wer 50 oder älter ist

Gute Nachricht für alle Freien ab 50: Sie können von der Verwertungsgesellschaft (VG) Wort einen einmaligen Zuschuss bis zu 7500 Euro zu ihrer privaten Altersvorsorge erhalten. Einen Antrag stellen können alle hauptberuflich tätigen freien Journalisten, die Wahrnehmungsberechtigte oder Mitglieder der VG Wort und in der Künstlersozialkasse (KSK) versichert sind (über Ausnahmen entscheidet der Stiftungsrat der VG Wort).

Bezuschusst werden private Kapital-Lebens-Versicherungen und Rentenversicherungen oder Sparverträge, die zusätzlich zur Rentenpflichtversicherung der KSK abgeschlossen wurden. Auch Neuabschlüsse genügen, wenn das Geld bis zum 60. Lebensjahr festgelegt wird und die beim Ablauf fällige Summe bei mindestens 5000 Euro beträgt. Der Zuschuss darf im Falle der Auszahlung aber höchstens 50 Prozent der Ablaufsumme der Verträge ausmachen.

Wer einen Antrag stellen will, muss 50 Jahre oder älter sein. Der Antrag ist nur bis zu dem Jahr möglich, in dem man das gesetzliche Rentenalter erreicht. Wer bereits Zuschüsse vom Autorenversorgungswerk erhält oder erhalten hat, scheidet aus. Der Zuschuss wird direkt an den Antragsteller ausbezahlt und muss als Honorar versteuert werden.

Weitere Informationen erteilt Karin Leidenberger unter Telefon 089 51412-42 oder unter *avw@vgwort.de*. Antragsformular und Richtlinien sind unter vgwort.de über das Meldeportal T.O.M. abrufbar. *(mgo)*

„Wir sind hier fest verwurzelt“

Mit *In-direkt* gibt es in Ingolstadt eine neue Zeitung

Das gedruckte Medium werde von der Bildfläche der Medienlandschaft verschwinden, prognostizieren Fachleute seit Jahren. Erholsam, wenn auch andere Nachrichten die *BJVreport*-Redaktion erreichen: Mit der Publikation *IN-direkt* ist seit kurzem eine neue Zeitung auf dem Markt mit Verlagssitz in Ingolstadt. Zwar wird das Produkt um Herausgeber Christian Bauer in einer Auflage von 58.000 Stück gratis verteilt, versteht sich laut Redaktionsleiterin Melanie Arzenheimer jedoch nicht als Anzeigenblatt.

Die Idee, eine Zeitung in Ingolstadt zu wagen, die das Regionale in den Vordergrund stelle, sei auch dadurch geboren worden, dass sich die Eigentumsverhältnisse in der hiesigen Medienlandschaft stark verändert hätten, heißt es in einer Pressemitteilung. Der *Donaukurier* sei von der *Passauer Neuen Presse* aufgekauft worden. Die Mediengruppe Straubinger Tagblatt/Landshuter Zeitung habe sich nach dem Kauf der espresso-Mediengruppe größtenteils wieder aus Ingolstadt zurückgezogen.

Zudem ist seit kurzem klar: Am 30. Juni 2019 läuft die für den Ingolstädter Fernsehsender *intv* von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien erteilte Lizenz aus. Der Sender hatte sich nicht um eine neue Lizenz beworben, die Frist ist inzwischen vorbei. Mehr zur neuen Publikation unter *www.in-direkt.in*. *(mic)*

« So reicht´s

4,0 %
in 2019

Presse-Versorgung

Presse-Perspektive
www.presse-versorgung.de/pp

0711 2056 244
info@presse-versorgung.de

fotolia/contrastwerkstatt

Die Botschafter der Leser

Deutschlands Medien-Ombudsleute haben einen eigenen Verein – ihr Vorsitzender Anton Sahlender ist der dienstälteste Leseranwalt in der Runde

Von Michaela Schneider

Verlagsgewaltige und Journalisten täten sich schwer mit Kritik. So hartnäckig sie von anderen Rechenschaft und Transparenz einforderten, so wenig scherten sie sich selbst darum, brachte es Journalismus-Professor Stephan Russ-Mohl vor einigen Jahren in einem Artikel auf den Punkt. Und tatsächlich stand Journalist Anton Sahlender im Jahr 2004 hierzulande zunächst allein auf weiter Flur, als er seine Leseranwalt-Kolumne in der unterfränkischen *Main-Post* startete. Untersucht habe er es nie, sagt der heute 69-Jährige, aber mutmaßlich sei er wohl Deutschlands dienstältester Leseranwalt. Seit Sommer 2018 ist er zudem Vereinsvorsitzender der ersten deutschen Vereinigung der Medien-Ombudsleute mit Sitz in Würzburg. Die gibt es zwar schon länger, aber am 8. August 2018 hatte das Registergericht ihre Eintragung als gemeinnütziger Verein bestätigt.

Anton Sahlender, Vorsitzender der Vereinigung der Medien-Obmudsleute. Foto: Michaela Schneider

Kritik an Richtigkeit, Fairness oder gutem Geschmack

„Wir nennen uns Ombudsmann, Leseranwalt oder Leser-Botschafter. Eines haben wir gemeinsam: Den Willen, dabei zu helfen, bestmögliche Produkte hervorzubringen. An der Schnittstelle zwischen Lesern und Redaktion wirken wir nach innen und außen", ist auf der Website der Vereinigung zu lesen. Derzeit gehören ihr 17 Ombudsleute aus 16 Medienhäusern (bislang nur Zeitungen) an. Diese nehmen Beschwerden entgegen, wenn Leser die Richtigkeit, Fairness, Ausgewogenheit oder den guten Geschmack der Berichterstattung kritisieren.

Ihre Arbeitsweise variiert dann von Haus zu Haus: Die einen betreuen die Erstellung von Berichtigungen, andere verfassen interne Newsletter zu Leserbeschwerden. Viele Ombudsleute schreiben regelmäßige Kolumnen, in denen journalistische Arbeit kritisiert, erklärt oder auch einmal gelobt wird. Manche initiieren öffentliche Foren oder Leserbeiräte, um den engen Kontakt zu den Lesern zu forcieren. Auch Umfragen wurden schon angestoßen.

Was aber treibt Anton Sahlender an, sich selbst noch im Ruhestand so intensiv für Medientransparenz einzusetzen? 1971 hatte er sein Volontariat bei der Würzburger *Main-Post* angetreten, 1988 wurde er stellvertretender Chefredakteur. Was ihn damals schon störte: „Journalismus erklärt sich dem Leser gegenüber zu wenig nach dem Motto: Friss oder stirb. Fehler einzugestehen, fiel immer schon schwer. Hier hat sich der Journalismus eine gewisse Arroganz angeeignet und auch begründete Kritik wurde und wird häufig nicht angenommen."

> **„Journalismus hat sich immer schon zu wenig erklärt."**
> Leseranwalt Anton Sahlender

Für guten Lokaljournalismus machte Sahlender sich sein Berufsleben lang stark – ob als langjähriges Vorstandsmitglied im Projektteam Lokaljournalismus der Bundeszentrale für Politische Bildung (BPB), durch die Mitarbeit beim Netzwerk „Initiative Qualität im Journalismus" (IQ), an dessen Gründung der Deutsche Journalisten-Verband beteiligt war, oder als Jurymitglied beim Lokaljournalistenpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung wie auch beim Journalistenpreis „MedienSpiegel" des Vereins zur Förderung der Publizistischen Selbstkontrolle e.V. (FPS).

Anfang der 90er Jahre hatte Sahlender mehrfach Vorträge eines amerikanischen Medien-Ombudsmanns gehört. Auch in Skandinavien gab es bereits vergleichbare Einrichtungen. Weltweit organisiert sind Medien-Ombudsleute in der „Organisation of News Ombudsmen", der etwa auch Vertreter von *New York Times* oder *Washington Post* angehören (*www.newsombudsmen.org*). „Schon damals habe ich gesagt: Etwas in der Art brauchen wir auch", erinnert sich der Unterfranke.

Umsetzen konnte er die Idee ab dem Jahr 2004, als man bei der *Main-Post* überlegte, wie sich die Chefredaktion wieder bewusster journalistisch positionieren könnte. Geschrieben hat er seither 750 Leseranwalt-Kolumnen – und schreibt auch jetzt im Ruhestand eifrig weiter. Immer wieder geht es da zum Beispiel um Dauerbrenner wie inhaltliche oder auch Rechtschreibfehler; um Kritik an der Recherche, weil nicht alle Seiten ausreichend gehört wurden; um Suizidberichterstattung; um eine Nennung der Nationalität oder auch Namensnennungen in Zusammenhang mit Straftaten. Nicht zu jeder Anfrage schreibe er eine Kolumne, sagt Sahlender. Aber er pflege „allen Leuten ausführlich und sachlich zu antworten". Ein „echter" Anwalt, sprich Jurist, ist der 69-Jährige übrigens nicht.

„Die Aufgabe von Medien-Ombudsleuten ist es eigentlich, sich selbst überflüssig zu machen, weil in Redaktionen entsprechend transparent gearbeitet wird", sagt Sahlender – doch ist er realistisch genug sich einzugestehen, dass dies so bald nicht der Fall sein wird. 2006 hatte er für sein Leseranwaltsengagement den Lokaljournalistenpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung erhalten. 2007 hatte ihm das *medium magazin* einen Preis im Rahmen der Auszeichnung „Journalisten des Jahres 2007" verliehen.

Treffen unter den deutschen Medien-Ombudsleuten organisiert Sahlender schon seit einigen Jahren, 2012 wurde in Hof die Vereinigung der Medien-Ombudsleute ins Leben gerufen. 13 Treffen haben seither stattgefunden. Eingetragener Verein allerdings ist sie erst seit Sommer 2018. „So können wir nach außen hin stärker auftreten", nennt deren Vorsitzender einen Grund – und fügt einen persönlichen hinzu: Viele Jahre habe er dafür gesorgt, dass man sich regelmäßig treffe und austausche. Jetzt sei ihm wichtig, dass das Netzwerk am Leben gehalten werde, auch wenn er sich einmal aus der aktiven Arbeit zurückziehe. Maximal eine Wiederwahl zum Vorsitzenden könne er sich noch vorstellen, sagt er.

Ein Ziel: Unabhängigkeit gegenüber eigenen Medienhäusern stärken

Ein zentrales Ziel des Vereins ist es nun zunächst einmal, noch mehr Medienhäuser zu gewinnen, die Ombudsleute etablieren. Deshalb wolle man in Zukunft auch eine Ombudsleute-Ausbildung anbieten. Und wie schon in der Vergangenheit weiter wichtig: Netzwerken und der praktische Austausch, auch zu neueren Themen wie dem Umgang mit Hasskommentaren. „Man muss das Rad nicht jedes Mal neu erfinden", sagt Sahlender. Wer will, kann deshalb seine Kolumnen ins Netzwerk stellen, so dass sich Kollegen hier Anregungen holen können. Auch wolle man sich gegenseitig unterstützen, um die Unabhängigkeit gegenüber dem eigenen Medienhaus zu stärken. Wünschen würde sich Sahlender, dass demnächst einmal wissenschaftlich untersucht wird, wie sich die Arbeit von Ombudsleuten auf das Medium auswirkt – nach innen wie außen.

Keine Konkurrenz, sondern Entlastung für den Presserat

Schon 2012 hatte der Deutsche Presserat sein Jahrbuch den Ombudsleuten in den Medien gewidmet, weil sie medienethische Konflikte anpackten. Einerseits nähmen sie die Interessen von Lesern wahr und trauten sich, wenn nötig, die eigene Redaktion wegen einer Berichterstattung zu kritisieren. Sie trügen dazu bei, journalistische Berufsstandards zu sichern. Zudem war damals schon in der Pressemitteilung zu lesen: „Den Presserat ergänzen die Ombudsleute als wichtige Moderatoren zwischen Publikum und Redaktion."
Bei Sahlender klingt das folgendermaßen: „Ombudsleute sind vor Ort, können sehr schnell auf Kritik reagieren und die Redaktion zur Selbsterkenntnis bewegen, noch ehe der Presserat zu Wort kommen braucht. Mit unserer Arbeit wollen wir den Presserat entlasten, nicht auflösen."

Aus der Vereinssatzung

„Zweck des Vereins ist die Stärkung der Presse- und Meinungsfreiheit in Gesellschaft, Politik und Wirtschaft im Sinne von Artikel 5 des Grundgesetzes. Gefördert werden freiwillige Selbstkontrolle, Qualität, Transparenz und Fairness in der Berichterstattung. Dazu gehört die Stärkung der Rechte von Personen, die von Berichterstattung betroffen sind. Angestrebt wird ein fairer Diskurs von Journalisten mit Lesern und Mediennutzern."

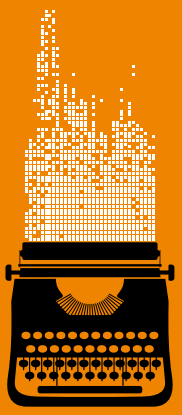
JOURNALISTEN PREISE
DER BAYERISCHEN VOLKSBANKEN UND RAIFFEISENBANKEN

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!

Journalistische Visitenkarten für den Berufseinstieg

Studierende in Bayern produzieren mit Herzblut eigene Zeitungen und Zeitschriften

Von Anette Kolb

Studierende lesen heute digital oder gar nicht, so die herrschende Meinung. Doch die Motivation, selbst Blattmacher zu sein, haben sie nicht verloren – im Gegenteil. Ein Blick auf „Unimagazine" mit hohen Ansprüchen in Sachen journalistische Qualität wie Layout.

Franziska Stolz und Thilo Schröder sind Chefredakteure beim Münchner Studierendenmagazin *Philtrat* (*philtrat-muenchen.de*), das seit 2005 einmal pro Semester erscheint. Sie machen die Erfahrung, dass die meisten Autoren zwei bis drei Semester an der Zeitschrift mitwirken. Chefredaktion, Redaktion, Texte, Fotos, Gestaltung, Anzeigenakquise und Marketing: *Philtrat* entsteht, wie viele andere Unimagazine auch, vollständig in Eigenregie der Studierenden und ehrenamtlich.

Redaktionsteams vieler Unimagazine arbeiten professionell. Im Bild einige Beispiele aus Bayern. Collage: Anette Kolb

Rubriken zu Unialltag, studentischem Leben oder dem Studienort haben ihren Platz in Unimagazinen. Prägend sind jedoch oft Themenschwerpunkte, die über den Tellerrand des Hochschulkosmos hinausblicken – sie widmen sich zum Beispiel Helden oder Klischees. Hochschulpolitik spielt meist keine hervorgehobene Rolle. Kristina Kobl, Online-Chefredakteurin der Zeitschrift *Ottfried* (*www.ottfried.de*) an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg, merkt aber an, es sei der Redaktion „ein Anliegen, Konflikte mit der Universität aufzugreifen und darüber zu informieren, wenn es Probleme gibt. Da wir unabhängig von der Universität sind, nehmen wir auch mal kritische Positionen ein."

Hochprofessionell geht es bei *Einsteins* (*einsteins.ku.de/2018*) zu, Zeitschrift, Website und TV-Magazin sind ein crossmediales Projekt des Bachelor-Studiengangs Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt, das die Studierenden des 4. Semesters jedes Jahr realisieren. Für ihr Projekt gewannen sie 2013 den European Newspaper Award. Dozierende wählen das Oberthema aus, „coachen", wie die Herausgeberin der *Einsteins*, Professorin Friederike Herrmann, sagt, und beraten zum Beispiel zu Fragen des Presserechts. Aber auch hier organisieren die Studierenden sich selbst, besetzen alle redaktionellen Posten, bilden Reporter-Teams und produzieren selbständig.

Einsteins ist inhaltlich kein Unimagazin, 2018 stand das Thema Protest im Mittelpunkt. Dafür sprachen die Reporter-Teams mit einem Reichsbürger, Studierenden in Moskau oder beschäftigten sich mit dem „Erbe der 68er". Für die Journalistik-Studierenden in Eichstätt ist die jährliche *Einsteins*-Ausgabe eine journalistische Visitenkarte: Exemplare werden an rund 500 Medienschaffende, Redaktionen deutscher Verlagshäuser und Studiengänge anderer Universitäten und Hochschulen verschickt.

Studentenzeitungen und -magazine finden ihre Leserschaft vor allem innerhalb der Hochschule. Die Studenten der Medienproduktion und Medientechnik an der Ostbayerischen Technischen Hochschule Amberg-Weiden (OTH) setzen dabei auf originelles Marketing. Am Hauptgebäude der OTH stellen sie für einige Wochen einen Container zum Lesen und Entspannen auf, vor Weihnachten laden sie zum „Schmitzkindlsmarkt", für den sie auch Video-Trailer produzieren. Um ihr Magazin *Schmitz* (*schmitz.oth-aw.de*) in Amberg bekannt zu machen, öffneten sie im vergangenen Frühjahr für zehn Tage einen Pop-up-Store in der Stadt, wo Besucher auch Lesungen und Poetry-Slams hören konnten. *Schmitz* hat jedes Jahr eine Farbe zum Thema, auf die der Inhalt abgestimmt ist.

Anfangs hätten so manche der eingereichten Exemplare die Aufmachung einer Schülerzeitung gehabt. Was Layout und Textqualität betrifft, seien die Studentenmagazine deutlich professioneller geworden, sagt Katharina Skibowski, verantwortlich für den Pro Campus Presse Award (*www.initiative-procampuspresse.com*). Der Preis für die beste deutschsprachige Studierendenzeitschrift wird seit 2005 jährlich vergeben. *Ottfried* und *Philtrat* haben ihn schon gewonnen.

Bruch mit traditionellen Formen

Die Studierenden des 6. Semesters im Ausbildungsgang Modejournalismus / Medienkommunikation, künftig der Bachelor-Studiengang Fashion Journalism and Communication an der AMD Modeakademie in München, haben 2018 in ihrer zehnten Ausgabe *Mo:de* (*www.modezehn.com*) mit dem Format Zeitung experimentiert. Im Juli lag es deutschlandweit der *Süddeutschen Zeitung* bei, in einer Auflage von 200 000 Exemplaren. Die zukünftigen Modejournalisten, die sich gleichermaßen für Text, Bild und Gestaltung interessieren und Mode als Kulturgut in den Mittelpunkt rücken möchten, wollten mit ihrem überdimensionierten Format zeigen: Zeitung kann eine Zukunft haben. Vielleicht müsse man dazu mit traditionellen Formen brechen.

Ein Urteil, viel Verantwortung

Es ist eine kleine Sensation: das Urteil des Bundesgerichtshofs vom 20. Dezember 2018. „Amtsblätter dürfen Zeitungen keine Konkurrenz machen – für die kostenlos verteilten Publikationen der Kommunen gibt es klare Grenzen“, hieß es aus Karlsruhe nach dem Verfahren, das sich unter Az. I ZR 112/17 wiederfindet.

In der Erklärung heißt es weiter: „Sie dürften zwar amtliche Mitteilungen veröffentlichen und über Vorhaben der Kommunalverwaltung und des Gemeinderats unterrichten, aber unzulässig ist eine pressemäßige Berichterstattung über das gesellschaftliche Leben in der Gemeinde; dieser Bereich ist originäre Aufgabe der lokalen Presse und nicht des Staates."

Jubel bei vielen regionalen Medien. Von einer unrechtmäßigen Konkurrenz hatten nicht nur die Häuser gesprochen, die Klage erhoben hatten. Doch dass dieser Jubel auch eine Aufgabe und Verantwortung mit sich bringt, hat wohl noch nicht jeder der presserechtlich Beglückten verstanden.

Denn ebenfalls bedacht werden muss, dass sich einige Häuser inzwischen aus der regionalen Berichterstattung – zumindest teilweise - zurück gezogen haben. Die Jahresversammlung des Gesangvereins wird ebenso wenig besucht wie die Leistungsabzeichenverleihung der Freiwilligen Feuerwehr. Zu Gemeinderatssitzungen werden Mitarbeiter nur noch bei „großen Themen“ geschickt; Kleinigkeiten, die nach Einschätzung der Redaktionen keine Rolle im gemeindlichen und darüber hinausreichenden Leben spielen, werden bei der Terminvergabe nicht berücksichtigt.

Das ist wohl auch einer der Gründe, dass Amtsblätter diese Aufgabe still und leise übernommen haben. Ebenso wie Vereine und Verbände, Interessensgruppen in sozialen Netzwerken, regionale Rettungskräfte... Und die im Übrigen, das sei nur am Rande erwähnt, auch Anzeigen mit der Willigkeit zur Berichterstattung mitnahmen. Aber das wäre ein noch weitreichenderes Thema.

Zurück zum Urteil und der Verantwortung, die denen mitgegeben wurde, die laut Urteil die Staatsferne gegenüber ungleichen Mitbewerbern präsentieren. Es beinhaltet nämlich im unausgesprochenen Subtext, dass sich die regionalen Medien um entsprechende Berichterstattung auch bemühen müssen. Denn noch heißt es in der Urteilsbegründung: „Bei dem Gebot der Staatsferne handelt es sich um eine Marktverhaltensregelung. Die Verletzung einer solchen Regelung ist wettbewerbswidrig und begründet Unterlassungsansprüche von Mitbewerbern.“

Michael Busch
ist Vorsitzender des Bayerischen Journalisten-Verbands

Foto: Günter Distler

Wie würde das Gericht urteilen, wenn es diesen Wettbewerb nicht mehr gäbe, weil man die Jahresversammlung des Gesangvereins ebenso wenig besuchte wie die Leistungsabzeichenverleihung einer Freiwilligen Feuerwehr?

Daran sollten die Verantwortlichen der Verlage denken, wenn sie wieder einmal die Region in ihrer Breite für die „großen Geschichten“ vergessen wollen.

„Ich habe keine Angst“

In Syrien drohte dem geflohenen Journalisten Kassar Marie die Ermordung – Gespräch im Presseclub Nürnberg

Von Michael Anger

„Ich will kein Pseudonym benutzen. Ich habe keine Angst.“ Der Journalist, der das sagt, Kassar Marie, hätte allen Grund zur Vorsicht. Vor drei Jahren musste er seine Heimatstadt Al-Hasakeh in Nordsyrien verlassen, weil die Geheimpolizei bereits ein Dossier über ihn angelegt und seine Umgebung ausgefragt hatte. Sein Bruder bestand darauf, dass der stadtbekannte Redakteur floh. Schließlich waren schon viele Journalisten im syrischen Bürgerkrieg umgebracht worden, laut Reporter ohne Grenzen bereits 130.

Journalist Kassar Marie musste aus Syrien fliehen.
Foto: Hans von Draminski

Im Nürnberger Presseclub erzählte er nun auf Einladung des BJV-Bezirksverbands Nordbayern hin deutschen Kollegen von seiner Flucht, von den Arbeitsbedingungen in der Heimat, vom Praktikum bei den *Nordbayerischen Nachrichten*. Dort hat er seine Deutschkenntnisse verfeinert und viel geschrieben. Auch über Politik. Denn, obwohl er das nicht explizit sagt, argumentiert er nach dem Motto: Ein Journalist hat das persönliche Wohl hintanzusetzen. Das hat er schon in Syrien getan und immer wieder Kritik geübt. Allerdings indirekt oder ironisch verpackt. Denn wer Missstände offen anprangere, werde umgehend entlassen.

Kassar Marie hatte vier Jahre Medien studiert in der Hauptstadt Damaskus. Journalist wollte er werden, um den Menschen in der Diktatur eine Stimme zu geben. Immerhin brachte er es zum Redaktionsleiter einer Online-Zeitung, erhielt sogar Auszeichnungen. Eines Tages beschwerte sich der für seinen Bezirk zuständige Gouverneur beim Verleger; prompt wurde Kassar Marie degradiert. „Ganz normal in Syrien“, stellt er dazu fest. Als die Geheimpolizei Kassar Marie ins Visier nahm, floh er mit seiner Familie.

Mehr dazu sowie über die Situation syrischer Medien auf der BJV-Website unter *bjvlink.de/kassar.*

„Leuchtturm im tiefen Süden“

Bei korrekten Fotografennennungen steht *BJVreport* einsam an der Spitze

Auch ein Lob in eigener Sache tut dem *BJVreport* gelegentlich gut. Der DJV Hessen hatte im *Blickpunkt* in der letzten Ausgabe des Jahres 2018 ausgewertet, inwieweit die Mitgliederzeitschriften des Deutschen Journalisten-Verbandes Fotografen in den Bildvermerken korrekt benennen. Dabei schlossen einige Magazine nicht allzu gut ab. Das *NRW Magazin Journalist* steht mit über 50 Prozent Fehlerquote am Ende der Tabelle, dicht gefolgt vom *Journalist* mit 43,9 Prozent.

Und nun die gute Nachricht: Der *BJVreport* ziert mit einer Fehlerquote von nur 1,4 Prozent bei drei ausgewerteten Ausgaben als „Leuchtturm im tiefen Süden“ die Tabellenspitze. In den untersuchten Ausgaben seien nahezu alle Fotos korrekt beschriftet, schreibt Jens Brehl im Artikel. Das verlangt dem Redaktionsteam zwar regelmäßig intensive Überzeugungsarbeit gegenüber Pressestellen ab, manches Foto muss abgelehnt werden – und einige Namen sind schlicht nicht (mehr) ermittelbar. Doch das *BJVreport*-Team bleibt dabei: Ein Verbandsmagazin sollte Vorbildfunktion haben. Und wir werden weiter konsequent darauf drängen: Fotografen haben Namen!

Hier geht es zum ausführlichen Artikel im *Leuchtturm*: *bjvlink.de/Blickpunkt*. (*mic*)

Anmeldung zum Tag der Pressefreiheit

Der BJV schreibt zum fünften Mal einen Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit aus. Ausgezeichnet werden drei journalistische Werke (Karikatur, Foto, Videoclip oder Text), die sich herausragend mit dem Wert der Pressefreiheit auseinandersetzen. Bewerbungen sind bundesweit bis 17. April möglich. Weitere Infos unter *bjv.de/pressefreiheit2018*. Die Preise werden am 6. Mai um 19 Uhr im Presseclub München verliehen. Im Anschluss findet eine Podiumsdiskussion zum Thema „Whistleblowing“ statt. Dort soll ein Whistleblower zu Wort kommen, der für seine Courage Repressionen und juristischer Verfolgung ausgesetzt war. (*mgo*)

Der Vorstand unterwegs

Dutzende von Weihnachtsfeiern und mindestens ebenso viele Neujahrsempfänge – das war wohl eher ein sehnlicher Wunsch denn die Realität für den Vorstand. Die Sacharbeit prägte sowohl den letzten Monat im Jahr 2018 als auch den Start ins Jahr 2019. Es wurde ein Kongress zur Thematik Schwerbehinderter im Berufsalltag in Hamburg besucht, es galt bei der Akademie der Bayerischen Presse den Jahresabschluss zu vollziehen und der Akademie nunmehr das nächste Jahr vorzustehen. Ein Höhepunkt im abgelaufenen Jahr war sicher die Veranstaltung Pressefoto Bayern im bayerischen Landtag, sowohl in der Vorbereitung als auch beim Festakt selbst. Ein letztes Mal wurde der Medienrat besucht, bevor es zwischen den Jahren tatsächlich hieß, ein wenig Luft zu schnappen. Dafür ging es im neuen Jahr gleich intensiv weiter: Die Haushaltsvorbereitung für den BJV wurde angegangen, die erste Landesvorstandssitzung vorbereitet. Der Vorstand des BJV freut sich auf ein spannendes 2019 und wünscht allen Mitgliedern vor allem Gesundheit und dass die eigenen Wünsche in Erfüllung gehen.

Michael Busch

So ist es richtig

Wir hatten im *BJVreport* 06/2018 auf Seite 43 berichtet, dass der Beitrag, den die Landesverbände an den DJV abführen, um 50 Cent pro Mitglied erhöht wird. Nach aktuellem Stand beträgt die Erhöhung aber 70 Cent. Welche Auswirkungen dies auf den Haushalt des BJV haben wird, berichten wir in der nächsten Ausgabe des *BJVreports*.

Nachwahlen bei den Schwaben

Sie bestimmen künftig gemeinsam die Geschicke des BJV-Bezirksverbands Augsburg-Schwaben (von links): Engelbert Hopf (Chefreporter *Markt & Technik*), Katrin Irmer (Wirtschaftsredakteurin und verantwortliche Betriebsrätin Verlag Moderne Industrie), die Vorsitzende Miriam Leunissen, Martina Dankof (Onlineredakteurin bei *Leben & Erziehen*) sowie Tobias Weidemann (freier Journalist für Technik / Digitales / Wirtschaft). Nach mehreren Rücktritten hatte der Bezirksverband zu Nachwahlen geladen. Mehr zur Versammlung unter *bjvlink.de/schwaben*.

Text und Foto: Annette Zoepf

Neue Gesichter in Niederbayern

Neue Gesichter gibt es in der Vorstandschaft des BJV-Bezirks Niederbayern-Oberpfalz, der aktuell 461 Mitglieder zählt. Die langjährige Vorsitzende Claudia Grimsmann, freie Journalistin und PR-Fachfrau, wurde einstimmig wiedergewählt. Neu sind ihre Stellvertreter: Elfi Heinke (25), Doktorandin am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaften an der Uni Passau, und Andreas Wrobel-Leipold (62) von der Hochschule Mittweida. Im Bild (von links): Andreas Wrobel-Leipold, Elfi Heinke, die stellvertretende Landesvorsitzende Daniela Albrecht und Claudia Grimsmann. *bjvlink.de/niederbayern*.

Text und Foto: Franz Hackl

„Freude“ in Ansbach

Ausstellung Pressefoto Bayern machte im Brücken-Center Station

Als erste Station nach dem Bayerischen Landtag war die Ausstellung Pressefoto Bayern 2018 im Ansbacher Brücken-Center zu Gast. Bei der Eröffnung kritisierte Thomas Geiger, Vorsitzender des Fachausschusses Bildjournalisten im DJV, die Abnahme der Zahl von festangestellten Fotografen in den Verlagen. Dafür beziehe man die Fotos von Agenturen oder schlecht bezahlten freien Pressefotografen, die für ein Foto oft nicht mehr als den Gegenwert eines Cappuccino bekämen. Nach Ansbach sind das Museum für Industriekultur in Nürnberg und der Flughafen München die nächsten Stationen der Ausstellungstour. Details unter *bjvlink.de/ansbach*. (*mgo*)

Über die gelungene Vernissage und das Siegerbild „Freude“ freuten sich (von links): Fotograf Jim Albright, Brücken-Center-Geschäftsführer Andreas Schmid, der stellvertretende DJV-Bundesvorsitzende Wolfgang Grebenhof, Thomas Geiger und Fotograf Uwe Niklas. 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.

Berufswunsch: Als freie Journalistin in Beirut

Der BJV unterstützt DJS-Schülerin Helena Werhahn ein Jahr lang mit einem Stipendium

Von Michaela Schneider

Lehrerin, Entwicklungszusammenarbeit – oder auch Journalismus: Ideen, was sie einmal werden könnte, hatte Helena Werhahn einige. Seit Oktober 2018 besucht sie nun die Deutsche Journalistenschule (DJS) in München und das Sozialwerk des Bayerischen Journalisten-Verbandes wird die 26-Jährige ein Jahr lang finanziell mit einem Stipendium unterstützen. Geboren in Marburg, wuchs Werhahn dann in Leipzig auf. An der dortigen Universität machte sie den Bachelor in Politikwissenschaften und Arabistik.

Wann dachten Sie das erste Mal: Journalismus könnte der richtige Beruf für mich sein?

Helena Werhahn: Die Idee hatte ich schon zu Schulzeiten. Ich arbeitete bei der Schülerzeitung mit und merkte, dass ich Spaß daran habe, mich in Themen einzufuchsen, Dinge zu recherchieren und sie anderen Menschen nahe zu bringen. Ich spielte aber zum Beispiel auch mit anderen Gedanken wie der Entwicklungszusammenarbeit. Nach dem Abitur ging ich nach Gambia für einen Verein, der eine Vorschule unterstützte. In der Zeit merkte ich, dass ich ein sehr naives Bild von Entwicklungszusammenarbeit hatte. Für mich war recht ernüchternd, dass viele Projekte leider wenig nachhaltig sind, wenn sie vom Ausland aus gesteuert werden. Deshalb dachte ich nochmal kritisch über meinen Berufswunsch nach und orientierte mich wieder mehr hin zum Journalismus.

Neben Politikwissenschaften haben Sie Arabistik studiert. Wie kamen Sie darauf?

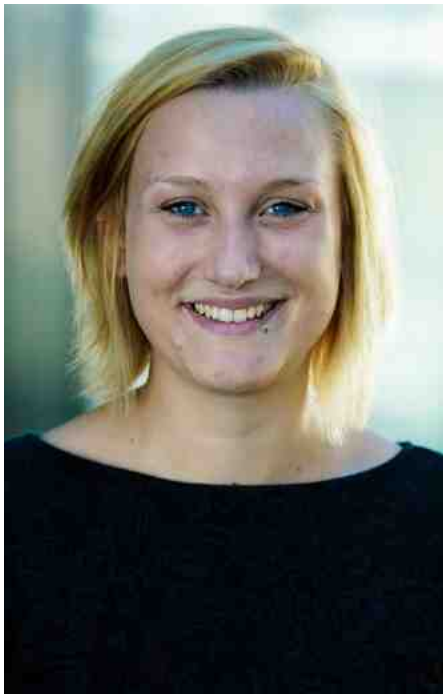
Ich war während eines Schüleraustauschs im Libanon und begeistert von dem Land und seiner Kultur. Mein Abitur fiel dann in die Zeit des Arabischen Frühlings, ich merkte, dass das eine total spannende Region ist und dachte mir: Es wäre sicher schlau, diese Sprache zu studieren.

München und Leipzig liegen nicht allzu nah beieinander. Warum die Bewerbung bei der DJS?

Weil sie einen sehr guten Ruf hat. Allerdings erschien es mir fast ein wenig vermessen, mich zu bewerben, zumal ich außer der Schülerzeitung, ein bisschen Uniradio und einem Artikel für eine Publikation meiner Professorin kaum journalistische Erfahrung hatte. Eine Freundin forderte mich dann aber auf, keine falsche Ehrfurcht zu haben und mich zu bewerben. Zugegeben, ich habe nun großen Respekt vor den Herausforderungen, die mich während der DJS-Zeit erwarten.

Und wie gefällt es Ihnen in München?

Stammt man nicht aus Bayern, hat man schon erstmal Angst davor, dass es hier sehr traditionell und konservativ zugehen könnte. Zumal München noch dazu den Ruf hat, schick und teuer zu sein. Aber ich bin positiv überrascht, die Stadt gefällt mir sehr gut mit ihren Parks und der herrschaftlichen Architektur. Ich fühle mich wohl hier.



Erhält ein Stipendium des BJV: DJS-Schülerin Helena Werhahn. Foto: David-Pierce Brill.

Für welche Medien, für welche Themen interessieren Sie sich besonders?

An der Universität konnte ich ein bisschen Radio ausprobieren, das könnte ich mir auch künftig gut vorstellen, zumal ich auch selbst gern gutes Radio höre. Thematisch würde ich mich natürlich am liebsten auf meinen Studien-Schwerpunkt, die Arabische Welt, konzentrieren. Viele Journalisten sind bei Interviews auf Übersetzer angewiesen, ich hätte dagegen die Möglichkeit, mit den Menschen direkt zu sprechen. Das sehe ich auf jeden Fall als Vorteil, vielleicht auch um sensibler und genauer hinschauen zu können.

Da schwingt ein bisschen Kritik mit. Denken Sie, in Deutschland wird ausgewogen über die Arabische Welt und den Islam berichtet?

Auf den Islam schauen wir meist nur mit der Außenperspektive. Hier wäre gut, wenn mehr Hintergrundwissen kommuniziert würde. Auch werden zum Beispiel in Talkshows immer wieder die gleichen Leute gehört, es bräuchte aber meiner Ansicht nach diversere Stimmen. Schauen Sie einmal auf die Bebilderungen bei Artikeln zum Islam: Hier wird immer und immer wieder mit dem Bild der Frau mit Burka gearbeitet, als seien verschleierte Frauen das Symbol des Islam schlechthin. Dabei gäbe es so viele andere Aspekte, den Ramadan oder das Fastenbrechen zum Beispiel. Wichtig wäre, eben auch bei der Bebilderung genauer darauf zu schauen, um welches Thema es im Artikel eigentlich geht. Zudem wird zu oft über, aber nicht mit Geflüchteten gesprochen.

Blick in die Zukunft: Wo würden Sie gern in fünf Jahren arbeiten?

Ich würde gern im Ausland leben und arbeiten, gut vorstellen könnte ich mir Beirut. Das klingt ein bisschen verrückt, aber aus heutiger Sicht würde ich den freien Journalismus einer Anstellung vorziehen. Vielleicht ist die Vorstellung naiv, aber ich hätte gern die Chance, ganz unterschiedliche Dinge zu tun und so flexibel wie möglich zu bleiben.

„Da müsste schon jemand Schauspieler engagieren“

Wie *BR* und *SZ* dafür sorgen, dass sich der Fall Relotius nicht wiederholt

Von Maria Goblirsch

Verena Nierle, Leiterin Redaktion *BR*-Recherche/*BR* Data Foto: Maria Goblirsch

„Was Relotius dem *Spiegel* eingebrockt hat, kann uns in dieser Form nicht passieren“, sagt Nicolas Richter, Leiter des Ressorts Investigative Recherche bei der *Süddeutschen Zeitung* (*SZ*). Man müsse sehen, dass der Reporter allein in entlegenen Gegenden der USA oder in Kriegsgebieten unterwegs gewesen sei. Was der eine oder andere dabei gesagt oder nicht gesagt habe, wie es vor Ort ausgesehen oder wie sich eine bestimmte Szene an der Bar abgespielt habe, könne nur er allein wissen.

Wenn bei der *SZ* oder beim *Bayerischen Rundfunk* investigativ gearbeitet wird, geschieht das indes nach festen Regeln und nur in Teamarbeit. Wie solche oft über viele Monate laufenden Recherchen ablaufen und wie sich die Redaktionen dabei absichern, beschrieben Nicolas Richter und Verena Nierle, Leiterin der Redaktion *BR* Recherche / *BR* Data bei einer Podiumsdiskussion des BJV im Münchner Presseclub (*bjvlink.de/investigativ*).

„Prinzip Nummer Eins bei uns ist, dass keiner allein an einem Thema arbeitet“, erklärte Nierle. „Wenn zwei Köpfe über einer Sache brüten und sich austauschen, verhindert das, dass sich einer in die Sache verrennt oder nicht mehr in der Lage ist, auch noch eine andere Perspektive zuzulassen.“ Jede Recherche werde von Anfang an redaktionell eng betreut, das Vier-Augen-Prinzip gelte nicht erst bei der letzten Abnahme von Bild und Ton, sondern bei größeren Anfragen und Konfrontationen.

Das Ressort *BR* Recherche arbeite mit Redaktionsprotokollen, damit nichts verloren geht, wenn man lange an einem Thema dran sei. Beim letzten Faktencheck, der auch die Abnahme beinhaltet, werde dann Zeile für Zeile abgeklopft, welche Aussage sich auf welchen Beleg bezieht. Diese Protokolle sähen aus wie wissenschaftliche Arbeiten, mit Fußnoten gespickt. Von Anfang an mit im Boot sind die *BR*-Juristen, um deren Blick auf das Thema zu nutzen, um Methoden der Recherche abzusprechen oder gemeinsam zu überlegen, wo die Gegenseite versuchen könnte, anzugreifen. Einen Vorteil hätten die TV-Rechercheure gegenüber Printkollegen dadurch, dass Zeugenaussagen in Bild und Ton aufgenommen würden. „Um Figuren komplett zu erfinden, müsste jemand schon Schauspieler engagieren und bezahlen “, sagt Nierle.

> **„Prinzip Nr.1: Keiner arbeitet allein an einem Thema.“**
> Verena Nierle, Leiterin Redaktion *BR*-Recherche/*BR* Data

Das Team von *BR* Recherche hat zehn Grundsätze aufgestellt, die es immer wieder hinterfragt. Da gehört der Informantenschutz an erster Stelle dazu („er ist wichtiger als die beste Story“) und das faire Vorgehen bei der Recherche. Alle Fakten müssen sich belegen lassen, für Informationen wird nicht gezahlt. Und die Recherchen werden so weit transparent gemacht, als Quellen nicht gefährdet werden (Grundsätze unter *bjvlink.de/br-recherche*).

Auch bei der *SZ* dienen Teamarbeit, das Mehraugenprinzip und die Einbeziehung der Rechtsabteilung dazu, die Recherche sicher zu machen. „Wir arbeiten viel mit Akten, mit Daten, bei denen dann jeder nachvollziehen kann, was da steht und wie man es interpretieren könnte“, betont der Ressortleiter. Nach dem Fall Relotius habe man viel darüber diskutiert,

Nicolas Richter, *SZ*-Ressortleiter Investigative Recherche Foto: Maria Goblirsch

was man noch verbessern könne. Ob man etwa Gespräche mit Informanten öfter für die Archivierung aufzeichnen sollte, ob man noch mehr Leute in den Rechercheprozess einbindet.

„Wir haben eine Verantwortung gegenüber Menschen, über die wir berichten und die nehmen wir sehr ernst, sagt Richter. Fälle wie die von Jörg Kachelmann oder Christian Wulff hätten gezeigt, dass sich Menschen von falschen Anschuldigungen nie mehr richtig erholten.

Gegenseite mit Recherche konfrontieren

Welche Kriterien bei der investigativen Recherche aus rechtlicher Sicht zu erfüllen sind, erklärte Martin Schippan, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht. Es müsse sich bei der Sache, über die berichtet wird, um einen Vorgang von Gewicht und nicht um irgendeine Lappalie handeln, die eine Person oder ein Unternehmen in ein schlechtes Licht rücke. Zweitens müsse ein Mindestbestand an Beweistatsachen gegeben sein – belastbare Informationen, Dokumente, Zeugenaussagen. Der wichtigste Punkt sei, die betroffene Person oder das Unternehmen mit den Ergebnissen der Recherche zu konfrontieren und Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben, die sich dann auch im Bericht widerspiegle. Last but not least dürfe der Bericht keine Vorverurteilung enthalten.

Richard Wagner bleibt im Museum

BGH: Fotos von Gemälden sind urheberrechtlich geschützt

Von Maria Goblirsch

Im Mannheimer Reiss-Engelhorn-Museum sind verschiedene Gemälde ausgestellt, darunter eines, das den Komponisten Richard Wagner abbildet. Diese Kunstwerke sind gemeinfrei, es besteht also kein Urheberrecht mehr daran. Ein ehrenamtlicher Mitarbeiter von Wikipedia hatte bei einem Besuch im Jahr 2007 Aufnahmen angefertigt, zusätzlich Fotos aus einem Museumskatalog eingescannt und diese insgesamt 17 Bilder auf das zentrale Medienarchiv Wikimedia Commons hochgeladen. Eine Fotoerlaubnis, die in den Geschäftsbedingungen des Museums vorgeschrieben ist, hatte der Mann zuvor nicht eingeholt.

Vielleicht wäre das unentdeckt geblieben. Doch die Sache flog auf, als in den USA das Richard-Wagner-Bildnis aus dem Museum auf Merchandising-Produkten wie Tassen, Tellern und T-Shirts auftauchte. Der Produzent hatte als Vorlage die Fotos aus Wikimedia verwendet. Die Museumsleitung ärgerte sich über die Vermarktung der Bilder für die ihrer Meinung nach geschmacklosen Souvenir-Artikel und klagte auf Unterlassung gegen die Wikipedia Foundation.

„Die Fotografie eines Gemäldes genießt Lichtbildschutz."
Der Bundesgerichtshof

Der Fall ging bis zum Bundesgerichtshof, der im Dezember 2018 entschied: Museen können verhindern, dass Aufnahmen ihrer Kunstwerke ohne Erlaubnis verbreitet werden. Fotos seien auch dann nach dem Urhebergesetz geschützt, wenn das darauf abgebildete Objekt bereits gemeinfrei ist (Az.: I ZR 104/17). Die Museumsleitung dürfe daher verlangen, dass die Abbildungen der Gemälde nicht mehr öffentlich zugänglich gemacht werden.

Das Hochladen der eingescannten Bilder aus dem Katalog verletze das dem Museum vom Fotografen übertragene Recht, die Lichtbilder öffentlich zugänglich zu machen, heißt es in der Entscheidung. Die Fotografie eines Gemäldes genießt danach den Lichtbildschutz nach § 72 Abs 1 Urhebergesetz. Bei ihrer Anfertigung habe der Fotograf Entscheidungen über eine Reihe von gestalterischen Umständen zu treffen, zu denen Standort, Entfernung, Blickwinkel, Belichtung und Ausschnitt der Aufnahme zählen. Daher erreichten solche Fotografien regelmäßig das für den Schutz erforderliche Mindestmaß und dürften nicht einfach aus dem Museumskatalog eingescannt werden, urteilten die Richter.

Auch die von dem freien Mitarbeiter geknipsten Bilder hätten nicht verwendet werden dürfen, da im Museum ein durch Piktogramme sichtbar gemachtes Fotografierverbot herrschte. Das Museum habe ein berechtigtes Interesse daran, seine Kunstwerke zu schützen. In der Verhandlung hatte der Vertreter des Museums erklärt, dort dürfe fotografiert werden, man müsse nur vorher eine Genehmigung einholen.

Neu ist an diesem Urteil nicht, dass Fotografien generell dem Urheberschutz unterliegen. Neu ist vielmehr, dass sie auch dann geschützt sind, wenn das abgebildete Werk längst gemeinfrei ist, also von jedermann genutzt werden darf. Nach dem Gesetz erlischt das Urheberrecht 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers (§64 UrhG). Bei Schnappschüssen fehlt eine ausreichende Schöpfungshöhe. Hier sind es 50 Jahre Frist. Danach gelten Bilder als gemeinfrei.

„Aus der Sicht von Fotografen, von denen einige – als Nebentätigkeit zur journalistischen Tätigkeit – auch im Auftrag von Museen oder auf eigene Initiative Fotos von Kunstwerken erstellen, ist das Urteil des BGH grundsätzlich zu begrüßen", kommentiert DJV-Referent Michael Hirschler in einer Pressemitteilung. Nur so könnten Bildjournalisten bei weiteren Nutzungen noch angemessene Vergütungen für ihre Fotoproduktionen erhalten. Dürften alle (Online-) Verzeichnisse auf der Welt ihre Fotos kostenlos verwenden, würden auch Medienhäuser kaum noch etwas für solche Bilder zahlen wollen.

Aber: Dieses Urteil ändert nach Ansicht des DJV nichts daran, dass (Kunst-)Werke nach § 50 UrhG für die aktuelle Berichterstattung über Tagesereignisse unter bestimmten Umständen fotografiert und gefilmt werden dürfen. Das könne für eine Ausstellungseröffnung im Museum genauso gelten wie etwa bei der Rede eines Politikers in einem Gebäude, in dem sich auch Kunstwerke befinden.

„Auch wenn eine Akkreditierung und damit eine Erlaubnis des Museums für Foto und Film in solchen Fällen grundsätzlich ratsam ist, sind durchaus auch Konstellationen denkbar, in denen Journalistinnen und Journalisten solche Bilder auch ohne vorherige Genehmigungsprozedur ‚einfach so' anfertigen können", schreibt Hirschler. Allerdings gelte für das „Abfotografier-" und „Abfilmprivileg", dass solche Bilder nur zur Tagesberichterstattung verwendet werden dürfen.

Während das Foto also in der Zeitung beziehungsweise Online-Ausgabe erscheinen dürfe, sollte es nach Ansicht des DJV nicht noch weiterhin im Nachrichtenarchiv der Onlinezeitung zugänglich bleiben. Der Bundesgerichtshof hat eine solche Archivnutzung für unzulässig erklärt.

200 Euro für Online-Foto-Klau

In einem anderen Fall hatte ein nicht hauptberuflich arbeitender Fotograf das Bild eines Sportwagens auf Facebook veröffentlicht. Ein Gewerbetreibender übernahm es und warb damit auf seiner Website für eine kommerzielle Veranstaltung. Der Fotograf verlangte 900 Euro Schadensersatz, basierend auf den Honorarsätzen der Mittelstandvereinigung Foto-Marketing (MFM). Der BGH entschied, dass die MFM-Tabelle nicht anwendbar sei, da der Kläger kein Berufsfotograf sei und sprach diesem nur 200 Euro zu (Az.: I ZR 187/17). Der Schadensersatz sei im Fall eines Amateurfotografen nach freiem richterlichen Ermessen zu schätzen.

Die Autorin
Maria Goblirsch ist Juristin und freie Journalistin mit Schwerpunkt Medienrecht und Medienpolitik.
@MariaGoblirsch; goblirsch@bjv.de

Foto: Udo Dreier

Claas Relotius für die Ewigkeit

Der Reportage-Sammelband war kaum gedruckt, da schlug die Welle kurz vor Weihnachten mit voller Wucht auch auf den kleinen, eigentlich auf rechtswissenschaftliche Literatur spezialisierten Stämpfli-Verlag in Bern ein. Denn unter den Reporterinnen und Reportern, die auf 136 Seiten erzählen, welche Folgen ihre Veröffentlichungen für die Betroffenen und für sie selbst hatten, ist auch Claas Relotius. Der „Spiegel-Fälscher" hat, wie man nun weiß, vielerorts betrogen. So auch hier. Wortreich spinnt er das Märchen von den „Königskindern" weiter: Die Reaktionen auf seine preisgekrönte Reportage über zwei syrische Waisen hätten ihn dazu gebracht, deren Schicksal weiter zu (beg-)leiten bis hin zur Adoption durch ein deutsches Ärztepaar. Fast nichts davon stimmt. Aber in diesem Buch bleibt es auf ewig so stehen. Statt Relotius' Beitrag zu schwärzen, lässt der Verlag in einem Online-Hinweis verlauten, habe man sich entschlossen, „ihn als Zeit-Dokument im Buch zu lassen". Dies auch deshalb, „weil dieser Text entscheidend zur Entlarvung des Betrügers Relotius beigetragen hat". Ob nachfolgenden Lesergenerationen die richtige Einordnung ohne jegliche Fußnote gelingt? Die Macht des gedruckten Wortes ist bekanntlich ungebrochen. Das zeigt sich, auf andere Weise, auch in den anderen Kapiteln von Stars wie Cordt Schnibben oder Barbara Supp, die zudem viel verraten über die Fähigkeit zur Reflexion, ja Demut des jeweiligen Autors. Das Wörtchen „bedauern" nimmt nur eine in den Mund.

Senta Krasser

Margrit Sprecher, Daniel Puntas Bernet (Hrsg): Wellen schlagen. Die Geschichte danach – Reporter erzählen. Stämpfli Verlag 2018, 136 Seiten, 29 Euro, ISBN 978-3-7272-6037-7 *bjvlink.de/wellen*.

Opulenter Online-Wegweiser

Autor Hektor Haarkötter arbeitet als Professor für Kommunikationswissenschaft an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg und hat zudem fast zwei Jahrzehnte journalistisch gearbeitet. Und journalistisch ist er auch an dieses Werk herangegangen: Zwei Jahre lange recherchierte er bei einigen Online-Redaktionen, Agenturen und Produktionsfirmen, um sich ein genaues Bild vom Zustand des Journalismus im Netz zu verschaffen. Haarkötter bietet kurze Einblicke in die Arbeit von Medien wie *Krautreporter*, *Süddeutsche.de*, *Bild.de*, *Merkur/tz* und anderen. Diese Impressionen werden zwischen die einzelnen Lehrkapitel eingebunden, dies ist besonders gut gelungen. Die Kapitel behandeln alle für den Online-Journalismus relevanten Grundlagen – ob Schreiben fürs Netz, multimediales Erzählen, Bloggen, Bewegtbild, Multimedia oder Datenjournalismus. Stets liefert der Autor hier didaktisch gut aufbereitete Informationen. Jeder, der online journalistisch arbeiten möchte, sollte dieses Werk durcharbeiten. Für altgediente Journalisten bietet die Lektüre Erkenntnisse darüber, wohin sich der (Online-)Journalismus entwickeln wird. Verzeihlich ist, dass Haarkötters salopper Stil zuweilen sehr klamaukig wird – dass der Kaffee bei *faz.net* „schwarz und gut" ist, braucht man nicht zu wissen.

Thomas Mrazek

Hektor Haarkötter: Journalismus.online. Das Handbuch zum Online-Journalismus. Herbert von Halem 2019, 422 Seiten, 35 Euro, ISBN 978-3-7445-1108-7. *journalismus.online*

Augmented Reality: Journalismus 4.0?

Information ist wichtig, kann aber auch ganz schön langweilig sein. Dabei gibt es im Journalismus zahlreiche Wege, um Spannung und Unterhaltung mit Information zu kombinieren. Einer davon ist die Einbindung von AR-Anwendungen (AR = Augmented Reality). Prominentestes Beispiel war vor einigen Jahren das Smartphone-Spiel Pokémon Go. Was passiert hierbei? Real existierende Bilder, die sich durchs Display des Smartphones betrachten lassen, werden mit digital aufbereiteten Informationen ergänzt – es entsteht im besten Falle ein echter Mehrwert. Nur: Die Produktion solcher Inhalte kann sehr aufwändig sein. Sinan Sevinc hat sich in „Augmented Reality im Journalismus" mit den Potenzialen von AR im Journalismus auseinandergesetzt. Der „Wertzuwachs besteht laut seiner Analyse im Wesentlichen aus einer Reduzierung der inhaltlichen Komplexität. Weiterhin können positive Auswirkungen auf das Interesse und die Aufmerksamkeit des Users sowie auf die Nutzungsdauer und die Intensität der Nutzung nachgewiesen werden", schreibt Sevinc. Wichtig für die Zukunft wird sein, ein breites Zielpublikum und nicht nur technisch Interessierte zu erreichen. Bei jungen Usern ist AR, insbesondere durch die Smartphone-Nutzung, längst angekommen. AR wird unbewusst bereits oft verwendet, etwa wenn bei Selfies diverse Filter über die Fotos gelegt werden. Somit ist, so Sevinc, AR „längst nicht mehr die futuristische Vorstellung von einem Leben in der Zukunft, die man nur aus einem Hollywoodstreifen kennt, sondern bereits ein Teil unserer Gegenwart".

Johannes Michel

Sinan Sevinc: Augmented Reality im Journalismus – Inhaltlicher Mehrwert und Potenziale einer innovativen Medientechnologie. Nomos 2018. 125 Seiten. 24 Euro, ISBN 978-3-8487-5432-8, *bjvlink.de/ar*

Bitte berühren

Immer mehr Arbeitsgeräte kommen mit Touchscreen. Das klassische Notebook hat seinen Zenit überschritten.

Von Johannes Michel

Regelmäßig beschäftigen sich die Technik-Tipps im *BJVreport* mit dem Thema Hardware. Wer einmal die für sich perfekte Ausstattung für Büro oder Home-Office gefunden hat, muss aber immer wieder feststellen: Es ändert sich einiges. Von den schweren Computertürmen unter dem Schreibtisch sind wir längst weg, der Formfaktor Notebook hat sich seit Jahren etabliert. Jetzt zeigt sich deutlich: Auch das klassische Notebook hat seinen Zenit überschritten. Der Trend geht klar zum Touchscreen, der das Einsatzszenario erweitern kann. Nur ein Hersteller macht bisher nicht mit.

Im Apple-Universum gibt es eine klare Trennlinie, sie verläuft zwischen Geräten mit Touchscreen (Smartphones, Tablets – also iPhone, iPad) und Geräten ohne Touchscreen (Mac, iMac, MacBook). Das ist gewollt, soll doch das iPad immer mehr die Rolle eines kleinen Computers übernehmen und für die meisten Bedürfnisse ein Notebook beziehungsweise MacBook ersetzen. Mittlerweile ist Apple allerdings der einzige Hersteller, der (noch) so denkt.

In der Windows-Welt haben alle Anbieter längst reagiert und setzen immer stärker auf Touchscreens – aus reinen Notebooks werden dann Notebooks mit einem berührungsempfindlichen Bildschirm, die zudem in neuen Formfaktoren auf den Markt kommen. Bei einem Convertible zum Beispiel lässt sich das Display um 180 Grad drehen, so dass die Tastatur verschwindet und das Gerät einem Tablet ähnelt. Oder als 2-in-1-Geräte, bei denen sich Display- und Tastatureinheit trennen lassen – die Displayeinheit kann dann separat betrieben werden wie ein Tablet. Und All-in-One-PCs, meist schicke Geräte für den repräsentativen Schreibtisch, bieten ebenfalls immer öfter einen Touchscreen.

Formfaktoren wie die des Microsoft Surface, im Bild das Modell Pro 4, sind aktuell „in Mode“. Die Tableteinheit kann auch ohne die Tastatur betrieben werden.

Foto: Johannes Michel

Hochauflösendes Display auf Wunschliste nach oben gerückt

Bei der Ausstattung haben sich die Prioritäten entsprechend verschoben. Im Mittelpunkt steht nicht mehr nur der neueste und schnellste Prozessor, auch massenweise Arbeitsspeicher oder Speicherplatz sind auf der Wunschliste der Käufer nach unten gerückt. Viel interessanter ist ein hochauflösendes Display, mindestens in Full-HD (Auflösung 1.920 x 1.080), wobei ein solches in der High-End-Klasse schon zu wenig wäre. Für kreative Köpfe und alle, die ihr Gerät auch als digitalen Notizblock einsetzen wollen, ist die Stiftunterstützung Pflicht.

Und: Zur Speichererweiterung und zum Einspielen von Fotos einer Digitalkamera ist ein Einschub für Speicherkarten sinnvoll, Meist verbauen die Hersteller hier einen microSD-Karten-Slot. Wer seine Kamera noch mit großen SD-Karten betreibt, kann per Adapter aus jeder microSD-Karte eine große SD-Karte machen und diese dann bei Bedarf sowohl in Kamera als auch Notebook / Convertible oder 2-in-1 verwenden.

Die Entwicklung weg vom stationären PC zum Convertible oder 2-in-1 bringt viele Vorteile mit sich. Der größte ist wohl, nur ein Gerät verwalten zu müssen: Updates

müssen nur hier installiert, Softwarelizenzen nur einmal erworben werden. Vergangenheit ist der Ärger darüber, dass wichtige Dateien wieder einmal auf dem stationären PC liegen und unterwegs nicht zur Verfügung stehen. Und, nicht zu vernachlässigen: Es fällt nur eine Investition an.

Wer im Home-Office aber weitere Peripheriegeräte wie Drucker, Zusatzmonitor und externe Festplatte stehen hat, wird schnell an den eingeschränkten Anschlussmöglichkeiten der modernen Technik verzweifeln. Microsofts Vorzeige-2-in-1, das Surface Book 2, gehört da noch zu den besser ausgestatteten Geräten, mit zwei normalen USB- und einem USB-C-Anschluss. Für viele Nutzer reicht das aber nicht aus, ein USB-Hub löst das Problem. Aber: Noch immer müssen beim „Andocken" zahlreiche Kabel eingesteckt werden – in vielen Büros sind das etwa LAN-Kabel fürs Internet, Klinkenanschluss für die Lautsprecher und natürlich das Stromkabel.

Das kann nerven. Abhilfe schafft hierfür eine Dockingstation, die allerdings nicht mehr viele Hersteller anbieten. Während Notebooks früher auf eine solche Dockingstation gestellt wurden, dient heute oft ein Kabel als Verbindung zwischen Gerät und Station – so auch beim Surface Book 2. Wird das 2-in-1 auf dem Schreibtisch aufgestellt, muss somit nur ein einziges Kabel eingesteckt werden. Nicht nur Microsoft, sondern alle Hersteller, die solche Dockingstationen noch im Produktportfolio haben, lassen sich diesen Komfort aber teuer bezahlen, das Surface-Dock zum Beispiel kostet um die 200 Euro.

Ein Gerät, das auch teurer sein darf

Dadurch, dass stationäres und mobiles Arbeitsgerät verschmelzen und nur Investitionen in ein Gerät fällig werden, sind viele Käufer bereit, mehr pro Einzelgerät auszugeben. Das haben die Hersteller schnell erkannt und setzen daher auf hochwertigere Technik und Optik. Ein gutes Beispiel dafür ist das neue Spectre Folio von HP. Das Convertible kommt mit einem neuartigen Faltmechanismus fürs Display, einem Lederüberzug und einem Bedienstift direkt im Lieferumfang. Los geht es aber erst bei etwa 1600 Euro. Dafür taugt das Spectre Folio jedoch für nahezu alle Einsatzszenarien bis hin zur Videobearbeitung und wiegt dabei nur anderthalb Kilogramm.

Das sollte ein Notebook, Convertible oder 2-in-1 aktuell mitbringen:

Prozessor:	mindestens Intel Core i5 (andere Hersteller spielen zurzeit kaum eine Rolle)
Arbeitsspeicher:	mindestens 8 GB
Speicherplatz:	mindestens 256 GB (SSD), Einschub für (micro-)SD-Karten
Display:	je nach Größe mindestens Full-HD-Auflösung, besser mehr; Touchscreen
Grafik:	integrierte Grafikkarte (meist von Intel) reicht aus, für Spiele oder professionellen Videoschnitt eigenständige Grafikkarte nötig
Anschlüsse:	USB, USB-C, Thunderbolt, WLAN, Bluetooth, Lautsprecher; per Dockingstation: LAN, Mikrofon, HDMI

Ähnlich hat sich Lenovo mit seinem ThinkPad X1 Yoga aufgestellt. In der aktuell dritten Generation liegt es preislich nur knapp unter dem HP Spectre Folio, bringt aber sogar Vorteile mit sich. Zwar ist das Design weniger ansprechend, dafür gibt es einen SD-Kartenslot und optional ein LTE-Modem, so dass auch unterwegs eine schnelle Internetverbindung abseits vom WLAN möglich wird, einen entsprechenden Tarif vorausgesetzt.

Wer im Apple-Universum unterwegs ist – was vor allem aufgrund des Betriebssystems und der guten Zusammenarbeit der Technik untereinander verständlich ist – muss auf die vielfältigen Möglichkeiten verzichten. Hier ist das Produktangebot nach wie vor sehr klassisch unterteilt, Touchscreens gibt es bei den echten Arbeitsgeräten nicht. Ebenso fehlt bei sämtlichen MacBooks die LTE-Option. Apple setzt vielmehr auf das iPad, für das längst viele Zubehörteile angeboten werden, um aus dem Tablet ein professionelles Arbeitstier zu machen (Tastatur, Bedienstift, SD-Kartenleser). Und so ist es ganz schnell möglich, für ein iPad mit Zubehör Preise jenseits der 2000 Euro zu erreichen.

Spannung ist im Apple-Universum aber garantiert. Denn noch 2019 will Adobe eine Version von Photoshop fürs iPad in den App-Store stellen, die der PC- und Mac-Version in nichts nachstehen soll. Erste Präsentationen sahen vielversprechend aus. Windows-Nutzer wird Apple damit aber wohl nicht erreichen, sondern vielmehr jene, die bisher unterwegs ein MacBook einsetzen.

Neue Smartphones mit Tastatur?

Und was ist mit den Smartphones? Die Idee von Microsoft, mit der Technik „Continuum" aus einem Smartphone per Anschluss an Monitor, Maus und Tastatur einen vollwertigen Computer zu machen, hat sich nicht durchgesetzt, das Projekt wurde aufgegeben. Samsung bietet mit DeX zwar eine ähnliche Möglichkeit, allerdings nicht mit Windows, sondern mit Android als Betriebssystem. Das hat für echte PC-Arbeiter klare Nachteile. Und das Smartphone unterwegs als Arbeitstier? Hier scheitert es oft an der fehlenden Tastatur, Smartphone-Pionier BlackBerry spielt am Markt keine Rolle mehr. Neue Hersteller könnten allerdings diese Lücke schließen. Auf der Elektronikmesse CES in Las Vegas Anfang Januar wurde mit dem Cosmo Communicator nach gut 20 Jahren ein würdiger Nachfolger für den Nokia Communicator vorgestellt. Der war in den 1990er Jahren eines der ersten Smartphones – mit Browser und E-Mail-Unterstützung. Dank einer vollwertigen QWERTZ-Tastatur lassen sich mit dem Communicator auch längere Texte verfassen. Ansonsten steckt im Cosmo Communicator aktuelle Smartphone-Technik. Mit einem Gewicht von rund 300 Gramm und Maßen von 17 x 8 x 1,4 Zentimeter ist er aber weder Leichtgewicht noch Handschmeichler. Aber das wollte früher auch Nokias Communicator nicht sein.

Der Autor
Journalist und Technikexperte Johannes Michel betreibt mit *NachrichtenamOrt.de* eine lokale Onlinezeitung.
@Vieraugen,
jmichel@journalist-michel.de
Foto: Günter Distler

DJV-Tagung 24 Stunden Zukunft – Deine Geschichte in allen Kanälen

Wer seine Zielgruppen mit journalistischen Inhalten begeistern und vor allem erreichen will, muss heute deutlich mehr liefern, als nur Facebook und Twitter zu bespielen. Die diesjährige Tagung der Jungen Journalisten im DJV steht deshalb unter dem Motto: „24 Stunden Zukunft – Deine Geschichte in allen Kanälen". Stattfinden wird sie am **Samstag und Sonntag, 30. und 31. März**, im Verlagsgebäude des *Spiegels* in Hamburg. *Spiegel Online* ist auch der Gastgeber.

Neben Workshops, in denen sich die Teilnehmenden in innovativen Technologien und Storytelling-Formaten wie Netzrecherche, Mobile Reporting, Diversity in der Berichterstattung oder Podcasts probieren können, gibt es interessante Gesprächsrunden. Für das Abschlusspodium haben bereits die *tagesschau.de*-Redaktionsleiterin Juliane Leopold, Sebastian Horn, stellvertretender Chefredakteur von *Zeit Online,* und die VR-Journalistin Susanne Dickel (*intovr.de/susanne-dickel*) zugesagt. „Sie werden uns unter anderem verraten, wie Redaktionen in Zukunft ihre Geschichten erzählen wollen", kündigt das Organisationsteam der Jungen Journalisten an.

Die Veranstaltung richtet sich an junge Journalistinnen und Journalisten unter 35 Jahren. Teilnahmegebühr für DJV-Mitglieder: 39 Euro, für Nichtmitglieder: 119 Euro. Anmeldung und weitere Informationen: *djv-24stunden.de* #24h

Die Jungen Journalisten im DJV laden Ende März zur Tagung ein. Screenshot: Thomas Mrazek, Grafik: Der Urheber möchte nicht genannt werden, sein Name ist der Redaktion bekannt.

Mitgliedern gewährt der BJV einen Fahrtkostenzuschuss, und zwar 50 Prozent der Fahrtkosten für ein Bahnticket 2. Klasse (Hin- und Rückfahrt), maximal 100 Euro. Die Kostenerstattung kann nach der Veranstaltung bei der Geschäftsstelle beantragt werden.

„Brückenschlag – Kommunikation in unruhigen Zeiten" lautet der Titel einer Fachtagung, zu der der DJV am Freitag, 22. März, nach Berlin einlädt. „Brückenschlag" ist der erste DJV-Kongress seit vielen Jahren, der sich speziell an Journalistinnen und Journalisten in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit richtet.
Auf dem Programm der eintägigen Veranstaltung stehen Diskussionen, Vorträge und Workshops zu aktuellen Themen wie etwa Multichannelling, Influencer Marketing und das Spannungsfeld zwischen PR und künstlicher Intelligenz. Praktische Tipps für Seitenwechsler zwischen berichtendem Journalismus und Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sind ebenfalls Bestandteil des Programms. Als Referenten haben unter anderem Anja Zimmer von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg, Daimler-Kommunikationschef Jörg Howe, HSBC-Unternehmenskommunikator Robert von Heusinger und Digitalchefin Magdalena Rogl von Microsoft zugesagt.
Konzipiert und erarbeitet wurde die Tagung vom DJV-Fachausschuss Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. **Teilnahmegebühr** für Studierende und Volontäre: 50 Euro, DJV-Mitglieder: 75 Euro, Nichtmitglieder: 150 Euro. **Anmeldung und weitere Informationen unter:** *brueckenschlag.online*. Auch hier gewährt der BJV seinen Mitgliedern einen Fahrtkostenzuschuss (Konditionen siehe oben, DJV-Tagung 24 Stunden Zukunft).

BJV-/DJV-Termine

Montag, 6. Mai, Internationaler Presseclub München
Diskussion zum Tag der Pressefreiheit und Verleihung des BJV-Pressefreiheitspreises (Einsendeschluss ist am Montag, 22. April 2019, *bjv.de/pressefreiheit2019*)

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

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

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

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

Interessante Tagungen 2019

Donnerstag, 21. Februar und Freitag 22. Februar, Tutzing
Tutzinger Journalistenakademie: Digital, virtuell, immersiv
Tagung der Akademie für politische Bildung Tutzing in Zusammenarbeit mit dem Institut für Medienentwicklung und -analyse der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg (IMEA)
bjvlink.de/journalistenakademie

Montag, 6. Mai bis Mittwoch, 8. Mai, Berlin
re:publica 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*

Mittwoch, 8. Mai bis Sonntag, 19. Mai, München
DOK.fest München 2019
Unter anderem mit anregenden Diskussionen über die Zukunft des Dokumentarfilms.
dokfest-muenchen.de

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, 4. Juli, Nürnberg
Lokalrundfunktage 2019
Der größte Branchentreff Deutschlands für den lokalen und regionalen Rundfunk.
lokalrundfunktage.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 finden Sie auf der BJV-Website: bjv.de/termine und jeden Freitag im BJV-Newsletter: bjv.de/newsletter.

Seminare

BSW-Programm 2019
Das Programm 2019 des Bildungs- und Sozialwerks des BJV (BSW) steht auf den Seiten 8 und 9 sowie unter *bjv.de/seminare.*

Jubilare

Als der *Bayerische Rundfunk* 60. Geburtstag feierte, schnürte der erfahrene Münchner Medienjournalist **Karl-Otto Saur** das schönste Packerl: den 300-Seiten-Band „Ein bisserl was geht immer“. Seit 1972 hatte der DJS-Schüler das Ressort Hörfunk und Fernsehen der *Süddeutschen Zeitung* betreut. Kurz ging er als Ressortleiter zum *Spiegel*, ehe er sich 1992 mit dem „Kontor für Kultur und Kommunikation“ in Ebenhausen selbstständig machte. Zwölf Jahre leitete er das Fernsehfilm-Festival in Baden-Baden. Am 14. März begeht Saur seinen 75. Geburtstag.

Als Chefredakteur der *Hamburger Zeit* ist **Giovanni di Lorenzo** zu einer moralischen Instanz in der deutschen Medienlandschaft geworden. Dass er sich über die reine Berichterstattung hinaus engagierte, ließ er schon als *SZ*-Redakteur erkennen, als er in Reaktion auf fremdenfeindliche Vorfälle 1992 die bis dahin größte Lichterkette in München organisierte. 1999 ging er als Chef zum *Tagesspiegel* nach Berlin, 2004 wechselte er zur *Zeit*. Am 9. März feiert unser treues Mitglied seit 1986 seinen 60. Geburtstag.

Die Kollegen im *BR*-Funkhaus wussten über Jahrzehnte, was sie an **Susanne Schmidt** hatten. Unermüdlich war sie in der Fachgruppe für die Interessen der Kollegen und in sozialen Belangen engagiert. Auch im BJV-Sozialwerk wirkte sie viele Jahre an der Unterstützung notleidender Kollegen mit. Und schließlich war da noch der Aufnahmeausschuss. Am 30. April feiert die Kollegin, die in Apfeldorf am Lech ihr Refugium gefunden hat, ihren 75. Geburtstag.

Auf Verbandstagen waren Redebeiträge des Würzburgers **Max Schmidt** das Salz in der Suppe. Leidenschaftlich und temperamentvoll konnte der Feuilletonchef der *Main-Post* für die Sache der Journalisten streiten. 20 Jahre lang war er Bezirksvorsitzender in Mainfranken, als Schriftführer gehörte er von 1993 bis 1997 dem geschäftsführenden Vorstand des BJV an. Ruhig ist es um ihn geworden, unvergessen sind aber seine Verdienste um den Aufbau des Bezirksverbands Mainfranken, dessen Ehrenvorsitzender er ist, und sein Engagement im BJV-Sozialwerk. Am 17. April wird Max Schmidt 80 Jahre alt.

Mit einer Livesendung ist er vor zehn Jahren beim *Bayerischen Rundfunk* vom Studio Mainfranken verabschiedet worden. Seit 1980 war **Franz Barthel** die Stimme aus Würzburg, buchstäblich Gott und die Welt kannte er. Seine Interviewpartner mussten sich manche Spitzfindigkeit von ihm gefallen lassen. Vor allem als Gerichtsreporter machte er sich einen Namen. Nun profitiert noch der Aufnahmeausschuss von seiner Findigkeit und seinem Mutterwitz. Am 2. April feiert Franz Barthel seinen 75. Geburtstag. (*ak*)

ANGEBOTE VON JOURNALISTEN FÜR JOURNALISTEN

Foto: Fotolia/vitalovk

Ausgewählte Veranstaltungen des bpb-Lokaljournalistenprogramms 2019

- **Modellseminar:** „Gemeinderat, Verwaltung, Wirtschaft, Menschen. Kommunalpolitik spannend erzählen“ vom 16. bis 20. September 2019 in Potsdam
- **Redaktionskonferenz:** „Profil schärfen, Ballast abwerfen, Mut zur Veränderung. So gewinnt der lokale Sportteil“ vom 13. bis 15. November 2019 in Bad Urach
- **drehscheibe-Themenwochen:**
  - **Kommunalpolitik** vom 1. bis 5. April 2019
  - **Visionen** vom 11. bis 14. Juni 2019
  - **Demokratie** vom 5. bis 9. August 2019
  - **Gewalt und Kriminalität** vom 30. September bis 4. Oktober 2019

Alle Veranstaltungen, Publikationen und Angebote unter:
www.bpb.de/gesellschaft/medien/lokaljournalistenprogramm und www.drehscheibe.org

bpb: Bundeszentrale für politische Bildung

drehscheibe
aus Lokalredaktionen für Lokalredaktionen

Nachrufe

Katrin Hilmer, feste freie Redakteurin der *BR*-Abendschau, starb völlig unerwartet im Alter von 51 Jahren am 26. September 2018 in München. Geboren im hessischen Groß-Gerau, hatte sie schon im Studium der Geschichte und Volkswirtschaft als freie Mitarbeiterin bei Zeitungen, in der betrieblichen Öffentlichkeitsarbeit und in Fernsehredaktionen erste journalistische Erfahrungen gesammelt. Ab 1992 wurde sie feste Freie im Fernseh-Ressort „Aktuelles Tagesgeschehen" beim *Bayerischen Rundfunk*. Im BJV seit April 2000. (*ak*)

Hans Heer, Fotograf und Chronist des Würzburger Stadtgeschehens, starb am 18. Januar im Alter von 88 Jahren in der Bischofsstadt. Über mehrere Jahrzehnte hinweg fotografierte er als Bildredakteur für die Tageszeitungen *Volksblatt*, *Main-Post* und das *Würzburger Sonntagsblatt*. Heer war 1992 der erste Preisträger des Wettbewerbs Pressefoto Unterfranken, aus dem später Pressefoto Bayern hervorging. Im BJV war der Bildjournalist seit 58 Jahren Mitglied. Bis zuletzt stand er den jüngeren Kollegen mit Rat und Kritik zur Seite.

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), Jim Albright (F), Senta Krasser (T), Philipp Kimmelzwinger (F), Matthias Hoch (F), Susanne Sigl (F), Ilena Mittermaier (F), Markus Konvalin (F), Patrick Schuch (F), Thomas Mrazek (T, F), Günter Distler (F), Maria Goblirsch (T, F), Marion Trutter (T), Eric Mannen (F), Katharina Greve (K), Alois Knoller (T), Helena Werhahn (T), David-Pierce Brill (F), Anette Kolb (T, F), Michael Anger (T), Hans von Draminski (F), Annette Zoepf (T, F), Franz Hackl (T, F), Udo Dreier (F), Johannes Michel (T, F), Ralf Lienert (F).

Gestaltung: Mediaservice Rudi Stix
Titelbild: Jim Albright

Verantwortlich für Anzeigen:
Mediasüd Robert Macher, Tel. 0 91 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 2/2019: 17. März 2019
Erscheinungstermin: 17. April 2019

ISSN: 0947-8337
Copyright 2017 by BJV & Autoren
Druckerei:
Himmer GmbH Druckerei & Verlag
Steinerne Furt 95
86167 Augsburg / www.himmer.de

„Marco Polo war ein früher Relotius“

Peter Linden lehrt das Schönschreiben von Reportagen, das seit den aufgedeckten Fälschungen im Magazin *Der Spiegel* in Verruf geraten ist. Zu Unrecht, wie er findet.

Von Senta Krasser

„Reportage-Gott“ nennen ihn diejenigen, die einmal ein Seminar von ihm besuchten. Claas Relotius gehörte nicht zu Peter Lindens Schülern. Was der Reportage-Fälscher bei ihm gelernt hätte? Na, dass der Freiraum des Reporters Grenzen hat.

Sagen Sie mal, Herr Linden, gibt es die perfekte Reportage?

Peter Linden: In dieser Absolutheit muss ich die Frage mit Nein beantworten. Perfektion bedeutet, dass bestimmten Regeln und Erwartungen vollumfänglich genügt wird. Doch diese variieren je nach Medium und verändern sich im Lauf der Zeit. Zu Egon Erwin Kischs Zeiten stellte man sich eine perfekte Reportage anders vor als heute.

Redakteure, die es mit Claas Relotius zu tun hatten, glaubten an die Perfektion seiner Reportagen.

Ich vermute, da war auch Pragmatismus im Spiel. Heutzutage wird, was bei Jurys gut ankommt, milder betrachtet als das, was aneckt, weil es handwerklich und dramaturgisch womöglich nicht vollkommen ist. Selbst gestandene Redakteure scheuen sich zuweilen, die Texte von Stars der Szene zu redigieren oder gar zu hinterfragen.

Journalistenschüler lernen, dass Reportagen „Kino im Kopf“ erzeugen sollen. Relotius beherrschte diese Kunst wie nur wenige. Hat er so gesehen nicht alles richtig gemacht?

In meinem Lehrbuch „Reportage und Feature“ spreche ich bewusst nicht von „Kino“, sondern von „Dokumentarfilm mit Wörtern“. Kino suggeriert Fiktion. Gut erzählt, aber eben fiktional. Im Dokumentarfilm geht es um wahre Begebenheiten. Wenn diese szenisch und womöglich sogar spannend erzählt werden können, her damit!

Gegen das szenische Erzählen laufen nun sogar Journalisten Sturm: Das sei gar kein richtiger Journalismus.

Wenn man diese Kollegen ernst nähme, entstünde eine Zeitung, die nur aus Nachrichten und Fakten-Einerlei bestünde. Gedrucktes Wikipedia. Was für ein Unsinn! Da wird zurzeit eine Darstellungsform in Misskredit gezogen, nur weil sich wieder einmal ein Scharlatan ihrer bedient hat. Aber da kann doch die Reportage nichts dafür.

Was können Sie zu ihrer Ehrenrettung beitragen?

Schauen Sie nur, wie Menschen im Alltag einander Information geben und wie sie Information am besten aufnehmen: Es geschieht vornehmlich durch Erlebnisse und Geschichten. Sobald Geschichten erzählt werden, hören wir eher zu oder lesen lieber, als wenn man uns bloße Fakten an den Kopf wirft. Das fängt bei der Bibel an und führt über die großen Reisepioniere wie Marco Polo bis zu den Lektionen in Schulbüchern für Fremdsprachen.

Nicht nur bei Marco Polo schwang der Verdacht mit, dass er in seinen Reiseberichten Fiktionales und Reales nicht sauber trennte. Welchen Freiraum bietet die Reportage?

Marco Polo ist gewissermaßen ein früher Relotius. Er hatte ein persönliches und wirtschaftliches Interesse, seine Erlebnisse mit Erfundenem aufzuhübschen. Und er hatte ein Publikum, das bereit war, ihm zu glauben, weil er dessen Erwartungen zu befriedigen wusste. Doch wie gesagt, der Freiraum eines Reporters beinhaltet nicht die Freiheit des Erfinders.

Wäre es denn schlimm, hie und da ein bisschen „aufzuhübschen“, damit die Story besser wirkt? In der Fotografie ist es üblich, Bildern der Zeitgeschichte mit Photoshop nachzuhelfen. Sollte man das nicht auch dem schreibenden Journalismus zugestehen?

Im Prinzip ist gegen das Aufhübschen nichts einzuwenden. Nur haben wir es dann nicht mehr mit Journalismus zu tun, sondern mit Fiktion, die sich authentischer Grundlagen bedient. Das Kino kennt zahlrei-

„Aber da kann doch die Reportage nichts dafür“: Peter Linden, hier fotografiert in einem Seminarraum der *Allgäuer Zeitung*, wehrt sich dagegen, dass infolge des *Spiegel*-Skandals eine Darstellungsform in Misskredit gezogen wird, „nur weil sich wieder einmal ein Scharlatan ihrer bedient hat“.

Foto: Ralf Lienert

che Produktionen, die sich stark an historischen Stoffen orientieren, aber niemanden im Zweifel darüber lassen, dass Eingriffe vorgenommen wurden. Oliver Stone erzählte mir, dass er die wahre Geschichte des Whistleblowers Edward Snowden an bestimmten Stellen seines Films „Snowden" aus dramaturgischen Gründen verändert hat. Es entstand ein hervorragender Film. Aber eben kein Dokumentarfilm.

Sie deuteten es bereits an: Relotius ist nicht der einzige Scharlatan auf dem Feld der Reportage. Beim Spiegel *wurde vor Jahren René Pfister auffällig.*

Einspruch! René Pfister hat beschrieben, was es wirklich gibt: die Modelleisenbahn in Horst Seehofers Keller. Das hat der in Pfisters Porträt sehr kritisch betrachtete Seehofer selbst bestätigt. Pfisters Vergehen war also, etwas szenisch zu beschreiben, was er nicht persönlich gesehen hatte. Ob und inwieweit man das darf – darüber müssen wir natürlich streiten. Relotius aber hat Protagonisten und Kontexte frei erfunden oder verfälscht. Den Fall Pfister mit dem Fall Relotius zu vergleichen, nur weil beide dem *Spiegel* passiert sind, halte ich für eine Unverschämtheit. Und zwar gegenüber Pfister.

Schauen wir auf die Süddeutsche Zeitung. *Heribert Prantl war in der Küche des Präsidenten des Bundesverfassungsgerichts – so konnte man sein Porträt über Andreas Voßkuhle verstehen, was aber so nicht stimmte. Scharlatanerie?*

Ein grausamer professioneller, auch ethischer Fehler. Vielleicht hat Prantl sich zu wenig laut für die Küchengeschichte entschuldigt. Aber nach allem, was man weiß, war es ein Einzelfall in einer sonst untadeligen journalistischen Vita.

Finden Sie es auch merkwürdig, dass der Mehrfachtäter Relotius nicht eher aufflog?

Menschen, die eloquent und überzeugend auftreten und die es wie Relotius verstehen, durch gut platzierte Details den Eindruck von Authentizität zu erwecken oder zu stärken, kaufen wir eher etwas ab als jenen, die Wahres holprig formulieren. Diese Reaktion ist leider zutiefst menschlich. Und sie zeigt, wie sehr wir am Tropf des Narrativen hängen, wie bereitwillig wir einem guten Storyteller folgen.

Was halten Sie von der Analyse, Relotius sei das Produkt eines journalistischen Zeitgeistes, der Schönschreiber feiert und Recherche und Quellentransparenz vernachlässigt?

In ihr steckt auch die Häme mäßig begabter Handwerker gegenüber all den ethisch einwandfrei arbeitenden und dennoch brillanten Erzählern. Mit dem Wort „Schönschreiber" habe ich ein ähnliches Problem wie mit dem ebenso despektierlich gemeinten „Gutmensch". Was bitteschön soll daran verwerflich sein, wenn einer schön schreibt oder Gutes tut?

Glauben Sie, dass die vielen Journalistenpreise eine Mitschuld tragen, weil die Jagd nach Trophäen womöglich zum Betrug antreibt?

Es gibt im deutschsprachigen Raum um die 300 Journalistenpreise, die zum Teil sagenhaft dotiert sind. Die von Lobbyistengruppen und Konzernen ausgelobten Preisgelder im bis zu sechsstelligen Bereich sehe ich in der Tat sehr kritisch, und sei es nur, weil sich Preisträger automatisch verdächtig machen, käuflich zu sein – etwa bei der Wahl eines jurytauglichen Themas. Henri-Nannen-Preis, Axel-Springer-Preis oder ähnliche Wettbewerbe sind vollkommen anders geartet. Die Preisgelder kommen aus Medienhäusern, häufig dienen sie sogar der Förderung junger Journalisten.

Es fällt auf, dass bestimmte Autoren außergewöhnlich häufig auf den Nominierungslisten stehen.

Wer seine Themen so wählt, dass sie punktgenau preistauglich sind, kann sein Honorar vervielfachen. Aber Gegenfrage: Wer kann von ein paar Hundert Euro Zeilenhonorar für eine ganze Zeitungsseite nach womöglich mehrtägiger Recherche leben? Auch wenn Relotius die Preisgelder als Zusatzeinnahme gar nicht nötig hatte – faire Honorare für Freie sind eine Art Präventionsmaßnahme. Und vielleicht sollten Verlage zumindest ihren Redakteuren verbieten, Texte bei Wettbewerben einzureichen, die von der Wirtschaft oder anderen Interessensgruppen ausgeschrieben sind.

Wie ordnen Sie den neuen True Story Award in der Liga der Journalistenpreise ein? 177.000 Schweizer Franken werden Ende August in Bern erstmals vergeben. Auch Sie entscheiden als Juror mit, an wen.

Hinter dem True Story Award steht keine Partei, kein Pharmakonzern und keine Öllobby, sondern die Zeitschrift *reportagen* meines sehr geschätzten Kollegen Daniel Puntas. Dieser Preis ist für mich absolut okay, zumal er versucht, durch radikale Internationalität das Universelle am journalistischen Storytelling herauszuarbeiten.

Muss man den Namen des Preises als Reaktion auf Relotius verstehen?

Nein, weil es Daniels Idee zu dem Preis ja schon viel länger gab. Und doch werden wir Juroren das Wort „true" sehr ernst nehmen, vermutlich ernster denn je. Als mir im ersten Satz eines eingereichten Texts erzählt wurde, der Protagonist sei nach „traumloser Nacht" erwacht, war mein Vertrauen in die gesamte Geschichte beschädigt. Wie will der Autor wissen, dass sein Protagonist nichts geträumt hat? Ich kann ja nicht einmal selbst sagen, ob ich *nicht* geträumt habe.

Peter Linden, 1959 in München geboren, studierte Romanistik und Germanistik auf Lehramt und wurde zunächst Deutschlehrer. 1985 nahm er eine Stelle als Redakteur im Sport-Ressort der *Süddeutschen Zeitung* an; parallel arbeitete er als Dozent. Die Zahl der Lehraufträge an Journalistenschulen und Akademien wuchs, sodass er 1993 bei der *SZ* kündigte und sich seither hauptberuflich der Aus- und Weiterbildung widmet. Den nächsten Kurs „Reportage und Dokumentarfilm" gibt der Vater eines sechsjährigen Sohnes Ende Oktober in St. Moritz, siehe *www.peterlinden.de.*

Foto: Ralf Lienert

Die Autorin
Senta Krasser ist Redaktionsmitglied des *BJVreport* und arbeitet frei als Medienjournalistin.
@sentakrasser, senta@krasserjournalismus.de
Foto: Enric Mannen

Kontakt im Kleinformat

Rubrikanzeige „Pressestellen“ im *BJVreport*

- Standardformat 86 x 60 mm quer
- Erweiterte Formate im Anzeigenraster nach Absprache möglich
- Buchung „Pressestellen“ immer für sechs Ausgaben
- Abrechnung in der Regel mit der ersten Veröffentlichung
- Grundpreis 1.300,– € zzgl. 19 % MwSt. 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 0 91 81 / 29 99-477, Fax 0 91 81 / 29 99-479, robert.macher@mediasued.de

AFAG-Termine

fair network

Änderungen vorbehalten! Stand: 15.1.2019

Mitglied der Gesellschaft zur freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen

FKM

Mitglied im Fachverband Messen und Ausstellungen

ifma

AFAG WIR MACHEN MESSEN

AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Messezentrum 1 · 90471 Nürnberg
☎ (0911) 9 88 33 - 0 · (0911) 9 88 33 - 500

AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Am Messezentrum 5 · 86159 Augsburg
☎ (0821) 5 89 82 - 0 · (0821) 5 89 82 - 300

www.afag.de · info@afag.de

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

Publikumsmessen

27. Februar - 3. März 2019
Freizeit, Touristik und Garten Nürnberg
Caravaning, Sport, Outdoor, Mein Haus
www.freizeitmesse.de

27. Februar - 3. März 2019
inviva Nürnberg
Angebote, Infos und Tipps für Gesundheit, Freizeit und Selbstbestimmung
www.inviva.de

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

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

Special Interest Messen

2. + 3. März 2019
7. Whisk(e)y-Messe Nürnberg
THE VILLAGE – Treffpunkt für Whisk(e)y-Kenner und Freunde
www.whiskey-messe.de

4. - 8. September 2019
Americana Augsburg
Internationale Messe für Reitsport und Westernkultur. 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