

Erste „Woche der Medienpolitik“

Die neue Website des BJV

30 Jahre Journalisten helfen Journalisten

FLZ leistet sich weiterhin Korrektorat

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

## Blick in die Zukunft Neue Impulse, verändertes Arbeiten



# 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),

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



## Kontaktbörse „Pressestellen“

Die Rubrik „Pressestellen“ im *BJVreport* ist ein gern genutzter „Treffpunkt“ für Kammern, Verbände, Organisationen, Dienstleister und Unternehmen aus vielen Bereichen, die regelmäßige und fundierte Pressearbeit betreiben. Nutzen Sie diese Kontaktbörse, alle zwei Monate, ein ganzes Jahr lang für nur 1.450,- EUR zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6 x jährlich**, jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter [www.bjv.de](http://www.bjv.de) • **Planung/Abwicklung:** Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09 11/988 11 264, Fax 09 11/988 11 265, [robert.macher@mediasued.de](mailto:robert.macher@mediasued.de)



**Michaela Schneider**  
Leitende Redakteurin

Foto: Günter Schneider

## Ungewisse Zukunft

Weltweit gebe es einen Markt für vielleicht fünf Computer, mutmaßte Thomas Watson, Chairman von IBM, 1943. Digitalfotografie werde den analogen Film nicht verdrängen, war Kodak-Geschäftsführer George M. Fisher im Jahr 1997 überzeugt. In zehn Jahren sei Google tot, prognostizierte Verleger Christian DuMont Schütte 2007. Nur eines steht fest in Sachen Zukunft: Sie ist ungewiss. Dennoch versuchen wir uns an einer Analyse und schauen in der Titelstrecke auf künftige Zielgruppen: Wer sind sie, was wollen sie und wie stellt sich die Branche auf ihre Bedürfnisse ein? Wir beschäftigen uns mit neuen Tools, die die journalistische Arbeit erleichtern und blicken auf Orte, an denen vielleicht heute schon Zukunft stattfindet. Wird Künstliche Intelligenz Fotografie verändern? Wie sieht der journalistische Arbeitsplatz der Zukunft aus? Und was wird sich morgen und übermorgen in der Lokalfunkbranche tun? **Ab Seite 10**

Fünf medienpolitische Stunden, organisiert von den fünf Bezirksverbänden: Im Vorfeld der bayerischen Landtagswahl hatte es der BJV in einer groß angelegten „Woche der Medienpolitik“ geschafft, sich öffentlich mit insgesamt 20 Politiker\*innen verschiedener Parteien auszutauschen und sie für medienpolitische Themen zu sensibilisieren. **Ab Seite 6**

Endlich: Der BJV hat eine neue Website. Warum sie so aussieht, wie sie aussieht und welche Rubriken dort zu finden sind, verrät BJV-Kommunikationsreferent Benedikt Frank. **Ab Seite 34**

## Unser Titelbild

Kollegin Lea Kiemeyer blickt auf dem Cover des *BJVreport* mit einer Hololens im Zukunftsmuseum in Nürnberg in eine mediale High-tech-Zukunft. Zwar handelt es sich bei dem Motiv um eine klassische Fotografie. Weil aber am oberen Bildrand beim Layouten zu wenig „Luft“ für Text war, holte sich Coverfotograf **Thomas Geiger** Unterstützung beim „Kollegen KI“: In Adobe Photoshop lassen sich inzwischen mit generativer KI ganze Bildbereiche innerhalb weniger Momente neu gestalten. Allerdings merkt Thomas Geiger an, Stichwort Kennzeichnungspflicht: Das müsse aus dem Fotovermerk so auch klar hervorgehen, sonst handle sich der *BJVreport* einen Leserbrief ein. Von ihm. Und er ergänzt: Wäre es ein Dokumentarfoto, hätten derartige Bearbeitungen hier nichts verloren. Recht hat er. Es gibt noch viel zu diskutieren über die Chancen und Grenzen Künstlicher Intelligenz im Journalismus. Der Hersbrucker, Jahrgang 1961, arbeitet seit mehr als 30 Jahren als freier Bildjournalist. Sieben Jahre war er bis Oktober 2022 Vorsitzender der BJV-Fachgruppe Bildjournalisten. Mehr unter *geiger-foto.de*. Ein Dankeschön auch an Modell Lea Kiemeyer, an Markus Kaiser, der die Hololens zur Verfügung stellte, und an den Pressesprecher des Deutschen Museums Nürnberg, Sebastian Linstäd.



**Thomas Geiger**  
Foto: Barbara Deller-Leppert

## Kaleidoskop

- 4 **Medienköpfe**
- 5 **Social Media auf Papier**

## Verband

- 6 **„Woche der Medienpolitik“ soll weitergehen**  
*Im Vorfeld der Landtagswahl tauschte sich der BJV mit 20 Politiker\*innen aus*

## Titel

- 10 **Zugriff am Onlinebuffet**  
*Die Zukunft des Journalismus liegt (auch) auf dem Smartphone*
- 13 **KI-Tools für den Alltag**  
*Künstliche Intelligenz kann Alltagsaufgaben einfacher machen*
- 14 **Orte der Innovation**  
*Augsburger Allgemeine und „Paper Trail Media“ setzen neue Impulse*
- 16 **Fotorealismus macht noch kein Foto**  
*Über die Chancen und Risiken von KI-Bildgeneratoren*
- 17 **Notizen aus der Zukunft**  
*Wie arbeitet ein Freiberufler in zehn oder 20 Jahren?*
- 18 **Flexiblere Arbeitsmodelle, neue Berufsfelder**  
*Arbeitskräftemangel und technische Entwicklungen verändern den Job*
- 19 **Faszination und Fluch von KI**  
*Bei den Lokalfunktage dominierte das Thema KI*
- 20 **Pressestellen**
- 23 **Impressum**

## Medienszene

- 24 **Die letzten ihrer Art**  
*Über den Tellerrand: Zu Besuch im Korrektorat der Fränkischen Landeszeitung*
- 26 **Mit einer Bratpfanne das Meer ausschöpfen**  
*30 Jahre „Journalisten helfen Journalisten“*

## Verband

- 29 **Wie sicher sind wir?**  
*Auf ein Wort mit dem BJV-Schatzmeister Jürgen Schleifer*
- 30 **Aus dem Verbandsleben**
- 32 **Die Mutmacherin**  
*Officestory: Die Katholische Journalistenschule ifp hat mit Isolde Fugunt eine neue Direktorin*
- 34 **Die neue Website des BJV**  
*Der Verband präsentiert sich online in neuem Gewand*
- 36 **DJV muss neue Spitze wählen**  
*Der Verbandstag im November findet in Magdeburg statt*
- 37 **BJV-Anekdote: Sonderhalt in Schweinfurt**
- 38 **Aus dem Verbandsleben**
- 39 **Die BJV-Newcomerin: Adelina Yefimenko**

## Service

- 40 **Das Presserecht gilt nicht für jeden Blog**  
*Bei Verdachtsberichterstattung gelten für die Presse strengere Regeln*
- 41 **Unsere Tipps**

## Zur Person

- 42 **Jubilare**
- 44 **Nachrufe**

## Sagen Sie mal...

- 45 **„Noch hängt viel vom Engagement des Einzelnen ab“**  
*Julia Ruhnau ist erst die zweite Theodor-Wolff-Preisträgerin in der Haushistorie der Nürnberger Nachrichten.*

Foto: Mediengruppe Presse-  
druck  
Silvio Wyszynski



**Peter Müller** (@PeterMueller9) hat im September seinen Posten als Chefredakteur der *Augsburger Allgemeine* angetreten. Er führt das Blatt im Tandem mit Andrea Kümpfbeck. Der gebürtige Augsburger, 49, kommt aus Brüssel, wo er Reden für EU-Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen schrieb und sie in Kommunikationsfragen beriet. Davor arbeitete er für den *Spiegel* als Büroleiter in Brüssel und als Hauptstadtkorrespondent.

**Mike Szymanski** (@Herr\_Szymanski), derzeit Korrespondent im Hauptstadtbüro der *Süddeutschen Zeitung*, arbeitet seit Oktober im Hauptstadtteam des *Focus*. 2003 fing er als Volontär bei der *SZ* an und war unter anderem Korrespondent für die Türkei, Griechenland und Zypern.



**Ingrid Fuchs** (@fuchsing) fängt im Januar als Leiterin der Digitalredaktion der *Augsburger Allgemeinen* an und wird zugleich Mitglied der Chefredaktion. Die 38-Jährige wechselt von der *Süddeutschen Zeitung*, deren Plus-Team sie zuletzt leitete. In Augsburg folgt Fuchs auf **Sarah Schierack**, die ihrem früheren Chef **Gregor Peter Schmitz** zum *Stern* gefolgt war. Insgesamt wird die Digitalredaktion der *Augsburger Allgemeinen* unter Führung von **Roland Mitterbauer** arbeiten, der seit dem 1. September stellvertretender Chefredakteur mit Schwerpunkt Head of Digital ist. Außerdem wurde **Lena Jakat** (@lenajakat) von der geschäftsführenden Redakteurin zum Mitglied der Chefredaktion befördert.

**Anne-Christine Merholz** (@AnneMerholz) leitet jetzt in der Ippen-Digital-Zentralredaktion die Agenda-Redaktion. Entstehen sollen ver-



Auf Sparflamme: **Annemarie Carpendale** und ihre Moderationskolleg\*innen vom *ProSieben*-Magazin „red“ werden ab 2024 nicht mehr wöchentlich senden. Die TV-Redaktion, die seit 2008 News aus der Promi-Welt aufbereitet, wird aufgelöst. Um „Spielraum für Investitionen“ zu schaffen, hat *ProSiebenSat.1* angekündigt, 400 Vollzeitstellen abzubauen. Auch das Redaktionsteam von „Akte“ auf *Sat.1* ist betroffen und soll verkleinert werden. „red“-Sendungen sind nur noch nach großen Shows oder bei der Oscar-Verleihung geplant. Außer „red“ moderieren Carpendale, Viviane Geppert, Rebecca Mir und Thore Schölermann auch das tägliche Boulevardmagazin „taff“. Für dieses TV-Format wurden bisher keine Veränderungen bekannt gegeben.

Foto: ProSieben/Benjamin Kis

tiefe Inhalte für Marken wie *merkur.de*, *fr.de* oder *Buzzfeed News Deutschland*. Merholz war bis 2020 verantwortliche Redakteurin für Politik und Wirtschaft bei *Bild*. Nach zwei Jahren in der strategischen Kommunikation der CSU im Bundestag wechselte sie 2022 zu Ippen Digital.



Foto: Thomas Jäger

**Daniel Ober** ist bei der Mediengruppe Bayern vom Leiter der Online-Redaktion zum Mitglied der Chefredaktion befördert worden. Nach dem Abitur 2011 hatte er bei der zur Mediengruppe gehörenden *Passauer Neuen Presse* als Praktikant angefangen.

**Alexander Rösner** (55) ist neuer Chefredakteur vom Pay-TV-Sender *Sky*. Bei seinem vorherigen Arbeitgeber *ProSiebenSat.1* war der „ran“-Chef maßgeblich für die Berichterstattung über die NFL zuständig, deren Rechte seit dieser Saison bei RTL liegen.

**David Brandstätter** (62), Geschäftsführer der Würzburger Mediengrup-

pe Main-Post, will sich Ende 2024 in den Ruhestand verabschieden. Seine Nachfolger – **Renate Dempfle** (59), bislang Geschäftsführerin der pd digital, und Finanzchef **Bernd Riedel** (48) – werden ihn bereits ab Januar in der Geschäftsführung unterstützen und dann ablösen.



Foto: RTL/Simon Key

**Iris Spiegelberger** (@journalist), bislang CvD-Redakteurin und Volo-Betreuerin bei der *SZ*, arbeitet seit Oktober für das Magazin *Stern*, um dort digitale Formate mit Schwerpunkt Auslandsberichterstattung voranzutreiben. Die Betreuung der *SZ*-Volontäre übernimmt Wissen-Redakteur **Felix Hütten**.

**Carsten Fiedler** (@carsten\_fiedler), derzeit Chefredakteur des *Kölnischer Stadt-Anzeiger* und gebürtiger Rheinländer (Jg. 1969), zieht es nach München: Er wird im November Teil einer neuen Chefredaktion für die Digitalmarken der Burda-Tochter *BurdaForward* unter Vorsitz von *Focus Online*-Chef Florian Festl. Er soll

auch die neue Klima-Marke „Focus Online Earth“ verantworten.

**Maria Sandoval** (57), zuletzt Chefredakteurin unter anderem von *Lisa* und *Frau im Trend*, verlässt im gegenseitigen Vernehmen den Burda Verlag. Im Frühjahr hatte im Zuge der Fusion der Women & Entertainment Redaktionen Kai Winckler als Chefredakteur die Verantwortung für das Gesamtportfolio dieses Bereichs übernommen. Auch **Anke Krohmer** (51), Chefredakteurin unter anderem von *Lust auf Genuss*, arbeitet nicht mehr für Burda.

**Nina Bovensiepen** (@NinBov) hat überraschend die *Süddeutsche Zeitung* und den Journalismus verlassen. Die studierte Betriebswirtin, 51, ist jetzt Geschäftsführerin der Beratungsagentur Urkern in München. Für die *SZ* arbeitete sie mehr als 20 Jahre als Wirtschaftsjournalistin und Investigativ-Reporterin. Von 2013 bis 2020 leitete sie „München, Region und Bayern“.

**Diana Schardt** (52), Sprecherin für die Seven.One Entertainment Group, geht Ende Oktober auf eigenen Wunsch von Bord. Ihre Karriere beim Medienkonzern begann 1995 als PR-Volontärin bei *ProSieben*. Sie zählt zu den am besten vernetzten Kommunikationsprofis in der Branche.

**Till Krause** (@tillkrause) hat das *SZ-Magazin* nach 13 Jahren für eine Professur an der Hochschule Landshut verlassen. Der 43-jährige Journalist soll dort ab dem Wintersemester den Bachelor-Studiengang „Neue Medien und interkulturelle Kommunikation“ weiterentwickeln.

**Alexander Graf von Schmettow**, zuletzt Kommunikationsleiter des BDZV, arbeitet jetzt für die Strategie- und Kommunikationsberatung *Christ&Company Consulting*. Der ausgebildete Redakteur und PR-Fachwirt war von 2004 bis 2007 Pressesprecher beim BJV. *Senta Krasser*

# Zeigen, was ist: Tier- und Menschenleid

Wie Journalist\*innen sinnvoll über Krisen informieren können

Von Thomas Mrazek

## +++ Video mit Inhaltswarning

Obgleich ich keinen speziellen Zugang zum Aschaffener *Main-Echo* und dessen Region habe, lese ich gerne deren „Newsletter der Chefredaktion“, der von Montag bis Freitag am Nachmittag erscheint. Mir gefällt die Tonalität, die offene Art und Weise wie die Kollegen dort ihr Handeln schildern und reflektieren. Anfang August lobte Chefredakteur Martin Schwarzkopf „die beeindruckende Recherche, die mein Kollege Torsten Maier, meine Kollegin Manuela Klebing und unser Redaktionsteam rund um die Schlacht-Skandale in Aschaffenburg und im Kreis Miltenberg in vielen Beiträgen in den vergangenen Tagen und Wochen umgesetzt“ hätten. Sie zeige die bittere Realität in einer Branche, vor der wir alle zu oft die Augen verschlossen. In der Redaktion sei intensiv diskutiert worden, ob man zugespieltes Filmmaterial zeigen solle, das übelste Vergehen gegen Tiere zeige, beschreibt Schwarzkopf die ethische Herausforderung für seine Mitarbeiter\*innen.

Man entschied sich dafür, ein von der Organisation „SOKO Tierschutz“ stammendes Video in voller Länge (rund 15 Minuten) auf der eigenen Website zu zeigen. Online-Redakteur Volker Dohr trägt im Vorspann eine Einordnung vor. Der Film enthält den Hinweis: „Für die nachfolgenden Szenen gilt eine Inhaltswarning. Sie zeigen extreme Gewalt gegen Tiere.“ Der Text des 39-Jährigen könnte auch als Beispiel in einem Werk für journalistische Ethik erscheinen. Für die Redaktion sei es zunächst die Frage gewesen, „welchen Mehrwert so ein Video hat und ob es nicht Voyeurismus bedient“, erzählt Dohr im Gespräch mit dem *BJVreport*. Es sei klar gewesen, dass man den Film nur mit einer Einordnung vorab veröffentlichen könne, „was ja auch unser Job als Journalisten ist“. Die Nutzer\*innen reagierten laut Dohr fast ausschließlich positiv: „Man findet den Schritt mutig und dankt uns dafür, dass wir das Material eben nicht zurückgehalten haben.“ Zeigen, was ist, kann also in angemessener Dosis den Journalismus unterstützen.



Wie viel Gewalt und Grausamkeit kann man den Leser\*innen im Bild zumuten? Darüber diskutierte man beim *Main-Echo*, nachdem die Organisation „Soko Tierschutz“ der Redaktion Bildmaterial zugespielt hatte.

Foto: Screenshot aus dem Film von „Soko Tierschutz“

Dohr interessiert sich persönlich für Belange des Tierschutzes. Beim *Main-Echo* betreibt er seit November 2022 „Gute Tiere, schlechte Tiere? – Der Tierheim-Podcast“. Das Angebot komme sehr gut an. Das freut auch die Betreiber des dortigen Tierheims, das die Zeitung über Neuzugänge informiert und in fachlichen Fragen unterstützt. „Die Idee war, dass wir journalistische Kompetenz mit thematischer Fachkenntnis verbinden und das Ganze idealerweise auch unterhaltend gestalten“, sagt Dohr. Offenbar habe man da „eine Nische ganz gut besetzt“. Vielleicht als einziges Medium boten die Aschaffener im bayerischen Landtagswahlkampf ausführliche Gespräche mit Politiker\*innen zum Thema Tierschutz an. Dass ihm die Themen für den Podcast ausgehen könnten, erwartet Dohr nicht: „Aktuell haben wir noch Material für locker 20 weitere Folgen. Und es passiert ja auch in der Politik immer wieder was – siehe Wolf, Haltung von Nutztieren und vieles mehr.“

[main-echo.de/newsletter](https://main-echo.de/newsletter)  
[tinyurl.com/schlachthof-dossier](https://tinyurl.com/schlachthof-dossier)  
[tinyurl.com/video-schlachthof](https://tinyurl.com/video-schlachthof)  
[tinyurl.com/tierheim-podcast](https://tinyurl.com/tierheim-podcast)

## +++ Ronzheimer

„Zeigen, was ist“, steht auch ganz oben auf der Agenda in der Berichterstattung über den Ukraine-Krieg. Einen guten Hinweis dafür

lieferte beim Onlinemagazin *Übermedien* Frederik von Castell (@FvCastell) mit seinem Kommentar „Neuer Springer-Podcast: Ronzwashing auf die Ohren“. Seit August produziert der stellvertretende *Bild*-Chefredakteur Paul Ronzheimer (@ronzheimer) für seine Zeitung einen wöchentlichen Podcast: „Ronzheimer“. In der Podcast-Biografie heißt es dazu: „Journalist und Kriegsreporter Paul Ronzheimer (...) berichtet aus allen Kriegs- und Krisenregionen der Welt, trifft Politiker, Soldaten und Widerstandskämpfer. Er ist so nah dran wie kaum jemand sonst – und wurde dafür als Journalist des Jahres 2022 ausgezeichnet.“ Und es handelt sich nicht um Ballyhoo; die bis zu 50 Minuten langen Folgen sind äußerst informativ, Ronzheimer berichtet so intensiv wie kein anderer über diesen Krieg. Ohne von Castells kritische Auseinandersetzung mit diesem Angebot hätte mich der „Springer“-Podcast in meiner eigenen Filterblase wohl nicht erreicht. Zwei Mal „Zeigen, was ist“ vom Besten!

[ronzheimer.podigee.io](https://ronzheimer.podigee.io)

## +++ Schön und todtraurig

„Zeigen, was ist“ kann auch subtilere Töne bedeuten. Seit März 2022 dokumentiert das *SZ Magazin* wöchentlich das Leben abseits der Front in der Ukraine: „In unserer Fotorubrik zeigen wir, wie die Gewalt den Alltag der Menschen beeinflusst – und welche kleinen Anflüge von Normalität es zwischendurch gelegentlich gibt“. Ukrainische Kolleg\*innen sorgen für die Fotos, *SZ Magazin*-Autor\*innen schreiben kurze Texte dazu. Sagen, was ist: Diese schöne, aber manchmal auch todtraurige Serie fesselt und man hofft, dass sie bald obsolet sein möge. Ein feiner Zug des *SZ*-Verlags, dass die Impressionen in der Rubrik „Leben und Gesellschaft“ kostenlos zugänglich sind und viele Online-Nutzer\*innen teilhaben können.

[tinyurl.com/bilder-aus-dem-krieg](https://tinyurl.com/bilder-aus-dem-krieg)

# „Da muss die Politik genauer hinschauen“

Bei der „Woche der Medienpolitik“ kamen viele brisante Themen zur Sprache

Von Michaela Schneider

Fünf digitale medienpolitische Stunden, organisiert von den fünf Bezirksverbänden: Vor der bayerischen Landtagswahl hatte es der BJV in einer groß angelegten Aktion geschafft, sich öffentlich mit insgesamt 20 Politiker\*innen verschiedener Parteien auszutauschen. Die Organisation stemmten die Bezirksverbände; die Initiative zur Aktion ging vom BJV-Vorsitzenden Harald Stocker aus. Er diskutierte in sämtlichen Talkrunden als Verbandsvertreter mit, um die Sorgen und Nöte von Journalist\*innen in den Landtag zu tragen.

*Warum war es Dir wichtig, im Vorfeld der Landtagswahl über die Bezirksverbände Politiker\*innen bayernweit zu erreichen?*

**Harald Stocker:** Mir ist schon länger aufgefallen, dass der Kreis der versierten Medienpolitiker\*innen sehr klein ist. Deshalb fragte ich mich: Wie können wir über diese Hand voll Politiker hinaus Menschen im Landtag erreichen und sie mit wichtigen medienpolitischen Fragen der Zeit konfrontieren, unsere Sicht der Dinge inklusive? So entstand die Idee: Wir gehen in die Fläche und organisieren einen medienpolitischen Austausch über die Bezirksverbände.

*Wie fit waren die Politiker\*innen in Sachen Medienpolitik in den Gesprächsrunden?*

Sie waren nach der Aktion wesentlich fitter als vorher. Das hatte auch mit unserer Vorleistung zu tun. Wir haben Handouts erstellt für alle Panel. Wir haben angeboten, die Themen im Vorfeld durchzusprechen. Zusätzlich haben die Mitarbeiter der Talkgäste diese nochmal recherchiert, unter anderem um sie bezogen auf die jeweilige Haltung der Partei zu briefen. Mein Eindruck war: Die Politikerinnen und Politiker kamen fast alle sehr gut vorbereitet in die Talkrunden hinein, um zu diskutieren, um sich vielleicht ein bisschen in die Wolle zu kriegen mit dem politischen Gegner, um sich aber auch unsere Sicht der Dinge anzuhören.

*Ein aktuelles Thema in den Talkrunden war der Schutz von Berufsheimnisträgern ...*



Harald Stocker

Foto: Thomas Geiger

Wir hatten hier zuvor die Situation, dass ein Pressetelefon der „Letzten Generation“ abgehört wurde. Als BJV hatten wir dagegen heftig protestiert. Zudem hatten sich betroffene BJV-Mitglieder gemeldet und Rechtsschutz beantragt, wir lassen den Vorfall nun rechtlich prüfen. Vor allem in den ersten drei Panels haben wir intensiv die Haltung der Politiker\*innen zu den Vorgängen abgefragt. Es war zu spüren, dass bei der CSU, den Freien Wählern und Teilen der FDP die Befürchtung besteht, man könne nicht ausreichend gegen Kriminalität vorgehen, wenn der Schutz von Journalist\*innen zu ausgeprägt ist. Auf der anderen Seite war den Grünen, der SPD und anderen Teilen der FDP höchst unwohl bei den Vorgängen. Denn: Wer wird noch Journalist\*innen Informationen liefern und Missstände benennen, wenn die Sorge besteht, dabei abgehört zu werden?

*Auch die Presseförderung wurde diskutiert. Wie steht der Verband dazu?*

Als BJV glauben wir, dass man Verlage, die durch guten Journalismus in der Daseinsvorsorge aktiv sind, unterstützen sollte. Auch die lokalen und regionalen Rundfunksender werden ja

in der technischen Verbreitung gefördert und bekommen eine Programmförderung für einzelne Angebote. Im Koalitionsvertrag war eine Presseförderung angedacht als eine Zustellförderung für die Zeitungsträger, denn sie ließe sich staatsfern gut organisieren. Umgesetzt ist sie nicht. Beim BJV sagen wir: Eine Zustellförderung würde die Förderung eines Mediums bedeuten, das rückläufig ist, nämlich Papier. Wir schauen darauf kritisch, weil Inhalte und digitale Auspielwege keine Rolle spielen würden. Aber wir sagen: Erstmal besser eine Zustellförderung als gar keine Förderung. Besser wäre aus unserer Sicht eine Presseförderung über ein Stiftungsmodell. Es würde Staatsferne gewährleisten und man könnte Inhalte fördern. Diese Ideen allerdings sind in der Politik noch nicht angekommen. Hier muss auch der Verlegerverband aufwachen und eine vernünftige, zukunftsgerichtete Diskussion anstoßen. Wenn ich stattdessen, weil ich selbst schrumpfe, verlange, dass auch die Öffentlich-Rechtlichen schrumpfen, nimmt dies demokratiegefährdende Ausmaße an. Wie viel Journalismus haben wir dann in 20 Jahren noch?

*An welchen Stellschrauben kann sonst noch politisch gedreht werden, um einer weiteren Medienkonzentration entgegenzuwirken?*

Es geht auch um die Frage, ob das Kartellamt Fusionen von Verlagen in Zukunft besser prüfen sollte. Das Problem ist: Das Kartellamt prüft diese auf Basis einer rein wirtschaftlichen Marktbeherrschung. Hier sollte man in Zukunft aber auch die Meinungsmacht im Blick haben.

*Welche Botschaft war Dir mit Blick aufs duale Rundfunksystem wichtig?*

Die Einnahmen privater Anbieter sind rückläufig, unter anderem weil Werbeumsätze sinken. Zusätzliche Konkurrenz entsteht, weil Verlage zunehmend auch Bewegtbilder anbieten. Hier wird nun die Forderung laut, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zurückzubauen, quasi um eine Angleichung zu erreichen. Als BJV haben wir eine andere Sicht auf die Dinge.

Wir wollen nicht, dass man den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zurückbaut, sondern dass man die private Wirtschaft stärkt, so dass sie wieder gleichziehen kann.

*DAB+ kam zur Sprache, das hört sich technisch an. Warum reicht das Thema weiter?*

DAB+ ist eingeführt, nahezu alle Radiosender sind in Bayern inzwischen digital empfangbar. Allerdings konsumieren die meisten Menschen Hörfunk noch über UKW. Das will man nun abschalten, weil die Frequenzen gebraucht werden. Das Problem dabei ist: Die Herangehensweise in den Bundesländern ist unterschiedlich und bayerische Angebote könnten Schaden nehmen, wenn zum Beispiel Bayern UKW früher abschalten würde als Hessen und die Hessen dann nach Bayern reinstrahlen würden. Das könnte sich auf private Anbieter verheerend auswirken.

*In einem Panel ging es zudem ums Personalvertretungsgesetz. Das Thema betrifft einen Teil der Mitarbeiter des Bayerischen Rundfunk. Warum fordert der BJV eine Änderung?*

Wir haben in Bayern die Situation, dass feste freie Mitarbeiter\*innen beim BR den Personalrat nicht aktiv und passiv wählen können. Stattdessen haben sie eine Freien-Vertretung, die aber in ihren Befugnissen dem Personalrat nicht gleichgestellt ist. Darin sehen wir ein arbeitsrechtliches Versäumnis. Will man dies ändern, müsste man das Personalvertretungsgesetz ändern, dies fordern wir seit langer Zeit.

*Vor allem mit Blick auf ein Informationsfreiheitsgesetz herrschte große Einigkeit, dass dieses endlich auch in Bayern umgesetzt werden sollte. Selbst CSU-Politiker sprachen sich in den Runden dafür aus, obwohl die Partei ein IFG seit Jahren verhindert ...*

Wir hatten bei den Panels tatsächlich zwei CSU-Politiker, die ein Informationsfreiheitsgesetz für Bayern wünschen. Das ist einmal der ehemalige Landtagsabgeordnete, Parteivorsitzende und Finanzminister Erwin Huber, und zum anderen war es der unterfränkische Landrat Thomas Habermann. Gleichwohl verteidigten erwartungsgemäß die übrigen CSU-Politiker, die dem Landtag noch – anders als die Beiden – angehören, die Herangehensweise der Staatsregierung. Sie verwiesen darauf, dass sie hier und da und dort in verschiedenen Gesetzen und Verordnungen ausreichend Möglichkeiten geschaffen hätten, so dass Informationen

eingefordert werden können. Wir sind aber als BJV der Meinung, dass ein Informationsfreiheitsgesetz deutlich weiterreicht, zumal fast alle anderen Bundesländer ein IFG haben. Viereinhalb Parteien haben sich bei den Panels nun für ein IFG in Bayern eingesetzt: Grüne, Freie Wähler, SPD, FDP und Teile der CSU.

*Viereinhalb Parteien klingt an sich gut. Wie wird der BJV weiter vorgehen?*

Wir warten jetzt erstmal ab, bis die neue Landesregierung im Arbeitsmodus ist. Dann werden wir das Thema erneut in aller Ruhe auf verschiedenen Kanälen ansprechen. Steter Tropfen höhlt den Stein. Und: Mitte Oktober habe ich aller Voraussicht nach meinen offiziellen Antrittsbesuch beim neu gewählten Ministerpräsidenten. Auch hier will ich auf das Thema IFG eingehen. Ich persönlich glaube, dass die CSU weiß, dass ein IFG in die heutige Zeit einfach hineingehört. Das Problem ist, dass die Opposition es seit 20 Jahren forciert. Scherzhaft meinte ich deshalb bei einem der Panel: Eigentlich bräuhete die CSU nur einen neuen Namen für das Gesetz und einen Anlass, der es so anschauen ließe, als käme die Idee von ihr.

*Auch um die künftige Rolle der Künstlichen Intelligenz im Journalismus ging es bei den Talkrunden. Warum ist dies ein politisches Thema?*

KI beschäftigt die Politik derzeit genauso wie uns. Wir als Journalisten-Verband sind keinesfalls zukunfts- oder technologiefeindlich. KI wird in unserem Beruf eine zentrale Rolle spielen, das steht außer Frage. Aber sich auf KI-Recherchen bei Inhalten zu verlassen oder ganze Artikel generieren zu lassen, sehen wir kritisch. Diese Tools sind nicht verlässlich. Wenn dann doch Texte per KI erstellt werden, muss dies für die Menschen ersichtlich sein, Stichwort Kennzeichnungspflicht.

*Was hat Dich bei den Panels überrascht?*

Sehr positiv überrascht hat mich, wie gut die Politikerinnen und Politiker durch die Bank vorbereitet waren. Die Anzahl der Menschen im Landtag ist größer geworden, die mit medienpolitischen Themen anspruchsvoll konfrontiert wurden. Und überrascht hat mich zum Beispiel auch, wie kritisch Erwin Huber die Fusion von Verlagen in Niederbayern und den dortigen Verlust an Vielfalt sieht. Ähnliches gilt für Alexander Muthmann, ehemals Landrat in Niederbayern, der 2008 für die FDP in den Landtag eingezogen ist. Er hatte seinerzeit als

Politiker an der eigenen Haut erfahren, wie es ist, in einer Region Politik machen zu müssen, in der es kaum noch Vielfalt gibt.

*Bei welchen medienpolitischen Aspekten braucht es noch deutlich mehr Aufklärung?*

Zum Beispiel haben wir über das Zusammenspiel von den sozialen Netzwerken und der privaten Medienwirtschaft gesprochen. Wir haben herausgefunden, dass von Telegram, YouTube und Co. – anders als von Verlagen – so gut wie keine Beiträge an die Künstlersozialkasse gezahlt werden. Wir sagen: Da muss die Politik genauer hinschauen. Allerdings war hier das Wissen um die wirtschaftliche Benachteiligung der regionalen Verlage unter den Politiker\*innen wenig ausgeprägt.

*Wie geht es jetzt, nach der Woche der Medienpolitik, weiter?*

Nach der Woche der Medienpolitik ist vor der Woche der Medienpolitik. Sie hat viel Arbeit bereitet, aber wir konnten richtig viel bewegen. Gleichzeitig haben wir so viel gelernt, dass wir beschlossen haben, damit weiterzumachen. Nächstes Jahr ist Europawahl und auch auf europäischer Ebene betreffen uns wichtige Themen: der European Free Media Act etwa, die Urheberrechtsgesetzgebung, die Regulierung der sozialen Netzwerke. Die ersten Gespräche auf europäischer Ebene werden bereits Anfang Oktober stattfinden, wenn wir als BJV wieder in Straßburg sind. Ausgespielt wird die nächste Woche der Medienpolitik dann im Vorfeld der Europawahl im Frühsommer 2024. 2025 ist dann Bundestagswahl; 2026 sind Kommunalwahlen in Bayern. Wir haben auch weiterhin gut zu tun.

### Woche der Medienpolitik

BJV-Mitglieder konnten sich live zu den fünf medienpolitischen Stunden in den BJV-Bezirken zuschalten. Sämtliche Veranstaltungen wurden außerdem aufgezeichnet. Zwei Wochen vor der Wahl, ab 22. September, wurde dann jeden Tag ein Videopanel auf YouTube hochgeladen, mit der BJV-Website verlinkt und intensiv in den Sozialen Medien beworben. Außerdem wurden zu sämtlichen Panels Transkripte verfasst, um BJV-Mitgliedern wie auch Medienvertretern im Allgemeinen eine gezielte Stichwortsuche zu ermöglichen. Die „Woche der Medienpolitik“ online: [www.bjv.de/medienpolitik2023](http://www.bjv.de/medienpolitik2023)

Foto: Stephan Spangenberg



**Verena Osgyan**

Bündnis90/Die Grünen, MdL, Nürnberg

„Ich bin ganz klar dafür, dass das Kartellamt weitere Fusionen bayerischer Verlage kritischer prüft. (...) Anzustreben ist es, im Moment haben wir aber, glaube ich, die Rechtsgrundlage nicht. (...) Das Problem ist, dass das Kartellamt eigentlich dafür zuständig ist, ökonomische Kennzahlen zu prüfen. Publizistische Schwellenwerte und Konzentrationen können momentan nicht abgebildet werden. Das heißt, man müsste dem Kartellamt die entsprechenden Grundlagen zuweisen, um so eine Prüfung durchführen zu können.“

Foto: Alicia Wach



**Markus Rinderspacher**

SPD, MdL, München, Journalist

„Die SPD hat in den letzten Jahren immer wieder eigene Gesetzesentwürfe für ein Informationsfreiheitsgesetz in den Bayerischen Landtag eingebracht. (...) Im Moment ist es leider so, dass Bürgerinnen und Bürger nur Bittsteller sind ohne Rechte. Wenn es beispielsweise um die Frage geht, wie es um die Wasserqualität des Sees nebenan steht, kann die Behörde Auskunft geben, sie muss es aber nicht. Und gerade Journalistinnen und Journalisten werden dann immer wieder abgespeist.“

Foto: Christian Kaufmann



**Barbara Regitz**

CSU, MdL, Nürnberg

„Ein Gesetz sollte immer einen gewissen Mehrwert für den Bürger darstellen. Und wir haben ja genügend Gesetze, vor allen Dingen das Datenschutzgesetz, wo festgelegt ist, (...) welche Mitwirkungsmöglichkeiten für Bürgerinnen und Bürger möglich sind (...) und unter welchen Möglichkeiten oder Bedingungen überhaupt Informationen verweigert werden könnten. Das ist entsprechend reguliert, sodass ich der Meinung bin (...): Ein weiteres Landesgesetz brauchen wir in diesem Bereich nicht.“ (zur Diskussion um ein Informationsfreiheitsgesetz)

Foto: Sieglinde Eidenschink



**Dr. Simon Haas**

Freie Wähler, Bürgermeister Haselbach

„Das Thema Zustellförderung hat einen gewissen Charme (...) Selektiv ein bestimmtes Medium zu fördern: Auf die Ebene kann sich die Politik, glaube ich, nicht begeben. (...) Die Frage, welches Verbreitungsgebiet ein Verlag abdeckt, ist für den einzelnen Zeitungskonsumenten gar nicht so relevant. Für die allermeisten Menschen hat es in Niederbayern schon in den letzten Jahrzehnten immer nur eine Zeitung gegeben. Ob das jetzt die *Mittelbayerische* war oder das *Straubinger Tagblatt* oder die *Passauer Neue Presse*.“

## Woche der Medienpolitik

20 Köpfe, 20 Meinungen: Der BJV suchte vor der Landtagswahl den intensiven Austausch

Foto: Jannik Iürß



**Thomas Hacker**

FDP, MdB, Medienpolitischer Fraktionssprecher, Bayreuth

„Es muss sichergestellt werden, dass der öffentlich rechtliche Rundfunk nicht übergriffig wird und sich immer weiter ausdehnt, wozu er aber neigt. Deswegen müssen Programme auf den Prüfstand. Deswegen müssen Strukturen auf den Prüfstand. Der öffentliche Rundfunk sollte schlanker werden, damit (...) die Beitragsstabilität erhalten (bleibt). Sparen würde ich nicht an der Kultur, uns geht es eher um die Unterhaltung.“

Foto: Christian Müller



**Sanne Kurz**

Bündnis90/Die Grünen, MdL, München, Filmemacherin

„Ich habe mich mit Händen und Füßen gewehrt, weil es mit dem dritten Medienänderungsstaatsvertrag jetzt möglich ist, dass Sendeanstalten Dinge flexibilisieren, dass sie Dinge abschaffen. (...) Meiner Meinung nach macht sich die Politik einen etwas schlankeren Fuß, weil man die Verantwortung für den Auftrag, der bisher ganz klar geregelt war (...), ein bisschen an die Landesrundfunkanstalten abschiebt.“

Foto: Rolf Poss



**Erwin Huber**

CSU, Präsident der Bayerischen Akademie für Fernsehen und Digitale Medien, München

„Neben dem allgemeinem Grundrechtsschutz brauchen wir einen speziellen Schutz für Berufsgeheimnisse. (...) Ich persönlich meine, nachdem man gemerkt hatte, es sind Gespräche mit Journalisten, hätte man diese Abhörung beenden müssen.“ (Anmerkung der Redaktion: Es geht um die Abhörung des Pressetelefons der Letzten Generation)

Foto: Tobias Hase



**Prof. Dr. Michael Piazolo**

Freie Wähler, MdL, München, Bayerischer Staatsminister für Unterricht und Kultus

„Gerade in den letzten Jahren haben wir doch gemerkt, was wir am öffentlich-rechtlichen Rundfunk haben. Deshalb gilt es, dieses hohe Gut zu bewahren. Auf der anderen Seite (...) ist die Gebührenschaube natürlich nicht endlos. Insofern geht es schon darum, auch jetzt bei den Verhandlungen deutlich zu machen: Wo sind Sparpotenziale? Und wie kann man diese entsprechend realisieren?“

Foto: Sabine Reidinger



**Alex Dorow**

CSU, MdL, Landsberg am Lech, Journalist

„Aus unserer Sicht gehört zur Wahrheit dazu: Ein absoluter Schutz von Berufsheimnisträgern – auch von Journalistinnen und Journalisten – lässt sich nicht begründen. Denn mit dem absoluten Schutz von Berufsheimnisträgern vor Maßnahmen der Gefahrenabwehr würde aus unserer Sicht eine besonders starke Einschränkung der Gefahrenabwehr einhergehen.“

Foto: David Halbritter



**Max Deisenhofer**

Bündnis 90/Die Grünen, MdL, Bobingen

„Was (...) guttun würde, wäre, wenn wir die Aufsichtsgremien, die man bei uns in Bayern hat – ob es jetzt der Medienrat oder der Rundfunkrat ist – ein bisschen aktualisieren und gesellschaftliche Gruppen mitaufnehmen würde, die in dem Maße dort bis jetzt nicht vertreten sind. Das würde dem ganzen Medienbetrieb guttun.“

Foto: Christian Kaufmann



**Erhard Grundl**

Bündnis90/Die Grünen, MdB, Kulturpolitischer Sprecher, Straubing

„Ich glaube, es ist sehr kurz gesprungen, wenn man jetzt sagt, es müssen alle ins Digitale wechseln. Ich glaube, die gedruckte Zeitung hat einen hohen Stellenwert für ganz viele Menschen. Sie können wir nicht einfach von der Information abschneiden. (...) Es wird eine Presseförderung geben. Bei der Zustellförderung, glaube ich, werden wir uns nicht einig werden.“

Foto: Maximilian König



**Ruth Müller**

SPD, MdL, bayerische Generalsekretärin, Landshut

„Es geht überhaupt nicht, dass man Journalisten abhört; dass hier eingegriffen wird in ein Grundrecht. (...) Und ich glaube, dass man vielleicht einmal darüber nachdenken muss, hier so etwas wie ein Verbandsklagerecht für Journalisten auf den Weg zu bringen, um einfach deutlich zu machen: Wir stehen auf der Seite der freien Presse.“

Foto: Andrea Bauer



**Alexander Muthmann**

FDP, MdL, Grafenau

„Man kann heute jede Zeitung online lesen. (...) Ich meine, dass man dafür werben muss, dass sich dies weiter verbreitet. (...) Da allein auf analog zu setzen – es wird über eine Zustellförderung gesprochen – ist eine rückwärtsgewandte Debatte.“

Foto: Susanne Moelle



**Alexander Hold**

Freie Wähler, MdL, Kempten

„Mit Sicherheit hat der Staat die große Aufgabe, die Unabhängigkeit aller Medienschaffenden und ihre Möglichkeit, uneingeschränkt zu arbeiten, massiv zu schützen. Wenn dort Verletzungen stattfinden, dann ist dies sehr konsequent zu verfolgen und zu ahnden.“

Foto: Petra Merletti

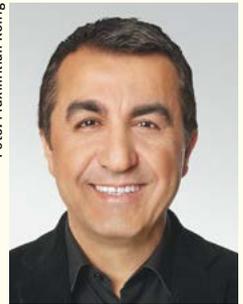


**Felix von Zobel**

Freie Wähler, Landtagskandidat, Ochsenfurt

„Ich muss mir an die eigene Nase fassen. Selbstverständlich will ich mich dafür einsetzen, dass so ein Gesetz (Anmerkung der Redaktion: ein Informationsfreiheitsgesetz) kommt. Jeder Mensch hat ein Anrecht auf Information.“

Foto: Maximilian König



**Arif Taşdelen**

SPD, MdL, Nürnberg

„Die Leserin oder der Konsument muss wissen: Ist das jetzt ein Journalist oder eine Journalistin, die das macht und die das recherchiert? Oder ist es Künstliche Intelligenz? (...) Das muss auf alle Fälle gekennzeichnet sein.“

Foto: Felix Halbich



**Martina Fehlner**

SPD, MdL, Aschaffenburg, Moderatorin

„Auch die Verlage stehen unter wirtschaftlichem Druck. (...) Es geht um unsere Demokratie. (...) Der Anspruch muss schon noch sein, die Menschen mit regionalen Nachrichten zu versorgen. (...) Man muss für eine Förderung offen sein. (...) Da muss man vielleicht auch kreativ sein.“

Foto: Ralf Mausolf



**Thomas Habermann**

CSU, Landrat im Landkreis Rhön-Grabfeld, Mitglied im Rundfunkrat des Bayerischen Rundfunk

„Ohne entsprechende Informationsfreiheit gibt es keinen Qualitätsjournalismus. (...) Wenn das von Seiten der CSU gebremst wird, kann ich klar sagen: Ich bin da anderer Meinung. (...) Ich sag's dem Markus Söder, ich verspreche es Ihnen.“

Foto: Stephan M., Prager



**Kerstin Celina**

Bündnis 90/Die Grünen, MdL, Würzburg

„Wir stehen voll und ganz hinter dem dualen System. (...) Es ist wichtig, dass wir diese Beiträge (Anmerkung der Redaktion: den Rundfunkbeitrag) weiter erheben, um zu sagen: Qualitätsjournalismus kostet Geld. Eine Beitragszahlung ist auch deshalb wichtig, weil ein Beitrag eine Gegenleistung fordert. Und diese muss man transparent machen.“

Foto: Ann Solle



**Julika Sandt**

FDP, MdL, München, Journalistin

„Im Übrigen sehe ich auch als Abgeordnete, dass die Staatsregierung zum Teil sehr wenig Interesse an Transparenz hat. Beispielsweise ist jede unserer Ausschusssitzungen technisch eigentlich digital zugänglich. Die ganzen Mitarbeiter der Ministerien sind zugeschaltet. Aber die Öffentlichkeit will man nicht zuschalten.“

# Zugriff am Onlinebuffet

Die Zukunft des Journalismus liegt für junge Leute zwischen Tiervideos und TikTok-Tänzen. Sie liegt zwischen WhatsApp und Maps: auf dem Smartphone. Swipe.

*Von Yannick Hupfer*



**F**ast 64 Stunden sind Jugendliche zwischen 16 und 18 Jahren pro Woche im Internet. Das besagt eine aktuelle Studie der Postbank. Das Smartphone sei dabei das beliebteste Gerät für die Nutzung. Das bestätigt auch Kommunikationswissenschaftler Maximilian Eder von der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU): „Das wichtigste Endgerät ist das Smartphone.“ Schon jetzt greifen junge Konsument\*innen am Online-Buffer zu: News auf Instagram, Lokales auf der Homepage, Politik in der App. Und zum Nachtschlaf Netflix. Ihr Konsum liegt meist im Digitalen, doch vor allem konsumieren sie viel Bewegtbild. Egal ob Kurzvideos auf Instagram und Tiktok oder längere Reportagen in Mediatheken: User\*innen klicken, was sich bewegt. „Wir sehen, dass es einen Trend zum Bewegtbild gibt“, sagt Eder. Formate wie die „news WG“ des *Bayrischen Rundfunk* sind in den Socials längst etabliert und haben hohe Reichweite. Sie setzen bewusst auf Nachrichten für junge Menschen – und oft eben auch auf Hosts, die sie erklären. Swipe.

Und dieser Video-Trend ist längst auch im Lokalen angekommen. 2020 drückte sie noch die Uni-Bank, heute drückt sie sich mit Jahresplanung rum und führt ein Team von sechs Mitarbeiter\*innen: Sandra Gräß. In diesem Sommer hat sie beim Bamberger News-Portal *infranken.de* die Leitung für Video und Audio übernommen. Für die Website produzieren sie und ihr Team Content verschiedenster Art: „Die User finden alles auf unserem Portal in unterschiedlichsten Formen.“ Sie drehen Videos in der Region, machen Podcasts und schreiben Texte. Alle Nutzer\*innen sollen einen Themen-Mix finden – bunt aufbereitet. Die Zielgruppe ist dabei zwar nicht so jung wie auf Tiktok, sei dafür aber auch deutlich jünger als bei der Zeitung.

### Trend zum „News-Influencer“

Klar ist für Gräß auch eins: „In Zukunft wird Video noch wichtiger.“ Die Aufmerksamkeitsspanne entwickelt sich jedoch immer weiter nach unten: „Vor ein paar Jahren ging ein Video noch drei Minuten, jetzt schaut sich keiner mehr ein Video an, das länger geht als 1:30.“ Eine journalistische Herausforderung: Alle Infos müssen für ein junges Publikum unterhaltend, schnell, aber auch faktisch richtig aufbereitet werden. Bei der Entwicklung neuer Formate und Ideen plädiert Gräß für Offenheit und Ernsthaftigkeit. Es geht darum „sich trauen zu scheitern“.

Doch: Wie das alles, wenn Medien immer mehr auf Geld schauen müssen? Eine Hilfe könnte laut Gräß Künstliche Intelligenz sein, die es vereinfacht, zielgerichteten Videocontent für junge Menschen zu erstel-

len – und das mit möglichst wenig Aufwand. Schon heute helfen ihnen Tools zum Beispiel bei der Transkription von Videos. „KI wird die Redaktionen fundamental und tiefgründig verändern“, prophezeit auch Wissenschaftler Maximilian Eder. Sie könne Arbeitsentlastung schaffen und dazu beitragen, Content auf eine spezifische Zielgruppe hin zu optimieren. Und da sieht er in Zukunft den Trend zum „News-Influencer“: herausstechende Persönlichkeiten mit zielgruppenorientierten Formaten, die Informationen vermitteln. Schon heute sehen wir das bei vielen Formaten, die auf starke Persönlichkeiten bauen – wie im öffentlich-rechtlichen Content-Netzwerk „funk“. „Die neuen Generationen folgen eher Personen, als Zeitungen oder Genres“, stellt Sabrina Harper vom Media Lab Bayern fest. Dabei sei ihnen eine klare, transparente Positionierung wichtig. Swipe.

### „Nachrichten sind oft zu kompliziert.“

Sabrina Harper, Media Lab Bayern

Harper ist Teil der Initiative „Usethenews“, die analysiert, wie junge Menschen Nachrichten konsumieren. Eine Erkenntnis: Gesichter und Autoren werden immer wichtiger. Und: „Nachrichten

sind oft zu kompliziert.“ Macher\*innen setzen Fremdwörter und Zusammenhänge voraus – und senden so an jungen Menschen vorbei. Vielmehr wollen sie auf Augenhöhe informiert werden.

Und – das ist die gute Nachricht für die Regionalzeitungen – lokal. Das stellt auch Maximilian Eder fest: „Ein Trend ist das Hyperlokale.“ Dabei geht es also nicht mehr um eine ganze Stadt, sondern nur noch um ihre Stadtteile. Menschen interessieren sich für das, was direkt vor ihrer Haustür geschieht. Auch junge Menschen. Ausprobieren, das sei laut Eder wichtig; die Nutzer\*innen mit einbinden, mit ihnen gemeinsam Formate gestalten. Gerade junge Menschen wollen maximale Transparenz. Genau dafür ist auch das Media Lab Bayern da. „Wir unterstützen digitale Lösungen“, sagt Sabrina Harper. Junge Medienmacher\*innen und eingeleitete Redakteur\*innen können sich an sie wenden, um ihre Ideen umzusetzen. Das Media Lab unterstützt dann mit Workshops, Ansprechpartner\*innen und Fördergeld.

### Nikolas Pfeil, Master-Student an der Hochschule Ansbach, 26 Jahre

„Ich glaube, dass sich anbieterübergreifende Plattformen durchsetzen werden. Gerade auch im lokalen Bereich wird sich alles bündeln. Ich denke, Print wird auch nicht zu 100 Prozent aussterben. Es wird immer eine Zielgruppe geben, die sich auf ein konstantes Produkt verlassen will.“

Ein StartUp: Artcly. Die App bietet professionell vertonte Zeitungsartikel einiger deutscher Blätter zum monatlichen Abo-Preis. Zeitungen können so neue Zielgruppen erreichen und noch ein wenig Geld zusätzlich einnehmen. User\*innen wiederum haben die Möglichkeit, Artikel genau nach ihren Präferenzen vorgeschlagen zu bekommen. Swipe.

Und auch daran lässt sich erkennen: User\*innen möchten in Zukunft noch viel mehr maßgeschneiderter Content: Auf die Bedürfnisse und Gefühlslage in diesem Moment angepasst. Dabei spielt Audio weiterhin eine große Rolle. „Podcast ist zu einem etablierten Format geworden“, resümiert Harper vom Media Lab. Das Format war schon öfter beliebt – und hat dann keine Beachtung mehr gefunden. Doch aktuell wächst der Markt sogar noch: „Ich bin verwundert, dass die bekannten Streaminganbieter immer noch Musik als ihre erste Prio sehen und nicht den Podcastmarkt.“ Swipe.

Doch bei allen Spezialisierungen stellt sich gleichwohl die Frage, ob der Erfolg eines Mediums von Drittplattformen abhängig sein sollte. Wissenschaftler Eder sieht in Zukunft zwei Möglichkeiten, wie Nutzer\*innen Medien konsumieren. Möglichkeit eins: auf eigenen Web-Oberflächen. Oder – Möglichkeit zwei – in vielen verschiedenen sozialen Netzwerken. „Früher hat es gereicht ein soziales Netzwerk zu bespielen, heute nicht mehr“, erklärt Eder. Medien müssen in Zukunft mehrgleisig fahren. Sie müssen auf TikTok mit verschiedenen Kanälen präsent sein ebenso wie auf Instagram und möglichen neuen Plattformen: schnell anpassen, Trends mitgehen. Und das gilt auch für die eigene Homepage: Wenn Eder von einer Web-Oberfläche spricht, dann meint er Websites, die journalistische Inhalte spezifisch und personalisiert ausspielen. Und meint damit übersetzt auch, ähnlich wie Algorithmen von sozialen Netzwerken zu arbeiten.

Doch was passiert, wenn man immer und immer wieder immer und immer dieselben Inhalte vorgesetzt bekommt? „Es gibt Filterblasen, wie wir sie uns als hermetisch abgeschlossen vorstellen, nicht“, sagt Eder. Vielmehr gebe es Echokammern, die Inhalte anzeigen, die meist die eigene Meinung widerspiegeln, aber dennoch andere Inhalte zulassen: „Incidental news exposure“ nennt Eder das, wenn User\*innen auf Inhalte stoßen, obwohl sie nach etwas anderem gesucht haben, aber dennoch länger hängenbleiben. Stolperstein Nachricht. Insgesamt bewertet der Wissenschaftler die Echokammern aber kritisch: „Das ist eine Gefahr.“ Denn klar ist: Mehrheitlich bekommen User\*innen immer wieder dieselbe Meinung vorgesetzt. „Dann können wir Polarisierungseffekte sehen“, erklärt Eder. Und aus Polarisierung könnte Radikalisierung werden. Swipe.

Doch richtig gefährlich wird's auch für die Medienhäuser, wenn sie sich nicht ständig neu anpassen. Inhalte kostenlos zur Verfügung stellen, das war lange Zeit das journa-

listische Credo im Internet. Dabei sind User\*innen keineswegs grundsätzlich abgeneigt, für Inhalte zu zahlen – das zeigt die Forschung. „Die Zahlungsbereitschaft für journalistische Inhalte steigt, wenn Leser\*innen daraus einen persönlichen Mehrwert ziehen können“, erklärt Eder von der LMU. Wenn User\*innen Inhalte personalisieren können, bleiben sie auch vermehrt hängen. In Zukunft werden diese Personalisierungsoptionen laut Eder noch feiner und wichtiger – und haben gute Chancen, auch bezahlt zu werden.

Diese grundsätzliche Zahlungsbereitschaft hat auch Nikolas Pfeil festgestellt. Er ist Student an der Hochschule Ansbach und hat in seiner Masterarbeit unter anderem journalistische Abonnementmodelle untersucht. Dabei unterschied er in vier Vertriebsmöglichkeiten auf Websites: Harte Paywall; das Lesen aller Artikel kostet Geld; spielt in Deutschland eine „eher untergeordnete Rolle“. Hybride Paywall; auch hier ist das Lesen oft kostenpflichtig und User haben eine bestimmte Anzahl an Artikeln frei, die sie kostenfrei lesen können. Premium-Modell; am meisten verbreitet in Deutschland; einige Artikel sind grundsätzlich kostenfrei, Premium-Artikel kosten hingegen Geld. Und das freiwillige Modell, auf das zum Beispiel die *taz* setzt. Hier entscheiden Nutzer\*innen, ob und wie viel Geld sie dem Verlag bezahlen.

### Finanzmodell “Pay per Article”

Nach seinen Studien glaubt Pfeil aber an ein weiteres Modell, das Nutzer\*innen in Zukunft mehr Flexibilität schenken dürfte: Pay per Article. Dabei zahlen sie kein monatliches Abo, sondern nur einmalig für einen Artikel. Gepaart mit dem Premium-Modell und einer Möglichkeit zur freiwilligen Bezahlung könnte das den Journalismus in Zukunft finanziell sichern, denkt Pfeil. Denn eines ist für ihn klar: „Qualitätsjournalismus kann sich nicht ausschließlich durch Werbung finanzieren.“ Und so hat er selbst Online-Zugänge zu Lokalzeitung und überregionaler Zeitung. Dazu noch Spotify, Netflix, Sky und zahlreiche Nachrichten-Apps: „Ich werde brutal überflutet mit Push-Benachrichtigungen.“ Deshalb nimmt der Student sich einmal am Tag gezielt Zeit, um über seine favorisierten Nachrichtenportale zu scrollen und so auf dem Laufenden zu bleiben. Und was ist mit Social Media? Über X (ehemals Twitter) scrollt er hin und wieder. Instagram nutzt er nur, um mit Freunden in Kontakt zu bleiben, Nachrichten haben da für ihn nichts verloren. Und Facebook: uninteressant. In der Vielfalt liegt eben die Zukunft.



#### Der Autor

Yannick Hupfer, 24 Jahre, macht ein Volontariat in der „Galileo“-Redaktion bei *ProSiebenSat.1*. Er ist Vorstandsmitglied in der BJV-Fachgruppe Internationales.

Foto: Stefanie Zimmermann

# KI-Tools für den Alltag

Künstliche Intelligenz kann helfen, Alltagsaufgaben zu erleichtern



Foto: historisches Foto aus Bestand Familie Michel, Fotograf nicht bekannt

Vorher – nachher: Palette.fm wandelt Schwarz-Weiß-Fotos in colorierte Bilder.

## Fotos kolorieren mit Palette.fm

Schon beim Betrachten von Schwarz-Weiß-Filmen im Fernsehen kommt einem manchmal der Gedanke: Wäre das nicht toll, auch die Farben der damaligen Zeit zu sehen? Das Tool *Palette.fm* macht so etwas möglich, allerdings mit Fotos. Zum Ausprobieren ist nicht einmal eine Registrierung nötig, einfach Webseite besuchen und das Foto hochladen. Das kolorierte Ergebnis steht allerdings nur in geringer Auflösung bereit. Wer mehr will, braucht ein Abo oder zahlt pro Foto. Die Preise starten bei acht US-Cent pro Bild. Was wir aber nie wissen werden: Stimmt die Koloration? Oder hat vielleicht alles doch ganz anders ausgesehen?

## Der Klassiker: ChatGPT

Viel berichtet wurde über die KI von ChatGPT in den vergangenen Monaten. Dabei war auch allerhand Kritik – und oft kam die Frage: Kann die KI Journalismus? Nicht wirklich! Einsetzen lässt sich das Tool aber wunderbar, um kurze Infotexte verfassen zu lassen. Welche Vorteile hat ein DAB-Radio? Was ist der Unterschied zwischen LED und LCD? Wie heißen die Staatsoberhäupter Europas? Kleinere Recherchearbeiten können ohne Probleme an die KI abgegeben werden.

## ElevenLabs: Wenn die KI spricht

Dass KI Texte erzeugen kann, ist hinlänglich bekannt. Aber Texte in Audiodateien umwandeln? Für Voice-Overs oder als ganzes Hörbuch? Ja, auch das geht, zum Beispiel mit ElevenLabs. Wer das zunächst einmal testen möchte, muss nichts zahlen. Damit die Aufnahmen auch kommerziell verwendet werden dürfen, ist ein Abo (ab fünf US-Dollar pro Monat) nötig. 28 Sprachen stehen bereits zur Verfügung, verschiedene Stimmen sind möglich. Ein Test zeigt: Selbst Emotionen kann die KI per Stimme transportieren.

## Weg mit störenden Elementen per Magic Eraser

Oft stört beim noch so gelungenen Foto doch etwas. Vielleicht ist ein Gegenstand sichtbar, der nicht dazu passen will. Den zu entfernen, geht natürlich mit Profi-Software wie Photoshop, neuerdings aber auch per KI. Der Magic Eraser macht das möglich. Das zu löschende Objekt wird einfach markiert und verschwindet anschließend wie von Zauberhand. Sollen Fotos in voller Auflösung und ohne Wasserzeichen zur Verfügung stehen, macht ein Abo ab rund sechs Euro monatlich Sinn. *Johannes Michel*

### Julia Gebhardt, Volontärin im Bereich Social Media bei *infranken.de*

„ Ich sehe den Einsatz von KI am Arbeitsplatz als eine Herausforderung, aber auch als Chance. Ich halte es für sehr wahrscheinlich, dass Journalist\*innen KI in Zukunft als vielfältiges Werkzeug im Arbeitsalltag einsetzen werden – beispielsweise um ihre Effizienz zu steigern, zur zielgruppengerechten Umformulierung der Artikel, zur Rechtschreibprüfung oder Themenrecherche, zu Übersetzungen etc.

Auf der anderen Seite wird es für Leser\*innen und Nutzer\*innen immer schwieriger, richtige Informationen von „Fake News zu trennen“. Hier sehe ich Redakteur\*innen (und Medienhäuser als meinungsbildende Institutionen insgesamt) in der Verantwortung, Behauptungen zu überprüfen – Stichwort Fact Checks. Definitiv braucht es Gesetze und Regularien im Umgang mit KI sowie Maßnahmen zur Steigerung der Medienkompetenz der Bevölkerung.“

# Orte der Innovation

Die *Augsburger Allgemeine* transformiert sich. Das StartUp „Paper Trail Media“ setzt neue Impulse

Von Thomas Mrazek

**D**ie *Augsburger Allgemeine* ist eine der größten und meistzitierten Tageszeitungen mit einer aktuellen Auflage von rund 270.000 Exemplaren. Trotz ihrer Größe und Bedeutung sinken sowohl die Gewinnmargen als auch die Akzeptanz für die gedruckte Ausgabe. Online werden viele Inhalte nicht mehr kostenlos angeboten. Lena Jakat, die sich auf ihrem X-Profil (@lenajakat) mit „Journalismus. Innovation. Transformation.“ beschreibt, wechselte Anfang 2022 vom Media Lab Bayern zur *Augsburger Allgemeine*. Seit Juli ist sie als stellvertretende Chefredakteurin für die digitale und organisatorische Transformation verantwortlich.

Jakat erklärt: „Wir praktizieren hier ein arbeitsteiliges Produktionsprinzip: Die Reporterinnen und Reporter draußen recherchieren Geschichten und haben mit der Print-Produktion nichts mehr zu tun. Wir stecken unsere Kraft in die Geschichten rein, das ist das, was uns ausmacht.“ Im vergangenen Jahr habe sich so viel verändert, wie in den letzten 25 Jahren nicht, zitiert Jakat einen Lokalchef im Podcast „Auf einen Kaffee mit ...“. Der startete kürzlich, wird von Volontär\*innen des Blattes produziert und bietet einen Blick hinter die Kulissen. Transparent reagierte die Zeitung auch im September, als Hubert Aiwanger, Chef der Freien Wähler, kurz vor Redaktionsschluss einige Fragen aus einem Interview strich. Das Blatt informierte darauf, welche Fragen von Aiwanger nicht beantwortet wurden.

Lena Jakat möchte die Zeitung effizienter machen, sagt sie dem *BJVreport*: „Wir müssen viel genauer darauf schauen, welche Inhalte wir erstellen. Wir machen für Print viele Geschichten, die online sehr wenig gelesen werden.“ Im Digitalen stelle sich die Frage, wie man eine „größere Haltbarkeit“ der Abonnements erreichen könne. Tatsächlich fallen seit Jahren auf *augsburger-allgemeine.de* immer wieder interessante digitale Inhalte auf.

Zum Beispiel die Bürgerrecherche des DJS-Schülers Tom Kroll im Rahmen der dreimonatigen Regional-Fellowship der Deutschen Journalistenschule oder ein vierteljähriger Recherche-Podcast „Wem gehört das Wasser?“, der ebenfalls im Rahmen des Fellowship-Programms entstand. Bemerkenswert sind die häufigen datenjournalistischen Inhalte, etwa die Beiträge von DJS-Absolvent Jonathan

Lindenmaier. Unter anderem recherchierte er gefährliche Orte für Radfahrer\*innen, Informationen zum Artensterben oder zur Starkregengefahr in der Region. Auch im Bewegtbild gibt es Sehenswertes: Im Kettenkarussell, am Schießstand und im Riesenrad interviewte Digitalredakteur Manuel Andre Spitzenkandidat\*innen im bayerischen Wahlkampf auf dem Plärrer-Volksfest. Andre, ebenfalls DJS-Absolvent, und zwei Kollegen wurden im September für das aufwändige Video-Format „Augsburger Originale“ beim Bayerischen Printpreis 2023 nominiert. Auch sehr arbeitsintensiv: Von Montag bis Freitag können sich Nutzer\*innen ab 5 Uhr morgens im „Nachrichtenwecker“-

Podcast die wichtigsten Nachrichten aus Augsburg und der Welt anhören – bislang noch kostenlos. Neuestes Projekt der Volontär\*innen ist ein „Good NewsLetter“ mit „guten Nachrichten und konstruktiven Lösungen“. Links und

mehr zu den vorgenannten Digitalprodukten unter: [bjv.de/bonustrack](http://bjv.de/bonustrack).

Auch das Thema KI gehe man offensiv an, berichtet Jakat. Mit den Kollegen der Würzburger *Main-Post* experimentiere man mit einem Content Assist, das sei „quasi eine ‚Prompt-Maschine‘ mit der man verschiedene Anwendungsfälle wie Teaservorschläge, Umtexten von Polizeimeldungen oder Vorschläge für Weiterdrehen“ ausprobieren. Auch bei Artikelempfehlungen, bei der Auswahl von Newsletter-Nachrichten oder dem Versandzeitpunkt von Newslettern könne man mithilfe von KI sicherlich noch Verbesserungen erzielen, sagt Roland Mitterbauer, stellvertretender Chefredakteur in der Rolle des Head of Digital. Ehemals Chef-Online der Passauer Mediengruppe Bayern wechselte er kürzlich zur *Augsburger Allgemeine*. Allerdings könne es auch gefährlich sein, „wenn beispielsweise die Google-Suche mit kostenlosen KI-Texten die Nutzer überflutet“, sagt er. Gleichzeitig sieht er eine Chance darin, „dass die Leute noch lieber für ein Plus-Abo bei uns bezahlen, weil sie dann wissen, dass sie verifizierte Nachrichten bekommen“. Dann werde, stimmt Jakat zu, deutlich sichtbarer, was Recherche und Qualitätsjournalismus leisten könnten.

Sehr guter Journalismus und vertiefte Investigation sind laut eigener Aussage die Kernkompetenzen von Paper Trail Media ([papertrailmedia.de](http://papertrailmedia.de)) in München. 13 Kolleg\*innen arbeiten unter der Leitung der beiden Gründer

**„Wir holen aus allen Themen noch nicht genug raus, da geht noch viel mehr.“**

Investigativjournalist Frederik Obermaier

Frederik Obermaier und Bastian Obermayer an grenzüberschreitenden und langfristigen Teamrecherchen. Im Frühjahr 2022 verließen die beiden Pulitzerpreisträger die *Süddeutsche Zeitung* und gründeten ihr eigenes StartUp mit dem Ziel „den Enthüllungsjournalismus von der Subventionierung zu befreien“, wie sie dem Magazin *Medieninsider* erklärten. Vor allem mit den weltweiten „Panama-Papers“-Enthüllungen (2016) oder den Enthüllungen zur „Ibiza-Affäre“ (2019), die zum Rücktritt der österreichischen Regierung führten, hatten sie sich einen Namen gemacht. Das hätte so weitergehen können. Obermaier arbeitete seit 2012 bei der SZ, Obermayer seit 2005. „Die Abenteuerlust war es, die uns zu diesem Schritt getrieben hat“, erklärt Obermaier. „Es hört sich immer noch komisch an: ‚Unternehmer‘, weil ich mich vor allem als Investigativjournalist sehe, nur dass ich halt jetzt mehr Verantwortung habe, mein eigenes Tun gegenzufinanzieren.“ Dazu kommt die Verantwortung fürs Team. Bis zum Jahresende soll dieses auf 15 Kolleg\*innen erweitert werden.

### Langfristige Teamrecherchen

Neben dem *Spiegel* hat das StartUp mittlerweile mit dem ZDF, dem Wiener *Standard* und der schweizer Mediengruppe Tamedia vier Partner gefunden. „Die Zusammenarbeit ist durch langfristige Rahmenverträge geregelt, die uns regelmäßige Einnahmen garantieren“, erklärte Obermaier gegenüber dem *Medieninsider*. „Dadurch, dass wir vier Partner haben, können wir bei einem Thema das relevant und von öffentlichem Interesse ist immer einen Auspielweg finden.“ Bei Projekten wie den „Vulkan Files“ zu russischen Hackern oder den „Storykillers“ zu weltweiter Desinformation „haben wir schon gesehen, dass es wunderbar funktioniert, wir hatten Texte im *Spiegel*, im *Standard* und bei der Tamedia-Gruppe, außerdem Podcasts bei *Spiegel* und *Standard*, gleichzeitig haben wir deutsch- und englischsprachige Dokumentationen mit dem ZDF gemacht.“ Bei der weltweiten Zusammenarbeit können die Journalisten und ihr Team immer wieder auf ihre persönlichen und insbesondere die Kontakte aus Journalistennetzwerken wie dem International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ) bauen. „Wir können uns hier auf grenzüberschreitende und langfristige Teamrecherchen konzentrieren. Und vor allem wollen wir erst mal unabhängig vom Auspielweg loslaufen“, beschreibt Obermaier die Herangehensweise bei seiner Recherchefirma.

Und er sieht noch großes Potenzial bei der Verbreitung: „Wir holen aus allen Themen noch nicht genug raus, da geht noch viel mehr.“ Ein Buch sei „die logische Konsequenz, da gehen auch ganz neue Erzählformen, mehr Details, mehr Blicke hinter die Kulissen. Wir können damit ein weiteres Publikum erreichen“. Als Beispiel nennt Obermaier seine Erfahrungen bei den „Panama Papers“ und der „Ibiza-Affäre“: „Da haben wir unzählige Artikel geschrieben. Die vielen kleinen und großen Geschichten hinter den Recherchen passten aber oft nicht in die Zeitung – in ein Buch aber sehr wohl. Und es gab viele Leute, die das sogar mit zwei, drei Jahren Abstand als Buch lesen wollen“. Ähnliches gilt für den Bewegtbildmarkt. „Ich glaube, was investigative Dokumentationen betrifft, haben wir das Maximum noch nicht erreicht“, sagt Obermaier. Er verweist auf Dokumentationen nordischer Kollegen zu Enthüllungsgeschichten, die „sich wirklich nicht mehr hinter Netflix und Amazon Prime verstecken“ brauchten. „Da können wir auch hinkommen“, ist er überzeugt.

**akadem!e**  
der bayerischen presse

**2023**  
www.abp.de Programm

**Seminare für Journalisten und PR-Profis**

### Aus unserem Programm

#### Einige Präsenz-Seminare (ganztägig):

Recherche kompakt (27.10.)

Textchef:in (02.-03.11.)

Wirtschaftsjournalismus (06.-10.11.)

Datenjournalismus (21.-23.11.)

Rhetorik kompakt (11.-12.12.)

#### Einige Webinare:

Geheimwaffe TikTok (23.10., 90 Min)

So gehen Ihre Videos viral (24.-25.10., 2 Tage)

SEO für Redaktionen und PR (13.-15.11.,  
3 halbe Tage)

Layout mit InDesign CC (21.-23.11., 3 Tage)

Podcast – mit einfachen Mitteln (27.-29.11.,  
3 halbe Tage)

Die ABP bietet Präsenz-Seminare an, zudem ein umfangreiches Webinar-Angebot. Es reicht von Kurzformaten (90 Minuten) bis hin zu mehrtägigen Kursen, thematisch von digitalen Tools bis zu gehirngerechtem Schreiben. Sie finden unser laufend aktualisiertes Gesamtprogramm unter [www.abp.de](http://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

# Fotorealismus macht noch kein Foto

Über die Chancen und Risiken von KI-Bildgeneratoren wird in der Branche heftig diskutiert

Von Michaela Schneider

**K**ünstliche Intelligenz in der Fotografie? Als Künstler sei er fasziniert von den neuen Möglichkeiten, sagt Boris Eldagsen. „Das ist das Tool, auf das ich immer gewartet hatte, ohne es zu wissen.“ Als jemand, der in verschiedenen Fotografenverbänden aktiv ist allerdings, Sorge er sich um die Folgen. Im März 2023 hatte der Berliner Fotomedia-Künstler die kreative Kategorie des „Sony World Photography Award“ gewonnen für ein Foto, das keines ist: Er hatte das Werk „The Electrician“ mittels KI-Generatoren erzeugt. Es erinnert im Stil an die Vierzigerjahre und zeigt zwei Frauen in düsterer Atmosphäre. Beide haben nie gelebt. Boris Eldagsen lehnte den Preis ab.

Eingereicht hatte er das Werk, um ein Problem zu identifizieren und eine Diskussion anzustoßen. Fotografie und Promptografie seien zwei unterschiedliche Dinge, betonte er im Zuge der Preisverleihung. Der Kunstbegriff „Promptografie“ setzt sich aus den zwei Worten „Prompt“ und „Fotografie“ zusammen. Prompts sind kurze Textanweisungen, um in KI-Systemen fotoähnliche Bilder zu erzeugen. Schon jetzt gelingt dies laut Eldagsen täuschend echt.

## „Immer höheres Niveau“

Mitgearbeitet hat er deshalb im Deutschen Fotorat (*deutscher-fotorat.de*) – dieser hatte sich vor rund zwei Jahren gegründet – an einer „Positionsbestimmung zu KI-Bildgeneratoren“. Weiterentwicklung bildgebender Techniken ja, doch sollten generierte Bilder in klarer Abgrenzung nicht als Fotografien bezeichnet werden, „auch wenn ihr Fotorealismus immer höheres Niveau“ erreiche, so ein Credo. Außerdem fordert der Fotorat alle Institutionen auf, die an der Erstellung und Verbreitung von nachrichtlich-dokumentarischen Inhalten beteiligt sind, ethische Standards für den Umgang mit ihren Quellen zu erarbeiten.

Die deutsche Presse sollte sich zusammensetzen, sagt Eldagsen, und gemeinsam klären, wie sie künftig authentische Fotografien und wie sie generierte Bilder kennzeich-

nen wird. Ein Ansatz, der sich nicht allzu weit weg bewegt von der Diskussion, die sich vor mehr als einem Jahrzehnt um die Kennzeichnungspflicht von Fotomontagen entsponnen hatte. Heute stellt deren Sinn und Nutzen kaum einer mehr in Frage. Ähnliche Forderungen werden auch auf internationaler Ebene laut: In der Bewegung „Writing with Light“ etwa haben sich Bildjournalist\*innen und Dokumentarphotograf\*innen zusammengetan, um einen Berufsethos für Fotojournalismus zu kreieren (*screenarts-school.org*). Warum? Unter anderem auch, weil sich mit der „Promptografie“ Türen für jene öffnen, die bewusst die „Sozialen Medien“ mit „Fakes“ fluten und Desinformationen streuen wollen. Bildmanipulation mag zwar so alt sein wie die Fotografie selbst. Aber nie zuvor ließ sie sich mittels Technik dermaßen schnell und einfach umsetzen. Heißt für Redaktionen: Das Faktenchecken wird mit Blick auf Bildmaterial noch deutlich an Brisanz gewinnen.

Auch beim Deutschen Journalisten-Verband werden die technischen Fortschritte diskutiert. Im April hatte der Gesamtverband ein generelles Positionspapier zum Einsatz von KI im Journalismus verabschiedet. Weil sich die Technik so rasant entwickle, sei es wichtig, Grundpfeiler einzuschlagen, hatte der stellvertretende Bundesvorsitzende Mika Beuster erklärt. Bernd Seydel, freier Fotograf aus Thüringen und Vorsitzender des DJV-Fachausschusses Bild, gibt gleichzeitig zu bedenken: Ein Positionspapier, das heute geschrieben werde, könne immer nur eine vorläufige Position sein. Er rät, sich lieber erstmal „eiskalt nüchtern“ die Technik anzuschauen. Eingesetzt als Beta-Werkzeug etwa sei KI super, weil der Arbeitsaufwand viel geringer sei als früher. Aber: Sie könne keine eigenen Entscheidung treffen und selbst Alltagsprobleme nicht lösen. „Wir überschätzen ihre Fähigkeiten rasant, weil wir dem Filmmythos der 80er Jahre unterliegen“, ist Seydel überzeugt und wünscht sich mehr Nüchternheit. Die Unterscheidung von Promptografie und Fotografie begrüßt er, sie helfe Klarheit zu schaffen.

Main-Echo-Fotograf Stefan Gregor hat zwar selbst bis

## Jan Staiger, Master-Student am KASK & Conservatorium / School of Arts Gent, 28 Jahre

„Unschärfe Trennlinien zwischen Fiktion und Realität machen für mich die Faszination des Mediums Fotografie zu einem großen Teil aus. KI in der Fotografie lenkt aus meiner Sicht den Fokus eines Mainstream-Publikums auf diese immer weiter

verschwimmenden Grenzen. Im Idealfall kann dies zur allgemeinen Einsicht führen, dass Medienkompetenz eben auch für das fotografische Bild von höchster Wichtigkeit ist. Auch wir Fotograf\*innen haben diesbezüglich viel aufzuholen.“

dato wenig mit Bildgeneratoren gearbeitet, beschäftigt sich aber intensiv mit deren Auswirkungen. Um den Unterschied zwischen einer Fotografie und einem generierten Bild zu erkennen, bräuchte es heute forensische Software, sagt der Aschaffener. Softwareanbieter Adobe hat sich inzwischen immerhin mit Kameraherstellern zusammengesetzt, um ein System zu implementieren, so dass über die Metadaten des Bildes ersichtlich wird, ob es sich tatsächlich um Fotografie handelt oder nicht.

„Das Thema kriegst Du nicht mehr weg. Es kommt jetzt darauf an, wie wir damit arbeiten“, sagt Gregor. Und dafür braucht es laut ihm vorneweg im Journalismus Wahrhaftigkeit. „Wir müssen klar Position beziehen, dass Fotos, die nicht vor Ort entstanden sind, zu kennzeichnen sind“, fordert auch er. Vielleicht liegen dann in der Promptografie durchaus Chancen: Symbolbilder etwa könnte man laut Gregor künftig in Redaktionen selbst generieren, statt auf (nahezu) kostenfreies Stock-Material zurückzugreifen. Die Profis dafür hätte man, denn wer ein gutes Werk im Stile eines Fotos generieren will, braucht immer noch entspre-

chende fotografische Kenntnisse um Blende, Belichtung und Co. Illustratoren und Stockfotografen müssten sich Sorgen machen, sagt Bernd Seydel, weil sich die Arbeiten aus der Entindividualisierung speisten. Die Pressefotografie, hier sind sich die drei Gesprächspartner einig, wird es indes weiterhin brauchen. KI könne vieles ersetzen – nicht aber das dokumentarische Bild, sagt Eldagsen.

### Fragen rund um die Urheberschaft

Zumindest einige der Bildgeneratoren nutzen urheberrechtlich geschütztes Bildmaterial als Trainingsdaten – und die Urheber des „Trainingsmaterials“ gehen nicht nur leer aus, sondern haben bislang auch keine Möglichkeit, der Nutzung ihrer Bilder zu widersprechen. Einen eigenen Weg geht nun Adobe mit dem Versprechen, Urheberrechte zu respektieren und die eigenen Modelle nur auf Basis von Videos und Bildern zu trainieren, die rechtlich nutzbar sind. Gleichzeitig hat sich das Softwareunternehmen mit Kameraherstellern zusammengesetzt, um ein System zu implementieren, so dass über die Metadaten ersichtlich wird: Es handelt sich tatsächlich um Fotografie.

## Notizen aus der Zukunft

Wie arbeitet ein Freiberufler in zehn oder 20 Jahren? Eine (positive) KI-Zukunftsvision

Von Johannes Michel

**W**ieder mal ein sonniger Tag, eigentlich keiner, an dem ich allzu viel arbeiten möchte. Dennoch sind heute ein paar Dinge zu erledigen. Ich setze mich an den Schreibtisch. Der stand früher mal in meinem Büro, dieses Zimmer habe ich aber längst zum Hobbyraum umfunktioniert. Heute befindet er sich am Rande des Wohnzimmers, denn überaus viel Zeit verbringe ich dort nicht mehr. Mein heutiger Arbeitstag wird in weniger als zwei Stunden wieder zu Ende sein. Abgesehen von einem „Abendtermin“.

Los geht's mit etwas Statistik. „Computer, zeige mir die Statistik meiner Artikel von gestern.“ Und schon sehe ich interessante, hübsch aufbereitete Infografiken, die verraten, wie viele Leser\*innen meine Texte gestern wahrgenommen haben – sowohl auf meinem eigenen Medium, vormals eine klassische Webseite, als auch in der staatlich geförderten Onlinezeitung und in einem Journalistenmagazin. Alle diese Medien erscheinen vollständig digital. Es ist für die KI kein Problem, die Zahlen in weniger als einer Sekunde zusammenzutragen.

Dann geht es weiter. Heute Abend bin ich bei der Liveübertragung einer Stadtratssitzung dabei, ein wenig Vorbereitung ist nötig. „Computer, zeige mir die Tagesordnung der heutigen Stadtratssitzung der Stadt Hallstadt.“ Aha, es wird wieder einmal um die sinkenden Gewerbesteuerein-

nahmen gehen, die eine Stadt, die lange von der Industrie lebte, hart trifft. „Computer, stelle mir die Gewerbesteuereinnahmen der Stadt Hallstadt aus den vergangenen zehn Jahren gegenüber und bereite mir eine Zusammenfassung meiner Berichte aus den Haushaltssitzungen des Stadtrats Hallstadt der letzten drei Jahre auf.“ Auch das klappt in Sekundenschnelle – und binnen weniger Minuten bin ich informiert. Dann brauche ich noch einen Technikartikel für eine „Zeitung“. Den lasse ich von der KI erstellen, es geht um die Geschichte des Glasfaserausbaus. Mit persönlichen Infos und Erfahrungen sowie Tipps und ein wenig Zukunftsvision reiche ich den Artikel an – und lade ihn dann auf den Server des Medienhauses.

Am Abend schließlich schaue ich für einige Zeit digital bei der Sitzung rein (Fahrkosten gespart!), gebe der KI genaue Anweisungen, worauf sie achten soll, und lasse zur Sicherheit eine Aufzeichnung mitlaufen. Denn manchmal bin ich doch noch ein wenig schlauer als meine künstliche Assistentin oder kann Zusammenhänge besser verstehen. Den Artikel zur Stadtratssitzung schreibt sie am nächsten Tag dennoch erst einmal selbst – und als ich meinen neuen Tag starte, liegt der Artikel bereit. Ich ergänze um Hintergrund, ordne ein, tausche Zitate aus, die mir interessanter scheinen als die Vorauswahl der KI, feile an einzelnen Formulierungen. Und dann wartet das auf mich, was es 20 Jahre zuvor viel zu wenig gab: Zeit für mich.

# Flexiblere Arbeitsmodelle, neue Berufsfelder

Arbeitskräftemangel und technische Entwicklungen verändern den Job

Von Michaela Schneider

**D**ie sechs Stunden Zeitunterschied muss Martin Calsow mitdenken, wenn er Interviewtermine vereinbart. Ansonsten sei es letztlich egal, ob er, so wie momentan, von New York aus oder am Tegernsee arbeitet. „Das Hauptinstrument des Journalisten ist das Smartphone, egal, wo ich bin“, sagt der Herausgeber des Onlineportals *Tegernseer Stimme*. Wie werden Journalist\*innen in Zukunft arbeiten? Das wollten wir von ihm wissen, wie auch von Marcel Auermann, Gesamt-Chefredakteur der Verlagsgruppe Hof, Coburg, Suhl und Bayreuth, Ralf Zinnow, Chefredakteur von *Antenne Bayern*, sowie Thorsten Schmiege, Präsident der Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM).

Homeoffice oder Büro? Calsow ist selbst das beste Beispiel, dass der Arbeitsplatz in seiner klassischen Form an Bedeutung verliert. In Marcel Auermanns Verlagsgruppe wird an einer Betriebsvereinbarung gearbeitet, die 50 Prozent mobiles Arbeiten und 50 Prozent Präsenz vorsieht, es brauche Beides. Im realen Gespräch vor Ort entwickle man Themen anders als in digitalen Sitzungen. Eine Redaktion vor Ort betrachtet der Chefredakteur überdies als wichtigen Ankerpunkt für die User. Umgesattelt hat man auf Flexdesks, Flächen wurden verdichtet. Feste Arbeitsplätze gehören zunehmend der Vergangenheit an „Journalismus braucht Interaktion“, sagt auch Calsow, mindestens einmal pro Woche setzt man sich bei der *Tegernseer Stimme* zusammen.

## Wie macht man Mitarbeiter glücklich?

Ein Sendestudio werde es immer geben, so Ralf Zinnow von *Antenne Bayern*, aber: Es könne sich in Zukunft vielleicht auch mal zuhause befinden. In der Produktion pendle man sich derzeit bei rund 20 Prozent Remote-Arbeiten ein. Deutlich flexiblere Arbeitsmodelle werden, ist der Chefredakteur überzeugt, am Bedeutung gewinnen – nicht allein wegen des Fachkräftemangels. Der spiele hinein, sagt Zinnow, vor allem aber mache es Spaß, sich neu aufzustellen unter der Fragestellung: Wie macht man Mitarbeiter\*innen glücklich? Bei *Antenne Bayern* geschieht dies etwa mit Dienstfahrrädern, einem Teambully zum Ausleihen fürs Wochenende, Massagen am Arbeitsplatz, Firmenfeiern, einem Familienservice & Co.

Deutlich bemerkbar macht sich der Fachkräftemangel bei der Verlagsgruppe Hof, Coburg, Suhl und Bayreuth: Manche Stelle kann inzwischen nicht mehr besetzt werden; Volontärstellen bleiben das komplette Jahr lang ausgeschrieben. Es sei eine Frage des Marktes; die Generation Z werde mehr Einfluss nehmen können auf die Ausgestaltung ihres Arbeitsplatzes, sagt BLM-Präsident Schmiege. Einen Verzicht auf Freie kann und will sich Marcel Auermann übrigens nicht vorstellen:

„Sie sind unsere Lieferanten tief ins Sublokale hinein.“ Bei *Antenne Bayern* sieht dies anders aus. Fast alle Kolleg\*innen im Content sind heute fest angestellt. Es gehe darum, sagt Zinnow, „sich gegenseitige Sicherheit zu geben“.

Auch die Technik verändert den journalistischen Arbeitsplatz: Mehr als ein Smartphone und einen Laptop brauche es nicht mehr, sagt Martin Calsow. Allerdings verführe das Smartphone auch zur ständigen Erreichbarkeit: „Hier braucht es noch klarerer Regel als früher.“ Gleichzeitig verändern sich Anforderungen: Wer als Journalist\*in arbeiten will, sollte breit aufgestellt und sehr technikaffin sein. Die Zukunft, sagen alle Gesprächspartner, gehöre eher dem Generalisten als dem Spezialisten; auch Teamarbeit gewinnt an Bedeutung. „Man wird noch mehr die eierlegende Wollmilchsau sein müssen“, sagt Thorsten Schmiege. Wer recherchiert, sollte im besten Fall in der Lage sein, das Thema in Text, Bild, Video und Audio über verschiedene Formate auszuspielen. Bei der Verlagsgruppe Hof, Coburg, Suhl und Bayreuth greifen Crossmedia-Manager in den Redaktionen seit rund zwei Jahren unter die Arme. Auch Auswertungswerkzeuge verändern laut Auermann die journalistische Arbeit: Wo früher Bauchgefühl gefragt war, entscheidet heute die Technik mit, was für User\*innen relevant ist und was nicht. Mancher Beitrag wird noch kürzer und pointierter werden müssen, lange Geschichten werden vielleicht weniger, prognostiziert Schmiege.

Und in Medienhäusern entstehen neue Berufsfelder etwa für Fakten-Checker, Content-Manager, Social-Media-Manager oder KI-Experten. Künstliche Intelligenz werde in bestimmten Bereichen in News Rooms Einzug halten und im besten Fall Journalistinnen und Journalisten nicht ersetzen, sondern Ergebnisse smarter machen, hofft BLM-Präsident Schmiege. Überzeugt ist er: „Journalismus wird in Zukunft noch viel kommunikativer sein und der Kontakt zu den Userinnen und Usern noch unmittelbarer.“ Gleichzeitig würden journalistische Qualität und Sorgfalt noch wichtiger: „Die Kernwährung wird Vertrauen sein.“

**Christoph Sommer,**

**Volontär der *Main Post*, 32 Jahre**

„Journalisten werden sicher weiter auf Termine gehen, vor Ort sein und nah an den Leuten und live berichten. Ob ich den Text dazu dann in einem Büro schreiben werde – keine Ahnung. Ich kann mir vorstellen, dass die Kernaufgaben mobiler und die Büros zu kreativen Treffpunkten für Dinge wie Konzept- und Formatentwicklung werden.“

# Faszination und Fluch von KI

Bei den Lokalrundfunktagen dominierte das Thema Künstliche Intelligenz

Von Thomas Mrazek

**J**ohannes Ott, Geschäftsführer von *Radio Gong 96.3*, eröffnete das Panel „Wie KI die Redaktion klug unterstützt“ bei den Lokalrundfunktagen in Nürnberg mit einer anschaulichen Geschichte. Er ärgerte sich über seinen Friseur, denn der hatte eine Anzeige bei Facebook (Meta) für seinen Salon geschaltet, statt Radiowerbung zu buchen. Ott erkannte, dass viele potenzielle Kleinkunden vor dem gleichen Problem stehen: Eine Radiospot-Buchung ist zu kompliziert und undurchsichtig. „Warum können wir das nicht, was Meta schon seit einigen Jahren kann?“, fragte sich Ott. Hörfunksendern gingen sonst Millionen von Euro verloren.

So entstand die Idee zum RadioADMaker (*radioadmaker.de*). „In nur 3 Minuten zum Radiospot für dein Unternehmen“, verspricht das von *Radio Gong* im März gestartete Angebot. In einer Live-Präsentation überzeugte Ott das Publikum: Die künstliche Intelligenz übernimmt nicht nur das Texten, sondern auch die gesamte Produktion des Werbespots. Innerhalb weniger Sekunden erstellt die KI fünf Textvorschläge. Anschließend kann man eine von fünf Sprecherstimmen auswählen und die passende Musik aussuchen. Die künstliche Intelligenz produziert dann den fertigen Online-Audio-Spot. Der Kunde muss nur noch sein Budget wählen und kann bequem mit PayPal bezahlen.

## Niemand hat vor, Moderatoren zu ersetzen ...

Der RadioADMaker soll auch für andere Radiosender nutzbar sein. Und die ersten Kunden waren genau die Unternehmen, auf die das Angebot abzielte, darunter ein Schlüsseldienst, ein Recruiter und ein airbnb-Anbieter, berichtete Ott. Laut einer Pressemitteilung des Unternehmens nutzten im September 13 Radiosender in Deutschland und Österreich die Technologie. Mit der Integration einer neuen Sprachsynthese seien die Spots klanglich



In wenigen Minuten einen Radiosender zusammenbasteln – Jott Lischka zeigte, wie das geht.

Foto: Benjamin Brückner, Medien.Bayern, LRFT

jetzt noch näher an herkömmlich produzierter Audiowerbung.

Radio.Cloud (*radio.cloud*) präsentierte überdies ihre 100 Prozent cloudbasierte Radiosoftware, die KI-Unterstützung bietet. Jott Lischka, der vor 23 Jahren als Moderator beim Funkhaus Regensburg begann und nun als Radio-Software-Entwickler und Product Lead AI bei Radio.Cloud arbeitet, zeigte, wie eine komplette Sende-schicht mit KI-Unterstützung zusammengestellt werden kann. Dabei können Ankündigungen von Musiktiteln, das Wetter, Nachrichten und Werbeblöcke von einer ausgewählten Stimme gesprochen werden. Sogar die Stimmung der „Moderatorin“

oder des „Moderators“ kann vorab festgelegt werden. In der Präsentation wurde Lischkas Stimme geklont. Das Tool kann eingesetzt werden, wenn beispielsweise ein Moderator ausfällt.

Lischka betonte jedoch: „Wir wollen damit auf keinen Fall Moderatoren ersetzen“, er sei ja selber einer. Und er setzte pathetisch nach: „Das würde mein Herz bluten lassen.“ Er könne sich jedoch vorstellen, dass Hörer\*innen künftig zu bestimmten Zeiten, nachts etwa, mit spannenden Geschichten unterhalten werden. Zum Abschluss zeigte Lischka, wie einfach ein vollständiger Pop-up-Radiosender, einschließlich der Auswahl der Zielgruppe und der Musikrichtungen, innerhalb kürzester Zeit mit nur wenigen Mausklicks erstellt werden kann. Die Frage, wie mit urheberrechtlichen Aspekten von geklonten Moderator\*innen umzugehen sei, müsse noch geklärt werden. „Das werden jetzt Präzedenzfälle werden“, sagte Lischka. Mit seiner Präsentation hinterließ er bei einigen Besuchern allerdings ein mulmiges Gefühl.



Blog-Notizen, Audios und Fotos:

[lokalrundfunktage.de](http://lokalrundfunktage.de)

BJV-Vorsitzender Harald Stocker im Panel „Lokalmedien in Zeiten globaler Krisen“: [bjv.de/news/lokalrundfunktage](http://bjv.de/news/lokalrundfunktage)

## VERSICHERUNGEN

**NÜRNBERGER**  
VERSICHERUNG**Ulrich Zeidner**  
Leiter UnternehmenskommunikationOstendstraße 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,  
InternetBayerische 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**  
PressesprecherinTel.: 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.deMaximilianstraße 53  
80530 München  
www.vkb.de

## ENERGIE

**Dr. Christian Blümm**Bereichsleiter Marketing  
und Kommunikationenergie schwaben gmbh  
Postfach 101526 | 86005 Augsburg  
Bayerstraße 43 | 86199 Augsburg

Telefon +49 821 9002-360

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

## BILDUNG / WISSENSCHAFT

**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/stiftung fuerdemokratie

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

**Bitte beachten Sie folgende Termine**

Ausgabe BJVreport	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
5/2023	16. Nov.	30. Nov.	19. Dez.
1/2024	12. Januar	1. Februar	20. Februar
2/2024	8. März	21. März	10. April

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing BJVreport:

Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09 11 / 988 11 264,  
robert.macher@mediasued.de**bayernwerk****Maximilian Zängl**Leiter  
Unternehmens-  
kommunikation  
PressesprecherBayernwerk AG  
Lilienthalstraße 7  
93049 Regensburg  
T 09 41-2 01-78 20  
F 09 41-2 01-70 23  
M 01 79-1 38 98 27  
maximilian.zaengl  
@bayernwerk.de  
www.bayernwerk.de

**ENERGIE**



Lechwerke

**Ansprechpartner  
für die Presse**

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

Rufbereitschaft T +49 821 328-1651

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

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

**VERKEHR**



**Heiko Linder**  
Leiter Konzernkommunikation

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

**FINANZEN**



Genossenschaftsverband  
Bayern

**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



**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



**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

**Flughafen München GmbH**

Hans-Joachim Bues  
Leiter Kommunikation und Politik  
Henner Euting  
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  
henner.euting@munich-airport.de  
www.munich-airport.de

**UNTERNEHMEN**

**Werden Sie  
Unterstützer**

Unterstützen auch Sie die Arbeit des Bayerischen Journalisten-Verband e. V. mit Ihrer Anzeige im Pressestellen-Verzeichnis und bieten Sie damit Journalisten den Service, Sie schnell zu finden! Angebote und Mediadaten erhalten Sie bei **Mediasüd, Robert Macher, Tel. 09 11 / 988 11 264**



**AUDI AG**  
Kommunikation  
85049 Ingolstadt

Telefon: +49 841 89-0  
E-Mail: info@audi-mediacenter.com  
Internet: www.audi-mediacenter.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 89-44335  
E-Mail: joerg.lindberg@audi.de

## UNTERNEHMEN

**St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg**

 Fachkompetenz  
mit Kopf, Herz & Hand

**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

## UNTERNEHMEN

**Leiter Communications**

Thomas Bauer  
OMV Deutschland GmbH  
Haiminger Str. 1  
84489 Burghausen

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

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



**BMW GROUP**



**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**  
Kommunikation Personal, Produktion,  
Einkauf, Nachhaltigkeit  
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

**StWN**  
Städtische Werke Nürnberg GmbH

**Heiko Linder**  
Leiter Konzernkommunikation

**Elisabeth Seitzinger**  
Pressesprecherin

Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg  
Telefon 0911 271-3613  
E-Mail: elisabeth.seitzinger@stwn.de  
www.stwn.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

**wbg**  
Nürnberg  
Immobilien

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

**Dieter Barth**  
Leiter Unternehmenskommunikation,  
Pressesprecher

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



Wir gestalten LebensRäume.



**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](http://www.e-t-a.de)

**LEONI**

**LEONI AG**  
www.leoni.com  
presse@leoni.com

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

**Sven Schmidt**  
Standortkommunikation  
0911 2023 - 467  
sven.schmidt@leoni.com

**Mark C. Schneider**  
Leiter Kommunikation & IR  
0911 2023 - 435  
mark.schneider@leoni.com

**Marco Rüb**  
Fachmedien Bordnetze  
09321 304 - 5284  
marco.rueb@leoni.com

## MESSEN/AUSSTELLUNGEN



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

## 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

## IMPRESSUM

**Herausgeber:**

Wolfgang Grebenhof,  
stellvertretender 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:

Wolfgang Grebenhof, stellvertretender  
Vorsitzender  
grebenhof@bjv.de  
Tel. 0171/4156029

**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:**

Thomas Geiger (F), Michaela Schneider (T), Günter Schneider (F), Barbara Deller-Leppert (F), Senta Krasser (T), Silvio Wyszengrad (F), DJ Bornemeier (F), Benjamin Kis (F), Thomas Jäger (F), Simon Koy (F), Thomas Mrazek (T, F), Stephan Spangenberg (F), Alicia Wach (F), Christian Kaufmann (F), Jannik Jürß (F), Christian Müller (F), Rolf Poss (F), Tobias Hase (F), Sabine Reindinger (F), David Halbritter (F), Maximilian König (F), Andrea Bauer (F), Susanne Moelle (F), Petra Merletti (F), Felix Halbich (F), Ralf Mausolf (F), Stephan M. Prager (F), Ann Solie (F), Yannick Hupfer (T), Johannes Michel (T, F), Maria Goblirsch (T, F), Martin Geiger (F), Jürgen Schleifer (T), Benedikt Frank (T), Markus Mauritz (T), Sophie Linckersdorff (F), Stefan Gregor (F), Isabel Krieger (T), Adelina Yefimenko (F), Christine Stöckel (F), Marcus Zumbansen (F), Hans-Joachim Winckler (F), Enric Mammen (F), Stefanie Zimmermann (F), Romy Buhr (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  
5/2023: 19. November 2023  
Erscheinungstermin: 19. Dezember 2023

ISSN: 0947-8337

Copyright 2023 by BJV & Autoren

**Druckerei:**

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



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

# Die Letzten ihrer Art

Die *Fränkische Landeszeitung* leistet sich noch ein Korrektorat

Von Maria Goblirsch

„Das Korrektorat ist ein durch und durch niederschmetternder Job. Weil immer nur die nicht korrigierten Fehler wahrgenommen werden, nie aber die korrigierten“, schrieb im Juli 2023 ein langjähriger Korrekturleser der *taz* im Haus-Blog. Man warte stundenlang auf Artikel, die man dann innerhalb kurzer Zeit geglesen soll. „Man rennt hinterher, sammelt ein paar Leichen auf, die ganzen Verbrechen finden vorher statt.“ Das sehen die drei Frauen und zwei Männer, die im Korrektorat der *Fränkischen Landeszeitung* (FLZ) in Ansbach arbeiten, ganz anders. Jürgen Bürlein, Sigrun Ehrmann, Lisa Renz-Hübner, Susanne Stark und Jürgen Zengel bügeln Fehler aus, die beim schnellen Schreiben von Artikeln und Erfassen von Anzeigen schon mal passieren. Und sie sagen, dass das Korrekturlesen genau „ihr Ding“ sei.

Während andere Medienhäuser in Bayern das Korrektorat abgeschafft haben, leistet sich die *Fränkische Landeszeitung* noch ein Korrektorat mit fünf Angestellten. Gerade wurde ein neuer Mitarbeiter eingestellt. Sie, „die Letzten ihrer Art“, wie Lisa Renz-Hübner das Team nennt, arbeiten in Schichten. Unter der Woche bis 19 Uhr und am Sonntag, weil dann die Sportseiten aktuell anstehen, bis 21.30 Uhr. Das Korrektorat zählt zur Technik, nicht zur Redaktion, was historisch gewachsen ist. Früher genoss der Korrektor hohes Ansehen, der Beruf war die Krönung des Schriftsetzers. Bis 1995 lasen etwa bei der *Augsburger Pressedruck* bis zu 35 Korrektoren. Dann wurden die Abteilungen immer kleiner. Heute ist ihre Zahl überschaubar, oft erledigen nur noch freie Mitarbeiter\*innen das Korrekturlesen oder die Redakteur\*innen selbst.

Manches im FLZ-Korrektorat wirkt wie ein Relikt aus früheren Zeiten. Auf den Schreibtischen liegen der Duden, Lineale – unter ande-



Sie lesen Artikel, Anzeigen und PR bei der FLZ und korrigieren Fehler noch ganz klassisch mit dem Rotstift: (V.l.) Lisa Renz-Hübner, Jürgen Bürlein, Susanne Stark und Sigrun Ehrmann.

Foto: Maria Goblirsch

rem auch zum Ausmessen der Zeilenabstände –, bunte Stifte und ein Blatt, auf dem alle gängigen Korrekturzeichen aufgeführt sind. Alle Korrektor\*innen haben ein Pult mit schräger Auflagefläche vor sich, auf dem die Texte gelesen werden. Neben einem weißen Holzregal öffnet sich ein Fenster und ein Mitarbeiter der Technikabteilung reicht einen Ausdruck herein. Es sind Anzeigen, PR-Texte und am Nachmittag redaktionelle Beiträge, die hier Station machen und in der Produktion nicht weiterreisen dürfen, ehe das Korrektorat auf einem Bildschirm grünes Licht gibt.

### Vom Libero bis zum Pausentee

Susanne Stark greift sich das Blatt, legt es aufs Pult und liest. Fehler werden am Rand mit einem roten Stift und den klassischen Korrekturzeichen markiert. „Wir arbeiten nur mit Ausdrucken, nicht am Bildschirm“, sagt sie. Das Gehirn sei durch die häufige Handynutzung darauf trainiert, zu scrollen und schnell über Texte zu lesen. Beim Lesen am Bildschirm führe das daher leicht zu Fehlern. Dann unterzeichnet sie das Blatt und reicht es innerhalb des Teams weiter. Alle Texte werden gelesen, Anzeigen doppelt (die

bringen das Geld!). Danach gehen die korrigierten Fahnen zurück in die Vorstufe, die die Korrekturen ausführt und den überarbeiteten Ausdruck dann erneut im Korrektorat vorlegt. So „rutscht kaum ein Fehler durch“, sagt die Korrektorin.

Man müsse Spaß und Freude an dieser Arbeit haben, alles andere komme von selbst, meint Lisa Renz-Hübner. Das Können eines Korrektors sei „Erfahrungssache“, je länger man dabei sei, desto routinierter lese man. „Es hilft auch zu wissen, wer den Text verfasst hat. Weil er bestimmte Dinge immer so macht“, sagt Lisa Renz-Hübner. Und den Sportredakteuren lasse man manches durchgehen, weil „die ihre eigene Sprache haben

vom Libero bis zum Pausentee“.

Erscheint den Korrektor\*innen eine Formulierung als nicht akzeptabel, sprechen sie die Redaktion an. „Und dann kommt es auf die Redakteurin oder den Redakteur an, ob er die Korrektur annimmt oder nicht.“ Jeder habe seine sprachlichen Vorlieben. Auch die Kunden haben das letzte Wort, beispielsweise der Auftraggeber, der keine Kommata in seiner Anzeige sehen möchte, weil das sonst so überladen wirke. Das sei der undankbare Teil ihrer Arbeit. „Du weißt als Korrektorin, dass es so besser und richtig wäre. Aber der Redakteur oder der Anzeigenkunde will es trotzdem in seiner Fassung“, sagt Sigrun Ehrmann.

Anders als bei der elektronischen Korrekturhilfe geht es um weit mehr als um einen einfachen Abgleich mit einem hinterlegten Lexikon. Die Autokorrektur könne prüfen, ob das einzelne Wort richtig geschrieben sei. Aber, steht es im Satz mit der richtigen Bedeutung? Ist ein Satz vollständig, plausibel und richtig aufgebaut? Stimmen die Bezüge? Dafür braucht es Menschen.

Chefredakteurin Gudrun Bayer betont, die FLZ denke im Moment nicht daran, das Korrek-

torat abzuschaffen. Im Gegenteil, man wolle einen für beide Seiten guten Workflow etablieren, damit, nach bisher nur Print, künftig auch die Online-Ausgabe Korrektur gelesen werde. Gerade beim klassischen Sport mit vielen Tabellen und Sportberichten aus der Region sei das Korrekturat „Gold wert. Die fischen viel raus.“ Fehler, die sonst auch den Leser\*innen auffallen würden. Sind diese weniger anspruchsvoll geworden, wenn es um sprachliche Genauigkeit und inhaltliche Fehler geht? Im Gegenteil, sagt die Chefredakteurin. Die Leser\*innen reagierten empfindlich auf Ungenauigkeiten und bestünden auf Korrekturmeldungen, etwa, wenn ihr Vorname falsch geschrieben sei. Die bringe die FLZ dann auch. Immer mehr reagierten zudem aggressiv, wenn sie Fehler bemängelten.

Eine Statistik, wie viele Fehler sie am Tag aufspüren, führen die Korrektor\*innen nicht. Das hänge auch von der Tagesform ab – in der Redaktion, der PR-Abteilung und in ihrem Team. Die „Letzten ihrer Art“ finden in nahezu jedem Text einen Fehler, manche Ausdrücke leuchten rot. Die durchlaufen dann eine Extrarunde.

### Sieben Tipps, wie das Korrekturlesen gelingt

*Gmæß eneir Sutide eneir Uvinisterät, ist es nchit witihg, in wiecehr Rneflogheie die Bstachuebn in eneim Wort snid. Das ezniige was wcthiig ist, dsas der estre und der letzte Bstachue an der ritihcegn Pstolin snid. Der Rset knan ein ttoaler Bsinöldn snien.*

Sie können das ohne Probleme lesen? Das liegt daran, dass unser Gehirn dafür sorgt, dass wir nicht jeden Buchstaben einzeln lesen, sondern das Wort als Ganzes erkennen. Das führt aber dazu, dass wir Buchstabendreher oder Rechtschreibfehler im Wort leicht übersehen. So lässt sich die Fehlerquote laut den Korrektor\*innen der FLZ dennoch geringhalten.

#### 1. Keine eigenen Texte lesen!

Weil das Gehirn fehlende Wörter ersetzt, wenn man schon weiß, was dastehen soll. Wer einen Text kennt, überliest schnell Fehler.

#### 2. Jeden Text immer zweimal lesen!

Zuerst nur inhaltlich prüfen: Macht das Ganze Sinn? Kann das so stimmen? Stehen alle wichtigen Angaben drin? Sind Bezüge logisch? Danach gedanklich umschalten und ausschließlich auf Rechtschreibung prüfen. Dabei werden die einzelnen Wörter als abstrakte Einheiten behandelt, die keinen Sinn haben müssen.

#### 3. Wichtige Texte ausdrucken und mit dem Lineal darunter lesen!

Zeile für Zeile den Text durchgehen, so dass man nicht aus Versehen in die nächste Zeile rutscht.

#### 4. Wörter einzeln lesen, auch mal in umgekehrter Reihenfolge!

Sätze bewusst vom Ende aus lesen, so schaltet man das „Darüberfliegen“ bewusst aus und das Gehirn kann keine Wörter und Sätze vervollständigen (die so gar nicht dastehen). Das ist anstrengend, aber es gelingt.

#### 5. Fehler schriftlich und mit klassischen Korrekturzeichen markieren!

Texte sind so einfacher zu bearbeiten, als wenn Korrekturen in Sprechblasen auf einer pdf-Datei beschrieben sind. Hier passieren beim Übertragen mehr Fehler.

#### 6. Wochentage und Termine prüfen!

Passen sie zusammen? Ist also zum Beispiel der 31. Oktober 2023 wirklich ein Dienstag? Sonst wird eine Meldung schnell zur Nullinformation.

#### 7. Vor- und Nachnamen der Personen checken!

Ist der Name richtig geschrieben? Ändert sich der Vorname innerhalb des Artikels? Stimmen die Namen im Lauftext und in der Bildunterschrift überein?

2023

Dr. Georg Schreiber

Medienpreis

## Wettbewerb für Printmedien, Hörfunk, Fernsehen und Internet!

Zugelassen sind Beiträge junger Journalistinnen und Journalisten bis einschließlich 35 Jahre zu den Themen Gesundheit und Soziales, die zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember 2023 in einer in Bayern erscheinenden Zeitung oder Zeitschrift veröffentlicht oder von einem Rundfunksender mit redaktionellem Sitz bzw. einem Landesstudio in Bayern ausgestrahlt worden sind. Zugelassen sind in der Kategorie Online auch speziell für das Internet multimedial produzierte Beiträge auf allgemein zugänglichen Webadressen. Videos, die speziell für allgemein zugängliche Videoportale (wie YouTube) produziert werden, werden in der Kategorie Fernsehen berücksichtigt. Beiträge aus den elektronischen Medien außerhalb Bayerns müssen thematisch relevant für den Freistaat sein.

Im Printbereich wird zudem ein bundesweiter Sonderpreis ohne Altersbeschränkung vergeben.

Der Medienpreis ist mit insgesamt 30.500 Euro dotiert.

#### Informationen und Anmeldung:

Internet: [www.aok-medienpreis.de](http://www.aok-medienpreis.de) ● e-mail: [medienpreis@by.aok.de](mailto:medienpreis@by.aok.de) ● Telefon: 089 62730-184  
AOK Bayern, Zentrale ● z. Hd. Frau Andrea Winkler-Mayerhöfer ● Carl-Wery-Str. 28, 81739 München

Ausgeschrieben von der AOK Bayern in Zusammenarbeit mit den Nachwuchsjournalisten in Bayern e.V. (NJB) - unterstützt von der Deutschen Journalistenschule München e.V. (DJS).



# Mit einer Bratpfanne das Meer ausschöpfen

„Journalisten helfen Journalisten“ unterstützt seit 30 Jahren Kolleg\*innen in Not

Von Maria Goblirsch

Mutasem Al-Hetari hatte für die Sender *Al Jazeera* und *BBC* als Kameramann und Producer im Jemen gearbeitet, bis er 2021 vor dem lang andauernden Bürgerkrieg über mehrere Zwischenstationen nach Malaysia floh. „Wegen des Krieges musste ich mein Heimatland verlassen, weil ich als Journalist in Gefahr war. Es gibt viele Journalisten, die im Jemen getötet wurden. Beide Kriegsparteien haben uns Journalisten verfolgt“, berichtet der 29-Jährige. Über Belarus und Polen schaffte es Mutasem Al-Hetari 2021 nach Deutschland, wo er inzwischen als politischer Flüchtling anerkannt ist. In Kiefersfelden traf er auf Dr. Helga Montag und Rudolf Erhard von der Organisation „Journalisten helfen Journalisten e.V.“.

„Sie haben alles Mögliche getan, um mich zu unterstützen und tun das noch immer“, sagt der Kameramann. „Sie haben für mich Deutschkurse gefunden und finanziert und mich ermutigt, mein Journalistikstudium abzuschließen, das ich wegen des Krieges abbrechen musste.“ Auch der BJV hat mitgeholfen, dass Mutasem Al-Hetari wieder zurück in den Beruf findet und 750 Euro an Studiengebühren übernommen. Inzwischen ist der Journalist Mitglied im Verband.

Der Tod des Reporters der *Süddeutschen Zeitung* (SZ), Egon Scotland, in Kroatien war im Jahr 1993 Anlass, den Verein „Journalisten helfen Journalisten“ (JhJ) zu gründen. Das Ziel: Vom Krieg betroffene Kolleg\*innen und Kollegen wie Mutasem Al-Hetari und deren Angehörigen schnell und unbürokratisch zu helfen. Heute hat der Verein 166 Mitglieder, er finanziert sich aus deren Beiträgen (100 Euro im Jahr) und vor allem aus Spenden. In den 30 Jahren seiner Existenz konnten rund eine Million Euro Spendengel-



Egon Scotland, Reporter der *Süddeutschen Zeitung*, starb während des Krieges in Ex-Jugoslawien. Seinen Tod nahmen Kolleg\*innen zum Anlass „Journalisten helfen Journalisten“ zu gründen.

Foto: Martin Geiger

der in Kriegsgebieten weltweit eingesetzt werden.

Zu den Protagonisten der ersten Stunde zählten die SZ-Korrespondentin Christiane Schlötzer-Scotland, Ehefrau des ermordeten Journalisten, sowie Helga Montag, Roman Arens, Wolfried Wagner und Ulrich Encke, langjährige Mitarbeiter\*innen des *Bayerischen Rundfunk* (BR).

## Die ersten Scheine reisten im Brustbeutel

„Genau ein Jahr nach Egons Tod haben wir uns mit Freunden von ihm hier in der Münchner Frauenstraße getroffen. Wir hatten das Gefühl, etwas gegen unsere Ohnmacht tun zu müssen“, erzählt Christiane Schlötzer. Dann habe ihr der kroatische Verleger Nenad Popović den Brief einer Frau weitergereicht, deren Mann, ein Radioreporter, während eines Einsatzes schwer verletzt worden war. „Er müsse nach Wien ausgeflo-

gen werden und ob wir Geld sammeln und etwas tun könnten.“ Das taten sie. Der Reporter wurde ausgeflogen, starb aber an seinen schweren Verletzungen. Doch das kleine Team half seiner Frau. Das war der erste Fall; viele hunderte folgten.

Sie bettelten bei Kollegen und Freunden zuerst, später bei Unternehmen, Banken und Verlagen. Die Spenden wanderten auf vielen Wegen weiter, erst ohne Bankkonten, weil es die in Kriegsgebieten nicht gab. Das Geld wurde von Kollegen an Kollegen verteilt, unter Kaffeetassen geschoben oder in Lebensmittelpakete gesteckt. „Am Anfang sind die Reporter mit dem Brustbeutel voll mit blauen Hundertmarkscheinen nach Jugoslawien gefahren. Wir haben das Geld gesammelt, sie haben es dort verteilt. Doch die Hilferufe

wurden immer mehr. Da hatten wir das Gefühl, dass wir die Sache professionalisieren müssen“, erzählt Christiane Schlötzer. Der Verein „Journalisten helfen Journalisten“ wurde gegründet.

Den Gründungsmitgliedern war es von Anfang an wichtig, bei der Unterstützung keine Unterschiede zwischen Kroaten oder Serben, Christen oder Muslimen zu machen. „Wir wollten uns nicht auf eine Seite der Kriegsparteien ziehen lassen und haben den Opfern ohne Ansehen der politischen Richtung geholfen. Weil wir die Journalisten wegen ihrer Notlage unterstützen und nicht wegen ihrer Nationalität. Das haben wir bis heute durchgehalten und das gilt jetzt auch im Konflikt zwischen Russland und der Ukraine“, betont Carl-Wilhelm („Calle“) Macke, Geschäftsführer von JhJ. Man handle im Sinn des Filmregisseurs Mladen Vukšanović, der einmal sagte: „Ich bin kein nationaler, sondern ein professioneller Journalist.“ Ein

zweiter JhJ-Maßstab ist solidarische Unterstützung auf Augenhöhe. „Journalisten helfen (nur) Journalisten und ihren Familien und Angehörigen“. Nach der Satzung leistet die Organisation ausschließlich humanitäre Hilfe.

### Hilfe ohne Ansehen der politischen Richtung

Der Kreis der Akteur\*innen ist überschaubar, daher kann JhJ schnell, flexibel und unbürokratisch handeln ohne Abstimmungsprozesse innerhalb größerer Strukturen. Ein immer weiter gespanntes Geflecht persönlicher Beziehungen ermöglicht Hilfe vor Ort, wo es keine offizielle Unterstützung mehr gibt oder diese zu lang auf sich warten lässt. Kommt eine Anfrage herein, wird bei Vertrauensleuten vor Ort nachgehakt. Zusätzlich wird im Netz recherchiert; ein professioneller Lebenslauf und, soweit möglich, Dokumente werden angefordert. Nicht wegzudenken ist

auch die Kooperation mit „Reporter ohne Grenzen“ und der „Hamburger Stiftung für politisch Verfolgte“.

Geholfen wurde in den vergangenen 30 Jahren vielen Kolleg\*innen aus Ex-Jugoslawien, Irak, Syrien, Iran, Armenien, Ägypten, Jemen, Mexiko, Kenia, Uganda, der Türkei, Belarus, Russland und der Ukraine. Schwerpunkt der Hilfe ist derzeit Afghanistan. Dort, und in Pakistan, wohin viele Afghan\*innen fliehen, hat JhJ zuletzt 70 Familien unterstützt und dafür 60.000 Euro in einem Jahr ausgegeben. Weitere 80 Namen stehen auf der Liste, doch nicht allen können sie helfen, weil sie dafür nicht die Kapazität und die Mittel haben – was auch eine starke emotionale Belastung für die JhJ-Helfer\*innen bedeutet. Kriterien bei der Entscheidung sind die aktuelle Bedrohungslage, Verletzungen, Krankheiten oder anstehende medizinische Behandlungen.

Wie die Hilfe aussieht, ist von Fall zu Fall

verschieden. Es gibt Sachleistungen, Geldspenden und praktische Unterstützung. Mal wird das Geld für ein Visum oder den Flug aus einem Krisengebiet zur Verfügung gestellt, mal werden Arbeitsmaterialien wie Computer oder Kameras beschafft oder es wird medizinische Hilfe finanziert. Ohne viele kleine Beträge und großzügige Einzelspenden von prominenten Journalist\*innen, die ungenannt bleiben wollen, wäre dies nicht in diesem Rahmen möglich.

JhJ würde gern noch mehr helfen, hätte man die Mittel. Aber es gilt das „Prinzip Bratpfanne“, sagt Helga Montag und erinnert an den kroatischen Romancier Dragan Velikić: „Kann man mit einer Bratpfanne das Meer ausschöpfen? Mit einer Bratpfanne kann man nicht das Meer ausschöpfen. Aber auch das, was man geschöpft hat, ist Meer.“



[journalistenhelfen.org](http://journalistenhelfen.org)

Anzeige



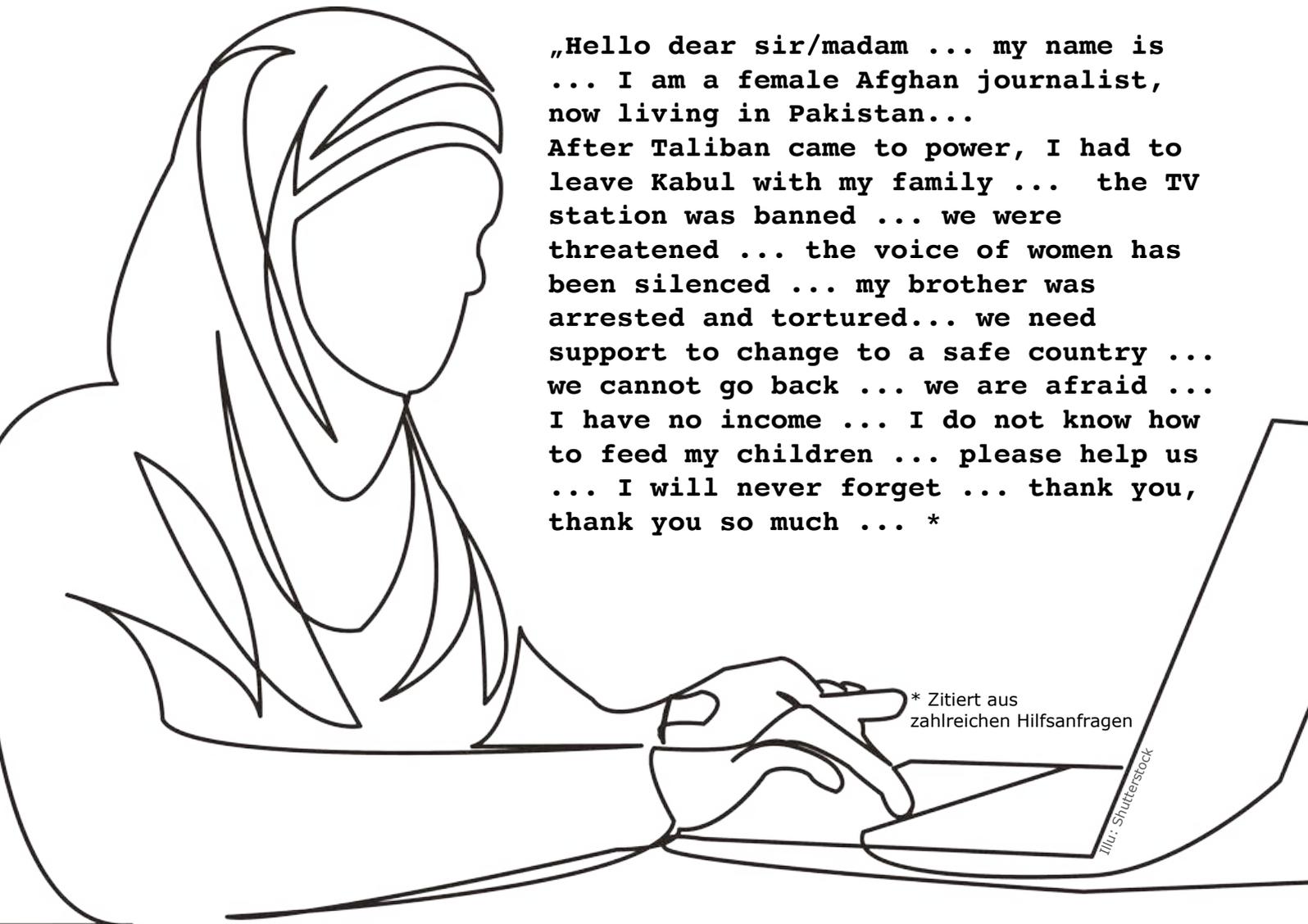
PRESSE-VERSORGUNG

# Berufsunfähig? Versichert!

Berufsunfähigkeit betrifft zwar nur 25 % aller Journalist\*innen. Aber wenn es doch passiert? Dann ist Ihre Presse-Versorgung für Sie da – damit aus Sorgenfalten Lachfalten werden. Unsere Berufsunfähigkeitsversicherung sichert auch Ihre Liebsten (Ehe- und Lebenspartner\*in

sowie Kinder bis zum Eintrittsalter von 25 Jahren) ab und greift schon nach einer Krankschreibung ab 6 Monaten. Außerdem ist sie besonders günstig.

Sprechen Sie mit uns: [www.presse-versorgung.de](http://www.presse-versorgung.de)



„Hello dear sir/madam ... my name is ... I am a female Afghan journalist, now living in Pakistan... After Taliban came to power, I had to leave Kabul with my family ... the TV station was banned ... we were threatened ... the voice of women has been silenced ... my brother was arrested and tortured... we need support to change to a safe country ... we cannot go back ... we are afraid ... I have no income ... I do not know how to feed my children ... please help us ... I will never forget ... thank you, thank you so much ... \*

\* Zitiert aus zahlreichen Hilfsanfragen

Illu.: Shutterstock

Täglich erreichen uns Hilfsanfragen aus Afghanistan und aus vielen Brennpunkten weltweit

# HELFEN SIE UNS HELFEN

mit einer Spende an Journalisten helfen Journalisten e.V.

[www.journalistenhelfen.org](http://www.journalistenhelfen.org)

Spendenkonto: Journalisten helfen Journalisten e.V., Stadtparkasse München  
IBAN: DE91 7015 0000 1002 7572 74 BIC: SSKMDEMM



Ein Vorstand, viele Köpfe: Künftig werden an dieser Stelle nicht nur der BJV-Vorsitzende, sondern im Wechsel verschiedene Mitglieder aus dem BJV-Vorstand zu Wort kommen.

# Wie sicher sind wir?

Ein Standpunkt von Jürgen Schleifer

Der Angriff kam aus dem Nichts. Im August 2022 attackierte ein 24 Jahre alter rechtsextremer Serientäter auf dem Münchner Marienplatz einen Reporter des *Bayerischen Rundfunk*, indem er ihm ins Gesicht schlug. Der Fall machte bundesweit Schlagzeilen. Der Kollege hatte den Auftrag, über eine Pressekonferenz von Bayerns Gesundheitsminister Klaus Holetschek zu berichten, es ging ums Thema Corona. Journalistische Routine eigentlich.

Der Fall von Johannes R. ist leider kein Einzelfall. Es gibt immer wieder Probleme, wenn Journalist\*innen etwa über Demonstrationen berichten. Das Klima in der Gesellschaft ist rauer geworden. Das spüren auch wir bei unserer Arbeit. Körperliche Attacken gefährden aber nicht nur die Gesundheit der Kolleg\*innen, sie sind nicht weniger als ein Angriff auf die Pressefreiheit. Das hatte die Richterin Anfang August in ihrem Urteil zu diesem Fall deutlich formuliert und es wirkte strafverschärfend: zehn Monate Haft ohne Bewährung. Auch wenn das Urteil noch nicht rechtskräftig ist, setzt es ein deutliches Zeichen für die Bedeutung freier Berichterstattung. Und was sagt das Opfer dazu? „Es ging in erster Linie darum, durch den Prozess deutlich zu machen, dass solche Angriffe völlig inakzeptabel sind“, sagt Johannes R. gegenüber dem *BJVreport*.

Doch wie steht es um den Schutz von Journalist\*innen? Der Angreifer hatte zunächst einen Platzverweis von der Polizei erhalten, weil er sich auffällig verhalten hatte. Doch kontrolliert hat das offensichtlich niemand. Denn wie sonst konnte er dem Kollegen wieder auflauern? Journalist\*innen müssten sich ohne Unsicherheit und Angstgefühle mitten ins Geschehen begeben und berichten können, betonte deshalb zu Recht die Anwältin von Johannes R., der Nebenkläger war. Der Angriff ging am Opfer nicht spurlos vorbei. Der *BR*-Kollege holte sich psychologische Hilfe, das war gut. Seltsam mutete es an, als die Verteidigerin des Angeklagten während des Prozesses andeutete, Journalist\*innen wüssten ja, dass sie sich „in Gefahr begeben“, wenn sie über bestimmte Themen berichten. Verkehrte Welt.

Und die Polizei? Es gab ohnehin dringenden Gesprächs- und Handlungsbedarf. Zusammen mit dem MedienNetzwerk Bayern hatte der BJV im Frühjahr deshalb zu drei „Round Tables“ mit Journalist\*innen und der Polizei eingeladen. In Nürnberg, München und Würzburg. Ich war bei einem dabei. „Sicherheit von Journalist\*innen auf Veranstaltungen und Demonstrationen“ lautete der Titel. Und zu reden, gab es viel zwischen den Kolleg\*innen und den Polizist\*innen. Journalist\*innen kritisierten fehlende Schutzkonzepte, den Umgang mit sensiblen persönlichen Daten und wenig Verständnis für die journalistische Arbeit. Die Beamt\*innen monierten ein mangelndes Vertrauen in die Gefahrenbewertung. Kommunikation ist wichtig, das zeigte sich bei diesen Veranstaltungen. Der Austausch war gut und konstruktiv, sorgte für gegenseitiges Verständnis und soll weitergehen. In einer kostenlosen Broschüre wurden die Erkenntnisse dokumentiert. Wie gut die Polizei unsere Sicherheit tatsächlich gewährleisten kann, wird sich in der täglichen Praxis zeigen.

Als BJV zumindest dürfen wir nicht müde werden, jeden Angriff auf die Pressefreiheit klar als solchen anzuprangern. Denn wo die Pressefreiheit in Gefahr gerät, beginnt sich die Demokratie zu zersetzen. Und Johannes R.? Er sagt gegenüber dem *BJVreport*: „Neben dem *BR* ist mir der BJV mit Rat zur Seite gestanden und hat mir den Rücken gestärkt.“ Das Erlebte wird er sicherlich nicht so einfach vergessen. Er will sich aber nicht einschüchtern lassen. Vom Münchner Marienplatz berichtet Johannes R. auch weiterhin als Reporter. Ohne Angst. Für die Pressefreiheit.



**Jürgen Schleifer**, Schatzmeister des Bayerischen Journalisten-Verbands.

Foto: Thomas Geiger

Transparenzhinweis: Der Autor Jürgen Schleifer arbeitet selbst beim *Bayerischen Rundfunk* und kennt Johannes R. persönlich.

## Pressefoto Bayern in Mainfranken und München

Einsendeschluss für den neuen Wettbewerb ist der 16. Oktober

Während bereits die Vorbereitungen für den neuen Wettbewerb laufen, tourt die Ausstellung „Pressefoto Bayern 2022“ noch durch den Freistaat. Nach dreijähriger coronabedingter Pause wurden die besten Pressebilder bis zum 8. September in der Sparkasse Aschaffenburg-Alzenau in Aschaffenburg gezeigt. Die Ausstellung fand in Kooperation der Sparkasse mit dem Medienhaus *Main-Echo* statt. Weitere Stationen der Ausstellungstour 2023 waren die Sparkasse Mainfranken in Würzburg, ein Partner der ersten Stunde, sowie München. Dort war Pressefoto Bayern in der Galerie der Bayerischen Landesbank in der Briener Straße zu sehen. Als Sonderedition zeigte der BJV in der Galerie die Gesamtsieger aus 20 Jahren Pressefoto Bayern.

Der BJV startet in diesem Herbst bereits in die 24. Runde des Wettbewerbs. Gesucht werden die besten Pressebilder des abgelaufenen Jahres in acht Kategorien. Zum zweiten Mal schreibt der BJV in Kooperation mit dem Europäischen Parlament einen Sonderpreis „Europa und Bayern“ aus, der mit einem Preisgeld von 1000 Euro dotiert ist. Einsendeschluss ist der 16. Oktober, Infos und Anmeldung unter [bjv.de/pressefoto2023](http://bjv.de/pressefoto2023). Eine Fachjury unter Leitung von Prof. Rolf Nobel, Hannover, trifft am 23. Oktober im Nürnberger Presseclub die Entscheidung, welche Fotos die besten des Jahres 2023 sind und welche Fotograf\*innen sich das Preisgeld in Höhe von insgesamt 11.000 Euro teilen. Die Preisverleihung wird wieder im Senatssaal des Bayerischen Landtags ausgerichtet. Termin ist Freitag, 24. November, um 12 Uhr. Im Kreuzgang des Maximilianeum ist die neue Ausstellung „Pressefoto Bayern 2023“ dann bis Ende des Jahres zu sehen.

Maria Goblirsch



Bereits zum sechsten Mal ist die Bayerische Landesbank in München Gastgeber für die Ausstellung Pressefoto Bayern. Sie unterstützt den Wettbewerb auch mit den Preisgeldern in Höhe von 1000 Euro in der Kategorie Kultur sowie 1500 Euro in der Kategorie Serie. Bei einem Rundgang durch die Bilderschau (von links): BJV-Vorsitzender Harald Stocker, Sabine Ratschiller, Chefspezialistin Kommunikation und Marketing BayernLB, der Jury-Vorsitzende Thomas Geiger sowie Matthias Pritwitzer, Leiter Kommunikation und Marketing.

Foto: Maria Goblirsch



Artikel Aschaffenburg:

[www.bjv.de/news/kettenkarussell-sparkasse-aschaffenburg](http://www.bjv.de/news/kettenkarussell-sparkasse-aschaffenburg)  
und Artikel München: [www.bjv.de/news/hoechste-gefuehle](http://www.bjv.de/news/hoechste-gefuehle)

## „KI geht nicht mehr weg!“

Jurist Chan-jo Jun rät, sich mit Thema zu vefassen

Am Ende war es wie einst beim Literarischen Quartett: Der Vorhang zu und alle Fragen offen. So zumindest lautete das Resümee des mainfränkischen BJV-Bezirksvorsitzenden Ralph Bauer im Anschluss an eine gemeinsame Info-Veranstaltung des Bezirksverbands Mainfranken und der BJV-Fachgruppe Internationales in Würzburg. Unter dem Titel „Rette sich, wer kann“ sprach Rechtsanwalt Chan-jo Jun über die Folgen von Hate-Speech und den Einfluss von KI auf den Journalismus. Sicher war sich Chan-jo Jun: „KI geht nicht mehr weg!“ Presseleute seien gut beraten, sich mit der Thematik auseinanderzusetzen. „Machen Sie sich die Maschine schneller zu Nutzen als Ihr Kollege!“, riet Chan-jo Jun, der sich von seiner Würzburger Kanzlei aus schon mit Facebook-Gründer Mark Zuckerberg und zuletzt mit Elon Musk angelegt hatte. Es ging an dem mainfränkischen Abend um politische Forderungen, rechtliche Fragen und praktische Ratschläge für den Redaktionsalltag. Mehr im Artikel von Markus Mauritz: [www.bjv.de/news/wer-angst-vor-kuenstlicher-intelligenz](http://www.bjv.de/news/wer-angst-vor-kuenstlicher-intelligenz)

## Messdiener der Mobilität

FG Öffentlichkeitsarbeit bei Messe München

Es ist schon hunderte Jahre her, dass Handelsmessen und heilige Messen miteinander verwobene Veranstaltungen waren. Und doch wirkt die Bavaria Lounge, in der die die BJV-Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu Gast ist, auf dem riesigen Gelände der Messe München wie eine intime Kapelle innerhalb der Kathedrale Kongresszentrum. Rund 35 BJV-Kolleg\*innen ermöglichten die beiden Co-Geschäftsführer Reinhard Pfeiffer und Stefan Rummel hier einen Blick hinter die Kulissen. Auch Messe-Pressesprecher Willi Bock knüpfte im Scherz die Verbindung zum Sakralen: „In der Corporate Communication sind wir quasi die Messdiener der Geschäftsführung.“ Darauf, wie viele Menschen dort arbeiten, wollte er sich nicht festlegen, da die aktuelle Zahl schon morgen veraltet sein könnte. Nach den Corona-Jahren baut die Messe München aber in ihren beiden Kommunikationsabteilungen wieder Stellen auf. Mehr im Artikel von Benedikt Frank: [www.bjv.de/news/messdiener-mobilitaet](http://www.bjv.de/news/messdiener-mobilitaet)

## „Legitimes Maß überschritten“

Kritik an hohen Ausgaben für Söder-Fotos

„Kostenlose Fotos schädigen auch das Geschäftsmodell von freien Foto-Journalist\*innen“: So kommentierte der Vorsitzende der BJV Fachgruppe Bild, Ferdinand Dörfler-Farthofer, die Nachricht über die immens gestiegenen Fotokosten der Bayerischen Staatskanzlei. Bekannt geworden war nach einer Anfrage der Landtags-SPD, dass Ministerpräsident Markus Söder mit rund 220.000 Euro im Jahr 2022 mehr als das Zwanzigfache für Fotografen ausgegeben hatte als sein Vorgänger Horst Seehofer. Für 2023 gab die Staatskanzlei bis zum Stichtag 8. Mai Kosten von 75.726 Euro an. Redaktionen schickten – im Wissen um die kostenfreien Bilder – erst gar keine Fotojournalist\*innen mehr zu den Terminen; so entstehe keine Pluralität, kritisiert Dörfler-Farthofer. Das legitime und notwendige Maß der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie der Dokumentation werde hier überschritten, ergänzt der BJV-Vorsitzende Harald Stocker in der BJV-Pressemitteilung, versehen mit der Aufforderung an die Staatskanzlei, diese Praxis baldmöglichst zu beenden. Mehr: [www.bjv.de/node/3615](http://www.bjv.de/node/3615) (pm)

## „Schnellspur“ zum Staatsanwalt

BJV dabei bei „Konsequent gegen Hass“

Journalistinnen und Journalisten müssen Hass im Netz weiter konsequent anzeigen“, sagt die stellvertretende BJV-Vorsitzende Andrea Roth und wirbt für noch mehr Beteiligung an der Initiative „Konsequent gegen Hass“. Weil Journalist\*innen auf Social Media regelmäßig Ziel von Hasskriminalität sind, unterstützt der BJV das Online-Meldeverfahren der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und des Bayerischen Staatsministeriums der Justiz. Nach vier Jahren beteiligen sich daran 120 Medienhäuser, die „Schnellspur zur Staatsanwaltschaft“ hat zu rund 750 Ermittlungsverfahren und 120 rechtskräftigen Verurteilungen geführt. Ab Herbst will die BLM auch Workshops zur Praxis von Counterspeech (Gegenrede) sowie zur Erkennung von Hate Speech mittels KI-Tools anbieten. Mehr: [www.bjv.de/news/konsequent-gegen-hass-bjv-ruft-dazu-auf-hass-im-netz-anzuzeigen](http://www.bjv.de/news/konsequent-gegen-hass-bjv-ruft-dazu-auf-hass-im-netz-anzuzeigen) (pm)

## Reporter bei Arbeit behindert

BJV kritisiert CSU-Presseabteilung

„Die Presseabteilung der CSU hat Journalistinnen und Journalisten nicht vorzuschreiben, was sie zu veröffentlichen haben. Das sollte dort eigentlich bekannt sein“: Mit deutlichen Worten hatte der BJV-Vorsitzende Harald Stocker auf Vorfälle auf dem Gillamoos in Abensberg reagiert. Zwei Reporter des Nachrichtenportals *t-online* hatten zuvor berichtet, wie ein Pressesprecher der CSU und zwei Sicherheitskräfte versucht hatten, sie im Rahmen einer Protestaktion der „Letzten Generation“ bei ihrer Arbeit zu hindern. Unter anderem soll einer der beiden akkreditierten und mit Presseausweis ausgewiesenen Journalisten von einem Personenschützer festgehalten worden sein, als er die Aktion filmen wollte. Mehr zu den Vorfällen und der Reaktion des BJV: [bjv.de/gillamoos](http://bjv.de/gillamoos) (pm)

## Angriff auf die Pressefreiheit

24-Jähriger zu Haftstrafe verurteilt

Der Angriff habe sich nicht alleine gegen den *BR*-Journalisten gerichtet, sondern gegen das Amt, das dieser in diesem Moment innehatte – somit sei dies ein Angriff auf die Pressefreiheit gewesen: So begründete die Richterin Anfang August ihr Urteil am Amtsgericht München gegen einen 24-Jährigen. Dieser hatte vor einem Jahr nach einer Pressekonferenz zur Corona-Impfung einen *BR*-Reporter zweimal attackiert (wir berichteten). Verurteilt wurde der 24-Jährige nun zu einer Haftstrafe von zehn Monaten ohne Bewährung.

Mehr: [www.bjv.de/news/angriff-auf-br-reporter-zehn-monate-haft-fuer-taeter](http://www.bjv.de/news/angriff-auf-br-reporter-zehn-monate-haft-fuer-taeter) (tm)

## „Die Medienbranche hat eine besondere Verantwortung“

Filmemacher Josef Häckler übernimmt CO<sub>2</sub>-Kompensation für den aktuellen *BJVreport*

Foto: Julia Wegewitz



Josef Häckler

„Ich möchte nicht nur über Probleme berichten und die Menschen damit allein lassen, sondern auch Lösungen in den Fokus rücken und diese kritisch beleuchten“, sagt Josef Häckler. Der Journalist, Autor und Filmemacher aus München setzt auf konstruktiven Journalismus. Er hat den Nachhaltigkeitspakt der Medien Bayern filmisch begleitet und sieht die Branche in der besonderen Verantwortung, das Thema Nachhaltigkeit angemessen zu transportieren. „Und ich sehe das auch bei meinen eigenen Produktionen als

Maßstab“, betont er. Daher hat sich der Social Video-Experte entschieden, den klimaneutralen Druck des *BJVreport* zu unterstützen und die Kosten für den klimaneutralen Druck der aktuellen Ausgabe zu übernehmen.



Josef Häckler ist seit 22 Jahren als TV-Autor und Journalist für die *ARD* und den *Bayerischen Rundfunk* unterwegs, einige seiner Stationen sind die „BR-Abendschau“ das „ARD-Mittagsmagazin“, der „Weltspiegel“, „BR24“ und die „Münchner Runde“. Er produziert TV-Reporta-

gen und entwickelt aktuell als Videostategie Formate für digitale Auspielwege. Seit 2020 produziert er die Porträts der Sieger\*innen und die Spielfilme für die Preisverleihung von Pressefoto Bayern.

Die Druckerei Himmer aus Augsburg kooperiert im Zuge der CO<sub>2</sub>-Kompensation nicht nur mit dem Unternehmen Climate Partner, sondern unterstützt über den Verein „Bergwaldprojekt“ auch Aufforstungsmaßnahmen im Allgäu. Das *BJVreport*-Team würde sich freuen, wenn sich auch für die kommenden Ausgaben Sponsorinnen oder Sponsoren fänden, die die Kosten für einen klimaneutralen Druck übernehmen. Diese liegen je nach Heftumfang bei 100 bis 200 Euro. (mg)

Wie sie leben, wie sie arbeiten – der *BJVreport* besucht prominente Mitglieder in ihrem Büro. Unter [bjv.de/officestory](http://bjv.de/officestory) finden Sie alle bisher veröffentlichten Officestories.

## Die Mutmacherin

Die Katholische Journalistenschule ifp steht in München in freundschaftlicher Konkurrenz zur Deutschen Journalistenschule. Mit Isolde Fugunt hat sie nun eine neue Direktorin

Von Senta Krasser



Warum sollte man sich beim ifp und nicht bei der Konkurrenz DJS bewerben? Isolde Fugunt, die die Katholische Journalistenschule seit Juni leitet, ist da natürlich befangen. Sie könne nur für das ifp sprechen: „Bei uns wird Teamgeist wirklich großgeschrieben. Außerdem wüsste ich nicht, wo Auszubildende sonst noch so intensiv über drei Jahre begleitet werden.“ Die liebevoll „Stips“ genannten Stipendiat\*innen, die Fugunt im September per „Speed-Dating“ ausgewählt hat, werden sich davon überzeugen können.

Foto: Sophie Linckersdorff

„Katholische Kaderschmiede – was stimmt daran?“, wurde Isolde Fugunt einmal gefragt. Aus ihrer Antwort wurde deutlich, dass sie das Wort „Kaderschmiede“ gar nicht mag. Weder den elitären Klang noch die Vorstellung, dass Menschen in einer Ausbildung geschmiedet werden. Aber „katholisch“, das stimme schon. Schließlich gibt es das 1968 gegründete Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp) dank der Steuern katholischer Kirchenmitglieder. Dessen neue Journalistische Direktorin heißt seit 1. Juni: Isolde Fugunt. Nur wenige dürften es besser kennen als sie.

Ob über eine kostenfreie Ausbildung neben dem Studium oder ein Volontariat in christlichen Medien (mit Tarifgehalt!) – beim ifp führen viele Wege in den Journalismus. Auch Tageszeitungen und Radiosender können ihre Volontärinnen

und Volontäre dort ausbilden lassen. Letzteren Weg wählte einst auch Isolde Fugunt, die 1978 in Ravensburg geboren wurde. Bei der *Schwäbischen Zeitung* rechnete man fest damit, dass sich

**„Manchmal braucht es jemanden, der einen bestärkt und einem Mut macht.“**

Isolde Fugunt

die Volontärin nach dem Studium in Leipzig wieder in der Heimat einfindet, um den Newsroom als Redakteurin zu unterstützen. Doch nach dem Magister in Politik und Theaterwissenschaft fand Fugunt mehr Gefallen daran, den journalistischen Nachwuchs zu beraten und Seminare zu organisieren – genau dort, wo sie einst

selbst Kurse belegt hatte. 2006 fing sie als Studienleiterin am ifp an. Im Juni stieg sie auf.

An der Leitungsspitze steht sie nicht allein. Wie seit 2010 üblich, wird das ifp im Tandem geführt – und erstmals in der Geschichte der Schule, halleluja, sind es zwei Frauen! Eine Satzungsänderung machte es möglich. Während sich die Geistliche Direktorin Schwester Stephanie Strobel als erste Frau um die Medienausbildung von Theolog\*innen kümmert, gehört die Organisation der Aus- und Fortbildung von Journalist\*innen zu Fugunts Aufgaben. Elvira Steppacher gab diesen Posten 2011 nach neun Jahren auf und fand nun über ihre Nach-Nachfolgerin lobende Worte: „Dezent, konstruktiv, durchaus unbequem“ sei Isolde Fugunt, „da blüht uns was.“ Nur was genau?

Als die so Gelobte den *BJVreport* zum Foto-

termin empfängt, hat ihr direkter Vorgänger Bernhard Remmers noch nicht lang das Büro geräumt. Seit 2008 hat das ifp seine Bleibe in einem ehemaligen Kapuzinerkloster in der Münchner Isarvorstadt.

Im noch recht luftig bestückten Regal in Isolde Fugunts Büro im ersten Stock finden sich Journalistenbücher über die „Ibiza-Affäre“ oder Edward Snowdens „Permanent Record“. Ins Auge fällt der lila Band „Der Weiberaufstand“. Christiane Florin, Kirchenredakteurin beim Deutschlandfunk und Katholikin wie Fugunt, lässt sich darin aus über das Nicht-Ernstnehmen, nur weil das Gegenüber eine Frau ist. Und sie fordert: Frauen brauchen mehr Macht in der Katholischen Kirche. Damit hat sie Isolde Fugunt absolut auf ihrer Seite. Auch sie ärgert es, dass es keine vollkommene Gleichberechtigung in ihrer Kirche gibt. Umso mehr bedauert sie, dass sie diese Ungerechtigkeit nicht an höchster Stelle ansprach. 2018 reiste Fugunt zum 50-jährigen ifp-Bestehen nach Rom zur Privataudienz bei Papst Franziskus. Wann dürfen Frauen ins Priesteramt? Das hätte sie gerne gefragt, als sie Ihrer Heiligkeit die Hand schüttelte. Doch leider war sie „sehr brav“. Zurück blieb das Gefühl, eine Chance verpasst zu haben.

## Aus Paris zur „SchwäZ“

Mit der Leitung des ifp soll ihr das nicht passieren. Isolde Fugunt hat sich viele Gedanken über die Weiterentwicklung gemacht. Wie sie ihre Rolle versteht? Da holt sie aus, blickt zurück in ihre eigene Vita. Sie war Au-pair in Paris, als die Gastmutter sie davon überzeugte, sich für ein Praktikum bei der SchwäZ zu bewerben. „Ich merkte das erste Mal, dass man sich was trauen muss. Es war auch mein erstes Erlebnis, dass man manchmal jemanden braucht, der einen bestärkt und einem Mut macht.“ Menschen ermutigen, sich was zuzutrauen – das sei wesentlicher Teil ihres Jobs geworden.

Noch bevor es offiziell los ging, machte sich die Direktorin in spe auf „Innovationsreise“. Sie besuchte Medienkongresse und Medienhäuser, von Spiegel über Gabor Steingarts Media Pioneer bis FAZ und ZDF. Sie wollte ein Gespür dafür bekommen, was Redaktionen bewegt und woran es ihnen fehlt, damit das ifp sein Angebot entsprechend ausrichten kann. Von ihrer Reise nahm Fugunt nicht nur Impulse mit, wie das ifp seine einstige Stärke, das nachhaltige Lernen, besser gestalten kann. Sie bekam auch ein besseres Bild davon, an welcher Stelle KI-Tools im Journalismus bereits eingesetzt werden und was

## Warum ich im BJV bin

„Die Schwäbische Zeitung, wo ich volontierte, machte Anfang der 2000er Jahre schwierige Zeiten durch. Die Zentralredaktion wurde verkleinert, das Blatt optisch und inhaltlich neu ausgerichtet. Ich erinnere mich an viele aufgeregte Flurgespräche, wie es für uns Volontärinnen und Volontäre wohl weitergehen könnte. Da war es überhaupt keine Frage, dass wir in eine Gewerkschaft oder einen Berufsverband eintreten müssen, weil dort unsere Interessen zusammenlaufen und wir unsere Informationen bekommen. Momentan sehen wir wieder, wie wichtig es ist, dass gute Arbeitsbedingungen durchgesetzt werden, weil sonst junge Leute keine Lust mehr auf diese Branche haben.“

das für die Aus- und Weiterbildung bedeuten könnte. Noch im Zug zurück schrieb Fugunt ein Konzept. Der Workshop „KI-Test-Lab“ steht in den Startlöchern. Und noch besser: Er wird von der Initiative „Start into Media“ mit 5000 Euro gefördert.

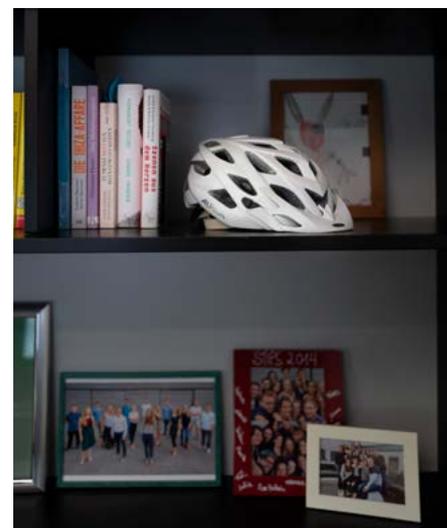
Die Förderung ist in der Kapuzinerstraße sehr willkommen, wenn nicht sogar vonnöten. Das ifp wird zwar von der Deutschen Bischofskonferenz finanziert. Doch mit Ausbildung per se lässt sich kein Geld verdienen. Es sei denn, man verlangt Gebühren dafür. Das ist aber nicht der Weg, den die Schulleiterin für sinnvoll hält. Also sind sie und ihr Team angehalten, mit den Zuschüssen der DBK „vernünftig umzugehen“ und „einen wirtschaftlichen Beitrag zu leisten“. Das tun sie, indem sie insbesondere das Weiterbildungsprogramm so gestalten, dass es tatsächlich von Redaktionen nachgefragt wird. Ein weiterer Einnahmenbringer sind die 24 Zimmer im Gästehaus, die für Gasttagungen oder private Reisen vermietet werden, sofern die Schule sie nicht selbst benötigt. Eine Nacht im Kloster ist schon ab 65 Euro zu haben – für Münchner Verhältnisse ein Schnapper.

Zukunftssorgen um ihr Haus plagen Fugunt nicht, auch wenn das Schicksal des evangelischen Pendants Anlass dazu geben könnte. Im März 2022 schloss das Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik die Türen der EJS in Berlin für immer. Nur für Volos gibt es eine Lösung. Seit vorigem Herbst werden je zwei pro Jahr über eine Kooperation in München mit ausgebildet. Anzeichen, dass ihre Einrichtung wie die EJS nicht mehr gebraucht und gewollt werden könnte, sieht Fugunt momentan nicht. Was das ifp stark mache: „Wir bilden auch für

die konstitutionelle Presse aus, von der Katholischen Nachrichtenagentur in Bonn bis zum Michaelsbund in München.“ Das sei eine strategisch wichtige Verankerung, auch weil das ifp als Innovationstreiber geschätzt werde. „Wer sich bei uns ausbilden lässt, trägt Neues in die kirchlichen Redaktionen.“

Nun hat Isolde Fugunt das ifp in einer Zeit übernommen, wo die Katholische Kirche in eine tiefe Krise geraten ist. Kaum ein Tag vergeht, wo nicht neue Vorwürfe wegen sexuellen Missbrauchs bekannt werden. Natürlich bleibt das nicht ohne Spuren. Wer in der Katholischen Kirche beheimatet ist so wie sie, komme nicht umhin, „seinen eigenen Glauben in Frage zu stellen, auch wütend zu sein über das, was da draußen passiert und warum zu wenig dagegen getan wird“. Die Menschen, denen Schreckliches widerfahren ist, hätten ein Recht darauf, dass ihre Geschichten erzählt werden. „Wer soll das tun, wenn nicht Journalistinnen und Journalisten?“

Das ifp habe sogar eine besondere Verantwortung, genau dafür Raum zu schaffen, glaubt Fugunt. 2021, als sie noch Studienleiterin war, initiierte sie erstmals ein Spezialseminar zu diesem heiklen Thema. Es wird vermutlich nicht das letzte gewesen sein. Denn die Vorbehalte gegenüber der Katholischen Kirche sind ja weiter da. Manche Bewerbung am ifp bleibt womöglich deshalb aus. Die, die dennoch kämen, brächten zurecht ihre Fragen mit, die sie an der Schule diskutierten. „Wir müssen das tun“, betont die Schulleiterin, „wenn wir so täten, als gäbe es keine Probleme, würden wir uns total unglaubwürdig machen.“



Nie ohne Helm: Zur Arbeit in der Kapuzinerstraße fährt die ifp-Direktorin immer sicher behütet.

Foto: Sophie Linckersdorff

Die Kopfleiste mit dem Navigations-Menü scrollt mit

Raum für weitere Hinweise und Aktualitäten

Blogartikel, Kommentare, Berichte zu Veranstaltungen und Aktionen

Links zu den am häufigsten nachgefragten Dienstleistungen

Fußzeile, Social Media, Impressum



Mitgliedsantrag, Suche, DJV, Kontakte

Aktuelle Themen und Veranstaltungen werden mit großen Bildern besonders hervorgehoben

Pressemitteilungen

Termine, Veranstaltungs-Ankündigungen, Webinare

Anmeldung zum BJV-Newsletter

Call to Action

Screenshot: Benedikt Frank

# Die neue Website des BJV

## Unser Verband präsentiert sich online in neuem Gewand

Von Johannes Michel

Nach langer Vorbereitung ist es endlich so weit: Die neue Internetseite des Bayerischen Journalisten-Verbandes geht online. Zu finden ist sie, wie gewohnt, unter [www.bjv.de](http://www.bjv.de). Wir stellen die wichtigsten Funktionen vor und erklären, warum dieser Schritt notwendig geworden ist.

**Mitgliederwerbung:** Unser Verband ist gefragter denn je in Zeiten des Medienwandels. Dazu gehört auch ein moderner Internetauftritt, der schon auf den ersten Blick die Schwerpunkte erkennen lässt. „Wir machen mit der Seite stärker klar, dass wir eine Mitglieder-Organisation sind und werben entsprechend stärker um Mitgliedschaften“, erklärt BJV-Kommunikationsreferent Benedikt Frank.

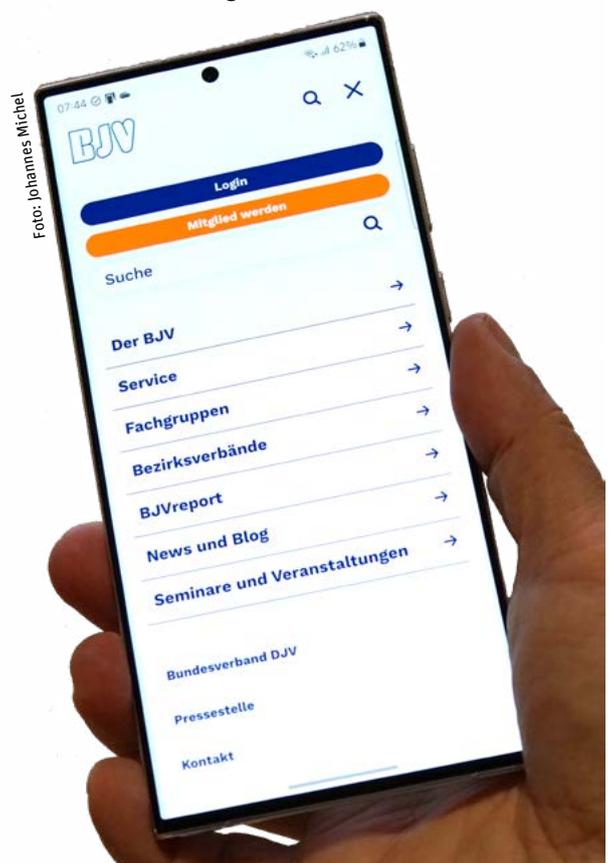
**Gestaltung:** Durch den Relaunch ergeben sich mehr Gestaltungsmöglichkeiten. Bisher konnten auf der Startseite nur vier Plätze für Nachrichten oder Termine vergeben werden – jetzt lässt sich alles frei gestalten, Highlights lassen sich besser hervorheben, Texte und Bilder besser präsentieren. Das bislang vorhandene Hintergrundbild verschwindet vollständig, es ergibt sich eine klar strukturierte und besser lesbare Webseite.

**Content Management System:** Verwaltet wird die Internetseite über ein Content Management System (CMS). Dieses nutzen der DJV sowie 14 Landesverbände. „Das ist wirtschaftlich, weil Entwicklungskosten nur einmal anfallen, und schafft neue Möglichkeiten in der Vernetzung untereinander“, so Frank. Daher soll es künftig möglich sein, Veranstaltungen des Bundesverbands auch beim BJV zu zeigen – und umgekehrt. Das dürfte besonders die Fachgruppen freuen, die auf diese Art und Weise auch Mitglieder anderer Landesverbände für ihre Veranstaltungen gewinnen können. Und auch mit Blick auf DJV-Webinare und die „BJVwissen“-Angebote ist dies interessant.

**Struktur:** Apropos Fachgruppen: Durch die Veränderung der Navigationsstruktur sind viele Elemente, dazu gehören zum Beispiel die Bereiche für die Fachgruppen und die Bezirksverbände, viel leichter auffindbar. „Wer sich im BJV ehrenamtlich engagieren will oder den Austausch mit unseren Expertinnen und Experten sucht, soll nicht lange nach den richtigen Ansprechpartnern suchen müssen“, erklärt Frank. Da Erfahrungen von Webdesigner\*innen belegen, dass ein Teil der User die Navigation gar nicht nutzt, sondern direkt die Suchfunktion ansteuert, wird auch diese verbessert.

**Zukunft:** „Auch nach dem Start der Webseite werden die Arbeiten noch nicht komplett abgeschlossen sein“, weiß Frank. Kontinuierlich soll es Verbesserungen und Erweiterungen geben. „Wir sehen das als Prozess.“ Somit ist die Webseite noch nicht final, es werden weiterhin neue Features hinzukommen.

**Mobilität:** Besonders wichtig: Die neue Webseite verfügt über ein responsives Design. Das bedeutet: Sie funktioniert auch auf Geräten wie Smartphones und Tablets einwandfrei. Nachdem mittlerweile die Mehrzahl der Besucher\*innen auf Internetseiten diese mit mobilen Geräten ansteuert, war dieser Schritt über wichtig.





Tagung an der Elbe: Die DJV-Delegierten treffen sich heuer Anfang November in Magdeburg.

Foto: Romy Buhr

# DJV muss neue Spitze wählen

Anfang November findet der diesjährige DJV-Verbandstag in Magdeburg statt

Von Johannes Michel

In diesem Jahr stehen beim Deutschen Journalisten-Verband wieder Wahlen auf dem Programm. Klar ist schon jetzt: Die Delegierten werden einen Nachfolger oder eine Nachfolgerin von Frank Überall wählen

müssen. Aus Bayern sind laut Planung 45 Delegierte mit dabei. Drei Tage lang, vom 5. bis zum 7. November, finden sich in diesem Jahr zahlreiche Journalist\*innen zum alljährlichen DJV-Bundesverbandstag ein. Fest

steht inzwischen auch: Der DJV-Verbandstag, turnusmäßig 2024 in Bayern, wird in Ingolstadt stattfinden. Veranstaltungsort ist aber nun zunächst das Maritim-Hotel in Magdeburg.

Im Wahljahr ist der gesamte Bundesvorstand neu zu besetzen. Zum wichtigsten Posten gibt es bereits Informationen: Denn nach acht Jahren an der Spitze des Bundesvorstands stellt sich Frank Überall nicht mehr zur Wahl. Bereits bekannt ist, dass sein bisheriger Stellvertreter Mika Beuster aus Hessen als Bundesvorsitzender kandidiert.

## Ministerpräsident soll kommen

Auch für andere Ämter gibt es bereits Kandidat\*innen. Die stellvertretende Bundesvorsitzende Anne Webert vom BJV bewirbt sich erneut um dieses Amt, Beisitzerin Mariana Friedrich (Thüringen) kandidiert als stellvertretende Bundesvorsitzende. Schatzmeisterin Katrin Kroemer (NRW) tritt erneut zur Wahl an, Philipp Blanke (Berlin) will wieder Beisitzer werden. Neu zu besetzen sind zwei Beisitzerposten: Nach der Wahl von Harald Stocker zum Vorsitzenden des BJV hat er sein Amt im Bundes-

### Bayerische Delegierte für Magdeburg

Der BJV wird beim DJV-Verbandstag durch 45 Delegierte vertreten. Die Mitglieder des Landesvorstandes sind nach der BJV-Satzung (§ 18 Absatz 5) „geborene“ Delegierte, das bedeutet, sie vertreten den BJV in Magdeburg kraft ihres Amtes. Die weiteren Delegierten wurden auf der BJV-Mitgliederversammlung in Nürnberg gewählt und werden in der Reihenfolge der für sie abgegebenen Stimmen entsendet. Fällt eine/einer der ersten 45 Delegierten aus, kommen die Nachrücker\*innen zum Einsatz.

**Geschäftsführender Vorstand:** Harald Stocker, Andrea Roth, Wolfgang Grebenhof, Jürgen Schleifer. Anne Webert ist über den DJV abgeordnet.

**Vorsitzende der Bezirksverbände:** Ralph Bauer, Dieter Germann, Claudia Grimsman, Stefanie Heckel, Marlo Thompson

**Vorsitzende der Fachgruppen:** Volker Figura, Maria Goblirsch-Kolb, Johannes Michel,

Jonas Miller, Thomas Mrazek, Josef Schäfer; Daniela Wartelsteiner. Noch offen: die Delegierten der Fachgruppen Print und Rundfunk.

**Beisitzer\*innen:** Jürgen Dennerlohr, Ulf Froitzheim, Thomas Geiger, Klaus Reindl

**Gewählte Delegierte** (Nach Anzahl der für sie abgegebenen Stimmen): Michael Busch, Margit Conrad, Stefan Gregor, Barbara Deller-Leppert, Andreas Ascherl, Michael Helmerich, Hans Glatzl, Isolde Kohl, Yannick Hupfer, Dirk Ceelen, Miriam Leunissen, Dieter Fabritius, Wolfgang Soergel, Anne Wildermann, Martina Dankof, Martin Semmler, Frau Ferlemann, Stephan Mühlbauer, Klaus Meßenzehl, Dorin Popa, Thomas Schumann, Tilman Steiner, Ulf Vogler, Gerhard Beer.

**Nachrücker:** Hans von Draminski, Wolf Zitzelsberger, Stefan Girschner, Klaus Hommer, Engelbert Hopf, Michael Kuntz, Michael John. (mgo)

vorstand niedergelegt, die Position ist seitdem vakant.

Eröffnet wird der Verbandstag am 5. November um 14 Uhr. Geplant sind Grußworte von Frank Überall, Uwe Gajowski (Vorsitzender Landesverband Sachsen-Anhalt) und Ministerpräsident Rainer Haseloff. Nach der Konstituierung des Verbandstages geht es in einer Podiumsdiskussion um das Thema „Lokaljournalismus im Umgang mit der AfD“ weiter. Auch die Reden von Frank

Überall und Schatzmeisterin Katrin Kroe-mer sollen noch am Sonntag stattfinden. Der Montag, 6. November, wird dann ganz im Zeichen der Wahlen stehen, ebenso werden Anträge beraten. Der Dienstag, 7. November, ist für die weitere Antragsberatung reserviert. Zum Netzwerken wird es wieder eine Abendveranstaltung geben.

Der Veranstaltungsort, das Maritim-Hotel, liegt nur wenige Gehminuten vom Magdeburger Hauptbahnhof entfernt. Fast ne-

benan befindet sich der Magdeburger Dom – die Innenstadt bietet sich daher für einen Spaziergang an. Auch die naheliegende Elbe oder der Stadtpark können erkundet werden. Sachsen-Anhalts Landeshauptstadt hat rund 240.000 Einwohner\*innen und ist sowohl katholischer als auch evangelischer Bischofssitz. Im Jahr 2005 feierte die Stadt ihren 1200. Geburtstag. Magdeburg ist außerdem eines der ältesten Industriezentren Deutschlands.

## Der BJV auf den Münchner Medientagen

Stand bei „Media for you“, Workshops mit Michael Busch

Die Medientage München finden dieses Jahr vom 25. bis 27. Oktober in neuem Umfeld statt. Nicht im Kongresszentrum der Messe München, wie in den letzten Jahren, sondern erstmals im „House of Communication“ hinter dem Münchner Ostbahnhof. Der BJV ist wieder im Ausbildungs-Bereich der Career-Erlebnismesse „Media For You“ dabei. Dort konnte bereits im vergangenen Jahr die Präsenz an der „News“-Station erfolgreich genutzt werden, um mit jungen Menschen über den Journalismus und den BJV ins Gespräch zu kommen.

Zwei Workshops für angehende Journalist\*innen wird der ehemalige BJV-Vorsitzende und Ausbildungsredakteur der Mediengruppe Oberfranken Michael Busch geben: Am 25. Oktober findet um 11 und um 12 Uhr ein Training für Bewerbungsgespräche statt. Am 26. Oktober gibt es um 10 und um 14 Uhr Tipps zur Fotografie. Die Tickets für „Media For You“ und die Anmeldung zu den Workshops sind kostenlos. (bef)



Den Mediennachwuchs erreichen – das will der BJV auch heuer wieder bei der Career-Erlebnismesse der Münchner Medientage.

Archivfoto: Maria Goblirsch

## Die BJV-Anekdote

### Sonderhalt in Schweinfurt

Ohne seinen Lokführer-Rucksack mit dem DB-Logo ging Karl-Heinz Dix nicht auf die Schiene. Denn: Die wahre Leidenschaft des tz-Journalisten galt nicht (nur) der Zeitung, sondern der Eisenbahn. Er konnte den Schienenverkehr vehement verteidigen gegen alle anderen Verkehrsmittel. Und das geschah so auch Jahr für Jahr im BJV-Landesvorstand, ging es um die Frage, ob die Delegierten mit der Bahn oder mit dem Bus oder gar dem Flugzeug (!) zum DJV-Verbandtag anreisen sollten.

Doch zurück zum Lokführer-Rucksack mit dem DB-Logo. Damit hielt ihn so mancher Schaffner für einen der ihren – und das war Karl-Heinz Dix keineswegs unrecht. Au-

ßer einem Vierkantschlüssel (wofür alles konnte man den im ZUG einsetzen!) hatte KHD immer auch die Durchwahl der Bahn-Leitstelle im Gepäck. Die nutzte er dann, wenn es zu klären galt, warum etwa ein ICE auf freier Strecke unangekündigt zum Halten kam. Oder wenn er sich aus anderem Grund über die Deutsche Bahn grämen musste.

Von dieser persönlichen Verbindung zur Leitstelle profitierte auch eine Gruppe BJVler, die seinerzeit von der BJV-Mitgliederversammlung in Schweinfurt abends noch nach München fahren wollte. Der letzte Regionalzug war ausgefallen. Wie jetzt aus der mainfränkischen Provinz nach Hause kommen? Wer mit Karl-Heinz Dix reiste, war hier gut aufgehoben. Der nämlich griff zum Handy

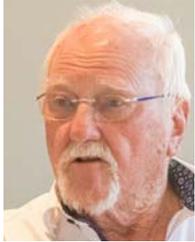
und rief in der DB-Leitstelle an. Und er versprach anschließend seinen Kolleg\*innen, dass in Kürze ein ICE in Schweinfurt für sie einen Sonderhalt einlegen werde. Geglaut hat ihm das zunächst keiner. Doch dann rollte der ICE tatsächlich in den Bahnhof Schweinfurt ein, hielt kurz an und ließ die Journalistengruppe des BJV einsteigen.

Karl-Heinz Dix strahlte. Die übrigen Passagiere im ICE wirkten eher genervt. Vielleicht, auch weil wir ein kleines bisschen zu laut waren und auf der Fahrt nun jene Bocksbeutel leerten, die ein BJVler als Wegzehrung vom Büffet hatte mitgehen lassen. Aber das ist eine andere Geschichte. Und unser KHD, im Jahr 2016 viel zu früh verstorben, bleibt unvergessen. Maria Goblirsch

## Happy Birthday, Mainfranken!

Im Juli 1973 wurde der nördlichste Bezirksverband des BJV gegründet

Foto: Stefan Gregor



Max Schmidt

„Wir Unterfranken wollten nicht unter der Fuchtel von Nürnberg stehen und waren selbstbewusst genug, unseren eigenen Bezirksverband zu gründen“, erinnert sich Max Schmidt an das Jahr 1973. Im Juli vor 50 Jahren wurde der heute 84-Jährige zum ersten Vorsitzenden der neu entstandenen Untergliederung gewählt und blieb 24 Jahre im Amt.

Damals war Mainfranken ein Teil des Bezirksverbandes Nordbayern und Schmidt holte sich erst von dessen Vorsitzendem Wolfgang Buhl und aus der Münchner Zentrale das Plazet für die Abspaltung. Die Gründungsversammlung fand dann in den Gaststuben der Würzburger Residenz statt. Am 9. September 2023 feierten an gleicher Stelle rund 20 BJV-Mitglie-

der das 50-jährige Bestehen. Viel sei in den Jahren nach der Gründung passiert, berichtete Schmidt. Die Ortsverbände Main-Spessart, Kitzingen, Schweinfurt und Würzburg wurden gegründet, der PresseClub Würzburg entstand im Jahr 1990 und viele medienpolitische Initiativen auf Landes- und Bundesebene kamen aus Mainfranken – auch, weil Max Schmidt als Schriftführer 15 Jahre lang dem Geschäftsführenden Vorstand des BJV angehörte. Als der Bezirksverband 1997 mit Rainer Reichert einen neuen Vorsitzenden wählte, zählte er 309 Mitglieder.

Eine wichtige gewerkschaftliche Station sei 1990 der Streik für einen Ausbildungstarifvertrag gewesen. Schmidt, damals Redakteur der *Main-Post*, saß in insgesamt vier Vorstellungen des Musicals „Linie 1“ im Würzburger Stadttheater, weil er sich „selbst auferlegt hatte, Du schreibst nicht, Du streikst!“. Mit Erfolg. Der Tarifvertrag wurde abgeschlossen. (mgo)

## WANTED

Sie vertritt die Interessen der Journalist\*innen an Tageszeitungen und bei Zeitschriften: Die BJV-Fachgruppe Print. Demnächst stehen Neuwahlen an. Gesucht sind Kolleg\*innen, die sich im Vorstand engagieren wollen. Nähere Informationen beim derzeitigen Vorsitzenden Wolfgang Grebenhof, E-Mail [wolfgang@grebenhof.de](mailto:wolfgang@grebenhof.de).

## Wo Verdachtsberichterstattung beginnt und endet

Hubert Aiwanger, Arne Schönbohm, Till Lindemann: Ein Spitzenpolitiker, ein Spitzenbeamter, ein weltbekannter Rockmusiker. Sie wurden in den Medien mit schwerwiegenden, existenzgefährdenden Vorwürfen belastet. Wie weit darf Verdachtsberichterstattung gehen? Wann müssen Journalist\*innen aufgrund ihrer Wächterfunktion berichten, auch wenn der letzte Beweis fehlt? Darüber diskutierten der BJV-Vorsitzende Harald Stocker auf einem Podium des PresseClub München e.V. und weitere Talkgäste: Jan Fleischhauer, Kolumnist des Focus, Medienanwalt Chan-jo Jun, sowie Manfred Otzelberger, PresseClub-Vorstandsmitglied und Reporter der *Bunten*. Die Veranstaltung ist über den YouTube-Kanal des PresseClubs weiterhin abrufbar: [www.youtube.com/c/PresseClubMünchen-e-V](http://www.youtube.com/c/PresseClubMünchen-e-V) (pm)

## Fachgruppe schaut hinter die Flughafenkulissen

Der Nürnberger Airport ist nach den schwierigen Coronajahren im Aufschwung: 2024 will man die vier Millionen Marke bei den Fluggästen wieder knacken und damit zum Stand vor der Pandemie aufschließen. Wie das gelingen soll, erfuhren die rund 30 Besucher\*innen der Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des BJV von Flughafengeschäftsführer Michael Hupe aus erster Hand. Dabei kam er unter anderem auch auf das schwierige Thema der Nachhaltigkeit im Flugverkehr zu sprechen. Mehr im Artikel von Isabel Krieger: [www.bjv.de/news/bjv-gast-beim-airport-nuernberg](http://www.bjv.de/news/bjv-gast-beim-airport-nuernberg)

## Stocker: Abhörung hätte nie genehmigt werden dürfen

BJV gewährt Rechtsschutz, Anwalt Chan-jo Jun vertritt vor Amtsgericht

„Die Abhörung eines Telefons, auf dem vor allem Journalistinnen und Journalisten anrufen, hätte nie genehmigt, geschweige denn verlängert werden dürfen“, sagt der BJV-Vorsitzende Harald Stocker. Die *Süddeutsche Zeitung* hatte im Juni aufgedeckt, dass die Generalstaatsanwaltschaft München rund ein halbes Jahr lang ein Pressetelefon der „Letzten Generation“ abgehört hatte. Laut SZ findet sich in den Beschlüssen des Amtsgerichts kein Wort zur Abwägung des Eingriffs in die Pressefreiheit. Zwei BJV-Mitglieder hatten Antrag auf Überprüfung der Abhörmaßnahme beim Amtsgericht München eingereicht.

Der BJV gewährte Rechtsschutz, der Würzburger Anwalt Chan-jo Jun vertritt die Beiden. „Gespräche mit der Presse sind vertraulich und von der Verfassung geschützt“, erklärt er in einer Pressemeldung des BJV. Eine öffentlich als Kontakt für Presseanfragen bekannte Telefonnummer abzuhören, dürfe nicht einfach vom Amtsrichter durchgewunken werden. Es müsse zuvor eine sorgfältige Prüfung stattfinden, ob die Maßnahme verhältnismäßig sei. Jun hat Zweifel, dass diese stattgefunden hatte. Mehr: [www.bjv.de/news/pressefreiheit-verletzt-bjv-geht-gegen-unzulaessige-abhoeraktion-vor](http://www.bjv.de/news/pressefreiheit-verletzt-bjv-geht-gegen-unzulaessige-abhoeraktion-vor) (pm)

In der Serie „Der BJV-Newcomer/Die BJV-Newcomerin“ stellen wir neue Verbandskolleg\*innen vor, die uns als spannende, kreative und mutige Talente auffallen. Sie haben Tipps? Wir freuen uns auf Empfehlungen!

## Adelina Yefimenko

58 Jahre, Musikwissenschaftlerin,  
Musik-Kritikerin, Universitätsprofessorin  
BJV-Mitglied seit Mai 2023



Selfie: Adelina Yefimenko

**Ausbildung und berufliche Stationen:** Studium der Musikwissenschaft, Musikpädagogik, Philosophie und Theologie. Musikwissenschaft- und Klavierstudium an der Hochschule für Musik Lwiw. Promotion und Habilitation an der Nationalen Peter-Tschajkowsky-Musikakademie der Ukraine im Fach Musikwissenschaft. Heute Professorin für Historische Musikwissenschaft und Leiterin der Meisterkurse für zeitgenössischen Regieoper an der Nationalen Musikakademie Lwiw. Professorin an der Ukrainischen Freien Universität München. Autorin von zwei Monografien sowie wissenschaftlichen wie musikkritischen Artikeln, Rezensionen und Interviews. Journalistischer Schwerpunkt: Kritiken zu zeitgenössischen Opernproduktionen.

**Deshalb kamen Sie nach Deutschland:** Ich war im Zuge eines Forschungsaufenthalts in Deutschland an Universitäten in Leipzig, Dresden und München. 2005 erhielt ich dann ein Stipendium des Deutschen Akademischen Austauschdiensts (DAAD). Seitdem lebe ich in Deutschland, fahre aber immer hin und her. Meine Hauptstelle ist weiterhin meine Professur an der Musikakademie in Lemberg. In München lebe ich seit 16 Jahren.

**So kamen Sie zum Journalismus:** Schon als Studentin habe ich mich lange und intensiv mit der operativen Musikkritik beschäftigt, weil ich es sehr wichtig finde, gleich nach verschiedenen Events wie Theater, Oper oder Konzert Reaktionen an die Medien abzuliefern. Nach meiner Promotion war ich an der Universität in Wolhynien tätig, schrieb aber damals schon Artikel für regionale Zeitungen. Inzwischen habe ich mich auf dem Opernbereich spezialisiert, die Musikkritik ist auch ein Teil meiner Forschung.

**Für diese Medien schreiben Sie aktuell:** Ich schreibe für ukrainische Medien, zum Beispiel für die Onlinezeitung *Zbruc* ([zbruc.eu](http://zbruc.eu)). Erstaunlicherweise funktioniert übrigens das Kulturleben in Lemberg, Kiew und selbst in Dnipro nach wie vor. Das ist wie eine Trotzreaktion: „Wir sind da, wir werden leben, wir sind eine große Kulturnation.“ Ich schreibe aber auch für das deutsche Portal *ioco.Kultur im Netz* oder für die *Opernwelt*.

**So unterscheidet sich die Opernkritik in Deutschland und der Ukraine:** Seitdem ich in Deutschland lebe, lese ich viele deutsche Musikkritiken.

Spannend ist, wie unterschiedlich Kritiker auf Opern reagieren. In der Ukraine sind diese unterschiedlichen Meinungen nicht so verbreitet. Es gibt vielleicht ein oder zwei Kritiken. Die massenhaften Reaktionen auf musikalische Ereignisse in Deutschland beeindruckten mich.

**Deshalb ist die Musikkritik wichtig:** Sänger oder Regisseure warten auf die Kritiken, reagieren darauf, verbreiten sie in den sozialen Medien. Es geht bei der Opernkritik ja längst nicht nur um die Musik, sondern auch um die soziale Wirkung und die politische Aktualität. Künstler können zeigen, was passieren könnte, Stichwort Apokalypse. Sie haben eine besondere Fähigkeit, uns zu warnen. Meinen Studenten sage ich gern: Wenn ihr in die Oper geht, seid ihr danach einen Schritt weiter und ein anderer Mensch. Gleichzeitig kann man – und das ist traurig – von Musikkritiken als Hauptbeschäftigung nicht leben, weil sie viel zu schlecht bezahlt werden.

**Das macht eine gute Musikkritik aus:** Textqualität bedeutet, dass ich vorab entsprechend lese, forsche und Rezensionsarbeit leiste zur Entstehung der Oper, zum Komponisten, zu anderen Inszenierungen. Das Zweite ist die Wirkung nach der Operaufführung: Wie wirkt die Inszenierung direkt? Lässt sie mich vielleicht nicht los? Manchmal schaue ich eine Oper sogar ein zweites Mal, wenn ich sie nicht vollständig verstanden habe.

**Ihre sonstigen Leidenschaften:** Das Reisen, auch wenn ich dazu noch nicht viele Möglichkeiten hatte. Aber auch beim Reisen komme ich am Ende immer wieder auch auf die Oper oder die Kirchenmusik zurück. Zudem mache ich Sport und liebe es, in die Natur zu gehen. Und: Ich liebe Kunst, sowohl der modernen als auch der alten Meister.

**Für die BJV-Mitgliedschaft spricht:** Ich bin eine alleinstehende Kritikerin. Ich möchte aber im Team sein und schauen, was andere machen. Ich möchte wissen: Wie arbeiten die Journalisten in Deutschland? Und: Wie arbeiten Auslandskorrespondenten, die aus der Ukraine berichten?

Michaela Schneider

# Das Presserecht gilt nicht für jeden Blog

## Verdachtsberichterstattung: Für die Presse gelten strengere Regeln

Von Maria Goblirsch

Auf der Internetseite *buengerplattform-schweinfurt.de* wurde im Mai 2022 über Ermittlungen der Staatsanwaltschaft gegen eine ehemalige Compliance-Beauftragte der Stadt wegen versuchter Strafvereitelung berichtet. Unter dem Titel „Die Aufarbeitung beginnt erst jetzt“ ging es in dem Beitrag um Machenschaften des ehemaligen Theaterleiters der Stadt Schweinfurt. In dessen Fall habe die Stadtverwaltung von Schweinfurt monatelang abgewartet und zwischenzeitlich noch Prämien an den ehemaligen Amtsleiter ausgezahlt. Gegen den Theaterleiter erließ das Amtsgericht (AG) Schweinfurt später einen Strafbefehl über zehn Monate Haft auf Bewährung sowie eine Geldstrafe in vierstelliger Höhe wegen Untreue. Die Compliance-Beauftragte war vor der Veröffentlichung nicht angehört worden. Sie fühlte sich in ihren Persönlichkeitsrechten verletzt und verlangte nun von den Verantwortlichen der Internetseite, die Verdachtsberichterstattung zu unterlassen.

Auf der Website der verklagten Schweinfurter Bürgerinitiative, die inzwischen vom Netz genommen wurde, ging es vor allem um Informationen zur Durchsetzung lokalpolitischer Ziele. Gelten für politische Aktivist\*innen oder Whistleblower\*innen dieselben Regeln aus dem Presserecht wie für Journalist\*innen? Hätte die Klägerin also vor einer Veröffentlichung die Möglichkeit zu einer Stellungnahme bekommen müssen? Diese Fragen hatte das Landgericht Schweinfurt im Juli zu entscheiden.

Nicht jeder Blog ist Presse, lautete die Antwort der Richter (Urteil vom 27. Juli 2023, Az.: 11 O 458/22). Bei der Beurteilung komme es im Einzelfall darauf an, ob der Blog journalistisch-redaktionelle Inhalte anbiete. Nur dann könnten die presserechtlichen Grundsätze wie das Erfordernis der Einholung einer Stellungnahme gelten. Das verneinten die Richter\*innen im Fall der Schweinfurter Bürgerplattform.

Der Pressebegriff setze unter anderem einen hohen Grad an Professionalisierung der Arbeitsweise und ein hohes Maß an Aktualität voraus. Beides sahen sie im vorliegenden Fall nicht als gegeben an. Außerdem lasse der Schutz der Ausübung von politischen Mitwirkungsrechten keine strengere Beurteilung nach dem Presserecht zu. Schließlich sei die Compliance-Beauftragte auch nicht in gleicher Weise betroffen wie bei einer Presseberichterstattung. Denn bei einer Presseberichterstattung würden die Leser in deutlich höherem Maße Recherchen und Abwägungen erwarten als bei einer Bürgerinitiative.

Bei seiner Entscheidung stütze sich das unterfränkische Gericht auf Paragraph 19 des Medienstaatsvertrags (MStV), der die Sorgfaltspflichten regelt. Dort heißt es: „Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen insbesondere vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben werden, haben den anerkannten journalistischen Grundsätzen zu entsprechen.“

Wann eine Verdachtsberichterstattung durch die Presse erlaubt ist, hat der Bundesgerichtshof (BGH) im November 2021 (Az.: VI ZR 1241/20) entschieden. Und diese Regeln sollten Journalist\*innen unbedingt beach-

ten, da sonst jede Menge Ärger droht: teure Abmahnungen, die Abgabe von Unterlassungserklärungen oder aufwändige Gerichtsverfahren.

Regel 1: Für eine identifizierende Verdachtsberichterstattung ist „ein Mindestbestand an Beweistatsachen, die für den Wahrheitsgehalt der Information sprechen und ihr damit erst „Öffentlichkeitswert“ verleihen, erforderlich“, so der BGH. Die Darstellung dürfe zweitens keine Vorverurteilung des Betroffenen enthalten; „Sie darf also nicht durch eine präjudizierende Darstellung den unzutreffenden Eindruck erwecken, der Betroffene sei der ihm vorgeworfenen Handlung bereits überführt. Außerdem sei vor der Veröffentlichung regelmäßig eine Stellungnahme des Betroffenen einzuholen. Schließlich müsse es sich um einen „Vorgang von gravierendem Gewicht handeln, dessen Mitteilung durch ein Informationsbedürfnis der Allgemeinheit gerechtfertigt ist“.

In jedem einzelnen Fall muss zwischen dem Persönlichkeitsrecht des

Betroffenen und dem Recht der Presse auf Meinungs- und Medienfreiheit abgewogen werden. Es gilt: Je intensiver der Eingriff in die Ehre und das Persönlichkeitsrecht des Betroffenen ist, desto gründlicher muss recherchiert werden. Dabei sollte man sich nicht auf bloße Gerüchte oder auf fremde Medienberichte oder Informationen aus zweiter Hand verlassen, sondern vor dem Aufstellen oder Verbreiten eines Verdachts hinreichend sorgfältige eigene Recherchen anstellen. Aber: An die Wahrheitspflicht dürfen nach der Rechtsprechung keine Anforderungen gestellt werden, die „den freien Kommunikationsprozess einschnüren“.

„Die Pflichten für Medien sind strenger als für Privatleute.“  
Bundesgerichtshof

### „Vorgang von erheblichem Gewicht“

Es muss sich also um einen Vorgang von erheblichem Gewicht handeln, der etwa wegen der Schwere des Vorwurfs oder wegen der Prominenz der Betroffenen von Interesse für die Allgemeinheit ist. So dürfte über die angebliche Trunkenheitsfahrt eines Politikers berichtet werden, der sich als Saubermann gibt oder die angebliche Verwicklung eines bekannten Sportfunktionärs in einen Steuerskandal.

Vor allem bei investigativen Berichten ist eine Stellungnahme des Betroffenen einzuholen. Dieser sollte so dezidiert wie möglich damit konfrontiert werden, welcher Vorwurf im Raum steht – und das mit Namen, Daten und Fakten. Und das sollte man in einem möglichen späteren Schadenersatzprozess auch nachweisen können (Mitschnitt, Gesprächsprotokoll, Belege lang genug archivieren!). Zwei bis drei Tage reichen, je nach Komplexität des Sachverhalts als Zeit für eine Stellungnahme.



#### Die Autorin

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

Foto: Thomas Geiger

## Der KI-Tipp



### Wolf Schneider schaut zu

Künstliche Intelligenz als Handwerkszeug: Hier setzt die „Wolf Schneider KI“ der „Reporterfabrik. Webakademie des Journalismus“ an, dem Bildungsprojekt des Recherchezentrums „Correctiv“. Es handle sich um ein auf künstlicher Intelligenz basierendes Tool, „das all denen unterstützend zur Seite steht, die Texte verfassen“, heißt es auf der Website *wski.app*. Grundlage des Tools: die Schreibregeln von Wolf Schneider. Derzeit gibt es die KI in der Version „Beta 0.1.0“; wer sie testen will, muss einen Zugangscode beantragen. Also gut, jetzt wird getestet. Ich kopiere eine Analyse der bayerischen Gesundheitspolitik vor der Landtagswahl ins Textfeld und klicke als Textgattung „Bericht“ an. Anwählen kann ich „Text verbessern“, „Überschrift finden“ oder „Teaser generieren“. Volle Punktzahl für die Überschriften, die erste ähnelt meiner eigenen

verblüffend. Auch der Teaser sitzt und fasst den Bericht gut zusammen, es bräuchte nur marginale Korrekturen. Mein Text sei gut geschrieben, aber mit Verbesserungspotenzial, spuckt die Analyse aus. Der künstliche Assistent rät etwa zu mehr Einfachheit, Prägnanz und Lesefluss. Na dann her damit, ich klicke auf „Text verbessern“. In Sekunden schrumpft Wolf Schneiders kleine Schwester meine 1200 Wörter auf 820. Wo ich vorher sprachlich gespielt und gefeilt hatte, liest sich Vieles nun sehr einfach, knapp, nüchtern. Teils eher Schulaufsatz, denn journalistischer Artikel. Ob dies im Sinne eines für seine liebevolle Verteidigung der deutschen Sprache bekannten Wolf Schneider gewesen wäre? Den vollständigen KI-Text wollte ich nicht übernehmen. Die Möglichkeit, sich Satz- und auch Wort-Alternativen anbieten zu lassen und am eigenen Text zu feilen, taugt.

Michaela Schneider

## Der Buchtipp



### Mit Leidenschaft gegen Desinformation

„Fake News“ haben im Netz eine gute Konjunktur. Seit 2017 bekämpft Correctiv.Faktencheck als erste Redaktion in Deutschland organisierte Lügenkampagnen in sozialen Netzwerken. In dem von Bastian Schlange herausgegebenen Werk erzählen er und seine Kolleg\*innen von ihrem unermüdlichen Ringen um die Wahrheit, von Anfeindungen und Momenten des Zweifels. Sie berichten praxisnah und in einer ansprechenden Optik über die verschiedenen Facetten der Desinformation bis in die heutige Zeit mit all ihren üblen Akteuren. Als altgedienter Netznutzer kann man hier noch viel Neues lernen, das auch für die eigene Arbeit relevant ist. Besonderen Wert legt das Buch auf

Transparenz: QR-Codes führen zu den Ursprungsrecherchen sowie zu Primärquellen wie Geheimdienstakten, Gerichtsakten oder Studien. Schlange ist ein Werk gelungen, das unbedingt in der Journalistenausbildung eingesetzt werden sollte. Interessierte Leser erhalten einen hervorragenden Einblick in das Faktenchecken. Zudem werden sie exklusiv auf thematisch passende kostenlose Online-Kurse der Reporterfabrik hingewiesen.

**Schlange, Bastian:** Das einzig wahre Faktencheckbuch. Recherchen, Einblicke und Erfahrungen von Deutschlands erster Faktencheckredaktion. CorrectivVerlag, Essen 2023, ISBN 978-3-948013-23-3, 323 Seiten, 24 Euro. Weitere Informationen: [tinyurl.com/faktencheckbuch](https://tinyurl.com/faktencheckbuch) Thomas Mrazek



## Der Techniktipp



### Fotos und andere Dateien schnell austauschen

Eine Datei zwischen zwei Smartphones oder zwischen Smartphone und PC versenden, ohne Messengerdienste wie WhatsApp oder eine E-Mail zu nutzen? Das geht! Bei Android-Smartphones heißt diese Funktion „Nearby Share“. Dabei wird über Bluetooth und WLAN eine Verbindung zu einem anderen Smartphone (oder PC) aufgebaut. In der Praxis funktioniert das so: Foto schießen, in die Foto-App (Galerie) gehen, dort das Foto öffnen und in der Menüleiste den Teilen-Bildschirm nutzen (das Symbol dafür ist ein rechts offenes Dreieck mit Punkten an den Ecken). Dort steht dann die Funktion Nearby Share zur Verfügung. Beim Empfänger ist Voraussetzung, dass sein Smartphone eingeschaltet und entsperrt ist

und dass er eingehende Verbindungen per Nearby Share auch erlaubt hat. Wer ein Samsung-Smartphone nutzt, hat eine weitere Möglichkeit. Denn Samsung betreibt einen ähnlichen Dienst namens „Quick Share“. Beide Apps stehen auch PC-Nutzer\*innen zur Verfügung. Ein wenig anders sieht es bei Apple-Smartphones aus. Auf iPhones gibt es schon seit einigen Jahren die Option „AirDrop“. Der Datei-Austausch läuft ähnlich wie bei den Android-Möglichkeiten, Basis ist das Teilen-Symbol. Dieses sieht bei Apple allerdings anders aus und besteht aus einem Viereck mit einem nach oben zeigendem Pfeil darin. Ein Versenden von Apple- zu Android-Geräten oder Windows-PCs ist hiermit allerdings nicht möglich.

Johannes Michel

## „Noch hängt viel vom Engagement des Einzelnen ab“

Julia Ruhnau ist erst die zweite Theodor-Wolff-Preisträgerin in der Haushistorie der *Nürnberger Nachrichten*. Dafür hat sie einiges geopfert: ihre Freizeit.

Von Senta Krasser

Die Geschichte des YouTubers Drachenlord wurde oft erzählt, „aber nicht so“, lobt die Jury des Theodor-Wolff-Preis. „Endlevel Hass“ von Julia Ruhnau hat sie als bestes lokales Stück ausgezeichnet.

Sagen Sie mal, Frau Ruhnau, lieben Sie Ärger?

**Julia Ruhnau:** Nein, gar nicht, ich bin ein sehr harmoniebedürftiger Mensch.

Wenn Journalist\*innen Ärger wollen, findet der Kollege Lars Wienand auf T-Online, schreiben sie unvorsichtig von den „kriminellen Hatern“ des „Mobbing-Opfers“ Rainer Winkler.

Offensichtlich findet auch er, dass man nicht unvorsichtig an die Sache rangehen sollte. (lacht) Das Problem mit den Hatern ist: Wenn man nicht durch die Bank schreibt, dass Rainer Winkler ein schlechter Mensch ist und schlimme Dinge tut, muss man mit entsprechenden Rückmeldungen aus der Szene rechnen.

Auch Sie?

Ja, aber das, was ich nach meinem Text „Endlevel Hass“ abbekommen habe, war noch alles im Rahmen und bewältigbar. Da ich in den sozialen Medien nicht aktiv bin, gingen bei mir „nur“ Mails ein. Da gibt es andere Kolleginnen und Kollegen, die es härter trifft.

Kurz für diejenigen, die Rainer Winkler nicht kennen: Wer ist das?

Ein YouTuber, der als Drachenlord relativ bekannt geworden ist. Das Besondere an ihm ist, dass er die Zahl seiner Aufrufe vor allem darüber generiert, dass sich sehr viele Leute über ihn lustig machen und ihre Abneigung gegen ihn im Netz teilen. Inzwischen ist sein Account gesperrt. Negative Aufmerksamkeit bekam Winkler aber nicht nur im Netz, sondern auch im realen Leben.

In Altschauerberg in Mittelfranken eskaliert die Situation immer wieder, seit sich im August 2018 ein Mob auf Winklers Anwesen traf, um ihn „das Fürchten zu lehren“. Sie hatten in der Online-Redaktion zwangsläufig damit zu tun, weil es in Ihrem Berichtsgebiet liegt. Auch in überregiona-

Ihre Schichten in der Online-Redaktion sahen eine Auszeit nicht vor, um sich in die Geschichte des Drachenlords tiefer einzugraben. Also recherchierte Julia Ruhnau in ihrer Freizeit, monatelang. Vielleicht, sagt sie, werde es künftig einfacher, Freiraum für Großrecherchen zu bekommen, weil die Kolleg\*innen sich auf sie berufen könnten: „Das Thema wäre wichtig und es bringt uns doch auch etwas als Medienhaus.“

Foto: Marcus Zumbansen

len Medien ist der Drachenlord immer wieder Thema. Was war Ihr Antrieb, sich noch einmal und so ausführlich damit zu beschäftigen?

Ich habe gemerkt, dass ich eigentlich zu wenig über Winkler und seine Hater weiß, um substanzvoll berichten zu können. Es gab auch noch keinen Text, keine Produktion, wo ich das Gefühl hatte, jetzt verstehe ich, was alles dahintersteckt. Deshalb wollte ich mich selber mal dransetzen und schauen, wie weit ich komme. Ich wusste zum Beispiel nicht, ob ich mit Winkler überhaupt sprechen kann.

Woher wussten Sie, dass Sie es mit dem echten zu tun haben? Die Bild fiel auf einen „Fake-Drachenlord“ herein und musste sich entschuldigen.

Als ich ihm gegenüber saß, war es schon sehr offensichtlich, dass er das ist. (lacht) Es gab im Vorfeld auch keine Lücke, wo sich irgendjemand hätte reinschieben können, so, jetzt tue ich mal so, als wäre ich der Drachenlord.

Wie haben Sie sich Winklers Vertrauen erarbeitet?

Ein Bekannter von ihm leistete insofern Vorarbeit, als dass er das Treffen arrangierte. Das Gespräch selbst verlief dann vollkommen unproblematisch. Ich musste kein Misstrauen abbauen. Dass wir auf einer professionellen Ebene so gut kommunizieren konnten, lag daran, dass er das Gefühl hatte, ernstgenommen und fair behandelt zu werden. Das ist schon wichtig. Ich weiß, dass das bei Winkler schnell umschlagen kann. Wenn er sich ungerecht behandelt fühlt, bricht er den Kontakt direkt ab.

Warum ist Ihrer Reportage der Hinweis vorangestellt, dass nur wenige Menschen ihren Namen teilen wollten?





### Julia Ruhnau

1990 in Fürth geboren, kam nach dem Studium der Soziologie und Philosophie in Erlangen sowie einem Journalistikstudium in Leipzig für ihr Volontariat zu den *Nürnberger Nachrichten*. Seit 2017 arbeitet sie dort als Redakteurin, zunächst mehrere Jahre in der Online-Redaktion, aktuell in der Fürther Lokalredaktion. Nebenbei schreibt sie als freie Autorin für den dpa-Themendienst. 2023 erhielt sie für ihren Text „Endlevel Hass“ über den „Drachenlord“ den Theodor-Wolff-Preis ([tinyurl.com/twp23](https://tinyurl.com/twp23)). Mit demselben Text war sie bereits für den Reporter:innen-Preis nominiert.

Foto: Hans-Joachim Winkler

Weil ich gleich am Anfang verdeutlichen wollte: Hier geht es nicht um irgendeinen YouTuber und seine Hater; davon gibt es massenhaft Fälle. Was sich hier abgespielt hat, geht weit darüber hinaus: Sehr viele Menschen, die direkt erst einmal nichts mit Winkler zu tun hatten, waren vom Hass auf ihn betroffen. Das kann sehr schnell gehen.

*Nicht nur von den Hatern, auch von Spiegel-Kolumnist Sascha Lobo kommt der Vorwurf: Die Medien tragen eine Mitschuld. Sie halten das Interesse und damit den Hass auf den Drachenlord wach, weil sie gut daran verdienen.*

Das Thema ist definitiv ein Klickbringer. Deshalb verleitet es dazu, vielleicht nicht immer so genau hinzuschauen, welche Informationen man vorliegen hat und ob sie wirklich eine Veröffentlichung wert sind. Es wird ja auch fleißig voneinander abgeschrieben. Dadurch wird dieser ganze Komplex am Leben gehalten und immer größer. Allerdings weiß ich: Die meisten Leute, die solche Artikel lesen, sind nun mal die Hater. Geht ein Text etwa auf Telegram viral, steigen bei uns die Klickzahlen. Die Hater müssen sich da an die eigene Nase fassen.

*Wie gut hat sich „Endlevel Hass“ verkauft?*

Der Text ist hinter der Paywall und wird somit per se schlechter gelesen. Die Zahl der Abos, die wir damit generiert haben, ist dennoch nicht schlecht, aber nichts, womit man den Verlag retten könnte. (lacht) Ein fast noch wichtigerer Gradmesser ist für mich, dass er durch die Auszeichnung eine überregionale Aufmerksamkeit bekommen hat, die es sonst nicht gegeben hätte.

*Wären Sie nicht festangestellt, wäre die Drachenlord-Story für Sie ein sattes Minusgeschäft geworden. Sie haben monatelange Recherche reingesteckt – hauptsächlich in Ihrer Freizeit. Gab es kein Entgegengekommen der Redaktion: Julia, nimm dir mal frei vom Alltagsgeschäft?*

Nein. Meine Schichten in der Online-Redaktion sahen so etwas nicht vor. Ich glaube, dass den meisten Kolleginnen und Kollegen auch gar nicht bewusst war, was für eine große Recherche das ist.

*Und jetzt, wo Sie diesen wichtigen Preis bekommen haben: Werden solche Kraftakte künftig in der Arbeitszeit möglich sein?*

Vielleicht wird es einfacher, weil sich die Kolleginnen und Kollegen auf mich berufen können: Das Thema wäre wichtig und es bringt uns doch auch etwas als Medienhaus. Aber ich habe bis jetzt noch nichts mitbekommen, wo sich konkret irgendwas verändert hätte.

*Der Theodor-Wolff-Preis war in Ihrem Medienhaus überaus willkommen ...*

Stimmt, es ist schon etwas Besonderes, weil ich in der Geschichte des Hauses erst die zweite Preisträgerin bin. Meine ehemalige Volontärsbetreuerin Gudrun Bayer, die inzwischen Chefredakteurin der *Fränkischen Landeszeitung* ist, gewann ihn als erste, 1995. Lange her.

*Ihr Chefredakteur Michael Husarek begreift diesen Preis als „Ansporn“, den Leser\*innen „auch unter schwierigen Rahmenbedingungen“ Qualitätsjournalismus zu bieten. Ist das als Aufforderung an die Redaktion zu verstehen: Macht euch ran an aufwändige Geschichten, auch wenn wir euch keinen Freiraum dafür geben können?*

Wahrscheinlich schon, ja. Da müssen Sie aber ihn fragen. Ich denke, noch hängt viel vom Engagement und Durchhaltevermögen des Einzelnen ab. Freiraum dafür zu bekommen, ist in den meisten Fällen nicht drin, weil die personelle Besetzung knapp ist und jeden Tag irgendwie die Zeitung raus muss. Allerdings ließe sich sicher darüber diskutieren, für was man sich die Zeit nimmt und ob man sich das zehnte Projekt vielleicht spart und dafür wieder ein bisschen mehr ins Kerngeschäft investiert.

*Würden Sie es wieder tun: unbezahlte Mehrarbeit in Kauf nehmen?*

Spontan: Nein, weil es sehr anstrengend war. Aber es kommt immer auf das Thema an. Wenn mir etwas wirklich wichtig ist, so wie im Fall Drachenlord, dann schließe ich es nicht aus. Egal ob mir das bezahlt wird oder irgendjemand im Nachhinein dankt.

*Würde Ihnen vom Verlag gedankt außer mit warmen Worten? Vielleicht mit einer Beförderung?*

Nein. Mir wurde nur in Aussicht gestellt, dass ich nach meiner Zeit in der Fürther Lokalredaktion, wo ich aktuell eine Kollegin vertrete, auch weiter als Reporterin arbeiten könne.

*Auch in Fürth beschäftigt Sie der Drachenlord weiter. Haben Sie noch Kontakt?*

Längere Zeit nicht mehr. An seiner Situation hat sich grundsätzlich nichts verändert. Winkler laviert und probiert weiter aus, wie er mit Online-Inhalten Geld verdienen kann, und leidet zugleich darunter, dass er sich kaum frei bewegen kann. Er sucht die Schuld allein bei den anderen, anstatt zu überlegen, was er anderes mit seinem Leben anfangen könnte.

*Welche Erkenntnis nehmen Sie aus dem Fall mit?*

Dass es kein wirksames Mittel gibt, um die Macht der Masse einzuschränken. Die einzige Möglichkeit, die ich sehe, liegt darin, sich zumindest eine Zeitlang unsichtbar zu machen. Wer unverschuldet ins Visier des Mobs gerät, nur weil man vielleicht eine Pizza an die falsche Person ausgeliefert hat, kann nur darauf hoffen, dass es schnell vorbeigeht.



### Die Autorin

Senta Krasser arbeitet frei als Medienjournalistin.  
@sentakrasser, [senta@krasserjournalismus.de](mailto:senta@krasserjournalismus.de)

Foto: Enric Mammen



# SAVE THE DATE

**Am Donnerstag,  
den 11. April 2024  
in München.**

Das Branchentreffen der  
Medienprofis von morgen.

Für journalistische  
Volos, Azubis und  
Ausbilder\*innen.



**PRESS  
AHEAD**

**DAS VOLO-CAMP  
DES BJV**

Mehr unter:  
[bjv.de/press-ahead](https://bjv.de/press-ahead)

