

Klimawandel Wie grüner Journalismus zur Normalität wird



Pressestellen A bis Z im BJVreport

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

A AFAG Messen und Ausstellungen (MA) AUDI (U)	G/H GVB Genossenschaftsverband Bayern (F) Hanns-Seidel-Stiftung (BW)	St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg (U) StWN Städtische Werke Nürnberg (U)
B/C Bauindustrie Bayern/ Bayerischer Bauindustrieverband (VB) Bayerische Landesärztekammer (K) Bayerischer Jagdverband (VB) Bayerngas (E) Bayernhafen (VK) Bayernwerk (E) BMW Group (U)	I/J/K Interhyp Gruppe (F)	T/U TUM Technische Universität München (BW)
D DIEHL Diehl Stiftung (U)	L/M LEONI AG LEW Lechwerke (E) LMU Ludwig-Maximilians-Universität München (BW)	V VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft (VK) VdK Bayern Sozialverband (SK) Versicherungskammer Bayern (V) VGN Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VK)
E Erdgas Schwaben (E) E-T-A Elektrotechnische Apparate (U)	N N-ERGIE (E) NÜRNBERGER Versicherungsgruppe (V) Nürnberger Volksfest (VB)	W wbg Nürnberg Immobilien (U)
F Flughafen München (VK)	O/P/R OMV Deutschland (U)	Dank auch den Sonderinserenten: <ul style="list-style-type: none">• AFAG Messen und Ausstellungen GmbH• Akademie der Bayerischen Presse• ERGO DKV• Presse-Versorgung (Versorgungswerk der Presse)
	S Schwaben Netz (N) Sparkassenverband Bayern (F)	

Für unsere Geschäftsstelle suchen wir für eine vielfältige und abwechslungsreiche Tätigkeit Mitarbeiter/-in (m/w/d) im Mitgliederservice in Teilzeit (25 h)

Wir – der Bayerische Journalisten-Verband (BJV) – sind Gewerkschaft und Berufsverband für Journalistinnen und Journalisten aller Medien mit einem umfangreichen Service-Angebot für unsere Mitglieder.

In unserem Team übernehmen Sie folgende Aufgaben:

- Sie sind erste Anlaufstelle für unsere Mitglieder, die sich mit ihren Anfragen telefonisch oder schriftlich an Sie wenden
- Sie erfassen Mitgliederstammdaten, Neumitglieder und Kündigungen
- Mittelfristig übernehmen Sie auch buchhalterische Aufgaben oder betreuen unser umfangreiches Seminarprogramm
- Sie wirken aktiv bei der Gestaltung und stetigen Verbesserung aller Prozesse im Kundenservice mit
- Sie übernehmen allgemeine organisatorische Aufgaben innerhalb unserer Geschäftsstelle
- Sie sind einbezogen in die Durchführung aktueller Projekte

Was Sie mitbringen:

- Sie haben eine erfolgreich abgeschlossene Ausbildung als Bürokaufmann/-frau oder in einem ähnlichen Beruf
- Idealerweise bringen Sie Berufserfahrung in der Mitgliederbetreuung mit
- Sie sind serviceorientiert im telefonischen und schriftlichen Kundenkontakt mit Ihrem freundlichen und professionellen Auftreten
- Sie verfügen über einen sicheren Umgang mit den Microsoft-Office-Programmen und ERP-Software und haben keine Scheu vor digitalen Neuerungen
- Sie überzeugen mit Souveränität, Übersicht und Humor, auch in hektischen Zeiten

Was bieten wir Ihnen?

- Vielseitige Aufgabenbereiche und Freiraum für eigene Ideen
- Flache Hierarchien und direkte Kommunikationswege
- Spaß und Freude auf und an der Arbeit in einem sehr guten Arbeitsklima
- Arbeiten im Team, dennoch eigenverantwortliches Handeln
- Großzügige helle Büroräume, Kaffee, Softgetränke, Snacks und Schokolade
- Homeoffice im Wechsel mit den Teamkolleginnen und Teamkollegen

Unser Jobangebot Mitarbeiter*in im Mitgliederservice (m/w/d) klingt vielversprechend? Dann freuen wir uns auf eine Bewerbung mit Angabe Ihres Eintrittsdatums und Ihres Gehaltswunsches.



Michaela Schneider
Leitende Redakteurin

Foto: Günter Schneider

Polarisiertes Umfeld

Die einen warnen vor einem Mangel an Distanz. Andere fordern, es brauche noch weitaus mehr klimabezogenen Journalismus, und zwar in der ganzen Breite. Guter Klimajournalismus verschaffe einen Überblick über die wesentlichen Fakten und Zusammenhänge – und zwar möglichst sachlich, denn gerade in einem polarisierten Umfeld sei es wichtig, selbst die Ruhe zu bewahren, schreiben die Macher*innen des Onlineportals *das.klima-thema.de*. Klingt in der Theorie gut – und ist Grund genug fürs *BJVreport*-Team einmal nachzufragen, wie es um den

Klimajournalismus hierzulande in der Praxis steht. Während die einen Klimamaessorts gründen, rät *klimafakten.de*-Chefredakteur Carel Carlowitz Mohn im *BJVreport*-Interview dazu, das Klima immer mitzudenken. Sylvia Schaab, die sich einem plastikfrei(er)en Leben verschrieben hat, verrät, wie sie als Journalistin neue Themen entdeckt und als Aktivistin kritisch bleibt. Doch über das Klima zu schreiben ist eines, als Medienunternehmen selbst nachhaltig zu handeln ein anderes. Deshalb machten wir uns auf die Suche nach Medienhäusern in Bayern, die „Green Media“ auch als strategisches Thema für sich entdecken. **Ab Seite 8**

Reporter*innen kämpfen mancherorts unter unwürdigen Bedingungen um einen Platz im Gerichtssaal. Wir sprachen mit Kolleg*innen, die stundenlang bei Eiseskälte campierten und hakten beim Oberlandesgericht München nach, wie solche Zustände in Zukunft verhindert werden sollen. Im Rechtstipp geht es zudem unter anderem um die Frage, welche Zulassungsverfahren aus juristischer Sicht haltbar sind. **Ab Seite 6**

Mit „Über den Tellerrand geschaut“ starten wir im *BJVreport* eine neue Serie. Dabei wollen wir jene Menschen zeigen, die im Hintergrund dafür sorgen, dass unsere Medien zuverlässig erscheinen. Als Auftakt sprachen wir mit dem 88-jährigen Zeitungsausträger Johann Böhm. **Ab Seite 22**

Unser Titelbild

Wüstenartig wirkt das Szenario, in dem sich unser Cover-Fotograf **Thomas Geiger** mit seiner Relevanzreporter-Kollegin, der Nürnberger Hörfunkjournalistin und Podcasterin Lilien Wege, für den aktuellen *BJVreport* zum Shooting traf. Trockenheit, Wetterextreme, Klimaerwärmung: Das alles sind Themen, mit denen sich die Gesellschaft zunehmend konfrontiert sieht. Zeigen, was ist – das ist das eine, sicherlich sehr Wichtige. Gleichzeitig haben Medien aber auch die Chance, im Sinne eines konstruktiven Journalismus Wege aus der Krise aufzuzeigen in eine grünere Zukunft. Deshalb zogen Fotograf und Model fürs Titelstreckenmotiv, Seite 8, in das Manatihuus im Tiergarten Nürnberg um – ganz in der Hoffnung, dass auch außerhalb des geschützten Tropenhaus-Klimas Neues wächst. Thomas Geiger ist Vorsitzender der Fachgruppe Bildjournalist*innen im BJV. Seine erste Kamera bekam er mit sechs Jahren. Er ist gelernter Fotografenmeister und seit mehr als 30 Jahren selbstständig. Mehr unter *geiger-foto.de*.



Thomas Geiger
Foto: Thomas Geiger

Kaleidoskop

- 4 Medienköpfe
- 5 Social Media auf Papier

Verband

- 6 „Guten Morgen vom Campingplatz in Stadelheim“
Vom Kampf um einen Platz im Gerichtssaal
- 7 „Wir werden feste Sitzplätze vergeben“
*Umgang mit Gerichtsreporter*innen: Ein Gespräch mit Münchens Justiz*

Titel

- 8 **Da wächst was Neues**
Das Thema Klima bietet neue Chancen – und erfordert ein Umdenken
- 12 **Ökostrom, Bienenstöcke und Lastenräder**
„Green Media“ wird in Medienhäusern zum strategischen Thema
- 14 **„Man stößt immer an Grenzen“**
Für Sylvia Schaab schließen sich Journalismus und Aktivismus nicht aus
- 15 **Das Klima immer mitdenken**
Beim Schreiben: Klima darf kein Randthema sein
- 16 **Pressestellen**

Medienszene

- 20 **Wenn Start-ups die Medienzukunft neu denken**
Im Media Lab Bayern arbeiten auch Pioniere aus der Region
- 22 **Morgens um fünf Uhr in Ottenhofen**
Über den Tellerrand auf einen Zeitungszusteller geschaut
- 24 **Dem Kunstschaffen verfallen**
*Mutmacher*innen: 150 Ausgaben des Bürgerblick*

Verband

- 25 **Ohne Wenn und Aber**
Auf ein Wort mit Michael Busch
- 26 **Aus dem Verbandsleben**
- 28 **Vom journalistischen Charme der leisen Unterhaltung**
BJV-Stipendiatin Cornelia Braun brennt fürs crossmediale Erzählen
- 29 **Wieder ein Aus für Traditionsverlage**
Zwei Zeitungen werden von den Großen „geschluckt“
- 30 **BSW-Seminare 2022**
- 32 **Aus dem Verbandsleben, Leserbrief**

Service

- 33 **Rechtstipp**
Gerichtsreporter: Wer darf in den Saal?
- 34 **Unsere Tipps**

Zur Person

- 35 **Jubilare**
- 36 **Nachrufe, Impressum**

Sagen Sie mal...

- 37 **„Die Branche hat eine gute Zukunft“**
Die frühere SZ-Journalistin Alexandra Borchardt schaut heute als Professorin mit viel Optimismus auf den Journalismus.



Foto: Daniela Kreisl

Gregor Peter Schmitz (@GP-Schmitz), bis Februar Chefredakteur der *Augsburger Allgemeine*, fängt im April

bei RTL Deutschland an. Laut Media soll der 2020 als „Chefredakteur des Jahres“ ausgezeichnete Journalist eine „übergeordnete Rolle für die Marke *Stern*“ spielen. Schmitz, 44, war vier Jahre Chef in Augsburg. Seine berufliche Laufbahn begann er beim Medienkonzern Bertelsmann, wohin er jetzt zurückkehrt, um den journalistischen Bereich zu stärken.

Lorenz Wagner (@LorenzWagner), bislang *SZ-Magazin*-Redakteur und Buchautor, ist jetzt persönlicher Sprecher von BMW-Erbin Susanne Klatten und zugleich Berater bei ihrer Beteiligungsgesellschaft Skion. Es ist das erste Mal, dass die Unternehmerin einen eigenen Sprecher beschäftigt. 2008 verfasste Wagner ein viel beachtetes Klatten-Porträt in der inzwischen eingestellten *Financial Times* Deutschland.



Foto: Roberto Bulgrin

Gerd Schneider hat im Februar „bis auf Weiteres“ die Chefredaktion der *Mittelbayerischen Zeitung* übernommen, die seit dem Vorjahr im Besitz der Verlagsgruppe Passau ist. Der 58-Jährige ist bereits Chefredakteur des ebenso den Passauern gehörenden *Donaukurier* in Ingolstadt. Bei der *MZ* war er schon einmal: als Sportchef von 2007 bis 2010. Sein Vorgänger in Regensburg, **Manfred Sauerer**, 65, bleibt noch bis Jahresende für Projekte an Bord.

Ulrich Wilhelm, 60, ist neuer Verwaltungsratsvorsitzender des Germanischen Nationalmuseums in Nürnberg; die Amtszeit beträgt drei Jahre. Er war von 2011 bis 2021 Intendant des *Bayerischen Rundfunks*.



Die ARD-Programmdirektion in München wird noch weiblicher: Christine Strobl bekommt mit **Sophie Burkhardt**, 39, eine neue Channel-Managerin und Stellvertreterin. Der Posten wird frei, weil **Florian Hager** im März als Intendant des *Hessischen Rundfunks* anfängt. Burkhardt kommt vom ZDF, wo sie mit Hager das Jugendnetzwerk Funk aufgebaut hatte. Erste journalistische Erfahrungen sammelte die gebürtige Münchnerin und DJS-Absolventin beim *BR* und *sueddeutsche.de*. Zum ZDF kam sie 2009 als Redakteurin bei *heute.de*. Sie wird als „tatkräftig und modern“ beschrieben. Burkhardt ist verheiratet und hat zwei Kinder.

Foto: Markus Hintzen/ZDF



Foto: Petra Homeier

Claudia Bockholt (@tunatulip) verlässt den Zeitungsjournalismus, um ab März die Chefredaktion der Agrarfachzeitschrift *Bayerisches Landwirtschaftliches Wochenblatt* zu übernehmen. Die 55-Jährige ist aktuell noch stellvertretende Chefredakteurin der *Badischen Neusten Nachrichten* in Karlsruhe. Bis 2019 gehörte sie zur Redaktionsspitze der *Mittelbayerischen Zeitung*, wo einst ihre Karriere als Volontärin begann.

Björn Wilhelm, 46, tritt im März das Amt des Programmdirektors Kultur beim *Bayerischen Rundfunk* an. Der studierte Jurist kommt vom NDR, wo er als Programmchef Fernsehen arbeitet. Der Top-Job in München war frei geworden, nachdem **Reinhard Scolik** nach Unstimmigkeiten mit *BR*-Intendantin **Katja Wildermuth** den Sender vorzeitig verlassen hatte.

Lorenz Wolf lässt sein Amt als Vorsitzender des *BR*-Rundfunkrats ruhen. Dem katholischen Geistlichen

werden Versäumnisse bei der Aufarbeitung von Missbrauchs-Vorwürfen in der Kirche vorgeworfen. Seine Aufgaben übernimmt Vize **Godehard Ruppert**. Auch als Kandidat für die anstehende Wahl eines Verwaltungsratsmitglieds steht Wolf nicht mehr zur Verfügung.



Foto: Nassim Red

Florian Spichalsky ist zum Chefredakteur der *Börse am Sonntag* aufgestiegen, die in der Weimer Media Group erscheint. Der 33-jährige Journalist war zuletzt als Blattmacher und Stellvertreter von **Reinhard Schlieker**, 64, tätig, der sich in die Rolle des Editor-at-Large und Kolumnisten zurückzieht.

Matthias Lange und **Christian Scholz** sind zu Burda-Studios-Geschäftsführern aufgestiegen. Den Posten bei der TV-Produktionstochter des Verlags übernehmen sie von **Hans Fink**, der seit Herbst eigene unternehmerische Wege geht. Burda Studios produziert unter anderem

„Focus-TV Reportage“ und „Das k1-Magazin“.

Mit **Pascal Damm**, seit 2017 Digitalchef bei *Sport 1*, verliert der Sportsender ein weiteres Mitglied der Geschäftsleitung. Im Oktober hatte sich COO **Daniel von Busse** verabschiedet, wenig später Chefreporter **Florian Plettenberg**. Auch Social-Chef **Daniel Grässle** und Video-Leiter **Sebastian Mittag** sind weg.

Dirk Adam (@Bananenflanke) hat bei der *Sports Illustrated* als Senior Managing Editor Online angeheuert. Der 48-jährige ehemalige Leistungssportler war zuletzt Sportchef von *Focus Online*. *Sports Illustrated* erscheint seit Dezember bei einer Schwester des *Playboy*-Verlags Koulneli Media in München.



Foto: Heike Berger

Simone Herrmann ist neue Vize-Chefredakteurin bei *Madame* und *Monsieur* (Looping Group). Sie war in gleicher Position beim Architektur- und Designmagazin *AD* tätig. Die Leitung des Ressorts Beauty & Health übernimmt **Nicola Vidic**, die von der *Vogue* kommt. Die bisherige Leiterin, **Julie Gorkow**, zieht sich als Buchautorin und Kolumnistin zurück.

Stephan Lehmann (@SuedStimme) ist zurück bei *Antenne Bayern*, wo er von 1988 bis 2008 ständiger Moderator war. Ab 28. Februar moderiert er die Morgensendung beim neuen bundesweiten Ableger *Oldie Antenne*. Lehmann ist auch als Stadionsprecher des FC Bayern bekannt. Bis 2020 moderierte er auf *Bayern 1*.

Johannes Klingebiel (@Klingebiel), bis Februar Redakteur im Innovationsteam der *Süddeutschen Zeitung*, arbeitet jetzt als Programm-Manager beim Media Lab Bayern.

Senta Krasser

Beleidigungen, Gewalt, Morddrohungen

Die „Querdenker“-Proteste betreffen zunehmend auch Journalist*innen

Von Thomas Mrazek

Es nimmt kein Ende mit der Pandemie und ihren Folgen. In den letzten Monaten machten beinahe täglich Meldungen die Runde, dass Journalist*innen bei ihrer Berichterstattung über Corona-Demonstrationen oder neuerdings bei sogenannten „Spaziergängen“ gestört wurden – zumeist waren es verbale oder tätliche Aggressionen Protestierender. Die Rolle der Polizei ist dabei nicht selten zweifelhaft, mal werden Sympathien für die Proteste gezeigt. Und zuweilen werden Journalist*innen regelrecht schikaniert, wie dem BJV etwa ein Münchner Kollege schildert. Nachzulesen sind solche Vorfälle vor allem in einschlägigen Tweets.

Der Frust bei Kolleg*innen ist groß. „Nicht wenige Reporter*innen – darunter auch ich selbst – haben sich aus der Berichterstattung von Demonstrationen und Corona-Spaziergängen zurückgezogen“, berichtet Sarah Ulrich (@ulrich_srh) Ende 2021 in der taz im Artikel „Kollektives Presse-Burnout“ (@bjvlink.de/burnout). Unter dem Hashtag #AusgebranntePresse (bjvlink.de/ausgebrannt) hatte sich ein Hamburger Fotograf auf seinem Account @ResiLucetti Luft verschafft, und einige Kolleg*innen tun dies immer noch. Ulrich zählt auf, was die Reporter*innen alles erlebten: „Gewalt, Morddrohungen, Verfolgungen, Feindeslisten, Beleidigungen.“

Tötungsfantasien bei Telegram

Allen Widrigkeiten zum Trotz machen die meisten Kolleg*innen ihre Arbeit weiterhin und lassen auch Twitter-Nutzer*innen daran teilhaben. Einer von ihnen ist Alexander Roth. Seit anderthalb Jahren beobachtet der Waiblinger Redakteur (@00schneemann) die Querdenker-Szene und hat dabei vor allem den Messengerdienst Telegram im Blick. Ihm gehe es vor allem darum, die Köpfe hinter der Querdenker-Szene zu recherchieren und zu berichten, was sie im Verborgenen machen, schreibt der Deutschlandfunk zu einem Interview mit Roth unter der Überschrift „Wie sich die Querdenker-Szene bei Telegram radikalisiert“ (Audio 10:30 Min., bjevlink.de/telegram).

Roth schildert bei Twitter sachlich, was ihm im Netz auffällt: „Eines der ersten Dinge, die ich



Das Bild entstand bei einer Corona-Demonstration in München im Dezember. Foto: Thomas Witzgall

viel zu oft bei Dienstbeginn sehe: Tötungsfantasien in #Querdenker-Kanälen auf Telegram. Man sollte davon ausgehen, dass diese Leute das ernst meinen“, schreibt Roth im Januar in einem Tweet und dokumentiert ein Posting, in welchem eine Person zu sehen ist, die einen zugebundenen Seilstrick in Form einer Krawatte am Hals trägt, versehen mit dem Text: „Krawattenpflicht kommt!“ (Wir verzichten hier auf eine Verlinkung.)

„Ein #Querdenker-Telegramkanal mit fast 5.000 Follower*innen hat vor ein paar Tagen eine ‚Initiative Privatadressen‘ gestartet. Politiker*innen und andere bekannte Menschen sollen ‚nicht mehr privat und anonym ein unbeschwertes Leben führen‘ #Feindesliste #Telegram #Querdenken“. Leider sei er „ziemlich oft schon“ bedroht worden, sagt Roth im Interview „Wir müssen uns auf etwas gefasst machen“ mit dem BR-Zündfunk (bjvlink.de/gefasst-machen).

Überwiegend in Bayern unterwegs ist der Münchner Journalist Thomas Witzgall. Er verantwortet seit 2012 das von der Bayern-SPD betriebene Angebot „Endstation Rechts Bayern – das Informationsportal über Neonazis und Rechtsextremismus in Bayern“ (endstation-rechts-bayern.de). Witzgall dokumentiert nahezu alle Demonstrationen, bei denen Rechtsextremisten auftreten (siehe auch BJV.de-Interview mit Thomas Mrazek, bjevlink.de/witzgall 2019). Bei Twitter dokumentiert er das Demonstrationsgeschehen ausführlich und übersichtlich: @ER_Bayern. Beeindruckend ist immer wieder das Szene- und Detailwissen des Kollegen.

Seit über 30 Jahren berichtet Andreas Speit über Rechtsextremismus. In der taz nord schreibt er die wöchentliche Kolumne „Der Rechte Rand“. Er ist Autor zahlreicher Bücher, hält regelmäßig Vorträge und ist mehrfach ausgezeichnet. Erst am 6. Januar ist Andreas Speit bei Twitter eingestiegen, nach drei Wochen folgen ihm schon 11.000 Nutzer*innen. Dort weist er auch auf die zweite Auflage seines Werkes „Verqueres Denken – Gefährliche Weltbilder in alternativen Milieus“ hin (@AndreasSpeit).

Netzwerke der Demokratiefeinde

Ebenfalls als Buchautor positiv aufgefallen ist Matthias Meisner (@MatthiasMeisner). Von dem freien Berliner Journalisten kann man täglich mehrere nutzwertige Tweets rezipieren. Sehr lesenswert ist das von ihm und Heike Kleffner herausgegebene Werk „Fehlender Mindestabstand. Die Coronakrise und die Netzwerke der Demokratiefeinde“ (Leseprobe unter: bjevlink.de/mindestabstand).

In diesem Buch findet sich auch ein Beitrag des Münchner Kollegen Robert Andreasch: „Geschichte wiederholt sich Bayerische ‚Coronarebellen‘ im Sophie-Scholl-Widerstand“. Der Fachjournalist, der 2019 für seine Arbeit den Publizistikpreis der Stadt München erhielt, warnte im Frühjahr 2021 in einem BJVreport-Artikel des Autors („Medien sind zu zentralem Feindbild geworden“: bjevlink.de/feindbild) noch eindringlich vor der Gefährlichkeit der „Querdenker“. Andreaschs Twitter-Account ist ebenfalls sehr zu empfehlen: @robertandreasch.

Online steht dieser Beitrag unter bjevlink.de/netz-szene. Über den Bookmark-Dienst Diego sammle ich selbst Links zum Thema Rechtsextremismus-/populismus im Kontext mit Journalismus: bjevlink.de/rechts-links.



Der Autor

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

Foto: Stefan Gregor

„Guten Morgen vom Campingplatz in Stadelheim“

Reporter*innen kämpfen unter unwürdigen Bedingungen um einen Platz im Gerichtssaal

Von Maria Goblirsch

Dick eingemummt, mit Schlafsack, Isomatte und Thermoskanne gegen Kälte und Nässe gerüstet, lagern vier Gestalten um 6.30 Uhr früh vor dem Nebeneingang der Justizvollzugsanstalt (JVA) Stadelheim in München. „Guten Morgen vom Campingplatz in Stadelheim. Irigendwann, wenn es hell wird, öffnet das Landgericht München hier die Pforten, auf dass wir die erste Einlassung von Rupert Stadler beim #Audi Prozess hören können. Die @SZ ist für Sie dabei, wenn ich nicht erkältet bis dahin“, twitterte Max Hägler, Redakteur der *Süddeutschen Zeitung* (SZ) im Wirtschaftsressort am Morgen des 1. Dezember und hängt ein Foto (rechts) an.

Hägler, Kolleg*innen anderer Medien und „Platzhalter“, die dafür bezahlen werden, Schlange zu stehen, harrten die Nacht über aus, um in den Gerichtssaal zu dürfen. Mehr als 24 Stunden lang besetzte die *Deutsche Presse Agentur* (dpa) dort (und bei anderen Verfahren) mit sich abwechselnden Personen einen Platz in der Warteschlange im Freien, um die Berichterstattung zu sichern, berichtet Jens Petersen, Leiter der dpa-Konzernkommunikation. Nach Recherchen der SZ hatten sich für einen der wichtigsten Wirtschaftsprozesse Deutschlands 26 Medienunternehmen akkreditiert – von der *Agence France-Presse* (AFP) bis zum ZDF, insgesamt 280 Journalist*innen. Zu vergeben waren unter Corona Auflagen allerdings nur zehn Presseplätze.

„Freie Berichterstattung sieht anders aus.“

Michael Busch, BJV-Vorsitzender

Erst am Vormittag direkt zum Termin kommen, war für Berichterstatter keine Alternative. Denn der Vorsitzende Richter Stefan Weickert hatte im Vorfeld verfügt, „dass die Beobachter in der Reihenfolge ihres Eintreffens vorgelassen“ werden würden. Also: Wer zuerst kommt, darf seine Arbeit erledigen. Auch bei anderen Prozessen bundesweit mit großem Medienandrang wie etwa gegen den Fußballspieler

Jerome Boateng werden Journalist*innen nur nach diesem „Windhundprinzip“ zugelassen. Beim Verfahren vor dem Amtsgericht München waren nur sechs Presseplätze frei für rund 30 bis 35 Medien, die berichten wollten.

Kann die Presse ihre Aufgabe, über das Geschehen im Gerichtssaal umfassend zu informieren, unter solchen Bedingungen überhaupt noch erfüllen? Ernste Zweifel sind angebracht. „Freie Berichterstattung sieht anders aus“, sagt der BJV-Vorsitzende Michael Busch. Die Öffentlichkeit sei darauf angewiesen, dass die Presse unabhängig über Gerichtsverfahren berichten könne. „Wenn durch den Ablauf der Platzvergabe für die Medien am Ende keine ausreichende Information der Öffentlichkeit mehr gegeben ist, dann ist dieses wichtige Prinzip des Rechtsstaates verletzt“, kritisiert dpa-Presseschef Jens Petersen.

Eine profunde Kennerin der Szene ist Annette Ramelsberger, politische Reporterin und Ressortleiterin bei der SZ. Sie berichtet seit vielen Jahren deutschlandweit von allen großen Prozessen und kritisierte am 21. September 2021 in einem Bericht auf der Seite 3 der SZ scharf, wie die Münchner Justiz mit Journalisten umgehe (bjvlink.de/justiz-journalismus [€]). Für Reporterinnen und Reporter werde es immer schwieriger, aus den Gerichtssälen zu berichten, schreibt sie. „Das schadet nicht nur den Medien, es gefährdet auch das Vertrauen in den Rechtsstaat.“ Im Gespräch mit dem *BJVreport* zieht sie eine ernüchternde Bilanz. Corona habe die Situation noch schlimmer gemacht. „Aber Corona ist es nicht allein. Ich spüre bei meiner Arbeit an den Gerichten quer durch die Republik eine Art Vergrämungspolitik, als wenn Juristen vor Gericht am liebsten unter sich wären und Journalisten bei der Arbeit nur stören. Allerdings hat der Gesetzgeber diese Form der Störung eigens vorgeschrieben.“

Die SZ-Reportage war ein Weckruf an die Justiz und die Politik, die sich in zwei Anfragen im Bayerischen Landtag niederschlug (bjvlink.de/anfrage-markwort und bjvlink.de/anfrage-schuberl). Am 13. Oktober fand dann auf Ein-

ladung der Pressestelle des OLG München ein Gespräch mit akkreditierten mit Gerichtsreporter*innen statt, in dem diese eine Akkreditierung nach Medienunternehmen und eine feste Sitzplatzvergabe forderten. Dem will die Justiz bei den demnächst anstehenden großen Prozessen folgen. Auf Anfrage des *BJVreport* teilte das bayerische Justizministerium mit, man werde die Bayerische Kammervorsitzen-

„Juristen wären vor Gericht am liebsten unter sich.“

Annette Ramelsberger, SZ

den bitten, in Großverfahren künftig eine solche Akkreditierung nach Medienunternehmen und die Vergabe fester Sitzplätze zu berücksichtigen (*Details auf Seite 7*).

Was wird aus den Kolleg*innen, die bei einer Losvergabe der Plätze den Kürzeren ziehen? Sie werden weiter Schlangestehen müssen, um einen Platz als „normaler“ Zuschauer zu ergattern. Ein Ausweg ist die Übertragung der Verhandlung in einen Medienarbeitsraum, wie sie inzwischen nicht nur an Münchner Gerichten angeboten wird. Allerdings ist bisher nur eine Ton-, nicht aber eine Videoübertragung gestattet (*siehe Rechtstipp, Seite 33*). Der BJV fordert hier eine rasche Anpassung des § 169 GVG, die eine Bildübertragung der Hauptverhandlung in den Medienraum ermöglicht.

Auch SZ-Reporterin Annette Ramelsberger sieht die Übertragung in einen Medienraum als „große Arbeitserleichterung.“ Jetzt müsse schnell eine Gesetzesänderung folgen. Ob alles 2022 besser wird? Die Nagelprobe werde der Prozess gegen den Regisseur Dieter Wedel vor dem Landgericht München sein, wenn Journalistinnen und Journalisten aus dem ganzen Land kämen, sagt sie. „Wenn es dann wieder zu so unwürdigen Szenen wie im Prozess gegen den Fußballer Boateng kommt, nützen alle Bekundungen der Justiz nichts, man wolle das Verhältnis zu den Medien verbessern.“



Warten auf Einlass zum ersten Verhandlungstag im „Audi-Prozess“ vor der JVA Stadelheim.

Foto: Max Hägler

„Wir werden feste Sitzplätze vergeben“

Pressesprecher Florian Gliwitzky zum Umgang der Münchner Justiz mit Gerichtsreporter*innen

Wie kann es gelingen, die wenigen vorhandenen Presseplätze bei großen Prozessen fairer zu verteilen? Florian Gliwitzky, Pressesprecher des Oberlandesgerichts (OLG) München, nimmt zur Kritik Stellung und sagt, wie das Verfahren künftig ablaufen wird.

*Herr Gliwitzky, die Süddeutsche Zeitung hat im September 2021 den Umgang der Münchner Justiz mit Journalist*innen scharf kritisiert. Was erwidern Sie auf die Vorwürfe?*

Die Situation, wie sie die SZ-Reporter beschreiben, war sicher schwierig. Insofern habe ich Verständnis für die Kritik, auch wenn sie in einzelnen Punkten nicht gerechtfertigt war. So trifft es beispielsweise nicht zu, dass den Journalisten beim Auftakt des „Audi-Prozesses“ vor der JVA Stadelheim keine sanitären Anlagen zur Verfügung standen. An der Darstellung der SZ-Reporter ist richtig, dass das Amtsgericht München vor dem Verfahren gegen einen prominenten Fußballspieler (Jerome Boateng, die Red.) im Strafjustizzentrum keine festen Sitzplätze vergeben hat und dass es vorab auch kein Akkreditierungsverfahren gab. Es standen im Saal 13 Sitzplätze zur Verfügung, die Hälfte davon war für die Presse reserviert. Als wir um sechs Uhr morgens die Lage prüften, haben wir festgestellt, dass die vorhandenen Plätze für alle interessierten Medienvertreter ausreichen werden. Aber das war für die Journalisten, die

draußen warteten, sicher so nicht vorhersehbar.

Ein Kollege der dpa stand 24 Stunden an, um eine Berichterstattung für seine Agentur zu sichern. Das ist nicht zumutbar. Warum teilt die Justiz die Plätze nach dem Prinzip zu „Wer zuerst kommt, mahlt zuerst“?

Weil das Bundesverfassungsgericht die Auswahl nach dem Zeitpunkt des Erscheinens für rechtens hält, andere Verfahrensweisen aber für verfassungswidrig erklärt hat. Wir wollten einen rechtlich sicheren Weg gehen und keine aufhebenden Entscheidungen aus Karlsruhe riskieren. Mit der durch Corona notwendig gewordenen Reduzierung der Plätze für die Öffentlichkeit trat auch für uns eine neue Situation ein, mit der wir erst lernen mussten, umzugehen. Am 13. Oktober fand dann auf Einladung der Pressestelle des OLG München ein Gespräch mit akkreditierten Gerichtsreportern statt, in dem wir gemeinsam nach praktischen Lösungen gesucht haben.

Was soll sich konkret vor den nächsten großen Prozessen 2022 bei der Zulassung ändern?

Zunächst konnte die Kapazität des Schwurgerichtssaals A 101 erheblich vergrößert werden. Hierzu mussten wir technische Einrichtungen entfernen, die zur Durchführung des NSU-Verfahrens verbaut worden waren. Bei

erkennbar hohem Medieninteresse in einem Verfahren streben wir nach Möglichkeit eine Nutzung dieses oder anderer großer Säle an. Die Vorsitzenden der Senate und Kammern, bei denen die Sitzungshoheit liegt, wurden zudem gebeten, bei großen Prozessen eine Akkreditierung von Medienunternehmen – alternativ zur bisher persönlichen und namentlichen Zulassung – zu verfügen. Im Anschluss an die Akkreditierung soll es eine feste Vergabe von Sitzplätzen geben. Sind mehr Bewerbungen als Plätze vorhanden, kann durch Los entschieden werden. Das hat der 8. Strafsenat bereits im Prozess gegen die mutmaßliche IS-Rückkehrerin Jenifer-W. so gehandhabt. Die Sitzplatzreservierung soll auch an andere akkreditierte Medienvertreter übertragbar sein. Verlässt ein Journalist seinen Sitzplatz nur kurzfristig, soll er diesen Platz nicht mehr verlieren. Außerdem schlagen wir vor, dass der Einsatz von Laptops und Handys im Offline-Modus im Gerichtssaal erlaubt wird.

Die Richter müssen dieser Empfehlung aber nicht folgen?

Das ist richtig. Aber bislang haben die Vorsitzenden den Vorschlägen der Pressestelle des OLG München weitgehend entsprochen. Und ich gehe davon aus, dass das auch in den anstehenden Großverfahren so sein wird.

Maria Goblirsch

Da wächst was Neues

Das Thema Klima bietet für Journalist*innen neue Chancen, erfordert aber auch ein konsequentes Weg vom „Weiter so“. Die *taz* etwa hat bereits einen Leitfaden für klimagerechte Sprache erarbeitet.

Von Thomas Mrazek



Der Klimawandel ist wahrscheinlich die größte und am längsten andauernde Geschichte, an der die gegenwärtige Journalistengeneration arbeiten wird“, zitierte die Medienschau *Altpapier* Ende 2021 die „World Association of News Publishers“. Dem stimmen mittlerweile nicht nur Journalist*innen zu, die sich schon länger mit dem Thema beschäftigen. „Die voranschreitende Klimakrise stellt unsere Gesellschaft vor komplett neue Herausforderungen – und damit auch den Journalismus“, konstatierten acht Kolleg*innen, die im Juli 2021 das „Netzwerk Klimajournalismus Deutschland“ (klimajournalismus.de) gründeten, um regelmäßig Journalist*innen zusammenbringen.

Derzeit finden monatliche Online-Treffen statt und erste Arbeitsgruppen wurden gegründet. Unter anderem beschäftigen sie sich mit Herangehensweisen (etwa im Investigativjournalismus, in der Lehre oder im Lokalen) oder Formaten für die Berichterstattung. An den Zoom-Treffen nehmen mitunter über hundert Interessierte teil, angeboten wird auch ein Slackchannel. Die Teilnahme ist bislang noch frei.

Anfang Februar diskutierte der Kommunikationswissenschaftler Michael Brüggemann mit der RTL-Journalistin Clara Pfeffer, Macherin des *RTL Klima Updates* (bjvlink.de/klima-update), unter anderem über die Frage, ob es sinnvoll sei, Klimaessorts in Redaktionen zu gründen, oder ob das Thema dadurch nicht in eine Nische abgeschoben werde.

Wie die Klimakrise auf TikTok stattfindet, berichtete der Experte Marcus Bösch (Video: bjvlink.de/ClimateTok).

Binnen kurzer Zeit hat sich die Initiative bundesweit als die Plattform zum Thema etabliert. Hier treffen sich freie Kolleg*innen mit unterschiedlichem Vorwissen, auch erfahrene Redakteur*innen etwa von der *taz* oder der *Zeit*, Rundfunkjournalist*innen, aber auch Wissenschaftler wie der Darmstädter Professor Torsten Schäfer (@[umweltredakteur](https://twitter.com/umweltredakteur)). Schäfer lehrt journalistisches Erzählen unter anderem im Umweltjournalismus und er baute das Portal Grüner Journalismus (gruener-journalismus.de) mit auf.

Schäfer bemängelt an der gegenwärtigen Berichterstattung, dass Klimajournalismus nur als ein Einzelthema wie etwa die Rentenreform aufgefasst werde. Viele Umweltthemen gingen so in der Themenkonkurrenz unter. Obendrein blende die Wirtschaftsberichterstattung 150 Milliarden Euro aus, die durch Klimaschäden jährlich in Deutschland entstünden, kritisiert er. Er fordert von den Berichtersteller*innen zudem, dass sie sich nicht nur auf Klimaaspekte fokussieren, sondern im Sinne einer „Zwillingskrise“ auch das Artensterben einbeziehen. Deshalb sei es jetzt wichtig, etwa in der Aus- und Weiterbildung, Klima als Kontext und nicht als Einzelthema aufzufassen.

„Die Gefahr, dass man sich eines Tages wird nachsagen lassen müssen, Ihr habt das wichtigste Thema der Welt nicht adäquat behandelt, die halte ich für ganz real.“

Prof. Dr. Christian Stöcker, HAW Hamburg, bei ZAPP am 17.11.2021

Der Professor, der selbst auch als Journalist tätig ist, beobachtet oft einen Mangel an Fachwissen; hinzu kämen eklatante Mängel bei der Recherchezeit, dem Personal und dem Geld. Solange Medienhäuser nicht an diesen Stellschrauben arbeiteten, solange man nicht neue Weiterbildungsformen etabliere und mit experimentellen Formaten arbeite, könne man in der Breite den Journalismus nicht genügend auf Klima und Nachhaltigkeit vorbereiten, so Schäfer. Als positive Beispiele erwähnt er *Die Zeit*, *Süddeutsche Zeitung* und *taz*, Kritik übt er vor allem an lokalen und regionalen Medien.

Ohne lange Vorrede kommt die *Süddeutsche Zeitung* mit ihrem *SZ-Klimamonitor* auf den Punkt: „Wie der Mensch die Erde zerstört – und wie wir sie noch retten können. Die wichtigsten Daten und Hintergründe zur größten Krise der Welt.“ Neben zum Teil interaktiven Grafiken gibt es zahlreiche Bezahlartikel und einen ständig aktualisierten Newsfeed zum Klimaschutz: bjvlink.de/sz-klima. Zum Start der weltweiten „Fridays for Future“-Bewegung am 15. März 2019 lancierte die Zeitung einen Klimafreitag-Newsletter. Der damalige Leiter Innovation, Dirk von Gehlen, sprach noch von

einem Pop-Up-Newsletter, mittlerweile hat sich dieses Angebot wohl etabliert, kostenloses Abonnement unter klimafreitag.de.

Gespannt darf man sein, welche Inspirationen aus dem im Januar gegründeten SZ-Institut zum Thema Klima kommen. Der neue Think Tank der *Süddeutschen* wolle „neue Ideen nicht nur denken, sondern

in gemeinsamen Projekten auch umsetzen“. Mit Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft sollen Partnerschaften geknüpft werden. Leiter des SZ-Instituts ist Dirk von Gehlen (institut.sz.de). Der Klimajournalismus erfordere „Tabubrüche“ und eine neue Berufsethik, sagt Thorsten Schäfer im Gespräch mit dem *BJVreport*, vielleicht entstehen solche radikalen Veränderungen in einem Umfeld wie dem SZ-Institut.

Schaue man in die Medienlandschaft, vermute man eigentlich, dass sich das klimaspezifische Wissen ausgebreitet habe. Aber um das wirkliche Fachwissen etwa zu planetaren Grenzen, zur Versäuerung, zum Golfstrom oder rein zum Albedoeffekt steht es wohl immer noch schlecht.

Schäfers Kollegin Sara Schurmann (@[SaraSchurmann](https://twitter.com/SaraSchurmann)), Mitgründerin des Klimajournalismus-Netzwerks, stimmt zu: Es fehle an naturwissenschaftlicher Grundbildung in den Redaktionen, sagt sie in einem Interview der Schweizer *MedienWoche*. Schon in ihrer eigenen Ausbildung an einer Journalistenschule vermisste sie eine vertiefte Vermittlung: „Dort wurde über den journalistischen Umgang mit allen möglichen gesellschaftlichen Krisen diskutiert, aber über das im gleichen Jahr beschlossene Pariser Klimaabkommen fiel kein einziges Wort.“ Die Journalistin, die Medien in klimajourna-

listischen Fragen berät, sieht in der Pandemie einen Lerneffekt: „Corona hat uns zwar zwei Jahre der äußerst zeitkritischen Klimaberichterstattung gekostet, liefert dafür aber eine nützliche Schablone für die ressortübergreifende Auseinandersetzung mit und Kooperation bei solchen Megakrisen.“

„Wir haben hier ein hochrelevantes, explodierendes Berufsfeld, das dazu dient, die größte Bedrohung der Gegenwart professionell zu beobachten“, konstatiert Schäfer und fordert: „Wir brauchen daher eine nachhaltige Förderung von Journalismus zum Thema Umwelt und Klima.“ Hierzulande gebe es bislang kaum öffentliche Mittel in diesem Sektor. Die im Koalitionsvertrag angekündigte Gemeinnützigkeit von Journalismus könnte sich sehr positiv auswirken. „Der Journalismus wird sich den Klimafolgen anpassen müssen, diese werden nun mal immer lokaler, siehe die Flutkatastrophen 2021. Dadurch wird der Journalismus im umweltbezogenen Kontext lokaler, natur- und landschaftsbezogener werden“, prognostiziert Schäfer.

Es braucht die klimagerechte Sprache

Hier seien vor allem „konstruktive Narrative“ sehr wichtig. Es gilt, Interesse beim Publikum aufzubauen, aber auch so etwas wie Hoffnung und Zutrauen zu vermitteln. „Konstruktive Beiträge werden besonders gut geklickt“, habe ihm erst neulich wieder ein großes Medienhaus bestätigt, sagt Schäfer. An der Hochschule Darmstadt experimentiere man viel mit Sprache, man biete „Sprachtraining zum Wald“ oder „Schreiben draußen“, dabei soll die Sprache hinterfragt und kritisiert werden. Warum seien etwa Worte wie „ausufern“, „versumpfen“ oder „verwässern“ schlecht konnotiert? „Ich fordere von den Vordenkern in Medienhäusern, sich diesen Debatten zu öffnen und der akademischen Welt zuzuhören“, so Schäfer. Klimajournalismus eröffne eine gute Chance, einen letztlich vielleicht besseren Journalismus zu bieten.

Bei der *taz* hat man Schäfer zugehört: Als erstes Medienhaus in Deutschland gibt sich diese eine klimagerechte Sprache – das Sein bestimme auch das Klimabewusstsein. Was sich etwas pathetisch anhört, hat in der Praxis durchaus Relevanz, wie Kai Schöneberg, *taz*-Ressortleiter Wirtschaft und Umwelt, an Beispielen zeigt: „Warum schreiben wir eigentlich Erderwärmung und nicht Erderhitzung? Ist die Idee eines sich kuschelig erwärmenden Planeten nicht viel zu beschönigend, wenn man daran denkt, dass sich Wüsten bilden und Menschen und Tiere wegen der Hitze keine Lebensgrundlagen mehr finden? Wer genauer über die Sprache in der Klimaberichterstattung nachdenkt, kann genauer formulieren.“ Schäfer, der gut 20 Jahre Erfahrung im Umweltjournalismus hat, hat noch einige weitere Begriffe im Repertoire: Klimakatastrophe, Klimanotstand oder Klimaskeptiker (mehr dazu bei der *taz*: bjvlink.de/klima-sprache).

Wie man mit Klimajournalismus im Lokalen und Regionalen neue Leser*innen und sogar Abonnent*innen gewinnen kann, hat Philipp Dudek im Hamburger HHLab, der digitalen Forschungs- und Entwicklungs-Unit der Verlagsgruppe NOZ/mh:n, am praktischen Beispiel erforscht. Rund

30 Prozent neue Leser*innen konnte das Projektteam am Ende verzeichnen. Unter anderem wurden bei Lokalzeitungen sechs Wochen Newsletter zu Klimathemen angeboten. Zum Teil gab es dabei Weiterleitungsraten von bis zu 90 Prozent, berichtet Dudek. Vor allem habe man damit bei Leser*innen, die eher Medien wie den *Spiegel* oder die *Süddeutsche Zeitung* nutzen, Interesse für die Lokalzeitungen wie etwa die *SHZ.de* in Rendsburg wecken können.

Auf der Nutzerseite kommen Klima-Themen im Lokalen also gut an. Jetzt gehe es darum, die gewonnenen Erkenntnisse über das Nutzerverhalten in den Redaktionen anzuwenden, berichtete Dudek in einem Vortrag für das Klimajournalismus-Netzwerk. Mehr Klimajournalismus in der Zeitung bedeute nicht unbedingt mehr Arbeit für die Redaktion, folgert Dudek. Es sei vielmehr eine Sache der anderen Herangehensweise und wie man einen neuen Dreh finden könne. Ein „Learning“ lautet freilich auch, dass man das Publikum nicht täglich mit Klimathemen behelligen sollte.

Neue Wege im Journalismus aufzeigen möchte die Reporterfabrik, die Lernplattform der gemeinnützigen Rechercheorganisation Correctiv. „Der Journalismus der Gegenwart wird der Klimakrise nicht gerecht. Er ist zu fokussiert auf die Gegenwart, zu sehr auf Impact und Klicks ausgerichtet. Langfristige Überlegungen spielen zu selten eine Rolle.“ Mit dieser These wirbt die Reporterfabrik für ihren Workshop „Wie geht Klimajournalismus?“. Der Wissenschaftler Bernhard Pörksen diskutiert mit drei Klimajournalist*innen darüber, wie Klimajournalismus gemacht werden müsste, um Menschen abzuholen und notwendige Maßnahmen mehrheitsfähig zu machen. Die Teilnahme am Workshop, der als Appetizer wertvolle Dienste leisten kann, ist kostenlos: bjvlink.de/klima-workshop.



Zahlreiche Links zum Thema unter bjv.de/klima

Weitere Plattformen und Netzwerke

Erwähnenswert ist etwa das **Netzwerk Weitblick**: „Angebot von Journalist*innen für Journalist*innen zum ressortübergreifenden Querschnittsthema Nachhaltigkeit.“

„Über den Klimawandel berichten, aber wie?“, lautet der Titel der von Jonas Mayer angebotenen Seite **das-klima.de**. Mehr als 20 Journalist*innen und Medienwissenschaftler*innen schreiben hier seit vorigem September ihre Erfahrungen und Meinungen zu gutem Klimajournalismus auf. Die Seite ist Teil einer Masterarbeit an der Universität Kiel.

Erst dieser Tage gestartet ist der **Klima-Helpdesk** von *FragDenStaat*. Ob Feinstaubgutachten, Klimaschutzplan oder umweltpolitisches Lobby-Treffen: „Unser Klima-Helpdesk ist für dich da, wenn du Informationen von Behörden aus den Bereichen Umwelt und Klima benötigst. Dafür teilen wir unsere Technik und Erfahrung, unser Netzwerk sowie unser juristisches Know-how“, schreibt das Redaktionsteam. bjvlink.de/klima-helpdesk.

Journalisten brauchen Freiheit

BJV-Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit 2022



Einsendeschluss: 25. April 2022

Eine demokratische Gesellschaft funktioniert nur mit einer freien Presse. Deshalb vergibt der **Bayerische Journalisten-Verband (BJV)** einen Preis zum **Tag der Pressefreiheit 2022**. 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/pressefreiheit2022

www.bjv.de

 facebook.com/bjvde

 twitter.com/bjvde

BJV Bayerischer
Journalisten-Verband
e.V.

**Die Stimme der Journalisten
in Bayern**

Ökostrom, Bienenstöcke und Lastenräder

„Green Media“ wird in Medienhäusern zum strategischen Thema

Von Michaela Schneider

Kaum ein Unternehmen könne es sich heute noch leisten, nicht grün zu denken, sagt Magnus Gebauer vom MedienNetzwerk Bayern. Während er „Green Media“ im „Report der Medientrends“ 2021 noch aufgriff, werde das Thema 2022 keine Rolle mehr spielen. Warum? Weil es nicht mehr Trend, sondern im Mainstream angekommen sei. 2021 hieß es im Medienreport noch: „Während der Fokus in den vergangenen Jahren fast ausschließlich auf der Berichterstattung zu Nachhaltigkeit und grünen Themen lag, verschiebt sich jüngst der Fokus auf die nachhaltige Ausrichtung der Unternehmen.“ Wie dies aussehen kann, zeigen Beispiele aus Bayern.

Mit nur 25 festangestellten und fünf externen Mitarbeiter*innen ist *egoFM* ein kleiner Betrieb, geht aber in seiner Nachhaltigkeitsstrategie so weit, in einer Pressemeldung anzukündigen: Man wolle Deutschlands erster echt nachhaltig arbeitender klimaneutraler „Bio-Sender“ werden. Der Grund sei schon in der Bayerischen Verfassung in Artikel 151 verankert, erklärt Geschäftsführer Christian Strohmeier gegenüber dem *BJVreport*. „Die gesamte wirtschaftliche Tätigkeit dient dem Gemeinwohl“, heißt es dort. Gewinnmaximierung und Konkurrenz werden dem hintenangelassen. Entsprechend erarbeitete der Radiosender eine Gemeinwohlbilanz, um vom Status quo künftige Zielsetzungen abzuleiten. Neben der ökologischen Nachhaltigkeit wurden etwa Solidarität, Gerechtigkeit, Menschenwürde in der Lieferkette oder auch am Arbeitsplatz hinterfragt. Die Website soll bald barrierefrei, Diversität verstärkt gelebt werden. Von Lieferanten und Kooperationspartnern forderte der Radiosender ebenfalls Nachhaltigkeitsberichte ein, um, mit Strohmeiers Worten, sich dann zu überlegen, „mit wem man im Bötchen sitzen“ wolle.

Im Frühjahr 2021 wechselte das Unternehmen zu einem Ökostromanbieter und einer Ethikbank. Weil 2021 zudem sowieso ein Großteil der Technik ersetzt werden musste, wurde beim Einkauf auf Energieeffizienz geachtet. Corona spielte mit Blick auf die CO₂-Bilanz in die Hände, weil das Team im Homeoffice arbeitete und entsprechend kaum Fahrten zu Buche schlugen. Strohmeier betont aber: Wer dies wünscht, wird auch in Zukunft mo-

bil arbeiten dürfen. Bei der Bewirtung soll künftig nur noch auf Lebensmittel aus der Region oder Bioprodukte zugegriffen werden, möglichst vegan oder vegetarisch. Mit Blick auf eine Mülltrennung hat *egoFM* mit den Mitarbeiter*innen vereinbart, dass Abfall wieder mitgenommen und daheim getrennt entsorgt wird.



Den Stempel Klimaneutralität darf sich *egoFM* bereits geben, wenn auch, und da nimmt Geschäftsführer Strohmeier kein Blatt vor den Mund, sich der Radiosender dafür der Kompensierung bedienen muss. Zusammengearbeitet wird mit einem externen CO₂-Zertifikate-Händler. Heraus kam bei der Bilanz ein CO₂-Ausstoß im Jahr 2020 von 41 Tonnen. Klingt wenig, ist es auch, denn: Hinzugerechnet wurde

nach dem Standardverfahren weder der Verbrauch, der in den heimischen Büros der Mitarbeitenden entsteht, noch die extrem energieaufwändige Übertragungsinfrastruktur. Kompensiert wird über ein Projekt in Uganda, *egoFM* kann sich dort für rund

„Man muss sich überlegen, mit wem man im Bötchen sitzen will.“

Christian Strohmeier,
Geschäftsführer bei *egoFM*

440 Euro pro Jahr die Klimaneutralität erkaufen. Bei seinen Hörer*innen kann *egoFM* mit einer gut vermarkteten Gemeinwohlorientierung sicher punkten – und auch im kleinen Radioteam. „Mir als Mitarbeiterin gibt das ein cooles Gefühl“, sagt Redakteurin und Moderatorin Viktoria Molnar. „Es passt einfach, fühlt sich gut an. Man kann sich mit dem Sender identifizieren.“

Vom kleinen Betrieb zum ganz großen. Als Katja Wildermuth vor einem Jahr die Intendanz beim *Bayerischen Rundfunk* übernahm, erklärte sie gleich zu Beginn Nachhaltigkeit zur Chefsache. Seit kurzem sind die Bayern zudem auch innerhalb der *ARD* Federführer im Themenfeld ökologische Nachhaltigkeit. Ein „*ARD-Board* Ökologische Nachhaltigkeit“ wurde im vergangenen Herbst etabliert, nach der Sommerpause 2022 soll eine erste Bestandaufnahme abgeschlossen sein. Verantwortlich in beiden Bereichen zeichnet Markus Riese, Leiter Marketing des *BR*.



Beim *BR* fiel im Herbst der Startschuss zum Aufbau eines umfassenden Umweltmanagements inklusive systematischer

CO₂-Messung. Mit dem CO₂-Rechner der Non-Profit-Organisation „KlimAktiv“ sollen die wichtigsten Treiber und Verbräuche ausgemacht werden, und zwar zunächst vor allem auch im Bereich fiktionaler Auftragsproduktionen. Erstes Beispiel ist ein „Polizeiruf 110“, der von einem „Green Consultant“ begleitet wird. Um auch bei Eigenproduktionen auf die CO₂-Bilanz zu achten, bildet der BR eigene „Green Consultants“ aus. Ein großer CO₂-Treiber ist das im Journalismus oft schwer vermeidbare Reisen. Deshalb wurde als Mindeststandard festgesetzt: Gebucht werden keine Flüge mehr, die eine Bahnfahrt unter fünf Stunden ersetzen.

Seit erstem Januar hat der *Bayerische Rundfunk* auf Ökostrom umgestellt. Gedanken macht man sich im Haus zudem mit Blick auf eine nachhaltige Arbeitsplatzgestaltung und arbeitet laut Riese an einer Umstellung auf eMobilität, an Konzepten für nachhaltige Events wie auch am Ausbau des Angebots von Lastenrädern für Journalist*innen. Aus Mitarbeiterreihen heraus ist die Initiative „Green BR for Future“ entstanden – und im Sommer konnte die Belegschaft im Rahmen eines Partizipationsprozesses selbst Ideen für mehr Nachhaltigkeit einbringen. Die reichten vom Wunsch nach naturnaher Begrünung auf dem neuen Unternehmensgelände in Freimann bis zum Vorschlag zu einem Button „Erst aus, dann raus“, um ans PC-Ausschalten zu erinnern.

Impuls kam aus der Belegschaft

Bei *RTL2* in Grünwald, südlich der Landeshauptstadt, ist man schon einige Schritte weiter. Bereits 2011 beteiligte sich das 240 Mitarbeiter*innen starke Unternehmen an verschiedenen Modulen des von der Stadt München geförderten Umwelberatungs- und Klimaschutzprogramms „Ökoprofit“. Seit 2013 wird laut Unternehmenssprecherin Susanne Raidt ausschließlich regenerativ erzeugter Strom bezogen und das Bürogebäude sei nach modernsten klimaschonenden und energieeffizienten Prinzipien gebaut. Seit Anfang 2022 wird das Firmengebäude mit Ökogas beheizt. Der Impuls, soziale Verantwortung zu übernehmen, ging laut Raidt von Beginn an von den Mitarbeitenden aus. Unter der Anleitung eines erfahrenen Imkers betreuen sie etwa drei Bienenvölker auf dem Firmengelände, im Vorjahr wurde eine Wildblumenwiese angelegt. Auch nennt die Pressesprecherin Umweltleitlinien für die Belegschaft, weitgehend elektrifizierte Dienstfahrzeuge, das Leasing von E-Bikes und Fahrrädern und regionale Produkte im firmeneigenen Bistro. Im Verbund mit der RTL Gruppe arbeitet *RTL2* im Arbeitskreis „Green Production“ an ressourcenschonenden und CO₂-einsparenden Mindeststandards für Inhouse- und Auftragsproduktionen.

Und wie sieht es in Sachen grüne Ausrichtung in Bayerns Zeitungshäusern aus? Mehrere Anfragen des *BJVreports* verlaufen im Sand. Stattdessen ein Telefonat mit Julia Rohmann, Referentin Umweltschutz beim Bundesverband Druck und Medien e.V., aus dem heraus die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände entstand. Wie der Land-

karte auf deren Website zu entnehmen ist, beteiligen sich daran immerhin die „Presse-Druck- und Verlags-GmbH“ (*Augsburger Allgemeine*) und die „Süddeutscher Verlag Zeitungsdruck GmbH“ (*Süddeutsche Zeitung* und Zeitungsgruppe Hof/Coburg/Suhl). Die Betriebe werden vor Ort in Sachen Klimaschutz aufgeklärt, beraten und geschult. Dann werden Betriebsdaten in einen CO₂-Rechner aufgenommen, so dass anschließend genau kalkuliert werden kann, wie hoch der Ausstoß entweder bei einzelnen Druckproduktionen oder auch mit Blick aufs ganze Unternehmen ausfällt. Anschließend kann entsprechend kompensiert werden. „Kompensation ist nur eine Zwischenlösung“, sagt Rohmann unumwunden. Zwar bestätigen die Firmen zudem, dass sie zusätzlich eine Energieeffizienzanalyse durchführen, überprüft wird diese aber nicht. Als Stellschrauben, um die CO₂-Bilanz im Druckbereich zu verbessern, nennt die Referentin eine Optimierung der Druckluft, die Beleuchtung im Unternehmen, die Stromartgewinnung und den Papiereinsatz, der fast 80 Prozent des Emissionsausstoßes ausmacht. Auf entsprechendes Papier sollte direkt beim Einkauf geachtet werden.



Apropos Papier: In der Arbeitsgemeinschaft Graphische Papiere (AGRAPA) etwa haben sich Verbände der gesamten Wertschöpfungskette Druck zusammengeschlossen, um sich für ein umfassendes Recycling graphischer Papiere einzusetzen. Und klein, aber engagiert, sind zum Beispiel auch die „Papierretter“ im oberbayerischen Riegsee, die nutzlos gewordenes Papier aus Druckereien retten und zu Blöcken, Notizbüchern und Co. verarbeiten.

In Sachen Papier lohnt zudem ein Blick auf die deutlich grün ausgerichtete Hubert Burda Media Unternehmensgruppe. Pressesprecherin Verena Schenk-Welker teilt mit: „Papiere, die für die HBM-Zeitschriften genutzt werden, weisen deutlich niedrigere CO₂-Emissionen auf als der Durchschnitt der in Deutschland produzierten grafischen Papiere: Für Tiefdruck- und Offsetdruckpapiere gemeinsam liegt Burda 65 Prozent darunter; allein auf die Tiefdruckpapiere bezogen, liegt das Papier sogar mehr als 70 Prozent unter dem Durchschnitt. Damit sind die für die Burda-Zeitschriften verwendeten Papiere umweltfreundlicher als durchschnittliche Recyclingpapiere, bei denen nur 30 Prozent der Emissionen eingespart werden.“ Ein hoher Recyclingfaseranteil ist übrigens nicht gleichzusetzen mit weniger CO₂-Emissionen. Dafür ausschlaggebend ist, wie Schenk-Welker betont, die Art der Energieerzeugung bei der Papierproduktion. Hubert Burda Media bezieht deshalb das Papier zu mehr als 90 Prozent aus Papierfabriken, die Strom aus erneuerbaren Quellen beziehen. Geachtet werde auf minimale Wasserbelastung durch Chemikalien. Alle Papiere stammten aus nachhaltiger Forstwirtschaft.



„Man stößt immer an Grenzen“

Als Journalistin entdeckt Sylvia Schaab neue Themen, als Aktivistin bleibt sie kritisch

Von Michaela Schneider

Als Ende 2020 bekannt wurde, dass Klimaaktivistin Greta Thunberg einen Tag lang Chefredakteurin der *Dagens Nyheter* sein wird, sorgte dies in Schweden für reichlich Diskussion. Die einen kritisierten hart, die Geschichte der Tageszeitung in die Hände einer Aktivistin zu legen. Die Redaktion konterte mit dem Foto eines Kraters in Sibirien, das die Perafrostschmelze zeigt, und titelte „Das sind Fakten, keine Meinung.“ Auch hierzulande wird intensiv diskutiert, wo Klimajournalismus endet, und Aktivismus beginnt. Wer schließlich hat nicht den Satz von Tageszeitungsmoderator Hans Joachim Friedrichs im Ohr, der eine Journalistengeneration prägte: Einen guten Journalisten erkenne man daran, dass er sich nicht gemein mache mit einer Sache. Auch nicht mit einer guten.

Die Augsburgs Journalistin Sylvia Schaab, mehrere Jahre Vorsitzende der Fachgruppe Freie im BJV, machte sich ab 2015 mit einer Sache gemein. Sie startete den Blog „Grüner wird's (n)immer“ und thematisierte ihr Herzensanliegen, nämlich so plastikfrei wie möglich zu leben. Die journalistische Ausbildung helfe, im Aktivistinnen-Leben genauer hinzuschauen sowie im Engagement realistisch und auf dem Boden der Tatsachen zu bleiben, sagt die 50-Jährige. Und das Aktivistinnen-Leben helfe, Themen im Journalistischen anzusprechen, auf die man ohne das eigene Engagement vielleicht nicht gekommen wäre. Zuletzt schrieb sie für *lifeguide-augsburg.de* über nachhaltiges (Fasching-)Feiern.

Nach ihrem Lehramtsstudium Englisch und Wirtschaft, hatte Schaab ab Oktober 2003 bei der Zeitschrift *Börse online* im Verlag „Grüner + Jahr“ volantiert. 2003 machte sie sich selbstständig und schrieb jahrelang über Themen rund um Börse, Beruf, Weiterbildung und Marketing. Die Idee zum eigenen Blog entstand, als sie mit dem Gedanken spielte, sich beruflich komplett umzuorientieren und einen „Unverpackt“-Laden zu eröffnen. Eine andere war schneller, zwei Läden wären in einer Stadt wie Augsburg wohl zu viel gewesen.

Doch dann kam durch den Blog eines ums andere zusammen, inklusive Zwischenstopp in Festanstellung als Geschäftsführerin der Augsburgs GRÜNEN. Schaab schrieb das Buch „Es geht auch ohne Plastik. Die 30-Tage-Challenge für die ganze Familie“, sie hält Vorträge und Workshops, berät Unterneh-



Sylvia Schaab setzt sich für ein Leben ohne Plastik ein.

Foto: Edith Schmidt

men in Sachen plastikfrei(er)es Büro und schreibt als Journalistin über „nachhaltige Verbraucherthemen“, wie sie ihren Schwerpunkt bezeichnet.

„Wenn man sich mit Klima und Plastik beschäftigt, stößt man immer an Grenzen und muss abwägen“, sagt die 50-Jährige. Das beginnt beim Thema Mehrwegbecher, der zwar ökologisch sinnvoll sei - und trotzdem entsteht beim Abspülen CO₂. „Einen Tod muss man immer sterben“, analysiert sie nüchtern. Sich mit Studien auszukennen, diese etwa in Hinblick auf die Neutralität der Auftraggeber zu hinterfragen und lieber einen zweiten oder dritten Experten zu hören, helfe sowohl

der Klimaaktivistin als auch der Journalistin. Gerade auch bei CO₂-Bilanzen rät sie Kolleg*innen zum genauen Blick auf Variablen und Co. und einmal mehr nachzuhaken, was dahinter stecke, wenn in der Pressemeldung eines Unternehmens etwa von Klimaneutralität die Rede sei. Auch die Bewegung „Fridays for Future“ könne man romantisieren, aber auch viele Punkte kritisieren. Sich weder gänzlich auf die eine noch auf die andere Seite zu stellen, lebt Schaab als Journalistin und Aktivistin.

Plastikfrei(er) als Journalist*in

Praktische Tipps, wie sich auch am journalistischen Schreibtisch Nachhaltigkeit leben lässt, hat Sylvia Schaab jede Menge: Das beginnt bei der Verwendung von Recyclingpapier. Klarsichthüllen können gut Second-Hand gekauft werden. Sollen sie neu sein, gibt es als Alternative zum Plastik Pergamenthüllen. Zum Werbe-Plastikkugelschreiber kann man im Zweifel bei einer Pressekonferenz auch „nein“ sagen – inzwischen gibt es selbst Textmarker aus Holz. Lassen sich Ausdrucke nicht vermeiden, kann man beim Drucker auf Nachfülltinte setzen. Nachfüllen sei generell, etwa auch bei Stiften, eine „Supersache“. Handys kauft Sylvia Schaab seit Jahren gebraucht, ansonsten empfiehlt sie, bei technischem Gerät auf dessen Langlebigkeit wie auch die Recyclingfähigkeit zu achten. „Merkt man, dass man an seine Grenzen kommt, schadet es nie, die Hersteller anzuschreiben und darauf aufmerksam zu machen“, so die Augsburgs. Wer sich zudem schlau machen möchte, wie man als Journalist*in auch den digitalen CO₂-Fußabdruck reduzieren kann, findet einen entsprechenden Artikel auf der BJV-Website unter bjvlink.de/klimabewusst.

Das Klima immer mitdenken

Das Klima darf beim Schreiben kein Randthema sein

Von Johannes Michel

Was für ein Neutralitätsgebot soll das sein?“ Carel Carlowitz Mohn, Chefredakteur von *klimafakten.de*, einst Leiter der Kommunikationsabteilung des Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) und Mitarbeiter im Büro von Bundespräsident a.D. Richard von Weizsäcker, positioniert sich im Interview mit dem *BJVreport* klar: Journalist*innen haben eine wichtige Aufgabe, wenn es ums Thema Klima geht.



Carel Carlowitz Mohn.

Foto: Detlev Eden

Wie lange beschäftigen Sie sich bereits mit Klimajournalismus?

Wir haben bei *klimafakten.de* 2011 mit Faktenchecks angefangen. Damals haben wir wild kursierende (Falsch-)Aussagen über den Klimawandel aufgegriffen und gemäß dem Sachstand der Klimaforschung allgemeinverständlich einsortiert. Ziemlich schnell wurde uns klar, dass Fakten allein noch nicht zu einer konstruktiven, lösungsorientierten Klimadebatte beitragen werden. Denn Menschen treffen ihre politischen Urteile und Entscheidungen nie allein auf der Basis wissenschaftlich überprüfbarer Fakten. Wertvorstellungen, Gruppenzugehörigkeiten, Interessen, Emotionen aber auch psychologische Mechanismen spielen eine mindestens ebenso große Rolle, ob Menschen Fakten gelten lassen. Deshalb haben wir damit begonnen, Wissenschaftsjournalismus zu solchen theoretischen Kommunikationsfragen zu betreiben. Menschen haben eine Grundtendenz, dass ihre Wertvorstellungen und ihr Handeln miteinander im Einklang sind. Wenn ihnen dann Klimaforscher bescheinigen, dass ihr Handeln das Klima zerstört, dass somit ihr Selbstbild gefährdet ist, ein „guter Mensch“ zu sein, dann kann das heftige Abwehrreaktionen auslösen.

*Viele Journalist*innen, gerade im Lokalen, schreiben täglich Artikel über Neubaugebiete, neues Gewerbe, große Baumaßnahmen. Welche Rolle sollte hierbei der Klimaaspekt spielen?*

Faszinierend am Thema Bauen ist, dass die Debatte über die „Grenzen des Wachstums“ hier immer noch nicht recht angekommen zu sein scheint: die Wohnfläche pro Kopf in Deutschland nimmt immer weiter zu. So als hätten wir noch ein zweites oder drittes Deutschland im Keller. Hieran zeigt sich: Es ist wichtig, über emissionsfreie Heizungen zu schreiben oder wie man Gebäudesanierung sozialverträglich hinbekommt. Aber gerade im Lokalen zeigen sich die großen

Widersprüchlichkeiten ganz konkret und könnten dann zum Beispiel beim Thema Bauen nicht nur zu der Frage führen, wie wir bauen, sondern, ob wir überhaupt weiter so viel neu bauen sollten.

Wie kann ich das Thema Klima integrieren, ohne belehrend oder gar nervend rüberzukommen?

Ich vermute, dass Menschen Klimaberichterstattung dann als belehrend empfinden, wenn sie den Eindruck haben, es würden Erwartungen an sie gerichtet, die sie unmöglich erfüllen können. Die allermeisten wollen

sich ja so verhalten, dass sie Natur und Klima schützen. Wenn sie dann die Aufforderung hören, sie sollten den Weg zur Arbeit doch bitte mit dem ÖPNV oder dem Fahrrad zurücklegen, dann aber in der Praxis erleben, dass der ÖPNV nicht funktioniert und Autofahren finanziell besonders belohnt wird, treibt man Menschen in einen psychologischen Konflikt zwischen Wollen und Können. Unter anderem kann dies dann zu dem Vorwurf führen, Journalismus sei belehrend. Ich denke, hier ist es Aufgabe des Klimajournalismus, politische Zusammenhänge aufzuzeigen: Also beispielsweise darüber zu berichten, inwieweit unsere Infrastruktur, unser Steuer- und Abgabensystem klimaschädliches Verhalten begünstigt oder sogar noch belohnt. Und wie sehr diese politischen Rahmenbedingungen es erschweren oder sogar unmöglich machen, sich umwelt- und klimafreundlich zu verhalten. Eine solche Berichterstattung würden allenfalls diejenigen als nervig empfinden, die von den Rahmenbedingungen profitieren.

Sollte ein Journalist nicht neutral sein in seiner Berichterstattung? Kann er sich dann, außerhalb der Kommentarseite, eines solchen Themas überhaupt annehmen?

Wir kämen im Gesundheits- oder Ernährungsjournalismus nie auf den Gedanken, den Journalist*innen vorzuwerfen, sie seien nicht neutral, weil sie immer nur darüber berichteten, wie man möglichst gesund bleiben könne und dass zu viel Zucker krank mache. Im Wirtschaftsjournalismus geht es um die Frage, wie wir eine innovative, wettbewerbsfähige, sozialverträgliche Wirtschaft gestalten können. Was für ein Neutralitätsgebot soll das sein, das man hiermit verletzt? Ich meine: Es ist geradezu journalistische Pflicht, für die Leserinnen und Leser die Debatte über mögliche Klimaschutzlösungen einzusortieren, einzuordnen und über das Für und Wider einzelner klimapolitischer Strategien zu berichten.

VERSICHERUNGEN



NÜRNBERGER VERSICHERUNG

Ulrich Zeidner
Leiter Unternehmenskommunikation

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

KAMMERN



BAYERISCHE
LANDESÄRZTEKAMMER

Pressestelle

Dagmar Nedbal
Leiterin der Pressestelle,
Bayerisches Ärzteblatt,
Internet

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

VERSICHERUNGS KAMMER

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

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

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de

ENERGIE



Dr. Christian Blümm

Bereichsleiter Marketing
und Kommunikation



erdgas schwaben gmbh
Postfach 10 15 26 | 86005 Augsburg
Bayerstraße 43 | 86199 Augsburg

Telefon +49 821 9002-361
Telefax +49 821 9002-365

christian.bluemm@erdgas-schwaben.de
www.erdgas-schwaben.de

BILDUNG/WISSENSCHAFT



Hanns
Seidel
Stiftung



Hanns-Seidel-Stiftung e.V.
Lazarettstraße 33 | 80636 München
Tel. (089) 12 58-473 | E-Mail: presse@hss.de

Hubertus Klingsbögl
Pressesprecher

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

www.hss.de

Im Dienst von Demokratie, Frieden und Entwicklung

N-ERGIE

Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

Michael Enderlein
Pressesprecher

Telefon 0911 802-58071
E-Mail: michael.enderlein@n-ergie.de
Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg, www.n-ergie.de

Corporate Communications Center
Technische Universität München



Fiorina Schulz
Abteilungsleitung

Arcisstraße 21
80333 München
Tel. +49 89 289 22391
fiorina.schulz@tum.de
www.tum.de

Ulrich Meyer
Sprecher des Präsidenten

Arcisstraße 21
80333 München
Tel. +49 89 289 22779
ulrich.meyer@tum.de
www.tum.de

Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe BJVreport	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
2/2022	13. März	24. März	11. April
3/2022	13. Mai	27. Mai	14. Juni
4/2022	10. Juli	22. Juli	09. August

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing BJVreport:
Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09 11 / 988 11 264,
robert.macher@mediasued.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

FINANZEN



Dr. Gerald Schneider
Pressesprecher

Türkenstraße 22-24 · 80333 München
Tel. 0 89/28 68-34 01 · Mobil: 0176/10 16 84 03
Fax 0 89/28 68-34 05
E-Mail presse@gv-bayern.de
www.gv-bayern.de

bayernwerk

Maximilian Zängl

Leiter
Unternehmens-
kommunikation
Pressesprecher

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

IHRE ANSPRECHPARTNER

Kerstin Hebeler
Ansprechpartnerin B2B
Telefon: +49 (89) 20307 1314
kerstin.hebeler@interhyp.de

Britta Barlage
Ansprechpartnerin B2C
Telefon: +49 (89) 20307 1325
britta.barlage@interhyp.de

Julia Meyer
Ansprechpartnerin Corporate
Telefon: +49 (89) 20307 1330
julia.meyer@interhyp.de

Caroline Neider
Ansprechpartnerin Österreich
Telefon: +43 (1) 2530710 151
caroline.neider@interhyp.de

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



Lechwerke

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

Ansprechpartner
für die Presse

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

Lechwerke AG · Schaezlerstraße 3
86150 Augsburg · www.lew.de
presse@lew.de

Luisa Rauenbusch
Pressesprecherin
T +49 821 328-1654
luisa.rauenbusch@lew.de

Rufbereitschaft T +49 821 328-1651



**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

NETZE



schwaben netz gmbh
Postfach 10 24 12 | 86014 Augsburg
Bayerstraße 45 | 86199 Augsburg

Telefon +49 821 455166-360
Telefax +49 821 455166-299

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

Dipl.-Journ.

Cornelia Benesch

Stabsstelle GF-A
Kommunikations-
management Netz

SOZIALES



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

VERKEHR

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



Verkehrsverbund Großraum Nürnberg GmbH

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Manfred Rupp **Melinda Burmeister-Neuls**
Tel. 0911 27075-43 Tel. 0911 27075-49
manfred.rupp@vgn.de melinda.burmeister@vgn.de

VGN • Rothenburger Straße 9 • 90443 Nürnberg
Fax 0911 27075-50 • www.vgn.de • info@vgn.de

UNTERNEHMEN

**BMW
GROUP**ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

Maximilian Schöberl
Konzernkommunikation und Politik
Telefon: +49(0)89-382-32446
E-Mail: Maximilian.Schoeberl@bmwgroup.com

Postanschrift
BMW AG
D-80788 München

Alexander Bilgeri
Strategie, Services, Media House,
Marktkommunikation Europa, China
Telefon: +49(0)89-382-19175
E-Mail: Alexander.Bilgeri@bmwgroup.com

Hausanschrift
BMW Haus
Petuelring 130
80788 München

Nikolai Glies
Kommunikation Konzern, Finanzen,
Vertrieb, Produkt, Technologie, Design
Telefon: +49(0)89-382-47712
E-Mail: Nikolai.Glies@bmwgroup.com

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

Internet: www.press.bmw.de

DIEHL

Verw.-Betriebswirt (VWA)
Michael Prymelski
Generalbevollmächtigter Konzernkommunikation

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

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

**THOMAS WEIMANN**

Leiter Unternehmenskommunikation

E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH
Industriestraße 2-8 // 90518 Altdorf
☎ +49 9187 10-227 📠 +49 9187 10-448
@ Thomas.Weimann@e-t-a.de

www.e-t-a.de

UNTERNEHMEN



AUDI AG
Kommunikation
85049 Ingolstadt

Telefon: +49 841 89-0
Telefax: +49 841 89-92068
E-Mail: audi-kommunikation-
unternehmen@audi.de
Internet: www.audi-mediacycenter.com

Dirk Arnold
Leiter Kommunikation

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

Antje Maas
Unternehmen

Telefon: +49 841 89-34084
E-Mail: antje.maas@audi.de

Jörg Lindberg
Produkt, Technologie, Motorsport

Telefon: +49 841 89-43355
E-Mail: joerg.lindberg@audi.de

Leiter Communications

Thomas Bauer
OMV Deutschland GmbH
Haiminger Str. 1
84489 Burghausen

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

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



UNTERNEHMEN



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

VERBÄNDE



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

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



Nürnberg Immobilien

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

Dieter Barth
Leiter Unternehmenskommunikation,
Pressesprecher

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



Wir gestalten Lebensräume.



Bayerischer Jagdverband e.V.

Isabel Koch
Leitung Kommunikation

Hohenlindner Str. 12 | 85622 Feldkirchen
Tel. 089 990 234-38 | Fax 089 990 234-38
Mobil 0151 28836926
E-Mail isabel.koch@jagd-bayern.de
www.jagd-bayern.de



Dennis Hofmann
Leiter Konzernkommunikation
& Investor Relations
0911 2023 - 435
dennis.hofmann@leoni.com

Gregor le Claire
Konzernpressesprecher
0911 2023 - 226
gregor.leclaire@leoni.com

Martin Adelhardt
Fachmedien Bordnetz
0911 2023 - 158
martin.adelhardt@leoni.com

LEONI AG
Marienstraße 7
90402 Nürnberg
www.leoni.com
presse@leoni.com

Nürnberger Volksfest

Bayerns zweitgrößtes Volksfest
Frankens Erlebnisvolksfest

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

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

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



St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg



Anja Müller
Leiterin Unternehmenskommunikation

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

MESSEN / AUSSTELLUNGEN



Kathrin Winkler
Pressereferentin

Juliane Heißen
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

Wenn Start-ups die Medienzukunft neu denken

Im Media Lab Bayern arbeiten auch Pioniere aus der Region an innovativen Ideen

53 geförderte Start-ups, die immer noch am Markt sind, die zusammen mehr als 28 Millionen Euro weitere Investments einsammeln konnten und die mehr als 250 Arbeitsplätze geschaffen haben. Zudem 2083 Kontakte in die Medienbranche und 12748 verbrauchte Post-its im Jahr, bilanziert das Münchner „Media Lab Bayern“ auf seiner Internetseite nach zehn Ausgaben seines renommierten Förderprogramms „Media Start-up Fellowships“. Grund genug zu schauen, an welche Ideen dort etwa gearbeitet wird.

Digisale: Verlagskundenpflege leicht gemacht

Das Start-up Digisale mit Firmensitz in Scherstetten im schwäbischen Landkreis Augsburg zielt darauf ab, das Abonnenten-Management von Verlagen zu erleichtern und online neue Abonnent*innen zu gewinnen. Hinter dem Software-Angebot stehen Marcus Tütsch, Inhaber von Munich Media Sale, und Matthias Ruf, der sich als „Autodidakt und Digitalisierungsenthusiast“ bezeichnet. Dazu kommen inzwischen vier freie Mitarbeiter. Über Interviews fanden Tütsch und Ruf heraus: Zwar gibt es auf dem Markt bereits zahlreiche Angebote, meist sind die Anwendungen für Verlage, die gleichzeitig mit Umsatzrückgängen und fehlender Manpower zu kämpfen haben, aber entweder zu teuer oder zu kompliziert. Digisale beschreiben sie nun als eine einfache „Software-as-a-service-Lösung“, die vor allem auch kleineren Verla-



Marcus Tütsch (links) und Matthias Ruf.

Fotomontage: Ammy Berent/Michael Huwiler

gen helfen soll, Neukunden zu gewinnen und Bestandskunden zu halten. Das Münchner Stadtmagazin *Mucbook* etwa oder das ebenfalls in der Landeshauptstadt ansässige Magazin *Business Traveller* zählen zu den Kunden. Eine Begrüßungsmail, ein Gruß zum Geburtstag, eine emotionale Markenaufladung, ein Newsletter, Werbeanzeigen wie auch Interaktion in den sozialen Medien, Leseproben als Flipbooks, ein Abo-Shop: All dies sind laut dem Digisale-Team Mittel

und Wege, um den Kundenkontakt zu pflegen. Um den Aufwand dabei so gering wie möglich zu halten, sei die Software intuitiv und einfach gestaltet. Startups zahlen monatlich 199 Euro, kleine bis mittelgroße Unternehmen 399 Euro.



[digisale.org](https://www.digisale.org)

Fusionbase: Zugang zu den Daten der Welt

Einen „schnellen Zugang zu den Daten der Welt“ verspricht das im Jahr 2019 gegründete Unternehmen Fusionbase. Kevin Goßling, damals wissenschaftlicher Mitarbeiter an der TU München, hatte mit Doktorand Patrick Holl an einer Technologie geforscht, die das Kombinieren von Daten aus internen Quellen mit externen Daten vereinfacht. Wozu es das brauchen kann? Etwa, um automatisiert Wetter- oder Risikoberichte zu erstellen oder Naturkatastrophen vorherzusagen. Fasziniert von der Innovationskraft, die durch einen Zugang zu Daten freigesetzt werden kann, gründeten Goßling und Holl einen „Data Hub für maschinenlesbare Data Streams“, wie sie ihr Angebot betiteln. Innerhalb der Medienbranche nutzen diesen vor-



Patrick Holl (links) und Kevin Goßling.

Foto: Frank Thomsen

allem auch Datenjournalist*innen. Kund*innen erhalten, basierend auf einem zeitlich begrenzten Lizenzpaket, aktuelle und maschinenlesbare Daten-Streams zu Themen wie Demographie, Mobilität, Umwelt, Gesundheit, Kriminalität oder Wetter. 2021 kooperierte das inzwischen siebenköpfige Team mit *Zeit online* und entwickelte eine Wahlkarte für die Bundestagswahl 2021, die Wahlergebnisse auf Gemeindeebene zusammenfasst. Mit dem Wirtschaftsjournalisten Olaf Deininger entstand das redaktionelle

Format „the stock exchange project“, das automatisch Börsen-News zu Kursentwicklungen an der US-Technologie-Börse NASDAQ generiert.



[de.fusionbase.com](https://www.de.fusionbase.com)

Chica con Ciclo: Ein Zyklus-Guide – empathisch und wissenschaftlich fundiert

„Chico con Ciclo“-Gründerin Rena Föhr, Jahrgang 1990, verfolgt eine große Mission: Sie setzt sich für eine empathische Gesellschaft ein, in der sich niemand für den eigenen Körper schämen braucht. Dabei baut sie vor allem auch auf wissenschaftlich fundierte Wissensvermittlung. Erreichen will sie die Zielgruppe – das sind vor allem Frauen um die 30 – über ein Onlinemagazin, einen Instagram-Kanal und einen Newsletter. Die Monetarisierung erfolgt derzeit über einen Online-Kurs, Affiliate Marketing und individuelle Zyklus-Beratung. Außerdem ist der Launch eines Audio-Trainings geplant. Die Angebote sollen, wie Föhr schreibt, Frauen befähigen, den Zyklus und die eigene Sexualität achtsam zu ent-



Rena Föhr.

Foto: David Pierce-Brill

decken. Neu ist das Themenfeld für die Journalistin und Feministin, die vor einem Jahr nach München zog, keineswegs: In der Schülerzeitung veröffentlichte sie einen ersten Text zu Sexualität und plädierte für mehr Genuss und weniger Druck. Für *jetzt.de* schrieb sie eine Zyklus-Kolumne, arbeitete für weitere Medien wie *Spiegel online*, assistierte schon einer brasilianischen Sexualpädagogin und arbeitete auf einem Verhütungskongress in Ruanda. Als Föhr mit ihrem Mann nach Kolumbien zog, entwickelte sie die erste Version von „Chica con Ciclo“ als spanischsprachigen Instagram-Account.



www.chicaconciclo.com

Articy: Zeitung für die Ohren

Als „Die App für Zeitung zum Hören“ titulierte der Journalist Wolf Weimer sein Münchner Start-up Articy. Eine Auswahl deutschsprachiger Zeitungsartikel steht dort in Hörbuchqualität zur Verfügung, gelesen von professionellen Sprechern. Ein Plattformmodell also à la Spotify mit journalistischen Inhalten. Articy arbeitet inzwischen mit verschiedenen großen Verlagen zusammen, unter anderem mit *Süddeutscher Zeitung*, *Die Welt* und *Die Zeit*, aber auch *The European*, *The Guardian* und *Forbes*. Das klassische Kooperationsmodell sieht dabei „Content gegen Audio Geschäft“ vor, heißt:



Foto: Michaela Schneider

Die Zeitung oder das Magazin erlaubt Articy Vertonung und Veröffentlichung, im Gegenzug erhält das Unternehmen dann die vertonten Artikel. Das Angebot richtet sich an Nutzer*innen, die keine Lust auf klassische Zeitungslektüre haben oder etwa auch unterwegs Qualitätsjournalismus hören wollen. Getestet werden kann die App sieben Tage lang kostenfrei, anschließend wird ein Abomodell angeboten, das pro Monat 8,99 Euro kostet oder sich bei einem Jahresabschluss pro Monat um zwei Euro verringert.



www.articy.de Michaela Schneider

Start-ups für mehr Diversität

Das Media Lab Bayern setzt sich derzeit in einem Schwerpunkt für mehr Vielfalt in den Medien ein. Neben Lösungsansätzen, wie Medienunternehmen die eigene Diversitätsstrategie optimieren können, sind im Zuge der Media Start-up Fellowships auch Angebote am Entstehen, die bei der gezielten Ansprache verschiedener Zielgruppen helfen sollen.

Nalan Sipar Media etwa, benannt nach der Gründerin, will die deutsch-türkische Community mit Nachrichten-Videos auf Türkisch versorgen. Etablieren würde Sipar gern mittelfristig eine tägliche „türkische Tagesschau“. Zielgruppen: ehemalige sogenannte Gastarbeiter, und wie es die Gründerin selbst formuliert, „Import-Bräute“, türkische Journa-

list*innen, Akademiker*innen und politisch verfolgte Personen, die nach dem Putsch 2016 nach Deutschland kamen; türkische Studierende in Deutschland; junge Deutsch-Türken, die ihre Muttersprache nicht verlernen wollen. Hinter dem Start-up **Karakaya Talks** steckt eine deutschsprachige Talkrunde, die in sozialen Netzwerken wie YouTube und Instagram Themen aufgreift, die Millennials of Color bewegen. Hinzu kommen Umfragen, Infografiken, Videosnippets, Datenvisualisierung oder auch Faktenchecks. Gründerin ist Esra Nayeon Karakaya. Queere Menschen, asiatisch-deutsche, nicht-deutsche Staatsbürger*innen, non-binäre und Trans-Identifikationen, Muslim*innen, schwarze Menschen, alleinerziehende Eltern und viele mehr würden bei

Karakaya Talks mitgedacht, wird die Gründerin auf der Website des Media Lab Bayern zitiert. Verbunden werde Popkultur mit Gesellschaftskritik.

Das junge Medienunternehmen **Kopftuchmädchen** will die bislang unterrepräsentierten Perspektiven muslimischer Frauen sichtbar machen. Gegründet hat es die Sozialpädagogin und Empowerment-Trainerin Dalal Mahra. Sie kritisiert: Häufig werde über muslimische Frauen gesprochen statt mit ihnen. Das Bild muslimischer Frauen in den Mainstream-Medien sei sehr stereotypisch und verstärke antimuslimischen Rassismus, sagt die junge Gründerin. Auf Instagram und YouTube will sie deshalb einen authentischen Einblick in die Lebensrealität muslimischer Frauen geben.



Wie arbeiten Menschen, die im Hintergrund dafür sorgen, dass unsere Medien zuverlässig erscheinen? Wir blicken über den Tellerrand und erzählen ihre Geschichten.

Über den Tellerrand geschaut

Morgens um fünf Uhr in Ottenhofen

Johann Böhm ist 88 Jahre alt. Tag für Tag trägt er in den Weilern im Landkreis Erding den *Münchner Merkur* aus. Wenn es zu sehr stürmt und schneit, nimmt er den Traktor.

Von Maria Goblirsch

Es ist ungemütlich draußen. Ein Tag, den man am liebsten im Bett verbringen würde. Der Wind bläst über die Felder, treibt einige Schneeflocken vor sich her und die Kälte kriecht bei minus vier Grad in die Kleidung. Der Bauernhof von Johann Böhm und seiner Frau Marianne, mit der er seit fast 60 Jahren verheiratet ist, liegt, umrahmt von Äckern und Wiesen bei dem Dorf Ottenhofen im oberbayerischen Landkreis Erding. Im Stall stehen zwei Rinder, die der 88-jährige noch versorgt. Labradorhündin Bella kündigt lautstark meinen Besuch an.

Johann Böhm sitzt in der kleinen Stube und erzählt. Die Landwirtschaft habe er verpachtet, als er 65 wurde, um die „Bauernrente“ zu bekommen. „Dann wäre ich ja arbeitslos gewesen, das wollte ich nicht“, sagt er. Das war 1998. Damals bewarb er sich auf eine Anzeige, in der Zusteller für die Kreisausgaben des *Münchner Merkur* in Ottenhofen gesucht wurden. Die Stelle für den Ort war schon vergeben. Aber für die rund 20 Kilometer Route über die verstreut liegenden Gehöfte im Süden des Ortes wurde noch ein Zusteller gesucht.

Der Wecker klingelt um 4.30 Uhr

Johann Böhm musste einige Tage bei Schnee und Sturm zur Probe arbeiten und wurde dann gefragt, ob er den Job haben wolle. „Noch schlimmer kann es nicht werden, hab' ich mir damals gedacht. Das hältst Du aus und hab' Ja' gesagt.“ Das war vor 24 Jahren. Seither klingelt jeden Werktag um 4.30 Uhr der Wecker, um 5 Uhr verlässt Böhm das Haus, steigt ins Auto und fährt seine 60 Kund*innen ab, damit sie pünktlich zum Frühstück ihre Zeitung im Briefkasten finden. Gegen 7 Uhr ist er zurück. Dann gibt es Kakao, Eier und Cornflakes zum Frühstück. Und Johann Böhm hat Zeit, endlich selbst die Zeitung zu lesen.

Und wenn es mal zu sehr schneit? „Das Wetter ist kein Hinderungsgrund, die Leut' wollen doch ihre Zeitung“, erwidert er streng. Auf „Hans“, wie ihn die Bauern in der Nachbarschaft nennen, ist Verlass. Notfalls greift er zur Schneeschaufel oder geht ein Stück zu Fuß,

wenn das Auto droht, im Schnee stecken zu bleiben oder einen Hügel nicht mehr raufzukommen. Oder er startet seinen Traktor. Aber das sei nicht schön, meint er. „Zu laut, wenn ich da bis vor die Haustür hin fahr'.“ Das passiere zum Glück nicht oft.

Braune Gülle für Sänger Medlock

Nur im August letzten Jahres fiel der Hans einige Tage aus, die er mit einer dick geschwollenen Hand und einer Blutvergiftung verbrachte. Der Hausarzt schickte ihn ins Krankenhaus. Aber dort wollte „Hans“ nicht bleiben, ohne einen Ersatz für seine Zeitungen gefunden zu haben. Erst als der Notarzt in der Klinik zu ihm sagte, „Sie können auch sterben, wenn Ihnen das lieber ist, Herr Böhm“, gab er nach. Die Abonnent*innen vermissten ihn („Wo is no der Hans?“), schickten ihm Pralinen und schrieben ihm eine Karte, die er aufgehoben hat und stolz zeigt: „Wie schön, dass es Dir wieder gut geht, Hans“, steht darauf. Im Oktober hat dann sein silberner Ford Focus Zicken gemacht. Da fuhr Johann Böhm mit seiner Tochter die Autohäuser ab, um einen zuverlässigen Nachfolger zu finden, mit neuem TÜV. Mit dem fährt er seither in der Früh die Strecke ab, „wenn es draußen noch schwarz ist“.

Einmal lag mitten auf der Fahrbahn ein Fahrrad, daneben ein Mensch. Es war der Sohn eines Nachbarn, der zu tief ins Glas geschaut hatte und sich nicht überreden ließ, seinen Schlafplatz zu verlassen. Hans informierte den Vater, der seinen Sohn in Sicherheit brachte. Ein anderes Mal sah er eine Polizeistreife auf der Hauptstraße, bog davor in einen Weg und zu einem abgelegenen Hof ab. „Die sind mir gefolgt, weil sie dachten, ich sei betrunken und wollte mich auf einem Schleichweg verdrücken“, berichtet Böhm. Als sie sahen, dass er die Zeitung einwarf, klärte sich der Verdacht schnell auf.

Wenn der 88-Jährige aus seinem Leben erzählt, strahlen die Augen im von der harten Arbeit als Landwirt gegerbten Gesicht. Seine Frau Marianne will die „alten Kamellen nicht mehr

hören, das ist doch schon so lang her“. Etwa wie er für die Sendung „Verstehen Sie Spaß“ den grandelnden Bauern mimte und dem Sänger Mark Medlock ein „Braunes Wunder“ beibrachte. „Ich musste schimpfen, Radau machen und ihm sagen: „Schleich Di' von meiner Wies'n“. Dann habe er mit dem Traktor ein Güllefass zur Wiese gebracht und vor dem Sänger ausgeschüttet. „Der Hans macht halt jeden Schmarren mit“, sagt Marianne Böhm.

Mit 88 Jahren hat Johann Böhm noch lang nicht genug. Er ist längst einer der ältesten Zusteller Bayerns, doch „es erfüllt mich, wenn ich gebraucht werde“, sagt er. Er kennt alle Leser. Die freuen sich, dass „der Hans“ so zuverlässig ist und lassen ihm zu Weihnachten einen Gruß und ein kleines Extra zukommen. Denn reich werde man mit dem Zeitungsaustragen nicht, erzählt der frühere Landwirt. Bezahlt werde er pro Zeitung, dazu gebe es ein Kilometergeld.

Er will den Rekord, sagt er. „Ich will die 100 noch voll machen.“ Dabei schaut er so entschlossen, dass man ihm das sofort abnimmt.

Zeitungszusteller*innen

Wetterfest und zuverlässig sollte sein, wer sich als Zeitungsausträger*in bewirbt. Kein Morgenmuffel, schließlich startet die Arbeit ab 4 Uhr morgens. Die Arbeitszeit beginnt mit der Ankunft an der ersten Verteilstelle, wo die in Folie verpackten Zeitungen abgeholt werden, und endet mit dem Einwurf am letzten Briefkasten. Oft ist das Austragen ein Nebenjob für Rentner*innen, Studierende oder ein Zuverdienst. Es gibt keine allgemein verbindlichen Regeln für die Bezahlung. Einige Verlage zahlen einen Stundensatz, in aller Regel den gesetzlichen Mindestlohn von derzeit 9,82 Euro pro Stunde. Oft wird auch pro Stück bezahlt, gängig sind 15 Cent pro ausgetragene Zeitung (mindestens aber 9,62 Euro pro Stunde). Zum Lohn können Aufwandsentschädigungen wie etwa für Benzin kommen, wenn der Zusteller mit dem Auto unterwegs ist. Wer dauerhaft auch nachts Zeitungen austrägt, hat Anspruch auf einen Nachzuschlag in Höhe von 30 Prozent.



Oben: Mit dem Auto geht es von Hof zu Hof. Die letzten Meter legt Böhm zu Fuß zurück.

Rechts Mitte: In der Wohnstube liest der Zusteller nach der zweistündigen Morgentour die Zeitung.

Rechts unten: Die Landwirtschaft hat Johannes Böhm aufgegeben. Zwei Rinder sind ihm geblieben, die er nach dem Austragen versorgt.

Unten: Johann Böhm ist stolz auf seine Arbeit. Es erfüllt ihn, mit 88 Jahren noch gebraucht zu werden.

Alle Fotos: Alexander Hassenstein / Getty Images



Dem Kunstschaffen verfallen

Auch nach 150 Ausgaben seines *Bürgerblick* ist Hubert Denk nicht müde

In der Ausgabe #151 seines Passauer *Bürgerblick* hielt Gründer und Verleger Hubert Denk Rückschau auf 15 Jahre seines Schaffens. Der Journalist ist ein großer Freund von Transparenz und so konnte man als Leser*in einige Krisen hautnah miterleben: Ob existenzbedrohende Klagen wegen der Berichterstattung oder die notorisch schlechte Kassenlage des Monatsmagazins. Ob er denn nicht öfters daran gedacht habe aufzugeben? „Nein!“, sagt Denk resolut, „ich gehöre zu dieser komischen Gattung, die diesen Journalismus einfach lebt. Ich fühle mich wie ein Künstler, der seinem Kunstschaffen verfallen ist.“ Dabei eigne man sich Gelassenheit an, die einen auch Durststrecken überstehen lasse.

Schon als Volontär sei ihm klargeworden, „dass Journalismus kein Geschäftsmodell ist“. Er finde vielmehr im Dienste der Demokratie sowie

der Gesellschaft statt. Dass mit der Pandemie die Säule der Werbeeinnahmen wegbricht, sei fatal. Aber gerade jetzt habe sich gezeigt, wie wichtig Journalismus für die Menschen sei. Auch die Werbeeinnahmen des *Bürgerblick* seien enorm eingebrochen, doch die Nachfrage nach Informationen sei auch hier größer denn je gewesen. „Ich habe das Blatt dann in Tages- und Nacharbeit noch dicker gemacht“, schildert der 62-Jährige. Die Leser*innen würdigten das, bei Facebook stiegen die Follower-Zahlen um 5000 auf über 13.000. Und obwohl ein Drittel seiner Verkaufsstellen in der Pandemie weggefallen war, verkaufte er mehr als die Hälfte seiner 2500er-Auflage.

Sehr hilfreich wäre es für Journalist*innen, wenn die Gemeinnützigkeit von Medien, so wie im Koalitionsvertrag erwähnt, endlich käme: „Wäre mein Projekt gemeinnützig, käme es auf

gesunde Beine – Stiftungen und die Gesellschaft könnten sich leichter einbringen. Die Selbstausschüttung wäre weniger.“ Mittlerweile ist Denk zuversichtlich, dass es seinen *Bürgerblick* auch in Zukunft geben wird: „Wenn es ganz schlimm käme, weiß ich: Da sind helfenden Hände – Menschen, die verstanden haben, wie wichtig der Journalismus ist.“ Denk erzählt von einem Abonnenten, der ihn seit der Pandemie mit zehn Vollabos zu je 50 Euro unterstützt. Dem Verleger geht es auch darum, dass die Mitarbeitenden – ein Grafiker, zwei Halbtagsangestellte, die Studierenden in der Lehrredaktion, freie Journalist*innen und sein erster (Teilzeit-)Volontär – eine sichere Basis bekommen.

Der *Bürgerblick* erscheint zehn Mal jährlich, Jahresabos gibt es ab 35 Euro, ein Einzelheft für fünf Euro.

Thomas Mrazek

Anzeige



PRESSE-VERSORGUNG

Weil sich Krisen *nicht* im Kalender ankündigen.

Als Vorsorgespezialist für die Medienbranche kennen wir uns mit Krisenzeiten und den Besonderheiten der Branche aus. Jetzt mit der passgenauen Altersvorsorge der Presse-Versorgung schon heute für die Absicherung im Alter planen. Mehr unter: [presse-versorgung.de](https://www.presse-versorgung.de)

Ohne Wenn und Aber...

„Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.“ Was ist an diesem Satz eigentlich so kompliziert? Unmissverständlicher kann eine Aussage doch nicht sein. Sollte sie auch nicht, wenn sie im Grundgesetz steht. Und doch musste dieser Artikel 5 in den vergangenen Monaten immer wieder herangezogen werden, um auf eine Entwicklung hinzuweisen, die widersprüchlich zur Intention des Artikel 5 steht.

Übergriffe auf die Presse finden mittlerweile täglich statt. Nicht irgendwo auf dieser Welt, weit weg zwischen Belarus und China, sondern bei uns in Deutschland, bei uns in Bayern. In München ebenso wie in den Haßbergen, in den Städten wie in den Dörfern. Es sind nicht immer die körperlichen Angriffe – oft mag es auf den ersten Blick vermeintlich unspektakulär wirken, was dort passiert. Da äußern sich Querdenker oder Rechtsextreme, oftmals unisono auftretend, manchmal auch aus einem Munde, vor der Masse, um unsere Kolleginnen und Kollegen bloßzustellen. Oder es wird mit dem Megafon lautstark verkündet, wo unliebsame Berichtersteller*innen wohnen. Eine Privatadresse, die den Querdenkern verraten wird – gerne mit dem Hinweis garniert: „Können wir ja mal besuchen!“ Respekt an all die Journalist*innen und Fotograf*innen, die da die Nerven behalten, Rückgrat zeigen und ganz im Sinne des Grundgesetzes weiterhin Bericht erstatten.

Bedauerlicherweise geht diese aggressive und das Gesetz ignorierende Entwicklung häufig einher mit einer fehlenden Unterstützung durch die Sicherheitskräfte. Es entsteht mancherorts der Eindruck, dass die Polizei Partei ergreife gegen die Berichtersteller*innen, gepaart mit einem fehlenden Rechtsverständnis. Anders ist es nicht zu erklären, wenn Kolleg*innen über Stunden hinweg vom Demonstrationsgeschehen ferngehalten werden. Sie beklagen sich, dass in die Kontrolle des Presseausweises mehr Zeit investiert werde als in die Personalien-Aufnahme ei-

nes Aggressors. Verkehrte Welt? Sie wird noch verkehrter, erfährt man aus Nordbayern, dass ein freier Journalist sich von einem Polizeivertreter anhören durfte, dass er „cool bleiben“ solle, immerhin „sind wir Polizisten diesen verbalen Angriffen ja auch ausgesetzt“. Ich will an dieser Stelle keine Diskussion darüber aufmachen, wer es in seinem Berufsfeld schwerer hat, immerhin steht am Anfang der Laufbahn die freie Berufswahl und auch Staatsdiener*innen haben es sicher nicht leicht. Aber der Vergleich hinkt. Immerhin ist es Aufgabe der Exekutive, die Vorgaben der Legislative zu erfüllen und deren implizierenden Aussagen sicherzustellen. Weitgehend ohne Wenn und Aber.

Was ein wenig nervt, ist die Tatsache, dass wir immer wieder Gespräche führen. Da wird dann zugesichert, dass es bei der Polizei entsprechende Schulungen gebe, dass die eigenen Leute sensibilisiert würden, dass man von oberer Stelle ein Auge auf die Entwicklung werfe. Sind diese Augen verbraucht? Denn zumindest meine subjektive Wahrnehmung ist, dass sich Übergriffe mehren. Gerne können wir wieder an einem Runden Tisch zusammenkommen und das Ganze nochmal diskutieren.

Unabhängig davon sollte aber klar sein: Über eine gesetzliche Grundlage muss nicht diskutiert werden, die besagt ohne Umschweife: „Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.“ Was ist an diesem Satz eigentlich so kompliziert?



Michael Busch
ist Vorsitzender des Bayerischen
Journalisten-Verbands

Foto: Thomas Geiger

Verhaltene Vorfreude auf die Olympischen Winterspiele

Die Spiele in Peking fordern Sportler*innen und Journalist*innen gleichsam heraus

Mit Blick auf die 24. Olympischen Winterspiele in Peking entzündete sich nicht nur das olympische Feuer, sondern vor allem auch die Kritik am Austragungsort. China werden international immer wieder Menschenrechtsverletzungen vorgeworfen. Der autoritäre Staat wird für seinen Umgang mit Minderheiten und Religions-, Presse- und Meinungsfreiheit gerügt. Entsprechend hatte die BJV-Fachgruppe Rundfunk im Vorfeld zur Podiumsdiskussion „Die Olympischen Winterspiele 2022 – Arbeitsbedingungen für Sportler*innen und Journalist*innen“ geladen.

Neben Ex-Skirennläufer und ARD-Sportschau-Experte Felix Neureuther diskutierten Christoph Netzel, ARD-Teamchef für Olympia 2022 und Sportchef des Bayerischen Rund-

funks, sowie Astrid Freyeisen, Leiterin der BR-Redaktion Wirtschaft und Soziales und ehemalige ARD-Korrespondentin in Shanghai. Harald Stocker, Vorsitzender der Fachgruppe, moderierte die digitale Runde.

Olympischer Gedanke ist abhandengekommen

Der olympische Gedanke des Miteinanders sei durch die starken Einschränkungen abhandengekommen, sagte Neureuther. Ausländische Zuschauer werde es bei den Winterspielen nicht geben, inländische Besucher würden streng kontrolliert. Die Athlet*innen müssten mit Sanktionen für politische Meinungsäußerungen rechnen. China-Expertin Freyeisen betonte zudem die Umweltbelastung: „Das sind

die am wenigsten nachhaltigen Spiele, die wir je erlebt haben.“ Die Wasserknappheit in der Gegend um Peking, das Wüstenklima sowie der Neubau von Pisten und Bobbahnen seien problematisch.

Zum ersten Mal in der Sendergeschichte wird es kein Olympiastudio am Ort der Spiele geben, sagte ARD-Teamchef Netzel. Grund dafür seien die zwei Cs: „Corona und China“. Die strikte Null-Covid-Politik und die große Planungsunsicherheit führten zu der Entscheidung. Freyeisen sprach von einem „untragbaren Zustand für Journalisten“. China habe sich seit dem Machtwechsel zu einer Orwell’schen Dystopie eines digitalen Überwachungsstaats entwickelt. Mehr unter bjvlink.de/winterolympiade.
Cornelia Braun

Waltraud Paul geht in den Ruhestand

29 Jahre lang arbeitete sie in der BJV-Geschäftsstelle

Wenn einmal im Monat, meistens an einem Montag, der Aufnahmecommission tagte, ließ sie keinen mehr in den kleinen Sitzungssaal der BJV-Geschäftsstelle. Dann war die Vorbereitung der Unterlagen gefragt, die Dietmar Schmidt und sie akribisch erledigten. Waltraud Paul war 29 Jahre lang Ansprechpartnerin für Kolleg*innen, die Mitglied im BJV werden wollten. Meist gut gelaunt und geduldig, mitunter auch streng, gab sie persönlich und am Telefon Auskunft darüber, welche Hürden für eine Aufnahme zu überwinden waren und welche Unterlagen (immer noch!) fehlten.

Schon als sie im Januar 1993 zum BJV kam, zählte die Aufnahme neuer Mitglieder zu ihren primären Aufgaben. In ihrem ersten Jahr beim BJV wurde Dr. Wolfgang Stöckel zum Vorsitzenden gewählt, Frauke Ancker führte die Geschäfte des BJV, der Verband hatte knapp 4000 Mitglieder. Bis zum Jahr 2010 hatte sich diese Zahl mehr als verdoppelt.

Wer sie nicht persönlich kannte, las ihren Namen auf den Rundschreiben und Einladungen der Geschäftsstelle, für deren Aussendung sie verantwortlich war. Seit im Jahr 2000 der Wettbewerb Pressefoto Bayern startete, zählte sie zum Team, bereitete die Jurysitzungen vor und assistierte bei der Preisverleihung. Auch beim Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit



Waltraud Paul bei der Jurysitzung von Pressefoto Bayern. Foto: Thomas Geiger

engagierte sie sich. Wenn es darum ging, den BJV auf den Münchner Medientagen zu präsentieren, zählte sie viele Jahre zum Standteam. In den letzten Jahren ihrer Tätigkeit war Waltraud Paul zudem Ansprechpartnerin für EDV-Angelegenheiten.

Mitte Februar wechselt sie in den Ruhestand. Der wird alles andere als ruhig werden, ist anzunehmen, wenn man sie kennt. Danke und alles Gute!
(mgo)

Harald Stocker und Michael Busch als Räte bestätigt

Der freie Wissenschaftsjournalist Harald Stocker wird weiter den BJV im Rundfunkrat des Bayerischen Rundfunks (BR) vertreten. Der BJV entsendet entsprechend dem Bayerischen Rundfunkgesetz ein Mitglied ins Gremium. Es wacht darüber, dass der Bayerische Rundfunk seine Aufgabe gemäß dem Gesetz erfüllt. Anfang 2019 hatte der BJV-Landesvorstand den Vorsitzenden der BJV-Fachgruppe Rundfunk erstmals in den Rundfunkrat entsandt. Seit August 2017 ist Stocker auch stellvertretender Vorsitzender im Fachausschuss Rundfunk des Deutschen Journalisten-Verbands, im November 2021 wurde er als Beisitzer in den DJV-Bundesvorstand gewählt.

Und bei einer weiteren Personalie setzt der BJV-Landesvorstand aufs Bewährte: Er entsendet den Verbandsvorsitzenden Michael Busch wieder in den Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). Seit 2017 engagiert sich Busch in dem pluralistisch zusammengesetzten Gremium, dem 50 Vertreter*innen gesellschaftlich relevanter Gruppen in Bayern angehören. Die Mitglieder des Medienrats genehmigen Rundfunkangebote, stimmen dem Wirtschaftsplan zu, entscheiden über Fördermaßnahmen, stellen Richtlinien zur Programmorganisation auf und wählen den Präsidenten und die Mitglieder des Verwaltungsrats. (mic)

Geld als Hebel zur Selbstbestimmung

„Wir müssen nicht reich sein, um zu investieren; aber wir müssen investieren, damit es reicht“, sagte Claudia Müller. Die Fachgruppe Chancengleichheit des BJV hatte die Ökonomin und Gründerin des „Female Finance Forum“ zu einem Online-Vortrag zum Thema „Finanzen für Frauen“ eingeladen. Mehr als 80 Teilnehmerinnen schalteten sich zu, mit dem Thema hatte Fachgruppenvorsitzende Daniela Wartelsteiner ins Schwarze getroffen. „Ich glaube, dass Geld uns zu authentischeren Menschen macht“, sagte Müller zu den BJV-Frauen. Sei es, um als Freibe-

ruflerin einen Auftrag, der nicht zum eigenen Weltbild passt, abzulehnen; oder auch um den Ehemann verlassen zu können, wenn er Frau und Kindern nicht gut tue. Und Geld ermögliche gesellschaftliche Teilhabe und stärke die Demokratie. Altersvorsorge – Müller spricht eigentlich lieber von Altersvorfriede – basiere, so man seinen Lebensstandard halten wolle, immer auch auf privater Vorsorge. Wie man kalkulieren und in zinsfreien Zeiten sinnvoll investieren kann, ist im Artikel nachzulesen unter bjvlink.de/finanz-tips. (mic)

BJV sucht beste Werke zur Pressefreiheit

Zum achten Mal schreibt der BJV den bundesweiten Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit aus. Ausgezeichnet werden journalistische Beiträge – Karikatur, Foto, Video-/Audioclip oder Text –, die sich herausragend mit dem Wert der Pressefreiheit auseinandersetzen. Das Preisgeld beträgt 1500 Euro für den Sieger, der zweite Preis ist mit 750 Euro, der dritte Preis mit 500 Euro dotiert. Zum zweiten Mal können sich in diesem Jahr Journalist*innen in Ausbildung bis 35 Jahre (Volontariat, Journalistenschulen, Universitäten und Hochschulen – Fachbereiche Journalismus, Gestaltung und Design) für einen Sonderpreis „Junger Journalismus“ bewerben. Hier beträgt das Preisgeld 1000 Euro, Sponsor ist die Presseversorgung. Einsendeschluss ist Montag, 25. April 2022. Bewerber*innen müssen nicht Mitglied im BJV sein.



Infos, Anmeldung und Teilnahmebedingungen unter bjv.de/pressefreiheit2022. (mgo)

Bayerischer Journalistentag erst im Sommer

Die Mitgliederversammlung des Bayerischen Journalisten-Verbandes soll erst im Juni oder Juli 2022 stattfinden – und zwar voraussichtlich in Nordbayern. Sonst hatte der Verband meist bereits im Frühjahr zum Bayerischen Journalistentag geladen. Wie BJV-Vorsitzender Michael Busch mitteilt, habe

man sich zum ungewohnten Termin entschlossen, wegen der Unwägbarkeiten durch Corona. Busch ist guter Dinge, dass die Mitgliederversammlung dann als Präsenzveranstaltung möglich sein wird. Der Termin soll so bald wie möglich bekannt gegeben werden. (mic)

Anzeige

Der Krankenversicherungsschutz der DKV für Journalisten.

Wer unersetzbar ist,
braucht einen
Gesundheitsschutz,
der an alles denkt.

DKV

Deutsche Krankenversicherung

Ein Unternehmen der ERGO



Jetzt die Vorteile des Gruppenversicherungsvertrages der DKV mit dem Bayerischen Journalisten-Verband e.V. nutzen:

- attraktive Beiträge
- Annahmegarantie für versicherungsfähige Personen

www.dkv.com/journalisten

Vom journalistischen Charme der leisen Unterhaltung

Die 23-jährige BJV-Stipendiatin Cornelia Braun brennt fürs crossmediale Erzählen

Von *Michaela Schneider*

Auf TikTok zum Tanzen motivieren? Warum nicht, sagt Cornelia Braun, wenn sich dadurch eine journalistische Botschaft besser transportieren lässt. Die 23-Jährige ist die neue Stipendiatin des BJV, ein Jahr lang wird der Verband sie finanziell unterstützen. Parallel zur Ausbildung an der Deutschen Journalistenschule (DJS) absolviert die Rheinländerin an der Ludwig-Maximilians-Universität in München ein Masterstudium Journalismus. Ursprünglich stammt Cornelia Braun aus einem 493-Einwohner-Dorf im Ruhrgebiet, das durch den Braunkohleabbau von der Landkarte verschwand.

Bereits 2014, damals waren Sie auf dem Gymnasium, begleiteten Sie bei einem Praktikum bei der Konrad-Adenauer-Stiftung Konferenzen redaktionell. Sie wussten wohl ziemlich früh, dass Sie Journalistin werden wollen?

Zumindest der Wunsch, sich durch Schreiben kreativ auszudrücken, war sehr früh da. Das Schulpraktikum stand an, wir machten uns erste Gedanken über Berufe. Ich sagte gleich: Ich will etwas Kreatives machen und schreiben. Ich schrieb auch für die Schülerzeitung, das machte mir superviel Spaß. So bin ich bei der Konrad-Adenauer-Stiftung gelandet und begleitete dort Konferenzen, schrieb Onlinetexte und konnte ein bisschen Kamera lernen. Trotzdem war das nur ein erstes Beschneppern, ich habe mir damals noch nicht eingestanden, dass der Beruf der Journalistin wohl das Richtige für mich ist.

Wann hat sich der Gedanke manifestiert?

Nach dem Abitur machte ich das Freiwillige Soziale Jahr Kultur in einer Fernsehredaktion des WDR. Ich war in der Redaktion des „Kölner Treffs“ und des Magazins „Frau tv“. Meine Aufgabe war es, einen Social-Media-Kanal aufzuziehen. In dem Jahr ist mir klar geworden: Journalismus – das will ich machen. Die Frage war nur noch: Was will ich studieren? Ich entschied mich für Kulturwissenschaften in Lüneburg, auch weil ich nochmal rauswollte aus meinem gewohnten Umfeld in Köln.



BJV-Stipendiatin Cornelia Braun.

Foto: David Pierce-Brill

Was genau reizt sie am Journalismus?

Für mich liegt der Reiz in der Vielfältigkeit, wie man Geschichten erzählen kann. Mit den Onlinemöglichkeiten haben sich ganz neue Wege ergeben, wichtige Themen an die Rezipienten heranzutragen, und zwar auf eine unterhaltsame, leise und auch manchmal ernste Art. Wie kann ich eine Geschichte so gestalten, dass sie im Internet, auf Facebook, aber auch in der Instagram-Story gut funktioniert? Der crossmediale Gedanke begeisterte mich von Anfang an. Mich fasziniert, wie stark sich das Berufsfeld Journalismus wandelt und welche kreativen Möglichkeiten sich eröffnen. Gleichzeitig sah ich bei „Frau tv“ die gesellschaftliche Notwendigkeit. In meinem ersten Online-Beitrag ging es um den Hebammen-Notstand. Mir wurde klar, dass ich eine Verantwortung habe als Journalistin, über Themen aufzuklären, die Leuten in meiner Generation gar nicht so bewusst sind.

Auch TikTok-Tänze gehören für Sie zum crossmedialen Journalismus dazu. Wie kam's?

2021 betreute ich bei einem Praktikum bei

einer Berliner Produktionsfirma diverse TikTok-Kanäle mit. An einem Drehtag hieß es plötzlich: Macht doch mal mit den Leuten einen Tanz! Erst dachte ich mir: Was soll das? Warum soll ich bei einem ernsten Thema für den Aufklärungskanal „doktorsex“ oder den Kanal der Talkshow „Hosts und Gäste“ zum Tanzen anleiten? Aber umso mehr ich mich in dieses komplett andere, humoristisch-unterhaltende Stilmittel hineindachte, desto mehr Charme gewann es für mich. Ich mag das unterhaltend Leichte in der Mischung mit ernsteren Themen. Die große Kunst ist es, eine Botschaft in Bewegung zu verpacken, die andere zum Nachmachen animiert. Ich sehe immer mehr, dass auf TikTok auch Ernsthaftes verhandelt wird. Die 14- bis 17-Jährigen bewegen sich dort – und wir haben die Chance, sie mit journalistischen Themen in Kontakt zu bringen.

Praktika beim Fernsehen, studentische Hilfskraft im Medienzentrum, freie Mitarbeit bei der Regionalzeitung, Social-Media-Projekte. Bei Ihnen muss man glatt fragen: Gibt es journalistische Bereiche, in denen Sie sich noch nicht ausprobiert haben, was wollen Sie bei der DJS noch lernen?

Bis aufs Radio habe ich tatsächlich überall schon hineingeschnuppert. Ich habe aber total Lust, mich aus meiner Filterblase der Kultur- und Medienberichterstattung herauszuwagen und Thematisch neu auszuprobieren. Vielleicht in den Bereichen Tagesaktuelles, investigative Recherchen oder in datenjournalistischen Projekten – gerade auch, weil ich mich so für Querverbindungen interessiere. Ich lese die *Süddeutsche Zeitung* total gern, habe aber oft das Gefühl, dass viel mehr Brücken geschlagen werden müssten, zum Beispiel zwischen den Ressorts Panorama und Wirtschaft in Bezug auf die Berichterstattung über KI/Technologien. Auch habe ich ganz großen Respekt und eine große Leidenschaft für den Erzähl-, bzw. Printjournalismus. Ich freue mich total auf eine noch intensivere Grundlagen-ausbildung in den verschiedenen Gattungen.

Wieder ein Aus für Traditionsverlage

Hersbrucker Zeitung und *Windsheimer Zeitung* werden übernommen

Die Medienkonzentration in Mittelfranken schreitet voran: Wie in der ersten Januarhälfte öffentlich bekannt wurde, hat der Verlag Nürnberger Presse (VNP) zum Jahresbeginn das Unternehmen Pfeiffer Verlag und Medienservice GmbH & Co. KG und damit auch die *Hersbrucker Zeitung* übernommen. Aus einer internen Rundmail im Hause der *Fränkischen Landeszeitung (FLZ)* geht zudem hervor: Diese will wohl die *Windsheimer Zeitung* aufkaufen. Seit 1849 die erste Zeitung in Bad Windsheim erschien, hatte sie sich ununterbrochen in Familienbesitz unterm Dach der heutigen Heinrich Delp GmbH befunden. Das Verbreitungsgebiet der *FLZ* wiederum umfasste bislang die Stadt und den Landkreis Ansbach sowie den Landkreis Neustadt an der Aisch-Bad Windsheim ohne die Stadt Bad Windsheim. Sowohl *Windsheimer Zeitung* als auch *FLZ* beziehen den Mantel von den *Nürnberger Nachrichten*.

Im internen Schreiben der *FLZ* heißt es unter dem Stichwort „Integration der *Windsheimer Zeitung*“: Die Ausgabe vom 2. März werde nach derzeitigem Plan die erste gemeinsame Ausgabe der *FLZ* und der *Windsheimer Zeitung* für den kompletten Landkreis Neustadt an der Aisch sein. Wörtlich ist zu lesen: „Die Redaktion in Neustadt wird für das neue Berichterstattungsgebiet um zwei Vollzeitstellen aufgestockt. Wir werden Bad Windsheim als Redaktionsstandort aufrecht erhalten, das heißt, zwei Kolleg*innen werden dort dauerhaft in den bisherigen Redaktionsräumen ihren Arbeitsplatz haben.“ Was sich erst einmal positiv liest, braucht den kritischen Blick, denn bis vor kurzem wurden unterm Delp-Dach fünf Redakteur*innen beschäftigt. Wie aus gut informierten Kreisen zu hören ist, sollen wohl in der Tat nicht alle Kolleg*innen von der *FLZ* übernommen werden, der BJV berät hier. „Es ist und bleibt, egal wie es kassiert wird, ein Kahlschlag in der Redaktion. Wieder geht ein Stück Vielfalt verloren und es wird sich vom Leser weiter entfernt“, kommentiert dies der BJV-Vorsitzende Michael Busch. „Statt die Chancen im Lokalen zu nutzen, wird Personal zum Nachteil einer umfänglichen Berichterstattung abgebaut. Das sind dieselben Verlage, die trauern, dass der Leser sich von ihnen abwendet – dabei ist es genau umgekehrt.“

Von Politik im Stich gelassen

In Hersbruck endete bereits mit Jahresbeginn ein weiteres Stück bayerische Zeitungsverlagsgeschichte. 1848 hatte sich dort der Pfeiffer Verlag (heute: Pfeiffer Verlag und Medienservice GmbH & Co. KG) gegründet, daraus ging die *Hersbrucker Zeitung* hervor. Nach fünf Verlegergenerationen erfolgte jetzt die Übergabe an den VNP. Die bisherige Verlegerin Ursula Pfeiffer hat die Leitung aus Altersgründen abgegeben, schreibt Chefredakteur Michael Husarek in den *Nürnberger Nachrichten*. Seit 1961 sind diese Mantelpartner der *Hersbrucker Zeitung*. Im Interview von NN-Chefredakteur Alexander Jungkunz gefragt, ob kleine Verlage keine Zukunft hätten, kritisierte Pfeiffer, dass sie von der Politik im Stich gelassen wurden, indem – anders als etwa in Frankreich – der immer schwierigere und teurer werdende Zeitungsvertrieb der mittleren und kleinen Verlage nicht unterstützt werde. *Michaela Schneider*

akadem!e
der bayerischen presse

2022

www.abp.de Programm

Seminare für Journalisten und PR-Profis

Aus unserem Programm

Präsenz-Seminare

- Redaktioneller SEO Manager (5 Tage)
- Fachtexte redigieren (2 Tage)
- Datenjournalismus (3 Tage)
- Erklärvideos und Tutorials mit dem Smartphone (2 Tage)
- Journalistische Textsorten (3 Tage)
- Pressesprecher:in (3 Tage)
- Recherche kompakt (1 Tag)

Webinare

- Photoshop CC (3 Tage)
- So gelingt Ihr Selbstmarketing auf LinkedIn (1 Tag)
- Multimedia Storytelling (3 Tage)
- Die Kolumne mit Anja Rützel (2 Tage)
- Digitale PR-Events (2 Vormittage)
- Agil arbeiten – effizient sein (1 Tag)
- Mehr Geld auf dem Konto – dank VG Wort (90 Minuten)

Die ABP bietet im Jahr mehr als 400 Präsenz-Seminare und Webinare an. Wir erweitern unser Programm laufend um neue Termine und neue Themen. Immer aktuell: www.abp.de.

Akademie der Bayerischen Presse

Domagkstr. 34 · 80807 München · Tel.: 089 49 99 92-0
Do you like it? Bitte folgen Sie uns auf Facebook, Twitter und LinkedIn



Wir bieten unsere Fortbildungen 2022 ausschließlich als Webinare an. Das kann sich im Laufe des Jahres wieder ändern.

Wir informieren Sie rechtzeitig über Mail, auf unserer Website (bjv.de/seminare) und in unserem Newsletter (bjv.de/newsletter); Mitglieder erhalten automatisch unsere Einladungen zugemailt.

Hier finden Sie die für 2022 geplanten Webinare. Sie sind, je nach Inhalt, für sechs bis 20 Teilnehmer*innen ausgeschrieben.

Bei Fragen oder Wünschen können Sie sich jederzeit an uns wenden: Reingard Fabritius, fabritius@bjv.de, Telefon 089 5450418-14 und Fabiola Kleinschmidt (kleinschmidt@bjv.de), Telefon 089 5450418-23 in der BJV-Geschäftsstelle und Thomas Mrazek (mrazek@bjv.de), ehrenamtlicher Bildungsbeauftragter im BJV.

Die Angebote sind nach Datum aufsteigend aufgelistet.

Mit Geschichten überzeugen – Storytelling im Journalismus

Referentin: Anja Gild, Onlinejournalistin, about.me/anjagild
Datum: Dienstag, Donnerstag und Mittwoch, 15., 17. und 23. Februar, 9 bis 13 Uhr und 17 bis 19 Uhr
Kostenbeitrag: 120 Euro Mitglieder, 240 Euro Nichtmitglieder

Effektvolles Grafikdesign zum Nulltarif mit Canva & Co.

Referentin: Barbara Weidmann, Crossmedia-Trainerin, fit-for-crossmedia.de
Datum: Mittwoch, 16. Februar, 13 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Buchhaltung leicht gemacht

Referentin: Constanze Elter, Journalistin, Dozentin und Moderatorin, constanze-elter.de
Datum: Dienstag, 22. Februar, 17 bis 21 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Filmen mit dem Fotoapparat

Referent: Markus Valley, Videojournalist, Medienpädagoge, Autor unter anderem von „Das Video-Trainingsbuch“, vj-coach.de
Datum: Donnerstag, 24. Februar, 17 bis 21 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Podcast für Einsteiger

Referent: Florian Schairer, Autor und Reporter für den *Zündfunk*, Bayern2
Datum: Dienstag, 8. März, 9 bis 17 Uhr,
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro für Nichtmitglieder

Journalismus lehren an Hochschulen für Einsteiger

Referentin: Angelika Knop, Journalistin, Crossmediale Autorin, Trainerin
Datum: Mittwoch, 9. März, 13 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

YouTube-Basics: So geht's!

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, bentematthes.com
Datum: Donnerstag, 10. März, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

SEO selbstgemacht – Blogs und Websites

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, bentematthes.com
Datum: Dienstag, 15. März, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Drohnenflug Einsteiger – Theorie

Referent: Christian Offenberg, freier TV-Journalist, *Bayerischer Rundfunk*
Datum: Donnerstag, 17. März, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Wordpress Intensivkurs

Referent: Johannes Mairhofer, Fotograf, Autor, Berater, johannesmairhofer.de
Datum: Freitag oder Montag, 18. oder 21. März, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 190 Euro Mitglieder, 380 Euro Nichtmitglieder

Simple Videoproduktion zum Nulltarif mit Canva & Co.

Referentin: Barbara Weidmann, Crossmedia-Trainerin, fit-for-crossmedia.de
Datum: Dienstag, 22. März, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Akquise und Mehrfachverwertung

Referentin: Marion Trutter, Journalistin und Coach, marion-trutter.de
Datum: Mittwoch, 23. und 30. März, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Cooler Videoclips Webseiten und Social Media

Referentin: Barbara Weidmann, Crossmedia-Trainerin, fit-for-crossmedia.de
Datum: Donnerstag, 24. März, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Kalkulieren und verhandeln als Freiberufler

Referentin: Constanze Elter, Journalistin, Dozentin und Moderatorin, constanze-elter.de
Datum: Dienstag, 29. März, 17 bis 21 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Instagram-Basics: So geht's!

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, bentematthes.com
Datum: Dienstag, 5. April, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Storytelling in Social Media – Aufmerksamkeit garantiert!

Referentin: Anja Gild, Onlinejournalistin, about.me/anjagild
Datum: Mittwoch, Donnerstag, 6. und 7. April, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

LinkedIn-Basics: So geht's!

Referentin: Bente Matthes, Onlinejournalistin, bentematthes.com
Datum: Dienstag, 26. April, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Wirtschafts- und Finanzjournalismus – Mit der Leserperspektive punkten

Referentin: Dr. Barbara Brandstetter, Professorin für Wirtschaftsjournalismus an der Hochschule Neu-Ulm
Datum: Donnerstag, 28. April und 5. Mai, 17 bis 21 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Unsere Heimat – eine tolle Geschichte. Storytelling für Städte, Gemeinden und Regionen

Referentin: Angelika Knop, Journalistin, Crossmediale Autorin, Trainerin
Datum: Mittwoch, 4. Mai, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Drohnenflug Einsteiger – Praxis

Referent: Christian Offenberg, freier TV-Journalist, *Bayerischer Rundfunk*
Datum: Dienstag, 10. Mai, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Dein Wert – Dein Honorar

Referentin: Cordula Schneider, Redakteurin und Coach für freie Texter*innen und Redakteur*innen, freischreiberei.de
Datum: Mittwoch, 11. Mai, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Wissenschaftlich schreiben – Intensivkurs

Referentin: Christine Hutterer, Wissenschaftsjournalistin, christine-hutterer.de
Datum: Dienstag und Mittwoch, 17. und 18. Mai, 13 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 120 Euro Mitglieder, 240 Euro Nichtmitglieder

Effektvolles Grafikdesign zum Nulltarif mit Canva & Co.

Referentin: Barbara Weidmann, Crossmedia-Trainerin, fit-for-crossmedia.de
Datum: Donnerstag, 19. Mai, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Fotobearbeitung mit dem Smartphone

Referentin: Barbara Weidmann, Crossmedia-Trainerin, fit-for-crossmedia.de
Datum: Dienstag, 24. Mai, 13 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Podcasting mit dem Smartphone, Intensivkurs

Referentin: Barbara Weidmann, Crossmedia-Trainerin, fit-for-crossmedia.de
Datum: Dienstag, 31. Mai, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 120 Euro Mitglieder, 240 Euro Nichtmitglieder

Mehr Wissen für Journalisten

Verbraucherjournalismus – lukrative Nische für freie Journalist*innen

Referent: Dr. Barbara Brandstetter, Professorin für Wirtschaftsjournalismus an der Hochschule Neu-Ulm
Datum: Donnerstag, 2. Juni, 17 bis 21 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Instagram-Marketing: Tipps für Journalist*innen

Referent: Bente Matthes, Onlinejournalistin, bentematthes.com
Datum: Mittwoch, 21. Juni, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Podcast für Fortgeschrittene

Referent: Florian Schairer, Autor und Reporter für den *Zündfunk, Bayern2*
Datum: Mittwoch, 22. Juni, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

YouTube-Marketing: Tipps für Journalist*innen

Referent: Bente Matthes, Onlinejournalistin, bentematthes.com
Datum: Dienstag, 28. Juni, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Digitale Krisenkommunikation

Referent: Eva Werner, Presse & Information bei der ARD-Programmdirektion, Dozentin für Krisenkommunikation an der Technischen Hochschule Nürnberg, evawerner.net
Datum: Mittwoch, 29. Juni und 6. Juli, 17 bis 21 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Videoschnitt für Einsteiger mit Adobe Premiere Pro CC Intensivkurs

Referent: Markus Valley, Videojournalist, Medienpädagoge, Autor u.a. von „Das VideoTrainings-Buch“, vj-coach.de
Datum: Donnerstag, 30. Juni und 7. Juli, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 180 Euro Mitglieder, 360 Euro Nichtmitglieder

Podcast für Einsteiger

Referent: Florian Schairer, Autor und Reporter für den *Zündfunk, Bayern2*
Datum: Dienstag, 5. Juli, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro für Nichtmitglieder

Videoschnitt auf dem Smartphone – iOS

Referent: Barbara Weidmann, Crossmedia-Trainerin, fit-for-crossmedia.de
Datum: Dienstag, 12. Juli, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Videoschnitt auf dem Smartphone – Android

Referent: Barbara Weidmann, Crossmedia-Trainerin, fit-for-crossmedia.de
Datum: Mittwoch, 13. Juli, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Crashkurs Videoproduktion

Referent: Markus Valley, Videojournalist, Medienpädagoge, Autor unter anderem von „Das VideoTrainingsBuch“, vj-coach.de
Datum: Donnerstag, 14. Juli, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Podcast für Einsteiger

Referent: Florian Schairer, Autor und Reporter für den *Zündfunk, Bayern2*
Datum: Mittwoch, 21. September, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro für Nichtmitglieder

Facebook-Basics: So geht's!

Referent: Bente Matthes, Onlinejournalistin, bentematthes.com
Datum: Dienstag, 27. September, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Twitter-Basics: So geht's!

Referent: Bente Matthes, Onlinejournalistin, bentematthes.com
Datum: Dienstag, 4. Oktober, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Videoschnitt mit Adobe Premiere Pro CC Intensivkurs

Referent: Markus Valley, Videojournalist, Medienpädagoge, Autor u.a. von „Das VideoTrainings-Buch“, vj-coach.de
Datum: Mittwoch, 5. Oktober, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 120 Euro Mitglieder, 240 Euro Nichtmitglieder

Wissenschaftliche Studien lesen lernen

Referent: Christine Hutterer, Wissenschaftsjournalistin, christine-hutterer.de
Datum: Mittwoch und Donnerstag, 11. und 12. Oktober, 13 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Aufklärung oder Rufmord? Verdachtsbericht-erstattung und ihre Grenzen

Referent: Thomas Schuler, freier Journalist, Medientrainer, prorecherche-lehrredaktion.org
Datum: Dienstag, 18. und 25. Oktober, 13 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Content Strategien – ein Thema, viele Kommunikationskanäle

Referent: Anja Gild, Onlinejournalistin, about.me/anjagild
Datum: Mittwoch und Donnerstag, 19. und 20. Oktober, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Pitch- und Exposéschreiben

Referent: Cordula Schneider, Redakteurin und Coach für freie Texter und Redakteure, freischreiberei.de
Datum: Mittwoch, 26. Oktober, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Digitale Kommunikation und Moderation in Online-Formaten

Referent: Gesa Gröning, Moderatorin, gesagroening.de
Datum: Donnerstag, 27. Oktober, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

XING – Das soziale Business-Netzwerk neben LinkedIn

Referent: Gesa Gröning, Moderatorin, gesagroening.de
Datum: Dienstag, 8. November, 13 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Online-Geschichten interaktiv gestalten – schnell und einfach

Referent: Barbara Weidmann, Crossmedia-Trainerin, fit-for-crossmedia.de
Datum: Mittwoch, 9. November, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Effektvolles Grafikdesign zum Nulltarif mit Canva & Co.

Referent: Barbara Weidmann, Crossmedia-Trainerin, fit-for-crossmedia.de
Datum: Donnerstag, 10. November, 13 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Wordpress Intensivkurs

Referent: Johannes Mairhofer, Fotograf, Autor, Berater, johannesmairhofer.de
Datum: Freitag oder Montag, 11. oder 14. November, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 190 Euro Mitglieder, 380 Euro Nichtmitglieder

Facebook-Marketing: Tipps für Journalist*innen

Referent: Bente Matthes, Onlinejournalistin, bentematthes.com
Datum: Dienstag, 15. November, 9 bis 13 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

LinkedIn-Crashkurs: Wie Sie mehr Reichweite und Relevanz bekommen

Referent: Maximilian Nowroth, Wirtschaftsjournalist, YouTube und Moderator, wasmitwirtschaft.com
Datum: Donnerstag, 17. November, 13 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 45 Euro Mitglieder, 90 Euro Nichtmitglieder

Journalismus auf Instagram: In zwei Tagen zu professionellen Postings und Stories

Referent: Maximilian Nowroth, Wirtschaftsjournalist, YouTube und Moderator, wasmitwirtschaft.com
Datum: Dienstag und Mittwoch, 22. und 23. November, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 190 Euro Mitglieder, 380 Euro Nichtmitglieder

Podcast Marketing-Tipps Journalisten

Referent: Florian Schairer, Autor und Reporter für den *Zündfunk, Bayern2*
Datum: Dienstag, 29. November, 9 bis 17 Uhr
Kostenbeitrag: 95 Euro Mitglieder, 190 Euro Nichtmitglieder

Aktualisierungen und weitere Informationen: bjv.de/seminare

„Europa in Bayern – Bayern in Europa“

Neuer Sonderpreis bei Pressefoto Bayern 2022

Pressefoto Bayern hat eine neue, achte Kategorie. Gemeinsam mit dem Europäischen Parlament schreibt der BJV im Jahr 2022 einen Sonderpreis aus, der mit 1000 Euro Preisgeld dotiert ist. Unter dem Titel „Europa in Bayern – Bayern in Europa“ werden Fotos gesucht, die sowohl einen Bezug zu Europa als auch zu Bayern haben.

Das können spannende Porträts europäischer Bürger sein, die in Bayern leben oder arbeiten. Aber auch Aufnahmen aus den Parlamenten, von Veranstaltungen und Projekten der

europäischen Institutionen bis hin zu Fotos einzelner Protagonisten. Es können Einzelbilder wie auch Serien eingereicht werden. Einsendeschluss ist im Oktober 2022.

Ausstellung tourt ab März

Die Ausstellungstour Pressefoto Bayern startet am 24. März 2022 im Museum für Industriekultur in Nürnberg (bis 9. Mai). Im April und Mai werden die besten Pressefotos des Jahres 2021 im Viechtacher Alten Rat-

haus zu sehen sein (Termin in Kürze auf bjv.de).

Im Rahmen einer „Woche der Freiheitsrechte“ zeigt der BJV die Ausstellung erstmals in Memmingen (29.5.-6.6.2022). Weitere Stationen der Bilderschau sind Augsburg (Lechwerke Erlebniswelt, 1.6.-15.7.2022) und Regensburg. In der dortigen Zentrale der Bayernwerk AG ist Pressefoto Bayern vom 20. Juni bis zum 10. Juli zu Gast. (Weitere Ausstellungsorte und Termine in Kürze auf bjv.de). (mgo)

Der Vorstand unterwegs

Der geschäftsführende Vorstand lernt. Das hört sich so lapidar und selbstverständlich an, ist aber das Resultat einer Klausur zusammen mit Geschäftsführer Dennis Amour. Erzielen konnten wir gute Ergebnisse, die auf die zukünftige Arbeit einen enormen Einfluss haben werden. All das, was zu erledigen ist, wird in Prozessen aufgesetzt. Klare Zuordnungen, klare Zeiten, bis zu denen etwas erledigt sein muss. Hört sich kompliziert an – ist es aber nicht. Es ersetzt den Zuruf: „Ich mache das mal...“ Nun geht es von der Theorie in die Umsetzung bei Themen wie der Mitgliederversammlung, Wahlen in den Bezirken und Fachgruppen oder zum Beispiel auch einem optimierten Informationsfluss für unsere Mitglieder. Michael Busch

FREIstunden rücken Erfolgsprojekte in den Blick

Die Online-Stammtische der Fachgruppe Freie im BJV, bekannt unter dem Namen FREIstunden, haben sich in den vergangenen zwei Jahren etabliert. Und auch im neuen Jahr wird die Fachgruppe dieses Angebot fortsetzen. Geplant sind mehrere FREIstunden zum Thema „Erfolgsprojekte: Frischer Wind im Journalismus“. In kurzen Impulsvorträgen und Gesprächen werden die Gründer*innen journalistischer Projekte aller Couleur ihre Arbeit vorstellen und erzählen, wie sie es geschafft haben, sich zu etablieren. Los geht es am 17. Februar mit *Innside Pausa*. Am 14. März wird dann das bayerische Magazin *MUH* vorgestellt. Beide Abende beginnen um 18 Uhr. (jm)

Leserbrief

In der Rubrik „Sagen Sie mal...“ kam im *BJVreport* 06/2021 der Autojournalist Robin Engelhardt unter der Überschrift „Ich bin kein Elon-Musk-Ultra“ zu Wort.

Nach Lesen dieses „Interviews“ komme ich auch nach zweimaligem Lesen aus dem Staunen nicht heraus. Kollegin Krasser scheint sich als Fragestellerin redlich zu mühen, die offenkundigen Ungereimtheiten des „Journalisten“ Robin Engelhardt (ich weiß, Journalist kann sich jede(r) nennen) kritisch zu hinterfragen. (Was aber, wir kennen das aus anderem Zusammenhang, nichts bringt außer noch mehr Platz oder Sendezeit für irgendwelche Spinner und Verschwörungstheoretiker.) Und so kann Engelhardt das ZDF und dessen vielbeachteten Film „Mythos E-Auto – Revolution oder Reinfall“ zunächst ohne stichhaltige Argumente als einseitig und schlecht einordnen. Und, als wäre das schon nicht genug, die dafür verantwortliche Redaktion samt deren Chef (vom Hörensagen!) gleich so mal ganz nebenbei diffamieren. Schon allein das finde ich unglaublich.

Doch damit nicht genug. Herr Engelhardt bekommt die Gelegenheit, allen Vertretern des öffentlich-rechtlichen Systems eine mitzugeben! Zitat: „(...) dass ausgerechnet die Öffentlich-Rechtlichen bei Ihrer Sorgfaltspflicht schlampen (...)“. Auf die Nachfrage, wie er zu dem „harten Vorwurf“ komme, räumt der forsche Jungspund selbst ein, dass er nur „mutmaßen“ könne. Man lässt ihn öffentlich-rechtliche Kolleginnen und Kollegen als „Berufsoptionelle“ titulieren, ohne dass er das auch nur mit einem einzigen Beleg untermauern kann. Ich muss sagen: Spätestens da war ich sprachlos. Und ich frage mich, warum räumt der *BJVreport* so einem Autotester, der seine Rolle als Journalist nicht mal selbst ernst zu nehmen scheint, so viel Platz ein? Warum ermöglicht man ihm, mich und viele andere in *ARD* und *ZDF* so zu beleidigen? Warum darf er ausgerechnet im

BJVreport darüber rasonieren, dass Journalismus kein zukunftssträchtiger Beruf sei? Und wie so bietet man ihm ein Forum, zu behaupten, dass er sich für keinen glühenden Fan von Elon Musk halte? Was er damit zu belegen sucht, dass er auch Schlechtes an Tesla-Autos finde, beispielsweise die Verarbeitungsqualität.

Völlig unverständlich, dass er – lediglich unterbrochen von ein paar Fragen, die aber in der Gesamtschau eher wie willkommene Stichworte wirken – ausbreiten darf, dass für ihn als Journalist das Sponsoring von VW und einem Stromkonzern kein Problem sei und er trotzdem unabhängig sei?! Schließlich habe er doch auch schon VW kritisiert, dass ihm ein „paar kosmische Touchknöpfe“ nicht gefallen. Echt krasser „Journalismus“, krasser geht es eigentlich nicht.

Christoph Arnowski, München

Gerichtsreporter: Wer darf in den Saal?

BVerfG: Die Auswahlkriterien müssen gerecht sein. Das letzte Wort hat der Richter

Von Maria Goblirsch

Bei Prozessen mit großem medialen Interesse wiederholt sich regelmäßig ein Dilemma: Es wollen mehr Reporter*innen aus dem Gerichtssaal berichten als Presseplätze zu vergeben sind. Das zeigt sich verschärft unter den Auflagen der Corona-Pandemie (*Bericht auf Seite 6*).

Wer aber bestimmt, nach welchen Regeln wer für die Berichterstattung zugelassen wird und wer draußen bleiben muss? Das ist nicht, wie man vermuten könnte, die Pressestelle des jeweiligen Gerichts. Diese macht in der Praxis Vorschläge für das Verfahren, die meist auch übernommen werden. Die Entscheidung aber liegt bei dem oder der Vorsitzenden, der oder die das Verfahren „in richterlicher Unabhängigkeit“ führt: „Die Aufrechterhaltung der Ordnung in der Sitzung obliegt dem Vorsitzenden“, heißt es dazu im Gesetz (§ 176 Gerichtsverfassungsgesetz). Diese Macht reicht weit, so kann der Vorsitzende beispielsweise den Einsatz von Laptops oder Smartphones in der Verhandlung verbieten. Eine Kollegin der SZ berichtet beispielsweise von einem gerade vor dem OLG Frankfurt laufenden Prozess, dass sie das Geschehen von Hand notieren muss, um es später dann auf den Laptop zu transkribieren.

Dabei gilt für Gerichtsreporter*innen das Gleiche wie für andere Zuschauer auch: Gerichtsverhandlungen sind, einschließlich der Verkündung des Urteils oder eines Beschlusses, öffentlich (§ 169 Gerichtsverfassungsgesetz). Ausnahme: Die Öffentlichkeit wird ausgeschlossen, etwa wenn Geschäftsgeheimnisse oder besonders intime Angelegenheiten von Angeklagten oder Zeug*innen besprochen werden. Diese seltenen Fälle sind im Gesetz genau geregelt.

Reicht der Platz nicht aus, dürfen Gerichtsverhandlungen in einen Arbeitsraum für die Medien übertragen werden - allerdings nur per Ton. Denn Ton- und Fernsehaufnahmen während der Verhandlung „zum Zweck der öffentlichen Vorführung“ sind tabu, weil sie Angeklagte und Zeug*innen in ihren Aussagen hemmen oder beeinflussen könnten oder ihre Persönlichkeitsrechte verletzt werden. Eine Ausnahme gilt für das Bundesverfassungsgericht und die anderen Bundesgerichte. Aber auch hier liegt die Entscheidung im Ermessen des Senats. Diese Medienräume werden nur von wenigen Journalist*innen genutzt, heißt es aus der Justiz. Der Grund: Der Ton ersetzt nicht den eigenen optischen Eindruck von Beweisstücken, von Zeugenaussagen oder der Reaktion des Angeklagten.

Die bayerische Staatsregierung habe sich bereits während der Gesetzesreform im Oktober 2017 dafür eingesetzt, auch eine Bildübertragung für die Presse zuzulassen, heißt es in einer Stellungnahme des Justizministeriums auf Anfrage des *BJVreports*. Denn „auf diese Weise könnte vermieden werden, dass die Journalisten nach der derzeitigen

Rechtslage die Urheber der Stimmen erraten müssen“. Bayern werde dieses wichtige Anliegen weiter verfolgen.

Wer aber darf die großen Prozesse live im Saal verfolgen? Windhundprinzip („Wer zuerst kommt, darf rein“), Lostrommel oder Töpfe nach Mediengattungen? Welches Verfahren ist das richtige? „Die Justiz darf nicht willkürlich entscheiden, wer in den Verhandlungssaal darf. Wir dürfen zum Beispiel nicht bestimmte Medien wegen ihrer Auflagenstärke oder ihrer Macht am Markt bevorzugt behandeln, wie etwa die großen Tageszeitungen oder die Fernsehanstalten. Die Auswahlkriterien müssen gerecht sein“, sagt Florian Gliwitzky, Pressesprecher des OLG München. Das Bundesverfassungsgericht habe in mehreren Verfahren entschieden, dass eine Auswahl der Bewerber nach dem Zeitpunkt des Erscheinens vor Ort keinen rechtlichen Bedenken begegne, andere Auswahlkriterien aber für verfassungswidrig erklärt.

So haben die Verfassungsrichter im Fall des „Syrien-Folterprozesses“ im Jahr 2020 entschieden, dass „das Grundrecht der Pressefreiheit Medienvertretern einen Anspruch auf gleichberechtigten und reellen Zugang zu Gerichtsverhandlungen für eine Berichterstattung

verschafft“ (Beschluss vom 18. August 2020, Az.: 1 BvR 1918/20). Zwei syrische Journalisten hatten verlangt, in dem Verfahren gegen ehemalige Geheimdienstmitarbeiter ihres Landes Zugang zu einer im Gericht vorhandenen Simultanübersetzung zu bekommen.

Das Gericht bestätigte, dass die Entscheidung, welche Arbeitsgeräte zugelassen würden, der Prozessleitung des jeweiligen Vorsitzenden oblägen. Allerdings müsse eine solche Sitzungsverfügung dem Recht der Medienvertreter*innen auf eine „gleichheitsgerechte und reelle Teilhabe an den Möglichkeiten einer Berichterstattung Rechnung tragen“. Dabei sei die tatsächliche Situation der akkreditierten Personen und der vorhersehbar Interessierten – etwa ihre Sprachkenntnisse – hinreichend zu berücksichtigen. Konkret heißt das: Journalist*innen müssen der Verhandlung folgen und berichten können.

Kein Ausschluss ausländischer Medien

Für eine gerechte Auswahl bei der Zulassung spielen jeweils die Umstände des einzelnen Falls die entscheidende Rolle. So dürfen etwa ausländische Medien bei einem Verfahren mit Bezug zu ihrem Land nicht komplett ausgeschlossen werden. Das Bundesverfassungsgericht entschied im April 2013, dass der Vorsitzende Richter „in einem im Rahmen seiner Prozessleitungsbefugnis festzulegenden Verfahren eine angemessene Zahl von Sitzplätzen an Vertreter von ausländischen Medien mit besonderem Bezug zu den Opfern der angeklagten Straftaten zu vergeben“ habe (Az.: 1 BvR 990/13). Gegenstand der Anklage waren insbesondere Straftaten zum Nachteil türkischer Staatsangehöriger und türkischstämmiger Bürger*innen.

„Medienvertreter haben Anspruch auf einen reellen Zugang zu Gerichtsverhandlungen.“

Das Bundesverfassungsgericht

Tipp zum Arbeitsalltag



Wie verhalte ich mich bei Demonstrationen?

„Journalistische Berichterstattung in Einsatzlagen“: So heißt eine gerade neu vom Deutschen Journalisten-Verband aufgelegte Broschüre, die sowohl Informationen für Medienschaffende als auch für Einsatzkräfte der Polizei beinhaltet. Im Mittelpunkt stehen kompakt zusammengefasste Tipps, wie sich Journalist*innen beispielsweise bei einer Demonstration verhalten sollten. Ein Thema, das nicht zuletzt durch die häufig stattfindenden Veranstaltungen von Gegner*innen der Corona-Maßnahmen hochaktuell ist. Obwohl bei Demonstrationen im öffentlichen Raum keine Akkreditierung notwendig ist, kann es trotzdem sinnvoll sein, sich vorab bei der Ein-

satzleitung zu melden. Der Schutz von Medienschaffenden und eine freie Berichterstattung sind auch bei kritischen Einsatzlagen durch die Polizei zu gewährleisten – eine Kontaktaufnahme kann unnötige Konfliktsituationen aber vermeiden. Beantwortet werden auch Fragen zum Thema, was eigentlich bei einer Demonstration erlaubt ist – vom Fotografieren bis hin zur Aufzeichnung gesprochener Worte. Ein wichtiges Instrument zur Überprüfung für die Polizei ist der bundeseinheitliche Presseausweis. Informationen dazu enthält der Flyer ebenfalls, genauso wie die, dass auch Personen ohne Presseausweis Journalist*innen sein können. Broschüre unter bjvlink.de/djv-info
Johannes Michel

Der Buchtipp



Journalismus ist keine Dienstleistung

Am Ende seines Buches „Medien und Journalismus: Einfluss und Macht der Vierten Gewalt“ stellt Tanjev Schulz, Professor für Journalismus an der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz und ehemaliger Politik-Redakteur der *Süddeutschen Zeitung*, zehn Thesen auf, die Journalismus sowohl erklären als auch seine Zukunft aufzeigen sollen. Eine davon lautet: „Journalismus leistet einen Dienst – aber Journalismus ist keine Dienstleistung.“ Branchenkenner werden in dem Buch kaum neue Informationen finden. Aber das ist auch nicht Schulz' Ziel. Vielmehr richtet sich sein Werk an Schüler*innen, Student*innen, Lehrer*innen und an alle, die sich für das Thema Medien interessieren. Und die erfahren wollen, wie die Medienlandschaft in Deutschland aussieht, warum von

einer „Vierten Gewalt“ im Staat gesprochen wird, wie die großen Tech-Konzerne den Journalismus beeinflussen und wohin der Weg gehen könnte. Auch Organe wie den Presserat erklärt Schulz – und weist auf Positives wie Negatives hin. Und immer wieder zeigt er auf, warum jemand, der Nachrichten und Kommentare verbreitet, kein gewöhnliches Produkt „verkauft“. Auch das Thema „Fake-News“ lässt er nicht aus. Eine kurzweilige, informative Lektüre und vielleicht eine Empfehlung auch für jene, die sich für die Zusammenhänge in Staat und Gesellschaft interessieren.
Johannes Michel

Tanjev Schulz: *Medien und Journalismus: Einfluss und Macht der Vierten Gewalt (Politik verstehen)*. W. Kohlhammer 2021. 143 Seiten. 20 Euro



Der Techniktip



Der richtige USB-Stick

Vor Kurzem hat der USB-Stick seinen 20. Geburtstag gefeiert. Beliebt sind die kleinen Speichergeräte nicht nur zum Austausch von Bildern und Dokumenten, sondern auch zur Sicherung wichtiger Daten. Waren sie anfangs noch recht teuer, sind die Preise heute human: Für 64 GB geht es deutlich unter zehn Euro los. Wer viel abspeichern möchte, setzt am besten auf einen 512-GB-Stick, zu haben für unter 40 Euro. Mit ein wenig technischen Kenntnissen ist es möglich, die auf dem Stick gespeicherten Daten mit einem Programm wie Veracrypt auch zu verschlüsseln. Denn USB-Sticks können schnell verloren gehen, jeder Finder hat dann problemlos Zugriff auf die gespeicherten Daten. Eine solche Verschlüsselung macht den

Umgang mit dem Stick allerdings unkomfortabler, da Veracrypt auf allen Computern installiert sein muss, die den Stick verwenden sollen. Daher ist es besser, gleich einen Stick zu kaufen, der eine solche Funktion von Haus aus beherrscht, etwa Modelle der SecureAccess-Serie von Sandisk. Die sind meist nur wenig teurer als ihre Geschwister ohne diese Möglichkeit. Für das Speichern wichtiger Dinge sollten auf Messen oder bei Presseveranstaltungen geschenkte Sticks übrigens nicht verwendet werden – oft sind die Speicherchips bei diesen günstigen Werbemitteln nicht unbedingt von bester Qualität. Besser sind da Produkte von Markenherstellern wie Sandisk, Intenso, Samsung, Transcend, Corsair oder Kingston.

Johannes Michel

Mit uns in Eure Zukunft Als Junge Journalist*innen im BJV

12€ für die Zukunft*

* Nur so viel macht der monatliche Beitrag zur Absicherung Eurer beruflichen Perspektive als junge Journalist*innen (als Student*innen oder Volontär*innen) im Bayerischen Journalisten-Verband aus. Dafür erhaltet Ihr Zugriff auf ein professionelles Netzwerk von Berufskolleg*innen, ein qualifiziertes Fortbildungsangebot und vielfältige Hilfe vom Mentoring bis zur Rechtsberatung.

Nähere Informationen erhaltet Ihr unter www.bjv.de

 facebook.com/bjvde  twitter.com/bjvde

BJV

Die Stimme der jungen Journalisten

Die Stimme der Journalisten in Bayern

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. 0171 7849276

Anschrift der Redaktion:

Michaela Schneider, Joseph-Seitz-Straße 37,
97076 Würzburg
Tel. 0931 45461280
ich-schreibe@t-online.de
Leitende Redakteurin:
Michaela Schneider

Redaktionsmitglieder:

Johannes Michel: jmichel@journalist-michel.de,
Maria Goblirsch: goblirsch@bjv.de
Thomas Mrazek: kontakt@thomas-mrazek.de

Autoren dieser Ausgabe:

Michael Busch (T), Michaela Schneider (T, F), Günter Schneider (F), Thomas Geiger (F), Senta Krasser (T), Markus Hintzen (F), Daniela Kreisl (F), Roberto Bulgrin (F), Petra Homeier (F), Nas-sim Rad (F), Heike Berger (F), Thomas Mrazek (T), Thomas Witz-gall (F), Maria Goblirsch (T, F), Max Hägler (F), Edith Schmitt (F), Johannes Michel (T), Detlev Eden (F), Ammy Berent (F), Michael Huwiler (F), Frank Thomsen (F), David Pierce-Brill (F), Alexander Hassenstein / Getty Images (F), Cornelia Braun (T), Christoph Arnowski (T), Ina Abraham (F), Jakobia Dahm (F).

Gestaltung: Mediaservice Rudi Stix
Titelbild: Thomas Geiger

Verantwortlich für Anzeigen:

Mediasüd Robert Macher, Tel. 09 11/988 11-264,
Fax -265 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: 7000 Exemplare
Erscheinungsweise: zweimonatlich

Redaktions- und Anzeigenschluss für Ausgabe 2/2022: 13. März 2022
Erscheinungstermin: 11. April 2022

ISSN: 0947-8337

Copyright 2021 by BJV & Autoren

Druckerei:

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

„Die Branche hat eine gute Zukunft“

Vom CvD zur Professorin: Die frühere SZ-Journalistin Alexandra Borchardt schaut mit viel Optimismus auf den Journalismus. Die Zeit der „Lässigkeiten“ sei aber vorbei.

Von Senta Krasser

Bei der *Süddeutschen Zeitung* brachte es Alexandra Borchardt bis zur Ressortleitung. 2014 kündigte sie. Seither forscht und coacht sie – und stellt sich einem „Sagen Sie mal 2.0“.

Sagen Sie mal, Frau Borchardt, was kann der Journalismus vom Joghurt lernen?

Alexandra Borchardt: Transparenz. Jeder Joghurt kommt transparenter daher als eine Nachrichtenseite, weil die Verpackung penibel alle Inhaltsstoffe auflistet. Bei Nachrichten ist oft unklar, was genau drinsteckt.

Reicht nicht das Vertrauen in die Marke: Wo „Tagesschau“ drauf steht, ist „Tagesschau“ drin?

Heutzutage nicht mehr. Im *EBU News Report*, den ich im Auftrag der Europäischen Rundfunkunion mit einem Team erstellt habe, schildert der Chefredakteur von *France Télévisions* seinen „Joghurt-Moment“: Als im Zuge der Gelbwesten-Proteste die Vertrauenswerte für Journalismus drastisch einbrachen, meldete sich ein Mann bei ihm, man solle sich darüber nicht wundern, denn wie sollten Leser Journalisten trauen ohne die Möglichkeit, die Quellen zu überprüfen? Daraus entstand das Projekt „NosSources“.

„Unsere Quellen“ – heißt was genau?

In jedem von *France Télévisions* digital publizierten Stück werden die Leserinnen und Leser eingeladen, die Quellen am Ende des Textes zu studieren. Das hat sich laut Pascal Doucet-Bon vor allem in der Impf-Debatte als wichtig erwiesen, wo einige sich gerne vergewissern, wie seriös die Angaben sind. Gerade Impfgegner würden die Quellen allerdings systematisch durchforsten mit dem Hintergedanken, die Kompetenz und Unabhängigkeit der zitierten Wissenschaftler und Ärzte in Frage zu stellen.

Und, hat's mehr Vertrauen gebracht?

Das lässt sich noch nicht beurteilen. Tatsächlich klicken die wenigsten Nutzerinnen und Nutzer drauf. Aber was bei *France Télévisions* offenbar gut funktioniert, ist das eigene

Wie gewinnt man Vertrauen in den Journalismus zurück?

Indem man besser recherchiert und dorthin schaut, wo andere nicht hinschauen, sagt Alexandra Borchardt. Eine Umfrage oder Grafik der Konkurrenz kopieren, weil's schnell gehen muss, sei eine Lässigkeit, die sich Redaktionen nicht mehr leisten könnten: „Ist die Ur-Quelle unsauber, wird's peinlich.“

Foto: Ina Abraham

Bewusstsein für Quellen zu schärfen und dadurch die Qualität anzuheben. Mal ehrlich: Wie oft rufen Kolleginnen und Kollegen denselben Experten an, weil er zuverlässig abhebt und dazu eloquent ist, anstatt nach einer neuen, vielleicht besseren Stimme zu suchen? Wie oft wird eine Umfrage oder Grafik der Konkurrenz kopiert, weil es schnell gehen muss? Wenn die Ur-Quelle sich aber als unsauber herausstellt, wird's peinlich. Solche Lässigkeiten, ja Schlampigkeiten können sich Redaktionen heute nicht mehr leisten.

Was tun, wenn man falsch lag? Den Fehler öffentlich eingestehen so wie Dänemarks Bild-Pendant: Sorry, titelte Ekstra Bladet, wir haben die Corona-Zahlen der Regierung nicht hinterfragt?

Diese Selbstanklagen, mein Gott! Ob das jetzt irgendwie was bringt, wage ich zu bezweifeln. Vertrauen gewinnt man, indem man besser recherchiert und dorthin schaut, wo andere nicht hinschauen. Wie gesagt, die Verlockung ist groß, einfach Material zu übernehmen, das auf den Tisch flattert. Da noch mal in die Tiefe zu gehen, erfordert Extra-Zeit . . .

. . . die im Arbeitsalltag – Sie erinnern sicher Ihre Zeit bei der SZ – oft fehlt.

Klar, der Druck ist groß. Da nimmt man oft, was man kennt und kriegen kann. Aber die großen Häuser sind extrem im Vorteil. Was sie allein an datenjournalistischen Projekten in der Pandemie hervorgebracht haben, großartig! Das können Lokal- und Regionalzeitungen üblicherweise nicht stemmen. Trotzdem haben auch sie die Verpflichtung, in ihrer Region den Scheinwerfer in Ecken zu richten, wo die Überregionalen nicht hinsehen. Nur so können sie die Einzigartigkeit in ihren speziellen Märkten unter Beweis stellen.



**Alexandra Borchardt**

wurde vor 56 Jahren in West-Berlin geboren und lebt heute mit ihrer Familie bei München. Sie studierte Politikwissenschaften und kam nach Stationen bei *dpa* und *FTD* 2005 zur *Süddeutschen Zeitung*, wo sie 2011 zur CvD aufstieg. 2014 ging sie nach Oxford zum Reuters Institute, um Leadership Programme zu leiten. Seit 2016 berät und betreut sie Redaktionen als Coach. An der TU München hält sie eine Honorarprofessur für

Leadership und Digitalisierung; an der Hamburg Media School ist sie Co-Leiterin des Journalism Innovation Program. Außerdem arbeitet sie als Kolumnistin (Medieninsider) und Buchautorin (Mehr Wahrheit wagen, 2020). Im November erschien der von ihr verantwortete *EBU News Report*.

Foto: Jakobia Dahm

Frau Borchardt, 2012 führten wir schon einmal ein „Sagen Sie mal“. Da waren Sie Chefin vom Dienst bei der SZ. Was passierte dann?

Da ist tatsächlich viel passiert. Ich hatte die Projektleitung beim Relaunch der SZ-Wochenendausgabe, dann kam die Gründung unseres Magazins *Plan W*, und ich fragte mich, so, was kommt als nächstes? Durch einen Zufall lernte ich in Oxford, wo ich einen Vortrag hielt, den Chef des Reuters Institute kennen, das sehr praxisnah forscht. Kurze Zeit später wurde eine Stelle ausgeschrieben, die genau auf mich passte. Also bewarb ich mich.

Oxford hat einen fabelhaften Ruf. . .

In der Tat. Aus der Vogelperspektive auf unseren Beruf zu schauen, die Besten der Welt zu versammeln und von ihnen zu lernen, fand ich verführerisch. Als ich die Zusage bekam, musste ich allerdings erstmal schlucken. Der Job war deutlich schlechter bezahlt als das, was ich bei der SZ gewohnt war. Familiär war die Pendelei auch nicht einfach. Andererseits wollte ich unbedingt noch mal ins Wasser springen. Wenn nicht jetzt, wann dann, dachte ich damals.

Wasser ist ein gutes Stichwort: Wenn Sie in Ihrem Buch „Mehr Wahrheit wagen“ feststellen, dass angesichts der anhaltenden Krise im Printjournalismus auch „viele versierte Profis“ von Bord gegangen sein wollen, „bevor das Gefährt untergeht“ – schreiben Sie da auch über sich selbst?

Nein, überhaupt nicht! Ich wollte immer in der Branche bleiben. Ich war auch sehr zuversichtlich, dass ich nach meiner Rückkehr wieder gut anlanden werde. Das ist mir gelungen, allerdings anders als gedacht: Ich habe mich selbstständig gemacht – mit spannenden Mandaten. So arbeite ich als Coach im Beratungsprojekt *Table Stakes Europe*, das regionalen Zeitungshäusern europaweit bei der digitalen Transformation hilft. Ich glaube, dass die Branche eine gute Zukunft hat. Vielleicht bin ich jetzt sogar optimistischer, als ich es beim Schreiben des Buchs war.

Was befeuert Ihren Optimismus?

Ich sehe, welche Kräfte Krisen freisetzen können. Wie innovativ in vielen Redaktionen mittlerweile gedacht und gehandelt wird und welche Fortschritte sie erzielen, weil sie sich die richtigen Strukturen geben und die richtigen Tools anwenden.

Liest man Ihren EBU News Report, sind selbst die Öffentlich-Rechtlichen innovativ.

Wir stellen in dem Report 16 Fallstudien zu Innovationen vor, es hätte noch deutlich mehr gegeben. Was die Sender auf die Beine stellen, um junges Publikum zu begeistern, macht mir wirklich Mut und Hoffnung. Die „Tagesschau“ zum Beispiel hat es geschafft, ihre Nachrichtenmarke „20 Uhr“ auf TikTok und Instagram völlig neu zu interpretieren für eine Generation, die nicht mehr linear schaut, sich aber nach eigenen Bedürfnissen auf den neusten Stand bringen möchte. Daran können sich andere ein Beispiel nehmen.

Heißt das, jeder muss auf TikTok sein?

Das heißt es nicht! Im digitalen Zeitalter ist es nicht mehr zeitgemäß, alle mit allem zu bedienen. In vielen Bereichen gibt es ein Überangebot, das gar nicht genutzt wird. Statt sich zu verzetteln und Energien zu verschenken, sollte man sich darauf konzentrieren, was Zielgruppen brauchen und konsumieren. Es muss aber auch zu einem passen.

Was ist mit denen, die all die hippen Formate umsetzen müssen?

Gute Ideen für Neues sind schnell gefunden. Das hat intern aber oft den Effekt, dass die Kolleginnen und Kollegen die Hände über dem Kopf zusammenschlagen, oh Gott, nicht noch mehr Aufgaben. Tatsächlich wäre es ratsam, den Output auf „weniger und besser“ zu trimmen. Wir bringen unseren Kunden „Stop Doing“ bei.

Erzählen Sie!

„Stop Doing“ ist eine Disziplin, die in vielen Verlagshäusern unterentwickelt ist – bis sie in Not geraten. Drastischer Stellenabbau zwang US-Medienmarken wie die *Tampa Bay Times* zum Umdenken. Sie nahmen im Vorjahr an einem Programm teil, das dem Strategie-Papier „How Newsrooms can do less work but have more impact“ folgte. Ergebnis: Fast alle begeisterten mit weniger, aber zum Teil anders gestrickten Inhalten mehr Nutzer. Wichtig ist, nicht nur gemeinsam auszusteigen, sondern neue Erfolgskriterien zu entwickeln. Den Fokus zu schärfen, ist nicht zuletzt Führungsaufgabe.

Apropos Führung: In unserem ersten „Sagen Sie mal“ trommelten Sie für die Aktion von Pro Quote: mindestens 30 Prozent Führungsfrauen im Journalismus binnen fünf Jahren! Wo stehen wir heute?

Wir stehen sicher besser da, auch wenn wir, wie ich in einer Studie für das Reuters Institute erhoben habe, im Ländervergleich noch ein bisschen hinten dranhängen. In Großbritannien hat praktisch jedes große Medienhaus mittlerweile eine Chefredakteurin.

Die SZ hat inzwischen auch eine! 2012 schien Ihnen das noch sehr fern: „Ich bin Ressortleiterin, und mehr werde ich sehr wahrscheinlich nicht.“ Noch einmal gefragt: Würden Sie Chefredakteurin werden wollen?

(lacht) Ich bin sehr glücklich mit meinen Kunden. Wo ich gestalten und Einfluss haben kann, fühle ich mich wohl. Wie Sie wissen, springe ich gerne ins Wasser. Allerdings muss die Temperatur stimmen.

**Die Autorin**

Senta Krasser arbeitet frei als Medienjournalistin.
@sentakrasser, senta@krasserjournalismus.de

Foto: Enric Mammen

Kontakt im Kleinformat

The collage features several covers of the BJVreport magazine, including issues from 2020 and 2021. The central focus is a 'Pressestellen' (Job Vacancies) advertisement page from issue 6/2021, page 21. This page lists various job openings across different sectors:

- ENERGIE:**
 - bayerngas:** Dirk Barz, Leiter Kommunikation & Marketing. Kontakt: +49 (0)89 7200-339, www.bayerngas.de
 - bayernwerk:** Maximilian Ziegler, Leiter Unternehmenskommunikation. Kontakt: +49 (0)89 7200-339, www.bayernwerk.de
 - LEW Lechwerke:** Ingo Butters, Pressesprecher. Kontakt: +49 (0)89 2307-1314, www.lew.de
 - N-ERGIE:** Heiko Linder, Leiter Konzernkommunikation. Kontakt: +49 (0)911 802-58071, www.n-ergie.de
- NETZE:**
 - schwaben netz:** Cornelia Binesch, Stabsleiterin GfA. Kontakt: +49 (0)7141 400-116, www.schwaben-netz.de
- FINANZEN:**
 - GVB Genossenschaftverband Bayern:** Dr. Gerald Schneider, Pressesprecher. Kontakt: +49 (0)89 28 68-34 05, www.gvb-bayern.de
- ihre ANSPRECHPARTNER:**
 - Kerstin Hebel:** Ansprechpartnerin B2C. Kontakt: +49 (0)89 2307-1314
 - Julia Meyer:** Ansprechpartnerin Corporate. Kontakt: +49 (0)89 2307-1314
 - Britta Barlog:** Ansprechpartnerin B2C. Kontakt: +49 (0)89 2307-1325
 - Caroline Heider:** Ansprechpartnerin Österreich. Kontakt: +43 (0)2930710 151
- Interhyp Gruppe:** Eva Mang, Pressesprecherin. Kontakt: +49 (0)89 5175-2009, www.interhyp.de

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 1.450,- € 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 BJV-Report begrüßen?

Anzeigenmarketing BJVreport: Mediasüd, Robert Macher, Knogstraße 21, 90475 Nürnberg (Brunn), Telefon 0911 / 98 81 12 64, Fax 0911 / 98 81 12 65, robert.macher@mediasued.de

AFAG-Termine 2022

Netzwerke für
Geschäftserfolge!

Publikums-messen



9. - 13. März 2022
Freizeit, Touristik & Garten Nürnberg
Caravaning, Sport, Outdoor, Mein Haus
www.freizeitmesse.de



26. - 30. Oktober 2022
Consumenta Nürnberg
Süddeutschlands größte Publikumsmesse
für Lifestyle, Bauen & Wohnen
www.consumenta.de

Special Interest Messen



9. + 10. März 2022
inviva Nürnberg
Aktivmesse für alles, was das Leben bewegt
www.inviva.de



28. - 30. Oktober 2022
Gin+Tonic Messe Nürnberg
GINmarket-Treffpunkt für
Gin- und Tonic-Freunde
www.gin-tonic-messe.de



26. - 30. Oktober 2022
Faszination Pferd Nürnberg
Das Indoor-Reitsportevent mit Fachmesse
www.faszination-pferd.de



28. - 30. Oktober 2022
Heimtier Messe Nürnberg
Angebote, Informationen und Show
rund um die tierischen Freunde
www.heimtier-messe.de

Fachmessen



4. + 5. Mai 2022
TI-Expo + Conference
Das Top-Event für die WKS-Branche
www.ti-expo.de



15. - 18. März 2022
GrindTec Augsburg
Internationale Fachmesse für
Schleiftechnik
www.grindtec.de



26. - 29. April 2022
interlift Augsburg
Internationale Fachmesse für Aufzüge,
Komponenten und Zubehör
www.interlift.de



22. - 25. Juni 2022
Stone+tec Nürnberg
Internationales Kompetenzforum Naturstein
und Steintechnologie Fachmesse + Congress
www.stone-tec.com



26. - 30. Oktober 2022
iENA Nürnberg
Internationale Fachmesse
„Ideen - Erfindungen - Neuheiten“
www.iena.de



29. + 30. Oktober 2022
Hack & Make Nürnberg
Kreativ- und Technikkmesse zur Zukunft
www.hackmake.de



AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Messezentrum 1 · 90471 Nürnberg
☎ (09 11) 988 33 - 7000
info@afag.de · www.afag.de



Mitglied im Fachverband
Messen und Ausstellungen



Mitglied der Gesellschaft zur freiwilligen
Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen



Änderungen vorbehalten!
Stand: 02.02.2022