

Der BR unter dem Messer Zwischen Einschnitten und Reformen



Pressestellen A bis Z im BJVreport

Ab Seite 20 finden Sie die Einträge von Pressestellen aus den Bereichen Bildung/Wissenschaft (BW), Messen/Ausstellungen (MA), Finanzen (F), Versicherungen (V), Energie (E), Netz (N), Verkehr (VK), Unternehmen (U), Kammern (K), Verbände (VB), Soziales/Kirche (SK):

A

AFAG Messen und Ausstellungen (MA)

B/C

Bauindustrie Bayern/
Bayerischer
Bauindustrieverband (VB)

Bayerische
Landesärztekammer (K)

Bayerngas (E)

Bayernhafen (VK)

Bayernwerk (E)

BMW Group (U)

Buffet Crampon

D

DIEHL Diehl Stiftung (U)

E

Erdgas Schwaben (E)

E-T-A Elektrotechnische Apparate (U)

F

Flughafen München (VK)

G/H

GVB Genossenschaftsverband
Bayern (F)

Hanns-Seidel-Stiftung (BW)

L/M

LEONI AG

LEW Lechwerke (E)

LMU Ludwig-Maximilians-Universität
München (BW)

N

N-ERGIE (E)

NÜRNBERGER

Versicherungsgruppe (V)

O/P/R

S

Schwaben Netz (N)

Sparkassenverband Bayern (F)

St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg
(U)

StWN Städtische Werke Nürnberg (U)

V

VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft (VK)

VdK Bayern Sozialverband (SK)

Versicherungskammer Bayern (V)

VGN Verkehrsverbund
Großraum Nürnberg (VK)

W

wbg Nürnberg Immobilien (U)

Dank auch den Sonderinserenten:

- AFAG Messen und Ausstellungen
- Akademie der Bayerischen Presse
- DKV-Ergo
- Presse-Versorgung
(Versorgungswerk der Presse)



Kontaktbörse „Pressestellen“

Die Rubrik „Pressestellen“ im *BJVreport* ist ein gern genutzter „Treffpunkt“ für Kammern, Verbände, Organisationen, Dienstleister und Unternehmen aus vielen Bereichen, die regelmäßige und fundierte Pressearbeit betreiben. Nutzen Sie diese Kontaktbörse, alle zwei Monate, ein ganzes Jahr lang für nur 1.540,- EUR zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **5 x jährlich**, jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juli, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter www.bjv.de • **Planung/Abwicklung:** Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09 11/988 11 264, Fax 09 11/988 11 265, robert.macher@mediasued.de



Michaela Schneider
Leitende Redakteurin
Foto: Günter Schneider

Sparzwänge

In Wahlkampf-Zeiten wettern Politiker allzu gerne gegen die Rundfunkgebühr – darauf folgt garantierter Applaus. Für Wählerstimmen nehmen sie in Kauf, dem Medienvertrauen und im Kern auch der Demokratie zu schaden. Markus Söder, der einst selbst bei dem *Bayerischen Rundfunk* volantierte und als Redakteur arbeitete, polterte im Dezember 2024 auf der Plattform X gegen die Klage des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vor dem Bundesverfassungsgericht, die verhindern sollte, dass eine Erhöhung der Rundfunkgebühr auf Eis gelegt wird. Eigentlich müsste es ein Markus Söder besser wissen – nämlich, dass aus gutem Grund nicht die Länderchefs, sondern mit der KEF eine unabhängige Expertenkommission den Finanzbedarf der öffentlich-rechtlichen Sender ermittelt. Der *Bayerische Rundfunk* kommt nun nicht um radikale Einschnitte umhin – deshalb widmen wir ihm eine ganze Titelstrecke. Im Interview spricht Intendantin Katja Wildermuth darüber, wie sie die Finanzierungslücke schließen will. Wie wirken sich Sparzwänge auf die Mitarbeitenden aus? Gleichzeitig verändert sich die Arbeit auch, weil die technischen Gegebenheiten heute andere sind. Dafür begleiteten wir eine Korrespondentin aus dem Studio Weissenburg. Und wir wollten wissen, in welchen Bereichen neue technische Anwendungen und auch Künstliche Intelligenz in den Arbeitsalltag Einzug halten. **Ab Seite 8**

Der BJV-Landesvorstand traf sich zur Klausur, um den Strukturwandel des Verbands voranzutreiben. Ein eigenes Team will an der Verbandskommunikation arbeiten, junge Kolleg*innen könnten über Press Ahead hinaus Angebote für Altersgenoss*innen schnüren. Der Bereich „Social Network“ soll professionalisiert werden. Und das ist nicht alles. **Ab Seite 6**

Eine Einigung bei den Tarifverhandlungen Tageszeitungen scheint in weiter Ferne, die Forderungen der Parteien gehen deutlich auseinander. Kolleg*innen der *Süddeutschen Zeitung* legten zwei Tage lang die Arbeit nieder. Die Stimmung sei kämpferisch, erzählt ein Kollege. **Seite 22**

Unser Titelbild

Die Einschnitte bei dem *Bayerischen Rundfunk* sind drastisch, eine Finanzierungslücke von 70 Millionen Euro muss geschlossen werden. Die „Operation Zukunft“ läuft. Rasch hatte das *BJVreport*-Team in der Redaktionskonferenz das Bild eines Patienten vor Augen, dem manches Organ entnommen werden muss, um sein Überleben zu sichern, auch wenn es schmerzt. Denn am Ende geht es vor allem darum, das Herzstück – einen guten Journalismus – nicht zu gefährden. Unser Fotograf **Jim Albright**, bis zu seinem Ruhestand im Vorjahr Bildredakteur bei der *Fränkischen Landeszeitung* in Ansbach, bekam die Möglichkeit, das Setting für unser Cover in einem nicht mehr genutzten OP-Saal der ANregiomed Klinik Rothenburg aufzubauen. Statt Lunge oder Leber liegen in den Nierenchalen unter anderem Immobilien und Poolfahrzeuge.



Jim Albright
Foto: Wolfgang Grebenhof

Kaleidoskop

- 4 Medienköpfe
- 5 Social Media auf Papier

Verband

- 6 Teams für Projekte, Bezirksverbände fürs Netzwerk
BJV-Strukturwandel: Jetzt geht es ans Konkrete

Titel

- 8 Der Patient am Rande der Stadt
Wie sich der BR auf die Medienzukunft vorbereitet
- 11 Der BR auf dem Operationstisch
Sparzwang und neue Strukturen beim Sender
- 12 „Wir kürzen nicht mit dem Rasenmäher“
So will Intendantin Wildermuth die Finanzierungslücke schließen
- 14 Regionalheldin mit „Car Office“
Vera Held ist Korrespondentin im BR-Studio Weissenburg
- 16 Mit KI in Richtung Zukunft?
Nachrichten und Co. werden bald noch persönlicher
- 17 Pressestellen

Medien-Szene

- 20 Leserbrief
- 21 Jetzt schon E-Rechnungen schreiben?!
Das muss noch nicht sein. Sie empfangen zu können ist aber Pflicht
- 22 Jugendländersender *egoFM* geht in Insolvenz
Laufendes Programm und Gehälter sind vorerst gesichert

Verband

- 23 „Geschlossenheit ist das Gebot der Stunde“
Auf ein Wort mit dem Vize-BJV-Vorsitzenden Wolfgang Grebenhof
- 24 Aus dem Verbandsleben
- 26 Rebell im Winterschlaf
Officestory: Die Tegernseer Stimme ist vorerst verstummt
- 28 „Die Stimmung ist kämpferisch“
Tarifverhandlungen Tageszeitungen: Zwei Tage wurde die SZ bestreikt
- 29 BJV-Vorsitzender spricht bei Demo für Demokratie
- 30 Die BJV-Newcomerin: Elena Nass
- 31 BSW-Seminare
- 32 Journalistentag blickt aufs Medienvertrauen
Bei der Mitgliederversammlung am 5. und 6. April wird gewählt
- 33 Survival-Kit für Freischaffende
Beim FREItag am 14. März gibt es Tipps zur Stressbewältigung
- 34 „Ich war gerade 18 und sollte ‚mal machen‘“
Annika Karoline Schleithoff ist die neue Stipendiatin des BJV
- 36 Aus dem Verbandsleben, Impressum

Service

- 37 Investigativjournalistin will von RTL nachträglich Geld
Recht aktuell: Sender muss Auskunft über erzielte Werbeeinnahmen geben
- 38 Unsere Tipps

Zur Person

- 39 Jubilare
- 40 Nachrufe

Sagen Sie mal...

- 41 „Wann geht's denn endlich los mit Kolumna?“
Seit 3. Februar können die Lindauer die neue Online-Zeitung lesen. Julia Baumann-Scheyer hat sie mitgegründet



Foto: Christoph Weiß

Julia Haug (38) verstärkt seit Januar die Chefredaktion der *Main-Post* unter Vorsitz von Ivo Knahn. Die gebürtige Sonthofenerin kennt die Würzburger Zeitung seit ihrem Volontariat 2012. Nach Stationen in der Online- und der Lokalredaktion Schweinfurt übernahm sie Aufgaben im internen Transformationsmanagement. Seit 2020 ist sie zudem Ausbildungsverantwortliche.

Mit **Holger Sabinsky-Wolf** (Jg. 1970) als Leiter hat die *Augsburger Allgemeine* erstmals ein Ressort „Investigatives“. Der Wächterpreisträger (zur CSU-Maskenaffäre) übernimmt die Aufgabe zusätzlich zur Ressortleitung Bayern und Welt und wird von Ina Marks und Max Kramer aus der Augsburger Stadtreaktion unterstützt. Von der Verzahnung über Ressortgrenzen hinweg erhofft sich die Zeitung noch mehr Rechercheerfolge.



Foto: BR, Markus Konvalin

Fritz Egner (75) hat sich nach einem halben Jahrhundert am Mikrophon von *Bayern 1* und seiner Sendung „Fritz und Hits“ verabschiedet, aber nicht ganz freiwillig. Laut *BR*-Pressemitteilung wäre er „gerne noch länger geblieben“, aber der Sender habe für den Sendeplatz andere Pläne. Seit 10. Januar spielen freitagabends wechselnde Moderator*innen ausschließlich Lieblingshits der Hörer*innen. Egner moderiert ab März mittwochs beim Oldie-Sender *Schwarzwaldradio*.

Axel Wüstmann (50) ist neuer CEO der Mediengruppe Pressedruck. Der Verlagsmanager mit Erfahrung auf dem Schweizer Medienmarkt folgt auf Andreas Scherer und Alexandra Holland. Beide Verlagserben zogen sich Ende 2024 aus dem Management zurück.



Es bleibt in der Familie: Unmittelbar vor seinem 85. Geburtstag am 9. Februar hat Professor Hubert Burda die unternehmerische und verlegerische Verantwortung für sein Medienhaus an seine Kinder übergeben. **Elisabeth Burda Furtwängler** (32) und **Dr. Jacob Burda** (34) führen das Familienunternehmen in vierter Generation fort. Sie waren in der Unternehmensgruppe bereits als Gesellschafter und Mitglieder des Verwaltungsrats involviert. Dieses Gremium leitet künftig **Olaf Koch** (54) in der Nachfolge von **Paul Bernhard Kallen** (67).

Foto: Michael Tinnefeld für HBM

Michael Gebhardt (41) spricht seit Februar nicht mehr für den ADAC. Der gebürtige Nürnberger arbeitet jetzt wieder als Journalist bei der *Automobilwoche* in Oberpfaffenhofen. Vor seinem Wechsel in die ADAC-Kommunikation im Oktober 2023 war er Vize-Chefredakteur Auto der *Bild*-Gruppe.



Foto: Caroline Lucius

Romana Echenberger (47) ist beim Genuss-Magazin *Falstaff Deutschland* neue Chefredakteurin Wein an der Seite von Sebastian Späth und Ulrich Sauter. Sie trägt die Auszeichnung „Master of Wine“ als eine von weltweit nur 421 Personen und schrieb zuvor unter anderem eine Wein-Kolumne für den *Kölner Stadt-Anzeiger*.

Daniel Cremer (47), bis Ende 2023 Mitglied der *Bild*-Chefredaktion und Regio-Chef in München, startet bei der *Berliner Zeitung* neu durch. Als einer von drei Stellvertretern von Chefredakteur Tomasz Kurianowicz setzt er seit Januar den Fokus auf Online. Cremer verließ *Bild* nach 22 Jahren mit goldenem Handschlag, als das Münchner Büro dichtgemacht wurde.



Foto: Roland Fengler



Foto: Ralf Günther, Bild

Die SWMH macht **Stephan Sohr** zum Gesamt-Chefredakteur der Verlagsgruppe Hof/Coburg/Suhl/Bayreuth (u.a. *Frankenpost*). Er folgt auf **Marcel Auermann** (Jg. 1977), der im Herbst 2024 nach vier Jahren bei der HCSB ausschied und seit Januar leitender Politik-Redakteur bei der *Bild-Zeitung* in Berlin ist. Sohr ist derzeit noch Chefredakteur der *Nürnberger Zeitung* und Mitglied der Chefredaktion. Seine Multi-Führungsaufgabe in Hof startet der 56-Jährige im März.

Andreas Wiele (57), seit 2022 Vorsitzender des Aufsichtsrats von *ProSiebenSat.1*, will bei der Hauptversammlung des im DAX gehandelten Medienkonzerns am 28. Mai nicht zur Wiederwahl antreten und kommt damit womöglich einer Abwahl zuvor. Seit längerem toben Machtkämpfe mit dem Großaktionär MediaForEurope. Aktuell liegt der Anteil der Italiener minimal unter der 30-Pro-

zent-Schwelle, ab der ein Übernahmeangebot abgegeben werden muss. Mit Wiele verliert *ProSieben*-Vorstandschef Bert Habets einen wichtigen Verbündeten im Aufsichtsrat.



Foto: Markus Konvalin

Diana Schardt (54) hat die Seiten vom Privat zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk gewechselt: Seit Februar ist sie Unternehmenssprecherin des *Bayerischen Rundfunks*. Zuvor kommunizierte die gebürtige Bad Tölzerin fast 30 Jahre für *ProSiebenSat.1*. Ihr Vorgänger beim *BR*, Markus Huber, führt seit Herbst die Geschäfte des Bayerischen Bankenverbands.

Andrea Rexer (42) hebt zum 1. Mai ab als Chefkommunikatorin des Flughafen München. Sie folgt auf Hans-Joachim Bues, der in Ruhestand geht. Rexer leitete zuletzt die Unternehmenskommunikation der Hypovereinsbank. Zuvor war sie Ressortleiterin Unternehmen beim *Handelsblatt* und leitete das Finanzteam der *Süddeutschen Zeitung*.

Kai Gohlke (55), Chefredakteur bei Oberpfalz Medien (u.a. *Der neue Tag*), holt sich mit Simone Baumgärtner, Magdalena Raß, Thomas Webel und Stefan Zaruba Verstärkung in die Chefredaktion. Lokale Reporterteams werden von Wilhelm Amann (Süd) und Martin Maier (Nord) geführt. Ab April soll die Redaktion in selbstorganisierten Spezialisten-Teams arbeiten.

Madita van Hülsen (44) hat bei *Kabel Eins* neue Moderationsaufgaben: Weil der Sender das seit 1997 von Burda Studios produzierte „K1 Magazin“ zum Jahreswechsel aus programmstrategischen Gründen eingestellt hat, moderiert sie jetzt „Abenteuer Leben“. Kein Platz ist mehr dort für **Seraphina Kalze**, die seit 2016 durch die werktägliche Sendung führte.

Senta Krasser

Auf zu neuen Zielgruppen

Medienhäuser müssen um jüngere Nutzer*innen kämpfen

Von Thomas Mrazek

Neulich fragte ich als Lehrbeauftragter in einem Kommunikationsstudiengang die Studierenden nach ihrer Nachrichtennutzung. Dass kaum jemand noch gedruckte Zeitung liest, ist seit Jahren bekannt. Auch die Digitalausgaben erreichen die Generation Z kaum; kostenpflichtige Angebote seien zu teuer, zu unpraktisch, zu umfangreich, so lautet die Kritik. „In den letzten Monaten gab es täglich nur negative Nachrichten“, klagte eine Studentin und sprach von „News Fatigue“. Ein anderer misstraute den Medien, da sie oft falsche oder einseitige Berichte lieferten. Immerhin erwähnte eine Studentin, dass sie sich über Instagram-Kanäle großer Medienhäuser wie *Die Zeit* oder *Neue Zürcher Zeitung* informiere und manchmal sogar bereit wäre, für diese Inhalte zu bezahlen, wenn es einfache Zahlungsoptionen gäbe. Gibt es also noch Hoffnung? Schauen wir mal, welche Pläne Verlage für die Zukunft schmieden.

+++ Altersschnitt 75 Jahre

Ein Whitepaper der Verlags-Kooperation DRIVE (Digital Revenue Initiative) von dpa und der Unternehmensberatung Highberg/Schickler zeigt, wie sich die demografische Entwicklung im Lokalen auswirkt: „THE DAY AFTER – Lokalzeitung ohne Print: Wie Verlage in der Region ihre digitale Zukunft gewinnen“ (PDF, 48 Seiten, in einem gefälligen Layout, zum Download). Neben gängigen Ratschlägen, Thesen und klugen Kurzaufsätzen, blieb mir eine Aussage von Meinolf Ellers, dpa, im Gedächtnis: „Schon jetzt liegt der Altersschnitt für Printabonnenten im Lokalen bei rund 75 Jahren, der für das E-Paper als digitale Print-Kopie um gerade einmal fünf bis zehn Jahre darunter.“ Für die Lokalzeitung ist es also schwierig, sich bei jüngeren Nutzer*innen zu etablieren.

bjv.de/whitepaper-lokalzeitung
bjv.de/UseTheNews



Wie können wir junge Menschen für den Journalismus gewinnen? Der Frage geht UseTheNews in einem Whitepaper nach.

Grafik: Frauke Engler (frauenge.com)

+++ Nachrichtenkompetenz als Schlüssel

Ein weiteres Projekt mit dpa-Beteiligung untersucht, wie Medien die begehrte Zielgruppe erreichen können: „Zwölf Monate lang haben #UseTheNews und ihre Partner im ‚Jahr der Nachricht 2024‘ ausgetestet, wie man junge Menschen mit Nachrichten, Journalismus und vertrauenswürdigen Informationen erreichen kann“, schreibt die von Meinolf Ellers geleitete UseTheNews gGmbH. Das 84-seitige Whitepaper (PDF) „Fit für die Demokratie – Wie begeistern wir junge Menschen für Informationsmedien und Journalismus – Nachrichtenkompetenz als Schlüssel“ bietet zahlreiche Beispiele, Best Practices, Dos and Dont’s, die zeigen, wie Medienhäuser Medienkompetenz vermitteln und damit neue Nutzer*innen gewinnen können. Großer Wert wird auf Tiktok-For-

mate gelegte. Neben der Ausgabe für Journalist*innen und Medienhäuser gibt es auch eine Ausgabe „Bildung“ für Lehrkräfte zum Download. Als Partner beim „Jahr der Nachricht 2024“ engagierten sich auch Medienhäuser und Initiativen aus Bayern, darunter BLM, Media Lab Bayern, *ProSiebenSat.1*. Beide Publikationen sind empfehlenswert und ermutigen zur Arbeit mit jüngeren Zielgruppen.

+++ Widerständen zum Trotz

Nur eine kurze Weihnachtspause gönnte sich der Betreiber von *Regensburg-Digital*, Stefan Aigner. Es beeindruckt, wie der 50-jährige Kollege es schafft, mit investigativem Journalismus im Lokalen seit 2008 allen Widerständen zum Trotz zu bestehen. Aigner bilanzierte Ende 2024: „Trotz denkbar dünner Personaldecke konnten wir deutlich über 200 Beiträge veröffentlichen – ausführliche Recherchen, Kommentare und Glossen, Schlaglichter auf Stadtpolitik, Justiz, Kirche und Gesellschaft. Fast 30 mal fand unsere Arbeit Erwähnung – in überregionalen Medien, in Büchern und anderen Veröffentlichungen oder in Studien zum Lokaljournalismus, beispielsweise beim Netzwerk Recherche („Wüstenradar“, T.M.).“ In dieser Studie untersuchen Wissenschaftler der Hamburg Media School, wie gut einzelne Regionen in Deutschland mit Lokalzeitungen versorgt sind. In Bayern dürfen wir uns mit dem digitalen Nachrichtenmagazin *Kolumna* rund um Lindau auf ein neues Angebot freuen (siehe auch *Interview mit einer der Gründerin, Julia Baumann, S. 41f*).

bjv.de/mutmacher-aigner
bjv.de/regensburg-digital
wuestenradar.de
kolumna.org

Teams für Projekte, Bezirksverbände fürs Netzwerk

Der BJV-Landesvorstand sprach über konkrete Schritte, um den Strukturwandel des Verbandes voranzutreiben – auch der Bereich Social Network wird professionalisiert

Von Michaela Schneider

Der BJV will flexibler auf aktuelle Herausforderungen reagieren. Dafür hatte die Mitgliederversammlung vorigen Juli eine Satzungsänderung beschlossen. Erste ehrenamtliche Teams sollen demnächst die Arbeit aufnehmen. In einer Geschäftsordnung wird die Zuständigkeit von Bezirksverbänden und Fachgruppen geschärft. In München traf sich der BJV-Landesvorstand Ende Januar zur Klausur, um das weitere Vorgehen zu besprechen. Auch die Social-Media-Kommunikation des Verbandes soll professionalisiert werden. Vorsitzender Harald Stocker gab einen Überblick über Pläne, Ideen – und über ganz Konkretes.

Wo stehen wir mit Blick auf die Verbandsstrukturierung?

Die beschlossene Satzungsänderung wird in den nächsten Wochen mit dem Eintrag ins Vereinsregister Rechtsgültigkeit erhalten. Dann können wir im Landesvorstand offizielle Teams gründen, die zwar keine direkte Nachfolge bilden, aber für die Klientel einstiger Fachgruppen interessant sein könnten.

Ein Team für Kommunikation hat sich bereits gefunden. Worum geht es hier?

Unsere internen Kommunikationswege sind nicht zukunftssicher. Wir tun uns schwer, Leute zu erreichen und für ein Verbandsengagement zu gewinnen, die nicht sowieso schon Teil der Struktur sind. Federführend aktiv sind nun unsere Schriftführerin Anne Weber und Kommunikationsexpertin Barbara Weidmann. Die Beiden haben eine Umfrage innerhalb des BJV gemacht, an der sich knapp 500 Personen beteiligten, also fast zehn Prozent unserer Mitglieder. Das große Feedback hat uns überrascht. Ebenso, dass die Teilnehmer der Umfrage eindeutig mit modernen Tools arbeiten wollen. Mit großer Mehrheit haben sie sich für Microsoft Teams ausgesprochen (*mehr zur Umfrage siehe Infokasten*). Der BJV darf nicht hinter den modernen Kommu-



Harald Stocker, Vorsitzender des Bayerischen Journalisten-Verbandes.

Foto: Thomas Geiger

nikationsmöglichkeiten der Unternehmen zurückbleiben.

Ein weiteres Team soll sich rund um das Volocamp „Press Ahead“ bilden ...

Etwa zehn Leute organisieren aktuell „Press Ahead“, das Projekt lebt sehr stark vom Engagement einzelner junger Mitglieder. Wir Älteren bringen uns nur ein, wenn unsere Erfahrung gefragt ist. Zum Teil fanden die jungen Leute über das BJV-Mentoring-Programm zu uns. Wenn das nächste „Press Ahead“ vorbei ist, wollen wir ein offizielles BJV-Team bilden, das hat dann zwei Vorteile: Zum einen wird ihm ein Beisitzer des Landesvorstandes zugeordnet sein, so entfällt ein Spiel über Bande. Zum anderen könnte es über „Press Ahead“ hinaus das Jahr über kleinere Angebote schnüren – von jungen Kolleg*innen für junge Leute. Es könnte sich berufspolitisch einbringen mit Anträgen bei der Mitgliederversammlung oder

den Verband zu einer Positionierung auffordern.

Welche weiteren Teams könnten entstehen?

Ursprünglich dachten wir, dass sich Teams auf Initiative des geschäftsführenden Vorstands generieren, wenn bestimmte Bereiche nicht bespielt sind. Inzwischen sehen wir, dass sich Teams besser aus Gruppen heraus bilden, die sowieso eventbezogen zusammenkommen wie bei „Press Ahead“. Ähnliches erlebten wir im Themenbereich „Diversity“ beim Christopher Street Day, bei dem wir mit eigenen BJV-Wagen dabei waren. Das wurde ein Riesenerfolg, der zustande kam aufgrund des ehrenamtlichen Engagements. Das Spannende: Es engagierten sich rund 20 Mitglieder – und zwei Drittel von ihnen hatten sich bis dahin verbandsintern nie eingebracht. Sie betrachten wir als mögliches Fundament eines Teams „Diversity“, um auch in Zukunft die CSD-Teilnahme zu organisieren. Gleichzeitig wird dieses Team die Möglichkeit haben, das Jahr über weitere Events anzubieten. Zustande kam so auch der Kontakt zu BJV-Mitglied Christian Schäfer Koch, der inzwischen Vorsitzender des DJV-Fachausschusses „Chancengleichheit und Diversität“ ist.

Bei der Klausur habt ihr ein Stimmungsbild aus der Fachgruppen- und Bezirksarbeit eingeholt. Welcher zentralen Punkt kristallisierte sich heraus?

Die wichtige Erkenntnis war, dass wir die Bezirksverbände in ihrer Gliederung beibehalten wollen. In Neumarkt haben wir sogar eine Ortsgruppe, denn die Stadt gehört offiziell zur Oberpfalz, orientiert sich aber eher am Ballungsraum Nürnberg-Erlangen und hängt quasi ein bisschen in der Luft. Ortsgruppen könnte ich mir auch in Passau, Ingolstadt oder etwa Neu-Ulm vorstellen. Wir waren uns bei der Klausur einig: Wir brauchen Leute vor Ort in diesem riesigen Flächenland Bayern als Netzwerk in der Region – und zwar übergreifend

über alle Bereiche, die Fachgruppen und Teams bearbeiten. Genauer geregelt sein werden die Kernaufgaben von Teams, Bezirken und Fachgruppen in der neuen Geschäftsordnung, die gerade entsteht, und in einem Handout für unsere Aktiven.

Welche Kernaufgaben sollen die Bezirksverbände haben?

Der Bezirksverband soll im Kern dafür zuständig sein, alle Aktivitäten vor Ort zusammenzuführen. Er ist unser erster Ansprechpartner, wenn in einem Medienhaus die Hütte brennt, weil etwa Personalabbau droht. Er leistet Angebote, die für die jeweilige Region spezifisch sind. Nehmen wir den Bezirk Franken-Nordbayern: Das kann der Besuch des Nürnberger Christkindlesmarktes ebenso wie eine thematische Besonderheit sein, etwa weil wir mit der Hochschule Ansbach und Journalismusprofessor Markus Kaiser an der Technischen Hochschule Nürnberg im Bezirk zwei sehr zukunftsorientierte Bildungsstandorte haben. Besprochen haben wir bei der Klausur auch: Wir wollen fachbezogene Angebote und politische Diskussionen des BJV in Zukunft viel häufiger branchenöffentlich und nicht nur verbandsöffentlich machen. Auch hier sind die Bezirksverbände gefragt, so dass sich die Angebote der Teams und Fachgruppen in der Region dann herumsprechen.

Wie soll es weitergehen mit den Fachgruppen?

Never change a winning team ... Wir haben sehr engagierte Fachgruppen wie die Kollegen aus der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit zahlreichen Unternehmensbesuchen oder die Fachgruppe Internationales, die unter anderem Fahrten für die Mitglieder nach Straßburg und Brüssel organisiert und dort Lobbyarbeit ermöglicht. Wir haben die Fachgruppe Freie, die mit dem FREItag eines unserer BJV-Leuchtturmprojekte stemmt. Gleichzeitig haben wir klassische – ich nenne es einmal gewerkschaftliche Fachgruppen wie Betriebsräte, Rundfunk oder Tageszeitungen, die eine ordentliche Struktur und eine Verantwortlichkeit brauchen. Auflösen werden wir die beiden Fachgruppen „Junge“ und „Online“, die selbst darum gebeten hatten. „Online“ ist nicht mehr zeitgemäß und die Fachgruppe Junge existiert faktisch nicht mehr.

Auch mit dem Thema externe Kommunikation des BJV und den Sozialen Netzwerken habt ihr euch bei der Klausur beschäftigt. Was kam heraus?

Wir sind als BJV im Ehren- wie im Hauptamt zwar auf verschiedenen Netzwerken aktiv. Aber zum einen sind wir diese Aktivitäten bisher zu unstrukturiert angegangen. Zum anderen haben wir das Gefühl, dass nicht mehr jedes Netzwerk zu uns passt – natürlich

auch, weil sich Soziale Netzwerke stark verändert haben. Sie werden immer kommerzieller. Sie berücksichtigen im Algorithmus weniger die vernünftigen Inhalte, die wir klassischerweise einbringen, sondern bevorzugen polarisierende Inhalte, die den Traffic erhöhen. Das nächste Problem ist, dass immer mehr Soziale Netzwerke Reichweite am liebsten gegen Bezahlung anbieten – das stellt für uns langfristig ein finanzielles Problem dar. Und: Der hauptamtliche Aufwand, die Sozialen Netzwerke zu bespielen, ist gigantisch, will man es gut machen.

Wie will der Verband auf die Herausforderungen auf Social reagieren?

Wir wollen das Thema Social auf zwei Ebenen weiterentwickeln. Einmal wollen wir unser ehrenamtliches Engagement besser koordinieren. Alle Fachgruppen, Bezirksverbände und Teams sollen für ihre eigenen Aktivitäten konkrete Social-Network-Ansprechpartner*innen benennen, die wir dann in einem Social-Team zusammenführen. Dieses Team bietet Schulungen an und plant Relaunches zum Beispiel auf Instagram. Das zweite ist: Wir wollen die Sozialen Netzwerke nicht stärken, sondern neben Terminen in erster Linie unsere inhaltlichen Angebote auf der BJV-Website und dem BJV-Report auf Social anteasern, um unsere eigenen Kanäle zu stärken.

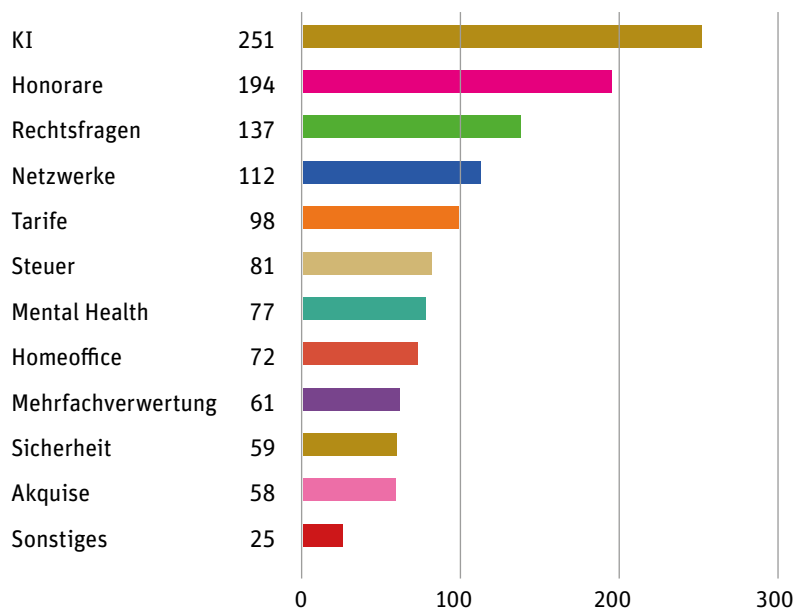
Das kam bei der BJV-Umfrage heraus

In einer Umfrage wollte der BJV von seinen Mitgliedern wissen, wie sie sich die künftige Verbandskommunikation vorstellen und welche Themen brennen. Eindeutig fiel die Antwort auf die Frage aus: „Welche Austauschmöglichkeiten bevorzugst Du?“ Zur Auswahl standen die Anwendungen Slack, Signal, Discord und Teams; mehr als die Hälfte der Befragten votierte für Teams. Der geschäftsführenden Vorstand arbeitet mit dem Tool aus dem Hause Microsoft seit vorigem Jahr, im nächsten Schritt sollen das Redaktionsteam des BJVreport und der BJV-Landesvorstand integriert werden. Dann wird ein Konzept für den ganzen BJV erarbeitet.

In offenen Antworten konnte angegeben werden, welche Angebote bisher fehlen. Als besonders „heiß“ kristallisierten sich hier wie auch bei den „brennenden“ Themen vier Bereiche heraus: KI, Honorare, Weiterbildungen sowie Netzwerkangebote. Ein spannender Treff für alle, die sich intensiver mit dem Thema Künstliche Intelligenz beschäftigen wollen, ist der KI-Stammtisch des DJV immer am 28. des Monats (siehe Seite 26). Intensiv mit dem Thema Geld und Honorare will sich die Fachgruppe Freie 2025 beschäftigen mit Veranstaltungen etwa zu Verwertung, VG Wort oder Rente. (mic)

Welche Themen brennen?

Drei Optionen waren auswählbar, 459 Mitglieder beteiligten sich an der BJV-Umfrage bis zum Stichtag 17. Dezember



Der Patient am Rande der Stadt

Dem *Bayerischen Rundfunk* fehlen 70 Millionen Euro und in der neuen Zentrale ist es kalt. Das ist nicht optimal, um endlich vereint in die Medienzukunft mit KI zu springen. Aber die Neuaufstellung des Newsrooms in „Viewing“ und „Listening“ soll dabei helfen.

Von Senta Krasser



Die Zukunft des *Bayerischen Rundfunks* befindet sich zwischen der Autobahn A 9, dem Heizkraftwerk Nord und dem Klärwerk an der Freisinger Landstraße. Dort draußen am Münchner Stadtrand hat sich die viertgrößte ARD-Anstalt für fast eine halbe Milliarde Euro eine neue Zentrale bauen lassen, wo endlich zusammensitzen soll, was im digitalen Medienzeitalter zusammengehört. Fernsehen, Radio, Web sind keine Parallelwelten mehr mit eigener Verwaltung und Hierarchie an getrennten Standorten. Im hochmodernen Aktualitätszentrum nebst angrenzendem so genannten Wellenhaus findet die größtmögliche Vernetzung über Mediengrenzen hinweg statt. 2019 war Richtfest. Seit 2024 füllen sich die Büros.

Schöne neue Arbeitswelt? Nun ja, je nachdem, wen man fragt (Architekturkritiker fragt man am besten nicht). Was noch unter dem früheren Intendanten Ulrich Wilhelm unter dem Schlagwort „BR hoch drei“ geplant wurde, wird mal als mehr, mal als weniger schön bewertet. Zu den bisherigen Klagen, vor allem von jenen, die zuvor im Funkhaus am Hauptbahnhof gearbeitet haben („schlechte Anbindung mit dem ÖPNV“, „mit Auto immer im Stau“), ist eine unerwartete hinzugekommen: Man kann sich im Neubau aus Stahl und Dreifach-Sonnenschutz-Isolierglas nicht auf die Temperatur verlassen. Im Sommer ist es zu heiß, im Winter zu kalt.

Das liegt daran, dass das vor über zehn Jahren ersonnene Energiekonzept, das auf energieintensive Klimaanlage und externe Wärmezufuhr verzichtet, erst dann voll greifen kann, wenn die technische Ausstattung und der Umzug der Mitarbeitenden voll umgesetzt sind. Beides läuft derzeit sukzessive, voraussichtlich noch bis 2026. Was das für die Early Mover in diesem Winter bedeutet? Sie frieren. Tragen deshalb indoor Daunenjacke und behelfen sich mit Heizstrahlern aus dem Baumarkt, die im Großraumbüro von Tisch zu Tisch geschoben werden. Lagerfeuerfernsehen einmal anders.

In Aufbruchstimmung

Bauliche Mängel hin oder her: Der Aufbruchstimmung von Christian Nitsche und Christian Daubner tut das keinen Abbruch. Der eine ist *BR*-Chefredakteur, der andere sein Stellvertreter. Beide Pulloverträger sind augenscheinlich mit wohltemperierten Einzelbüros gesegnet. Gemeinsam wollen sie im Videogespräch mit dem *BJVreport* erklären, was sich hinter „Viewing“ und „Listening“ verbirgt, diesen neuen miraculösen Schlagworten, die das Arbeiten im neuen Newsroom in Freimann verändern.

Dafür holt Christian Nitsche weit aus. Geht zurück in den Sommer 2023, als er und Christian Daubner diskutierten, wie sich die Nachrichtenmarke *BR24* an die durch die KI-Revolution radikal verändernde Medienwelt organisatorisch anpassen sollte. „Welches Strukturprinzip erleichtert uns den

Sprung ins KI-Zeitalter?“, fragten sie sich. Und: „Kann uns eine neue Organisationsform helfen, Synergien zu heben, auch angesichts steigender Kosten, die vom Rundfunkbeitrag nicht aufgefangen werden?“

Letzteres wird ja immer drängender, seit sich beim *BR* eine Finanzierungslücke von 70 Millionen Euro aufgetan hat und Intendantin Katja Wildermuth (siehe Interview S. 12) auch am Programm sparen will, inklusive in der von Nitsche und Daubner verantworteten Information. So mussten sie zu Jahresbeginn die *BR24*-Ausgaben am Wochenende kürzen oder streichen. Die werktäglichen 16-Uhr-Nachrichten, zeitgleich live im TV und online gesendet, kommen in der kostengünstigeren und netzaffinen Variante direkt aus dem Newsroom: Es geht los mit einem größeren, für YouTube Thumbnail-tauglichen Schwerpunkt (zum Beispiel „Merz und Migrationsdebatte – Wie einig ist sich die Union?“), erst danach kommt der gewohnte Nachrichtenüberblick bis hin zum Wetter.

Die Priorität ist klar: Es wird in erster Linie für Online konzipiert und aufbereitet, in zweiter Linie steht die Ausstrahlung im *BR* Fernsehen. So hält es der Sender auch mit seiner neuen Reihe „*BR24* vor Ort“ mit Reportagen aus den Regionen. Die Regionalstudios, die früher sehr stark auf Hörfunk ausgerichtet waren, produzieren jetzt primär Content für die *ARD*-Mediathek und andere Plattformen im Netz. Beide Info-Angebote sind unter der Leitidee Viewing entstanden. Viewing nennen sie beim *BR* jetzt alles, was optisch konsumiert wird. Organisatorisch verschmelzen dafür TV und Online/Social zu einer Einheit. Daneben steht die Listening-Einheit, also Hörfunk und Podcasts. Das zieht größere Veränderungen im Newsroom nach sich.

Bei der wichtigen, vorgeschalteten Transformationsphase „*BR* hoch drei“, als sich die Fachredaktionen crossmedial aufstellten und auch in den Regionalstudios Alleskönner heranwachsen, die alle Ausspielwege bedienen können, hinkte das Team in der Aktualität bislang hinterher. Produziert wurden die News noch immer in den drei Säulen Fernsehen, Hörfunk und Digitales. „Jetzt machen wir den nächsten Sprung“, sagt Chefredakteur Nitsche. Sie versuchten, die Zusammenarbeit unter dem Dach der Marke *BR24* „noch integrativer, noch teamfähiger zu gestalten“. Das heißt: Die Mehrzahl der Programmentscheidungen wird jetzt im Newsroom getroffen, wo die CvDs noch mehr Entscheidungsspielraum haben. Die Redaktionsleitungen geben ab und verschieben ihren Fokus in Richtung Qualitätsmanagement, Personalpolitik und strategische Fragen.

Wenn sich Zuständigkeiten und Befugnisse ändern, hat das immer Potenzial für Zwist. Doch Nitsche zufolge gibt es „kein Unwohlsein“, weil sie diesem Prozess „ausreichend Raum“ gegeben hätten. Das neue Strukturprinzip ist für ihn und seinen Vize Daubner quasi alternativlos und „im Grunde eine Lockerungsübung für das KI-Zeitalter“, wo viele Medienformate beim Nutzenden entstehen, nicht mehr in der Redaktion.

„Wer nicht mitzieht, sich nicht weiterbildet, hat ein Problem.“

Tamara Link, Fachjournalistin für Wirtschaft und Soziales beim *BR*

Glaubt man den *BR*-Chefredakteuren, werden sich die Menschen in nicht allzu ferner Zukunft informieren, indem sie dem KI-Assistenten sagen: „Ich habe nur drei Minuten Zeit, was war eigentlich in Aschaffenburg los? Mach mir ein Video.“ Um auch für Anfragen nach längeren Videos gewappnet zu sein, lautet der Auftrag ans Kamerateam: „Macht mehr. Dreht noch mehr Bilder, holt noch zusätzliche O-Töne ein.“ Auch wenn das nicht alles in die „Abendschau“ passt, so gibt es eine Varianz an Ausspielwegen für das Publikum, das sich individuell informieren möchte.

Von der Konsumentenseite aus betrachtet, ist das „macht mehr“ der logische Schritt. Wie die Mitarbeitenden da mithalten bei den ganzen Change-Prozessen, ist wiederum eine andere Frage. Dass sich Beschäftigungsschwerpunkte verlagern, Aufgaben ändern oder wegfallen, gehört in einer sich dynamisch wandelnden Arbeits- und Medienwelt dazu. Zugleich sorgt es für Verunsicherung. So befürchten manche im *BR*, dass die Arbeitsbelastung noch mehr zunimmt, als sie es durch das trimediale Arbeiten und die Schichtdienste schon geworden ist, weil Reporter*innen in derselben Zeit mehr Ausspielwege bedienen müssen als früher. Mehr Honorar bekommen die Freien dafür übrigens nicht, unterm Strich sogar eher weniger, seit die Arbeit nicht mehr in Werken, sondern in Tagessätzen abgegolten wird, was der BJV seit längerem kritisiert.

Für die einen mag es kein Problem sein, auf der Rückfahrt vom Dreh noch schnell eine Hörfunkminute zu texten und mit zu vertonen. „Aber eigentlich ist es zu viel“, sagt stellvertretend für viele andere Tamara Link, Fachjournalistin für Wirtschaft und Soziales beim *BR* und Vorsitzende der BJV-Fachgruppe Rundfunk. Was sie gerade jüngeren Kolleg*innen mitgeben kann: „Dass sie die eigenen Grenzen wahrnehmen sollen und klar ihrer Redaktionsleitung sagen: Ich bin schon voll ausgelastet, kann nicht jemand anderes diese Hörfunkminute machen?“

Andererseits, sagt Link, spürten Mitarbeitende Arbeitsverdichtung und Stress nicht nur in der Form: Ich muss mehr machen als zuvor. Sondern: Ich brauche mehr Kompetenzen, um meine Aufgaben erfüllen zu können. „Wer nicht mitzieht, sich nicht weiterbildet, hat ein Problem.“ Autor*innen, die auf dem Standpunkt verharrten: Ich mache nichts anderes als Fernsehen wie all die Jahre zuvor – „das wird auf Dauer nichts“, so Link. „Je mehr Kompetenzen man sich draufschauflert, desto sicherer bewegt man sich im Gesamtsystem *BR*, weil man in verschiedenen Bereichen andocken kann.“

Sich mit den Feinheiten eines journalistischen TikTok-Videos vertraut zu machen, auch wenn man bislang nur exzellente TV-Dokumentationen gemacht hat, gehört also dazu. Dass nicht jeder alles kann, ist Chefredakteur Nitsche „klar“. Auf Plattformspezialisten will er nicht verzichten. Gleichwohl setzt er, der mit dem YouTube-Format „7 Fragen Zukunft“ gerade selbst Plattformerfahrung sammelt, stark auf Weiterbildung. Das gilt für das gesamte Haus.

Um die festen wie die freien Mitarbeitenden fit für die Zukunft zu machen, haben die beiden Programmredaktionen des *BR* bereits seit 2023 ein zusätzliches Gesamtbudget von 300.000 Euro im Jahr für Fort- und Weiterbildungen bereitgestellt. Die Tagessätze für die Fortbildungstage (250 Euro für Freie) werden den Redaktionen rückwirkend von den Programmdirektionen erstattet. Das Angebot ist mehrstufig aufgebaut, reicht von „Community-Management für Einsteiger“ an der *ARD-ZDF*-Medienakademie bis zu „Crossmediales Storytelling“ im Programm „Kolleg*innen schulen Kolleg*innen“. Es soll unkompliziert buchbar sein über einen Fortbildungskalender, wird aber, teils aus Unwissenheit, teils wegen fehlender Transparenz, noch nicht so rege genutzt wie gewünscht.

Dabei ist der Schulungs- und Umschulungsbedarf im Haus enorm. Es gibt praktisch keine Abteilung, die nicht vom Change betroffen ist, auch nicht vom demografischen Wandel. In den nächsten zehn Jahren werden sehr viele *BR*-Mitarbeitende in Pension gehen. Um den öffentlich-rechtlichen Auftrag weiter erfüllen zu können, braucht es Nachrücker. Darum kümmert sich Katrin Pöttsch.

Die langjährige *BR*-Journalistin und Change Managerin leitet seit Juli 2024 die journalistische Ausbildung. Eine ihrer ersten Maßnahmen: die Verdopplung der Voloplätze auf 24.

Damit bildet der *BR* im *ARD*-Vergleich mit Abstand die meisten Nachwuchskräfte aus. Parallel erarbeitet Pöttsch mit ihrem Team neue „Kompetenzprofile“, die Antwort geben sollen auf die Frage: Wen braucht der *BR* in Zukunft? Braucht es noch den All-

rounder oder eher Redakteur*innen mit ausgeprägtem Technik- und Datenwissen? Braucht es überhaupt noch Autor*innen und Reporter*innen oder ist eher der Typus Projektmanager*in gefragt?

„Schon jetzt gehen die Anforderungen an Redakteur*innen weit über das klassische Profil hinaus“, sagt Pöttsch. Worauf sie bei Bewerber*innen schaut? „Eher auf Potenziale als auf formale Qualifikation.“ Ein Studium ist seit einem Jahr nicht mehr Voraussetzung, stattdessen „vielfältige Perspektiven und Positionen, Lebensentwürfe und Biografien“. Das heißt: „Es spielt weniger eine Rolle, was jemand schon kann, sondern wohin wir jemanden entwickeln können.“ Wer jetzt glaubt, dass man der GenZ in Sachen Social Media nicht viel beibringen muss, den enttäuscht Katrin Pöttsch: „Klar, die sind alle auf Insta und auf TikTok. Das heißt aber nicht, dass sie per se wissen, wie man ein gutes journalistisches Reel baut.“

Für die Ausbildungsleiterin bleibt also viel zu tun. Nur in einem Punkt muss sie sich nicht mehr sorgen: dass sie und die Volos auf dem neuen *BR*-Campus frieren. Auf Nachfrage teilt die *BR*-Pressestelle mit, dass das Wohlbefinden der Kolleg*innen im Neubau „natürlich höchste Priorität hat“. Die Verwaltungsdirektion habe für diesen Winter „eine Übergangslösung unter anderem mit einer mobilen Heizzentrale“ umgesetzt. Parallel werde das Gesamt-Klimakonzept überprüft.

„Wir schauen eher auf Potenziale als auf formale Qualifikation.“

Katrin Pöttsch, Leitung Journalistische Ausbildung beim *BR*

Der BR auf dem Operationstisch

Sparzwang und neue Strukturen: Der BR trennt sich unter anderem von der Bibliothek, Archiven, Immobilien und Programmen. Wie weit muss er noch gehen?

Von Maria Goblirsch

Die 100 Jahre alte BR-Bibliothek umfasste 70.000 Bände – darunter wertvolle Erstausgaben, Schriften aus dem 16. und 17. Jahrhundert und aus den Anfangsjahren des Radios in den 1920ern. Die zum Teil im Studiobau an der Münchner Marsstraße untergebrachte Sammlung wurde im November 2024 „geschleift“, wie es die *Süddeutsche Zeitung* in einer Art von literarischem Nachruf bezeichnete. Die bibliothekarischen Schätze gab der Bayerische Rundfunk an Bibliotheken, Institutionen und auch 50.000 Exemplare an einen Leipziger Großantiquar ab. „Es ist, als werde eine Familie auseinandergerissen“, kommentierte das die SZ.

Bibliothek und Archive sind nicht die einzigen Organe, die dem Corpus des Senders gerade in der „Operation Zukunft“ entnommen werden. Schnitt für Schnitt trennt sich der BR von Senderstandorten, von Archiven, von Teilen des Immobilienbestandes, des Fuhrparks sowie der Werkstätten – und des Programms.

Die Budget-Chirurgen transplantieren in der OP am offenen Sender auch neue Formate und Workflows und sorgen dafür, dass frisches Blut, sprich fünf Millionen Euro jährlich, in Digitalisierung, Künstliche Intelligenz und den journalistischen Nachwuchs fließen kann.

Wie weit geht die Rundfunk-OP noch?

Wie weit kann und muss der Sender bei den radikalen Einschnitten und neuen Strukturen noch gehen, ohne zu sehr an Substanz zu verlieren? Unter massivem Spardruck steht der BR bereits seit mehr als zehn Jahren. Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) legt alle vier Jahre die Steigerungsraten für verschiedenen Kostenarten wie etwa den Personalaufwand fest. Die KEF empfiehlt auch, inwieweit der Rundfunkbeitrag für die vierjährige Periode erhöht werden soll. Für 2025 bis 2029 hat die Kommission, nachdem die öffentlich-rechtlichen Sender ihren Finanzbedarf angemeldet hatten, eine Erhöhung von 0,8 Prozent jährlich vorgegeben, was 58 Cent pro Beitragszahler entspricht. Den von den Sendern angemeldeten Finanzbedarf hat die KEF damit auf rund ein Drittel gekürzt.

Bei einem Jahresbudget des BR von rund einer Milliarde Euro gehen die Planungen von einer Finanzierungslücke von 70 Millionen Euro aus, sagt Intendantin Katja Wildermuth. Dabei habe der Sender eine Erhöhung des Rundfunkbeitrags fest eingeplant.

Doch aus der wird erst einmal nichts. Die Ministerpräsidenten der Länder haben angekündigt, den Beitrag bis 2027 nicht erhöhen zu wollen – an vorderster Front argumentiert Bayerns Landeschef Markus Söder gegen eine Erhöhung ohne grundlegende Reform. Das kritisierte Intendantin Wildermuth im November

„Ministerpräsidenten stehen nicht über der Verfassung.“

Intendantin Katja Wildermuth im November 2023

2023 in einer Sendung deutlich: „Ministerpräsidenten stehen nicht über der Verfassung“, sagte sie. Gerade in Zeiten von Demokratieskepsis sollten Länderchefs „Vorbild sein“ und nicht versuchen, verfassungsrechtlich garantierte Prozesse zu unterlaufen.

Im November 2024 legten ARD und ZDF beim Bundesverfassungsgericht in Karlsruhe Verfassungsbeschwerden wegen der Nichtanpassung des Rundfunkbeitrags ein. Das – und auch die klare Haltung der Intendantin – verärgerte die bayerische Staatsregierung.

Dann erfuhr der BR am 12. Dezember 2024, dass das bayerische Landesamt für Denkmalpflege den sogenannten Studiobau des Senders unter Denkmalschutz stellen will. Diesen Teil seines Grundstücks in der Münchner Innenstadt wollte der Sender verkaufen, um mit dem Erlös die Umgestaltung des südlichen Teils rund um das Hochhaus zu einem neuen gemeinwohlorientierten Campus für Medien und Kultur zu finanzieren. In den vergangenen Jahren war das Amt, so der BR, noch zu anderslautenden Erkenntnissen gekommen.

„Einen großen finanziellen Rückschlag in Millionenhöhe“ nennt Senderchefin Wildermuth diese Entwicklung. Sie erschwerten die Bedingungen für den Verkauf des nördlichen Geländeteils am Funkhausareal mit dem Studiobau erheblich. Der Verdacht, dass die plötzliche Entscheidung pro Denkmalschutz eine Reaktion der bayerischen Regierung auf die Verfassungsklage von ARD und ZDF sein könnte, liegt in der Luft.

Wie inzwischen öffentlich bekannt wurde, würde Katja Wildermuth bei der vorgezogenen Wahl Ende März im Rundfunkrat für eine weitere Amtszeit als Intendantin zur Verfügung stehen.

„Wir kürzen nicht mit dem Rasenmäher“

BR-Intendantin Katja Wildermuth muss eine Finanzierungslücke von 70 Millionen Euro schließen und sagt, wo der Rotstift angesetzt wird

Von Maria Goblirsch

Die Etats für Sachkosten sind bereits eingefroren. Nun muss der Bayerische Rundfunk (BR) weitere 70 Millionen Euro sparen und es geht an die Substanz: Gekürzt und gestrichen wird beim Immobilienbestand und dem Kostümfundus, den Werkstätten, beim Fuhrpark, den Archiven und Senderstandorten. Die Intendantin des BR versichert, dass es keinen generellen Stellen- oder Nachbesetzungsstopp gibt. Das Interview wurde auf Wunsch des BR schriftlich geführt.



Dr. Katja Wildermuth

Foto: Markus Konvalin

unter der allgemeinen Teuerung, ist also de facto ohnehin ein Minus. Für den BR bedeutet dies, dass wir eine schmerzhaftige Finanzierungslücke von jährlich 70 Millionen Euro meistern müssen. Sollte darüber hinaus die Erhöhung gar nicht umgesetzt werden, würde dies die Einsparnotwendigkeit in den folgenden Jahren um weitere Millionenbeträge verschärfen.

Bekannt ist bisher: Der BR wird seine Bibliothek schließen, Etats einfrieren. Wie wollen Sie die jährliche Finanzierungslücke von rund 70 Millionen Euro schließen?

Frau Dr. Wildermuth, wie groß ist Ihr persönlicher Frust, dass die Länderchefs und ausgerechnet Bayerns Ministerpräsident Markus Söder den Rundfunkbeitrag bis 2027 nicht erhöhen wollen?

Zur Sicherung der Pressefreiheit sieht das Gesetz vor, dass nicht politische Stimmungen, sondern die unabhängige Expertenkommission KEF die Beitragshöhe ermittelt. Als Leiterin eines Medienhauses mit mehreren tausend Mitarbeitern muss ich mich auf Rechtsstaatlichkeit verlassen können – im Sinne unseres geprüften Wirtschaftsplans, unserer freien und festangestellten Kolleginnen und der Partner in der Kreativwirtschaft, und im Sinne unseres Publikums, das von uns Qualität und Verlässlichkeit erwartet. Die KEF hat monatelang unsere Bücher geprüft und eine Erhöhung um 0,8 Prozent empfohlen. Das sind für jeden Beitragszahler sieben Euro mehr – nicht pro Monat, sondern pro Jahr. Dieses Verfahren haben die Länder nicht fristgerecht zum 1. Januar 2025 umgesetzt. Kai Gniffke als damaliger ARD-Vorsitzender hat betont, dass wir eine solche Verletzung des Verfahrens mit Blick auf die Sicherung der staatsfernen Finanzierung nicht hinnehmen können. Nun ist es am Bundesverfassungsgericht zu klären, ob das Vorgehen der Länder verfassungsgemäß ist.

Sollte die Klage von ARD und ZDF vor dem Verfassungsgericht scheitern, wird es bis 2027 bei den 18,36 Euro bleiben. Welche Konsequenzen hätte das für den BR?

Unser Wirtschaftsplan 2025, von unseren Aufsichtsgremien geprüft, geht von der Beitragsanpassung auf 18,94 Euro monatlich aus. Die Steigerungsrate von 0,8 Prozent liegt weiter unterhalb unseres ursprünglich angemeldeten Bedarfs und

Sparen allein ist keine Strategie – gerade in Zeiten von „Fake News“ und gezielter Desinformation, in denen starke öffentlich-rechtliche Angebote so wichtig sind. Das haben erst kürzlich auch die Ministerpräsidenten wieder betont. Wir kürzen daher nicht mit dem Rasenmäher, sondern anhand kluger strategischer Kriterien: Die Sachkostene-tats bleiben eingefroren, wir reduzieren etwa beim Immobilienbestand, Kostümfundus, Werkstätten, Fuhrpark, Archiven, Senderstandorten. Zugleich forcieren wir smarte Produktionsformen und technische Standardisierung.

Wo wird am Programm gespart?

Leider geht es nicht ohne Einsparungen im Programm, das folgt eng der BR-Programmstrategie: mehr Einzigartiges aus Bayern, mehr Hintergrund, mehr Generationengerechtigkeit. Zum Beispiel setzen wir auf vertiefte regionale Informationen im Digitalen, etwa durch das Reportage-Format „BR24 vor Ort“, und verabschieden uns dafür vom eigenen Videotext und manch linearer Ausgabe. Oder: Wir fördern verstärkt junge bayerische Comedy, müssen aber auf Neuproduktionen des Komödienstadel verzichten. Im Radio setzen wir auf gemeinsame ARD-Sendestrecken außerhalb der Primetime, nur so können wir die gefragteren Podcast-Angebote ermöglichen.

*Wenn es weniger Sendungen gibt, braucht es auch weniger Mitarbeiter*innen. Werden Sie sich von ihnen trennen, festen wie freien? Wenn ja, von wie vielen? Wo noch werden Sie den Rotstift ansetzen?*

Es gibt keinen generellen Stellen- oder Nachbesetzungs-

stopp wie in anderen ARD-Anstalten. Vielmehr entwickeln die einzelnen Bereiche Zielbilder für ihren künftigen Personalbedarf und den anstehenden Generationenübergang. Dies wird auch Binnenverschiebungen mit sich bringen. Ganz wichtig – bei aller Einsparnotwendigkeit: Digitalisierung, KI, mehr journalistischer Nachwuchs sowie neue Workflows erfordern zunächst zusätzliche Finanzausstattung. Daher plant der BR in der neuen Beitragsperiode ein einzigartiges Transformationsbudget von fünf Millionen Euro jährlich, das alle Direktionen nutzen können.

Die Medienpolitik fordert von den Öffentlich-Rechtlichen Reformen ein: Sie sollen sich neu organisieren, Doppelstrukturen vermeiden, beim Programm einsparen. So sollen im Radio ARD weit mindestens 16 Programme wegfallen. Was halten Sie von diesen Forderungen?

Zunächst einmal hat die ARD selbst vor rund zwei Jahren eine Vielzahl grundlegender Reformen in Angriff genommen: Standardisierung bei IT und Verwaltung, oder Kompetenzzentren für überregionale Inhalte von der Hüft-OP über Heizungstipps bis Royals. In kürzester Zeit sind wir da sehr weit gekommen. Die ARD arbeitet kooperativer und komplexer

tärer denn je. Der BR geht dabei im Bereich Wissen, Bildung, Schule voran, im Bereich Fiktion, beim Thema Religion und, mit dem WDR, beim Thema KI. All das ist auf eigene Initiative geschehen. Unabhängig davon ist es freilich Aufgabe der Bundesländer und Gesetzgeber, für die Gestaltung des öffentlich-rechtlichen Auftrags entsprechende Leitplanken zu setzen. Diese werden wir entschlossen umsetzen.

Markus Söder rief zudem dazu auf, dass private und öffentlich-rechtliche Anbieter eine gemeinsame Plattform bilden. ProSiebenSat.1 hat bereits eine Kooperation mit Joyn angeboten.

Die Idee intensiverer Kooperationen mit privaten Medien halte ich für sehr sinnvoll: Gerade in Zeiten, in denen die globalen Plattformen von Elon Musk bis Mark Zuckerberg ihre Standards senken und sich der Diskurs immer mehr von Fakten verabschiedet, sollten Qualitätsanbieter zusammenrücken – ob öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk oder Zeitungsverlage. Mit etlichen Partnern arbeitet der BR bereits gut zusammen, etwa durch Recherche-Kooperationen, Austausch von Material, Embedding von Livestreams, AI for media. Wir sind offen, dies auszubauen.

Anzeige



PRESSE-VERSORGUNG

Unser Tipp für 2025: ETFs für sich arbeiten lassen!

Wie Sie ETFs im Rahmen Ihrer Altersvorsorge optimal für sich nutzen können? Das erklären wir Ihnen gerne! Profitieren Sie von Steuervorteilen für Ihre finanzielle Absicherung.

Hier mehr erfahren:



Regionalheldin mit „Car Office“

Vera Held ist Korrespondentin im Studio Fränkisches Seenland des *Bayerischen Rundfunks*

Von Yannick Hupfer



Vera Held auf dem Weg zum Dreh in der Hilpoltsteiner Realschule über den Brauchtumsunterricht der „Flecklasmänner“.

An manchen Tagen hat der Schreibtisch von Vera Held vier Räder und ein Lenkrad. So wie an diesem Morgen im Januar. Die Regional-Korrespondentin des *Bayerischen Rundfunks* (BR) hat ihren Kombi gerade am Straßenrand geparkt, gleich hat sie einen Dreh in der Realschule Hilpoltstein. Doch zuvor reißt sie die Klappe ihres Kofferraums auf und bereitet Kamera und Ton vor. „Ich freue mich auf den Termin heute“, erzählt sie. Ein Termin mit Kindern sei meistens schön. Die Hilpoltsteiner „Flecklasmänner“ haben sie zu ihrem Brauchtumsunterricht in der Schule eingeladen.

Jetzt noch schnell die Speicherkarte formatieren, dann steht alles für den Termin. Helds Atem gefriert schier in der Luft, als sie die Kofferraumklappe schließt: „Jetzt aufwärmen und ins Warme setzen.“ Doch damit meint sie nicht ihren Drehort, sondern ihren Kombi. Fünfzehn Minuten hat sie noch bis zum Drehtermin, zuvor loggt sich die Korrespondentin mit ihrem Handy noch in eine Redaktionskonferenz des BR ein. Die Bayern haben der ARD am Vorabend einen Brennpunkt zur Waffenruhe zwischen den Hamas und Israel geliefert. Heute steht die Kritik, aber auch die weitere Themenverteilung an.

Vera Held, mit Mütze auf dem Kopf und großer Brille, sitzt am Lenkrad und guckt auf die Uhr. Das Meeting wird von einem Anruf auf ihrem Handy unterbrochen: „Ach, shit!“ Jetzt ist auch noch das Netz weg. „Das ist das echte Leben“, sagt

Held und lacht. Stressige Situationen? Bringen sie so leicht nicht aus der Ruhe. Die Protagonistin hat angerufen. Also raus aus dem einen und rein in den nächsten Termin. Vom Krieg in Israel und Gaza geht es jetzt für Held thematisch zu den „Flecklasmännern“ nach Hilpoltstein. „Die Spanne ist bemerkenswert“, sagt sie und schmunzelt.

Die Korrespondentin ist bepackt mit Notizbüchlein, Kamera und Stativ – „aus Carbon, total leicht“. Für Held ist das wichtig, immerhin ist sie als Regional-Korrespondentin meist alleine auf Drehs. Sie ist zuständig für Recherche, Kamera, Ton, Licht, Inhalte, Schnitt und Vertonung. Also klassische Videojournalistin – kurz VJ. Alle Aufgaben eines TV-Drehs liegen in ihrer Hand. Doch damit nicht genug: Sie liefert nicht nur Inhalte für den BR im Fernsehen, sondern schreibt auch für die Website, produziert eigene Online-Formate wie „BR24 vor Ort“ und berichtet fürs Radio. „Ich habe schon Respekt gehabt“, erinnert sich die Reporterin an ihre Anfangszeit zurück. Schließlich liegt die komplette Verantwortung in Helds Hand.

Vom BR hat sie eine VJ-Schulung bekommen und wird regelmäßig weitergebildet: „Die Kollegin hat damals gesagt: „Alles was schiefgehen kann, wird irgendwann mal schiefgehen.“ Mittlerweile dreht sie gerne allein, dadurch sei sie super flexibel und müsse sich mit keinem Kamerateam abstimmen. Auch wenn sie das aus Nürnberg zubuchen könnte. Und noch einen

Vorteil hat die VJ-Berichterstattung: „Man ist näher dran an den Leuten. Es gibt Leute, die vergessen, dass ich eine Kamera dabei habe. Ich habe das Gefühl ich bin mittendrin mit meiner Kamera.“

Aus dem heutigen Termin in der Realschule sollen zwei Beiträge rausspringen: 2:30 Minuten für die „Frankenschau aktuell“ im Fernsehen und 3:30 Minuten fürs Radio auf *Bayern 2*. Held wird schon vom Schuldirektor und ihren Protagonist*innen erwartet. Also: Kamera in die Hand und los geht's! Die Kinder lernen heute das Brauchtum der „Flecklasmänner“ in Hilpoltstein kennen, was sie ausmacht und wie ihre Kostüme entstehen. Und Vera Held begleitet die Unterrichtsstunde mit der Kamera.

Grundlage all ihrer Beiträge ist das gedrehte Videomaterial, aus denen sie später im Schnitt auch die O-Töne für den Radiobeitrag rausschneidet. Die braucht die Korrespondentin jetzt noch, also schnell das Stativ holen und alles für ein Interview vorbereiten. Die Protagonisten kennt sie schon, vor zwei Jahren war sie bereits auf ihrem Brauchtumsumzug dabei. Als Korrespondentin ist sie zusammen mit einer Kollegin zuständig für das Fränkische Seenland zwischen den Regierungsbezirken Mittelfranken und Oberpfalz. „Wir sind sichtbar und nah dran“, erklärt Held.

Seit der BR das Regionalstudio in Weißenburg 2022 eröffnet hat, seien die Berichte über die Region merklich angestiegen. „Vorher ist auch hier berichtet worden, aber nicht so präsent. Weil niemand da war, der das Ohr hier hatte.“ Sie hat es jetzt – und wird mit ihrer blauen BR-Jacke auch gerne mal auf der Straße angesprochen. „Es ist wichtig, dass wir da sind, weil wir für alle Programm machen. Auch für die Leute, die hier wohnen. Und die haben es verdient, dass ihre Geschichten, wenn sie für ganz Bayern interessant sind, auch im BR vorkommen.“

Dennoch: Lokalberichterstattung will und soll sie nicht machen. Vielmehr: Regionalberichterstattung. Oft schicken ihr Menschen aus der Region Themenvorschläge – oder die Themenplaner aus Nürnberg kommen auf sie zu. Bei allen neuen Themen stellt Vera Held sich immer die Frage: Interessiert das jemand anderen in Franken auch? „Wenn es zu kleinteilig wird, geht es an unserem Auftrag vorbei.“ Und der ist klar: Die Lebenswirklichkeit der Menschen in Bayern abbilden. Der BR setzt dafür an 30 Standorten überall verteilt im Bundesland insgesamt 56 Korrespondenten wie Vera Held ein. Sie alle arbeiten crossmedial. Der BR unterscheidet neuerdings in zwei großen Kategorien: Viewing und Listening, also visuelle Medien wie TV, Online-Videos und Online-Nachrichten – und Radio, Podcasts und Musik. Für beides muss Korrespondentin Held jetzt zurück ins Regionalstudio nach Weißenburg fahren – und nebenbei hört sie im Radio statt Musik schon wieder das nächste Meeting an.

Gute vier Stunden bleiben ihr noch, dann sollte der TV-Beitrag im Optimalfall in die Abnahme beim jeweiligen Chef vom Dienst (CvD) der Sendung gehen: „Weil die am besten wissen, was für ihr Format passt.“ Das Regionalstudio hat

genau zwei Arbeitsplätze, an denen Held auch ihre Beiträge schneidet, eine kleine Teeküche und ein variables Studio, mit dem die Korrespondent*innen live senden können. Die Räume sind modern, die Schreibtische und Bildschirme weiß. Doch als Held das Material von ihrem heutigen Drehtermin einspielt und in ihr Schnittprogramm lädt, folgt kurze Ernüchterung: „Das Bild ist unscharf. Das geht ja gut los“, raunzt sie. Die Schuld auf den Kameramann schieben? Schwierig – schließlich bedient sie selbst die Kamera. Doch Held kann aufatmen: Ein Großteil des gedrehten Materials ist scharf. Zunächst klippt sie die O-Töne heraus, dann sucht sie weiter gute Bewegtbilder und schreibt parallel den Sprechertext. In einem „Erzählsatz“ hat sie vor dem Dreh schon den Grundgedanken des Beitrags formuliert, an dem sie sich jetzt wieder orientiert.

„Die Gleichzeitigkeit der Dinge ist manchmal anstrengend.“

Videojournalistin Vera Held

Einige Schnitte und drei seufzende Abwinker später muss sich die Korrespondentin schon wieder um das nächste Thema kümmern. Nächste Woche macht sie einen Beitrag zur Kita-Finanzierung, sie hat eine Anfrage im Ministerium gestellt und telefoniert nach. Viel Zeit bleibt ihr für ihren TV-Beitrag nicht mehr, morgen soll er auf Sendung gehen. Gelegentlich müssen Beiträge aber auch am selben Tag noch gesendet werden. „Die Gleichzeitigkeit der Dinge ist manchmal anstrengend“, erklärt Held. An manchen Tagen muss sie viele Sachen parallel vorbereiten und koordinieren, an anderen wiederum ist es entspannter. „Ich brauche auch immer ein bisschen Druck, dass es fertig werden muss“, sagt sie und lacht. Für Held ist die Arbeit seit 2021 ein Traumjob: „Ich liebe es mit Leuten zu reden und ihre Geschichten zu erzählen.“ Und sie ergänzt: „Ich fahre durch unsere Landkreise, rede mit interessanten Menschen und darf das erzählen. Das ist schon cool!“

Morgen wird sie dann schon wieder weiterdüsen zum nächsten Thema. Es geht an den Altmühlsee. In einer TV-Schalte soll sie für die „Frankenschau aktuell“ über das Thema Blaualgen berichten. Ihr vierrädriger Schreibtisch ist sicher auch wieder dabei.



Als Videojournalistin ist Vera Held zuständig für Recherche, Kamera, Ton, Licht, Inhalte, Schnitt – und auch für die Vertonung.

Fotos (2): Yannick Hupfer

Mit KI in Richtung Zukunft?

Künstliche Intelligenz ist beim *BR* nicht neu und soll Nachrichten persönlicher machen

Von Johannes Michel

Die Zielgruppe ist nicht mehr nur der klassische Fernsehzuschauer oder Radiohörer. Vielmehr ist der *Bayerische Rundfunk (BR)* auf allen relevanten Kanälen präsent. Wie das überhaupt machbar wird, zeigt ein Blick auf die sich ständig verändernden Arbeitsweisen und Auspielwege.

Künstliche Intelligenz (KI) revolutioniert zahlreiche Lebensbereiche – auch die Medienwelt. Der *BR* gehört dabei zu den Vorreitern innerhalb der *ARD*. „An der KI-Entwicklung teilzuhaben, heißt einerseits: machen, ausprobieren, lernen. Aber auch: Den *BR* so zu positionieren, dass wir unserer Verantwortung für einen wertebasierten und rechtskonformen KI-Einsatz gerecht werden“, erklärt der stellvertretende Pressesprecher des Senders, Christian Dück. Schon heute nutzt der *Bayerische Rundfunk* KI-Anwendungen in verschiedenen Bereichen produktiv. Mit „Aiditor“ steht Mitarbeitenden eine eigene Plattform für generative KI zur Verfügung, die gemeinsam mit dem *Österreichischen Rundfunk (ORF)* entwickelt wurde. Die Plattform soll den Arbeitsalltag erleichtern, indem sie unter anderem Texte zusammenfasst oder Interviews transkribiert. Auch abseits der Redaktionen findet sie Anwendung, etwa bei der Analyse von Studien oder für grafische Entwürfe.

Ein weiteres Beispiel ist das Projekt „Dein Argument“ von *BR24* – entstanden im eigenen AI + Automation Lab. Hier können Nutzerkommentare analysiert und auf interessante Anregungen hin untersucht werden, um entsprechende Informationen gezielt in die Berichterstattung einzubringen. Personalisierung steht ebenfalls im Fokus: Das „*BR* Regional-Update“ bietet Hörer*innen Nachrichten, die individuell auf ihren Standort zugeschnitten sind – ein Ansatz, der in Zukunft in die Audiothek der *ARD* integriert werden soll. Und nicht zu vergessen KI-basierte Archivlösungen wie die automatische Personenerkennung in Videomaterial, um das Auffinden relevanter Inhalte zu erleichtern.

Das AI + Automation Lab ist zentraler Innovationstreiber im *BR*. Das rund 15-köpfige Team arbeitet an der Schnittstelle von Journalismus, Informatik und Produktentwicklung und stieß auch schon preisgekrönte Projekte an wie die Recherche „Wohnort, Arbeit, ausspioniert“, die 2024 den Grimme Online Award gewann.

Für den *BR* ist der Einsatz von KI nicht nur eine technische, sondern auch eine ethische Frage. Bereits 2020 hatte der Sender als eines der ersten Medienhäuser Richtlinien für den KI-Einsatz eingeführt, die zuletzt 2024 aktualisiert wurden. Diese legen fest, dass jede KI-Anwendung einen klaren

Nutzen haben und ethischen Standards entsprechen muss. Im Mittelpunkt steht dabei die Abteilung KI-Strategie, die von Uli Köppen als Chief AI Officer geleitet wird. Sie koordiniert die Projekte und arbeitet eng mit dem *BR*-KI-Board zusammen, das aus Expert*innen aller Direktionen besteht. Gemeinsam sorgen die Gremien für die Verzahnung von ethischen und technischen Ansprüchen und stellen den Austausch mit dem *ARD*-KI-Netzwerk sicher.

Auch in der Formatlandschaft hat sich beim *BR* viel getan. „Entscheidend ist eine kluge Balance zwischen klassischen linearen Angeboten im Fernsehen und Radio und einem vielfältigen Digitalangebot für verschiedene Zielgruppen“, so Dück. Parallel zu klassischen Fernsehinhalt wie etwa der weiterhin beliebten Vorabendserie „Dahoam is Dahoam“ werden neue digitale Formate für Plattformen wie TikTok entwickelt, um junge Zielgruppen zu erreichen. Ein Beispiel ist das Literaturformat „*BR* Literally“, das auf TikTok rund 13.000 Follower*innen zählt und mehr als 150.000 Likes generiert hat.

Mit 29 Millionen monatlichen Abrufen gehören die Inhalte des *BR* in der *ARD*-Mediathek zu den erfolgreichsten im *ARD*-Verbund. Christian Dück: „Mit seinem Gesamtangebot im Fernsehen, im Radio und im Netz erreichte der *BR* im Jahr 2024 jeden Tag knapp fast zwei Drittel der Bürgerinnen und Bürger im Freistaat, was etwa sieben Millionen Menschen entspricht.“ Drei Viertel der Menschen ab 14 Jahren in Bayern schätzten den *BR* aktuell als wertvoll für die Allgemeinheit in Bayern ein, verweist Dück auf Umfrageergebnisse.

Crossmedial denken

Die Digitalisierung hat auch die Arbeitsweisen beim *BR* grundlegend verändert. Der neue crossmediale Newsroom von *BR24* auf dem *BR*-Campus in Freimann ist das Herzstück der Transformation. Hier entstehen Inhalte für Fernsehen, Radio und digitale Kanäle in enger Verzahnung. Innovationen wie Remote-Produktionen (hier arbeiten bei Großveranstaltungen Regie und große Teile der Produktionstechnik in der Sendezentrale) und „Smart Production“ (kleinere Übertragungsfahrzeuge, mobile Produktionseinheiten, Arbeit mit Smartphones) sollen die Ressourcennutzung optimieren und die Umweltbelastung senken. Gleichzeitig treibt der *BR* den Ausbau seines DAB+-Netzes voran, das nahezu 100 Prozent der Bevölkerung in Bayern erreicht und eine größere Programmvielfalt bietet. Zukünftige Entwicklungen werden unter anderem im „Treffpunkt: Labor für Vernetzung und Innovation“ erprobt.



bjv.de/ki-br

VERSICHERUNGEN



**NÜRNBERGER
VERSICHERUNG**

Ulrich Zeidner
Leiter Unternehmenskommunikation

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

KAMMERN



**BAYERISCHE
LANDESÄRZTEKAMMER**

Ines Stefanie Wagner
Bereichsleiterin
Kommunikation, Politik,
Marketing

Bayerische Landesärztekammer
Mühlbauerstraße 16
81677 München
Telefon: 89 4147-796
E-Mail: presse@blaek.de
www.blaek.de

**VERSICHERUNGS
KAMMER**

Ralf Wengert
Pressesprecher
Hauptabteilungsleiter Kon-
zern- und Unternehmens-
kommunikation
Tel.: 089 2160 6596
Mobil: 0151 59 92 6047
ralf.wengert@vkb.de

Ibrahim Ghubbar
Stellvertr. Pressesprecher
Tel.: 030 2633 804
Mobil: 0151 62 40 6283
ibrahim.ghubbar@vkb.de

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.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

BILDUNG/WISSENSCHAFT

Hubertus Klingsbögl
Pressesprecher



**Hanns
Seidel
Stiftung**

Hanns-Seidel-Stiftung e.V.
Lazarettstr. 33
80636 München

hss.de
presse@hss.de
T +49 (0) 89 1258-262

- stiftunguerdemokratie
- HannsSeidelStiftung
- HSSde
- HannsSeidelStiftung
- Hanns-Seidel-Stiftung
- WhatsApp
- Hanns.Seidel.Stiftung



**Sparkassenverband
Bayern**

Eva Mang

Pressesprecherin
Vorstandsstab

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

Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe BJVreport	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
2/2025	21. März	4. April	25. April
3/2025	27. Juni	10. Juli	29. Juli
4/2025	19. Sept.	2. Okt.	21. Okt.

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

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

**Ist Ihr Eintrag
noch aktuell?**

Bitte prüfen Sie Ihren Pressestellen-Eintrag in jeder Ausgabe. Text- und Farbkorrekturen, Logo-Änderungen erledigen wir gerne für Sie – nach Ihren Vorgaben und kostenlos! Ihr BJV-Kontakt für Anzeigen und Pressestellen-Einträge: Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09 11 / 988 11 264, robert.macher@mediasued.de

ENERGIE

LEW

Lechwerke

Ansprechpartner
für die PresseLechwerke 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

VAG**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**Dr. Christian Blümm**Bereichsleiter Marketing
und Kommunikation energie
schwabenenergie schwaben gmbh
Postfach 101526 | 86005 Augsburg
Bayerstraße 43 | 86199 AugsburgTelefon +49 821 9002-360
christian.bluemm@energie-schwaben.de
www.energie-schwaben.de**Verkehrsverbund
Großraum Nürnberg GmbH**
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**Manfred Rupp**
Tel. 0911 27075-543
manfred.rupp@vgn.de**Melinda Burmeister-Neuls**
Tel. 0911 27075-549
melinda.burmeister@vgn.deVGN • Rothenburger Straße 9 • 90443 Nürnberg
Fax 0911 27075-50 • www.vgn.de • info@vgn.de**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**Flughafen München GmbH**Hans-Joachim Bues
Leiter Kommunikation und Politik
Henner Euting
Leiter PressePostfach 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

bayerwerk

Maximilian ZänglLeiter
Unternehmens-
kommunikation
PressesprecherBayerwerk 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
@bayerwerk.de
www.bayerwerk.de**Werden Sie
Unterstützer**Unterstützen auch Sie die Arbeit des Bayerischen
Journalisten-Verband e. V. mit Ihrer Anzeige im
Pressestellen-Verzeichnis und bieten Sie damit
Journalisten den Service, Sie schnell zu finden!
Angebote und Mediadaten erhalten Sie bei
Mediasüd, Robert Macher, Tel. 09 11 / 988 11 264

UNTERNEHMEN

BMW GROUP




ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

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

Alexander Bilgeri
Kommunikation Personal, Produktion,
Einkauf, Nachhaltigkeit
Telefon: +49(0)89-382-19175
E-Mail: Alexander.Bilgeri@bmwgroup.com

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

Postanschrift
BMW AG
D-80788 München

Hausanschrift
BMW AG
Petuelring 130
80788 München

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

UNTERNEHMEN

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

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.

Philip Hauck
Leiter Unternehmenskommunikation,
Pressesprecher

Telefon: 09 11 / 80 04 - 109
Mobil: 01 51 / 18 81 79 25
hauckp@wbg.nuernberg.de

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



Wir gestalten LebensRäume.

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

AFAG
WIR MACHEN MESSEN

Kathrin Redel
Bereichsleitung
Unternehmenskommunikation

Juliane HeiBer
Pressereferentin

AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Messezentrum 1
90471 Nürnberg
☎ (0911) 9 88 33-940
📠 (0911) 9 88 33-245
presse@afag.de
www.afag.de

Leserbriefe

Ein Leserbrief erreichte die Redaktion zu dem Wortlaut-Interview „Wir bleiben mit lokalen Geschichten präsent“. Nach Zwist mit dem BJV hatten sich die SZ-Ressortleiter Ulrike Heidereich und René Hofmann zur Schließung mehrerer regionaler Standorte auf ein Interview mit dem BJVreport eingelassen.

Bei dem jüngsten Streit zwischen den SZ-Ressortleitern Ulrike Heidereich / René Hofmann und Harald Stocker möchte ich mich eindeutig auf die Seite des BJV-Vorsitzenden schlagen. Durch meinen früheren Wohnsitz München war ich über fünf Jahrzehnte SZ-Abonnent und vermisste nichts. Mit dem München-Teil fühlte ich mich gut informiert, was im übrigen Bayern passierte, war ausreichend dargestellt.

Doch mit dem Ausscheiden als Rentner beim Bayerischen Rundfunk 2007 und dem Umzug in den Landkreis Miesbach änderte sich auch die Interessenslage. In den letzten Jahren war der schleichende Niedergang der Oberland-Berichtserstattung der SZ nicht mehr zu übersehen. Zumal, wie ich von SZ-Kollegen erfuhr, der zuständige Redakteur fünf Landkreise von Garmisch bis Traunstein zu betreuen hat.

Deshalb bleibt es mir unverständlich, wie SZ-Ressortleiter René Hofmann zu seiner Absichtserklärung kommt, „auch künftig in jedem Landkreis Reporterinnen und Reporter“ zu stationieren. Vielleicht sollte Herr Hofmann einmal ein paar Beispiele dafür nennen. Denn als Journalist sticht mir schon ins Auge, in welchem Ausmaß dpa-Meldungen und Artikel aus Nordbayern den Bayernteil beherrschen.

Das Oberland hingegen, meine neue Heimat, kommt zum Beispiel in der SZ vom 11.

Dezember 2024 nicht vor. So erfahre ich dort nichts über ein neues Wohnquartier in Holzkirchen, das auf breites Interesse stößt oder von einem geplanten Solarpark in Warngau. Dies ist nur im Lokalteil des *Miesbacher Merkur* zu finden, der weiterhin auf regionale Berichterstattung setzt, wie auch der *Bayerische Rundfunk* mit seinen zahlreichen Regionalstudios im Oberland. Beide Medien halten es entgegen der SZ mit der „recht spitzen Zielgruppe“ und „Zweispaltes-Meldungen“.

Die SZ setzt laut Hofmann lieber auf Social Media. Bei diesem Rückzug aus der Fläche bin ich an der Seite von Franz Kotteder. Der SZ-Kollege und Betriebsrat sieht darin „eine krasse Fehlentscheidung“ und wundert sich, mit „welcher Vehemenz“ die künftige Berichterstattung aus der Region als „ein journalistischer Fortschritt“ gepriesen werde. Als enttäuschter SZ-Leser geht es mir wie anderen: Ich habe den „Corriere della Nera“ wegen seiner Artikel und Zweispaltes aus meiner Region abonniert.

Klaus Wiendl, Bad Wiessee

Im BJVreport 5/2024 ging es in der Titelstrecke „Bewegte Zeiten“ um Entwicklungen im Bildjournalismus.

Ich habe diesmal die 5/24-Ausgabe des *BJVreport* mit besonderem Interesse gelesen, vor allem wegen der Artikel über die Zukunft des Bildjournalismus. Allerdings könnte man mal wieder einen Fokus darauf legen, was in diesem Bereich eigentlich noch verdient werden kann.

Mein aktueller Fall: Vor zwei Wochen ist der Komponist Hans Hammerschmid gestor-

ben, und für unseren Online-Nachruf auf *BR24* habe ich ein Foto aus meinem Archiv zur Verfügung gestellt. Am Tag nach unserer Veröffentlichung finde ich mein Foto auf *taz.de* – mit dem korrekten Credit „Stefan Götz/BR“. Nur: Es gab keinerlei Anfrage beim BR, auch nicht eine Woche später.

Nach meinem Schreiben an *taz* bekam ich zur Antwort, man habe es eilig gehabt und sei davon ausgegangen, dass die Rechte beim *Bayerischen Rundfunk* liegen. Seltsam: Kann man aus der Sicht der *taz* BR-Fotos frei verwenden? Wohl kaum. Stattdessen wurde mir ein Honorar von 40 Euro angeboten, üblich seien 20 Euro.

20 Euro für ein Exklusiv-Foto? Im Netz gibt es praktisch keine verwendbaren Fotos von Hans Hammerschmid. Das sieht auch die *taz* in ihrer Antwort so, dort heißt es: „... da es nicht möglich war, ein anderes Foto von ihm zu bekommen ...“

Zum Vergleich: Als Student in den 80er Jahren habe ich gelegentlich Fotografien an SZ und *Nürnberger Nachrichten* verkauft. Für Fotos mit künstlerischem Charakter sprach man damals über ordentliche dreistellige DM-Honorare. Ich will gar nicht ausrechnen, was das heute, den Inflationsausgleich eingerechnet, bedeuten würde. Selbst für Fotos im SZ-Lokalteil wurde die 100-DM-Marke überschritten.

Mein Fazit: Als reiner Bildjournalist ist heute offenbar kein Geld mehr zu verdienen. Mit dem Urheberrecht Dritter wird dagegen großzügig verfahren, auch von einer Zeitung mit scheinbar hohen journalistischen Standards wie der *taz*.

Stefan Götz, München

Bekanntnis zur fairen Zusammenarbeit

Wort&Bild Verlag will außerdem Ombudsperson für Freie benennen

„Die faire Zusammenarbeit mit freien Journalist*innen ist eine wichtige Basis dafür, dass wir unsere Medien erfolgreich publizieren können“, schreibt Dr. Dennis Ballwieser, Geschäftsführer und Chefredakteur des Münchner Wort & Bild Verlags in einem hauseigenen Statement. Unterschrieben hat der Verlag, der für die *Apotheken Umschau*, *Diabetes Ratgeber*, *Senioren Ratgeber*, *ELTERN* und *medizini* verantwortlich zeichnet, deshalb zum einen den „Code of Fairness“, der

das faire Miteinander von Redaktionen und freien Mitarbeitenden in zehn Punkten definiert und von den „Freischreibern“ entwickelt wurde. Zum anderen will der Verlag eine Ombudsperson in der Redaktion benennen, die sich um Themen freier Autor*innen kümmert.

Auch *Übermedien*, *Krautreporter*, *DIE ZEIT* und der *Freitag* haben den „Code of Fairness“ unterzeichnet.

Medienunternehmen, die sich zum „Code of

Fairness“ bekennen, verpflichten sich, unter anderem, Aufträge Freier schriftlich zu bestätigen, Beiträge nicht tendenziös zu bearbeiten, freien Journalist*innen die Endfassung rechtzeitig zur Durchsicht zukommen zu lassen, Autor*innen entsprechend ihres Zeit- und Rechercheaufwands sowie ihrer Expertise angemessen und auch pünktlich zu bezahlen, sowie freie Autor*innen an allen Erlösen finanziell zu beteiligen, die mit ihren Werken erzielt werden. (*mic*)

Jetzt schon E-Rechnungen schreiben?!

Das muss bis Ende 2027 noch nicht sein – sie empfangen zu können und vor allem zu archivieren ist aber bereits Pflicht

Von Johannes Michel

Eigentlich wollen wir alle einfach gute Arbeit machen. Texte schreiben, fotografieren, Menschen informieren. Bei Freiberufler*innen allerdings kommt hinzu, dass sie ein kleines Unternehmen führen, für das zahlreiche rechtliche Anforderungen gelten. Zum 1. Januar 2025 ist mit der E-Rechnung eine neue hinzugekommen. In einer von der Fachgruppe Freie organisierten FREIstunde klärte Stefan Drefler vom Landesverband der steuerberatenden und wirtschaftsprüfenden Berufe in Bayern mehr als 70 Kolleg*innen über den aktuellen Stand auf.

Was ist die E-Rechnung?

Eine E-Rechnung ist ein Dokument, das in einem strukturierten elektronischen Format ausgestellt, übermittelt und empfangen wird, um eine automatische und digitale Verarbeitung zu ermöglichen. Im Gegensatz zu einer Papierrechnung oder einem einfachen PDF-Dokument enthält eine E-Rechnung maschinenlesbare Daten (meist im XML-Format). Das bedeutet auch: Eine reine PDF ist keine E-Rechnung! Erstellt werden kann das neue Format zum Beispiel mit einschlägigen Buchhaltungsprogrammen von Herstellern wie Buhl, Lexware oder der DATEV.

Was kommt auf mich zu?

Seit dem 1. Januar 2025 muss jede*r Unternehmer*in elektronische Rechnungen empfangen können – es gibt keine Übergangsfrist, es ist kein Opt-Out möglich. Lesen lassen sich E-Rechnungen ebenfalls mit Buchhaltungsprogrammen oder auch mit der „DATEV E-Rechnungsplattform“. Letztere Option ist bis 25 Rechnungen pro Monat kostenfrei. Zur Verwendung ist eine Registrierung nötig. Auch bei Elster gibt es eine Möglichkeit, E-Rechnungen zu visualisieren. Eine Herausforderung ist aber das Archivieren. Denn E-Rechnungen müssen revisionssicher aufbewahrt werden. Das gilt übrigens bislang auch schon für digital empfangene Rechnungen im PDF-Format.

Voraussichtlich ab dem Jahr 2028 wird es dann Pflicht, E-Rechnungen auch zu schreiben. Spätestens dann dürfte es auch für alle Selbstständigen nötig werden, eine Buchhaltungssoftware einzusetzen, die anhand von Vorlagen korrekte E-Rechnungen erstellen und die Einnahmen verbuchen kann. Wer bislang seine Einnahmen-/Überschussrechnung zum Beispiel mit Excel im Überblick hat, kann diese dann über die Software verwalten – inklusive der Umsatzsteuervoranmeldung und dem Transfer der Daten zum Jahresende an den Steuerberater.

Bis Ende 2027 gilt folgende Vorgehensweise: Ist der Rechnungsempfänger damit einverstanden, dass weiterhin Rechnungen zum Beispiel im PDF-Format versendet werden, darf dies weiterhin so gehandhabt werden. Widerspricht er allerdings, bleibt nur die E-Rechnung – oder der postalische Versand einer gedruckten Rechnung. Es kann daher von Vorteil sein, sich frühzeitig mit dem Thema E-Rechnung zu beschäftigen. Für alle, die eine Software ausprobieren möchten, können Rechnungen entweder als E-Rechnung, als Hybrid-Rechnung (PDF inklusive der notwendigen Informationen einer E-Rechnung), als PDF oder als Druckversion erzeugt werden. Man bleibt also flexibel.

Was gilt für Kleinunternehmer*innen?

Für Kleinunternehmen gibt es keine Pflicht, E-Rechnungen auszustellen, also nicht einmal im Jahr 2028. Auch sie müssen aber E-Rechnungen empfangen können. Als Kleinunternehmen zählen nach einer Gesetzesänderung seit dem 1. Januar 2025 alle, die im Vorjahr maximal 25.000 Euro Nettoumsatz erzielt haben und im laufenden Geschäftsjahr maximal 100.000 Euro erzielen werden. Darüber greift eine anteilige Steuerpflicht. Wichtig: Diese Grenzen dürften viele freie Journalist*innen nicht sprengen. Dennoch kann es weiterhin von Vorteil sein, freiwillig umsatzsteuerpflichtig zu bleiben, etwa mit Blick auf den Vorsteuerabzug.

Und wie ist das mit der Aufbewahrung?

Ein revisionssicheres Archiv lässt sich nur mit viel Aufwand selbst einrichten, etwa auf einem eigenen NAS-Server. Dafür gibt es auch Open-Source-Software. Für die meisten Anwender*innen dürfte dies aber kaum in Frage kommen. Somit wird auch hier eine Buchhaltungssoftware, die solche Funktionen mitbringt, die bessere Wahl sein. Klar ist aber auch: Sie wird Kosten zwischen zehn und 20 Euro pro Monat verursachen, die bislang nicht anfielen.

Was ist sonst noch wichtig?

In der FREIstunde machte Stefan Drefler auch klar, dass es schon länger nicht mehr zulässig ist, seine Rechnungen in einem Textverarbeitungsprogramm zu erstellen und dann in eine PDF zu konvertieren. Wer noch immer einen solchen Workflow nutzt, dürfte daher einer der ersten Kandidaten für einen Systemwechsel sein. Allerdings betonte Drefler auch, dass es keine Blaupause gibt, welches Verfahren und welche Software sich für wen am besten eignet. Im Zweifelsfall sei ein Gespräch mit dem Steuerberater sinnvoll, der auch darüber aufklären könne, welche Software mit den Produkten in der Kanzlei kompatibel sei.



bjv.de/e-rechnung-1
bjv.de/e-rechnung-2

Schwerpunkt Honorare

Im laufenden Jahr wird die Fachgruppe Freie im BJV jeden Monat einen Schwerpunkt zum Thema Honorare gestalten: Verhandlung, Steuer, revisions-sichere Ablage, Kalkulation – Anregungen für die FREIstunden sind jederzeit willkommen und ausdrücklich gewünscht (am besten per E-Mail an fg-freie@bjv.de). Die Einladungen zu den Terminen erfolgen wie immer über den E-Mailverteiler der Freien und werden auch auf der BJV-Internetseite veröffentlicht.

Radiosender *egoFM* geht in Insolvenz

Laufendes Programm und Gehälter der Mitarbeiter*innen sind vorerst gesichert

Von Maria Goblirsch

„Auch wenn wir jeden Euro zweimal umdrehen, bevor wir ihn ausgegeben haben und die laufenden Kosten verringern konnten: Im Moment lässt sich der Aufwand, den wir betreiben, nicht finanzieren“, teilt Konrad Schwingenstein, Geschäftsführer des Münchner Jugendradiosenders *egoFM*, am 24. Januar in einer Presseinformation mit. Daher habe er sich entschlossen, den Gang in die Insolvenz anzutreten.

Konrad Schwingenstein war Mitgesellschafter des Süddeutschen Verlags, investierte danach in verschiedene Digitalplattformen und in *egoFM*. Aktuell hält er 80 Prozent der Anteile an dem Münchner Independentensender. Neben ihm sind der Nürnberger Medienunternehmer Gunther Oschmann und Studio Gong beteiligt.

EgoFM mit Sitz in München produziert ein 24-Stunden-Musikprogramm, Zielgruppe sind 20- bis 40-Jährige, die sich für neueste Musik aus dem alternativen und dem Indiebereich interessieren. Die redaktionelle Arbeit, unter anderem über Themenwochen, bildet gesellschaftliche und popkulturelle Inhalte ab, nahezu jedes Thema weist auch einen Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekt auf. Im April 2021 hat *egoFM* seine Gemeinwohl-Bilanz veröffentlicht und ist seither ein zu 100 Prozent klimaneutraler Sender (siehe *BJVreport* 1-2022).

Zu empfangen ist *egoFM* seit 2008 über UKW in Augsburg, München, Ingolstadt, Nürnberg, Erlangen, Regensburg und Würzburg, außerdem in Baden-Württemberg und Sachsen, zusätzlich über DAB+ bundesweit.

Die hohen technischen Kosten für die Verbreitung sind eine Ursache für die jetzige finanzielle Schieflage. Lokale und regionale Sender brauchen aber UKW-Frequenzen, um eine größere Zahl von Hörer*innen zu erreichen.

„*EgoFM* sendet über sechs Antennen und zahlt für die Verbreitung über UKW und DAB+ pro Jahr rund 750.000 Euro.

Und diese Kosten steigen jährlich um etwa drei Prozent“, sagt Programmleiter Fred Schreiber. Auch der deutliche Rückgang des Werbebudgets bei potenziellen Kunden und deren Vorsicht beim Geldausgaben in einer wirtschaftlich schwierigen Gesamtlage traf den Sender (und andere) hart. Die Werbeeinnahmen seien, so Schreiber, im Jahr 2024 um 40 Prozent gesunken. Bereits 2023 berichtete die *SZ* über finanzielle Schwierigkeiten bei *egoFM*.

„Auch wenn wir jeden Euro zweimal umgedreht haben, lässt sich der Aufwand nicht mehr finanzieren.“

Konrad Schwingenstein,
Geschäftsführer *egoFM*

Aufgrund der fehlenden Haushaltsabgabe im Jahr 2025 fällt im laufenden Jahr auch noch die Förderung der DAB+-Frequenz in Baden-Württemberg weg. Dadurch verliert *egoFM* weitere rund 40.000 Euro jährlich im Budget. In Bayern hat der Sender im zweiten Halbjahr 2024 als „Transformations-Anreiz-Förderung“ 25 Prozent der Verbreitungskosten von der BLM erhalten.

Wie geht es nun weiter? Die Betreiber haben die Eröffnung des Insolvenzverfahrens beim Amtsgericht München beantragt.

Nun wird ein Insolvenzverwalter bestellt, dessen Auftrag darin besteht, aus dem Vermögen des Schuldners die so genannte Insolvenzmasse zu bilden, aus der dann Ansprüche von Gläubigern beglichen werden sollen. Unter Aufsicht könnte der Sender zu einer Eigenverwaltung der Insolvenz berechtigt werden.

Was danach möglich ist, ist auch für Konrad Schwingenstein und sein Team noch unsicher. Bereits vor der Insolvenz hat man bei *egoFM* Pläne für eine Neustrukturierung geschmiedet, die man weiterverfolgen will. „Unsere Community wandert immer mehr von UKW in die digitalen Kanäle ab“, sagt der Geschäftsführer. Die Nutzung von UKW solle daher langsam, aber stetig zurück und hin zu DAB+ und IP gehen.

Der Radiosender will außerdem seine Rolle als Anlaufstelle für neueste Musik weiter vertiefen. „*EgoFM* ist bereits ein wichtiges mediales Bindeglied zwischen Menschen vor, auf und hinter der Bühne. Diese Bindung wollen wir im Programm, im Netz und auch durch Veranstaltungen weiter festigen“, erklärt Programmleiter Fred Schreiber.

Einen ersten Lichtblick gibt es für *Radio egoFM*: Der Medienrat der BLM hat am 5. Dezember 2024 die Lizenz für die UKW-Stützfrequenzen in Augsburg, München, Nürnberg, Regensburg, Würzburg und Erlangen bis zum 30. Juni 2032 verlängert.

Lokale Sender: zu hohe Verbreitungskosten

Die Kosten für die Ausstrahlung über DAB+ werden in Bayern noch subventioniert, UKW-Kosten durch die BLM nur für gemeinnützige Angebote gefördert. Diese Verbreitungskosten sind nach Auskunft der BLM seit 2018 nur im Rahmen der Inflation gestiegen. Für Mitte 2025 hat sie eine Reduktion um etwa zehn Prozent angekündigt.

Für die Verbreitung über UKW fallen die Miete von Standort, Mast, Antenne, Sender sowie die Kosten für Strom und Betrieb, Wartung, so genannte „Hoheitskosten“ und für die Leitungen an. Diese Kosten sind im ländlichen Raum – in Bezug zu den erreichbaren Hörer*innen – wegen der weiteren Entfernungen deutlich höher als in Ballungsgebieten. (mgo)

Ein Gremium, viele Köpfe: An dieser Stelle kommen im Wechsel verschiedene Mitglieder aus dem BJV-Vorstand zu Wort.

„Geschlossenheit ist das Gebot der Stunde“

Ein Standpunkt von Wolfgang Grebenhof

Applaus, Applaus für die Kolleginnen und Kollegen von *Süddeutsche Zeitung*, die im Januar mit ihrem zweitägigen Ausstand den Verlegern sehr deutlich gezeigt haben, was von deren Auftakt-„Angebot“ in der Tarifrunde Tageszeitungen zu halten ist. Den inflationsgebeutelten Redakteurinnen und Redakteuren faktisch ein Minus an Kaufkraft zumuten zu wollen, ist eine bodenlose Unverschämtheit. Und es ist ein Schlag ins Gesicht all jener, die tagtäglich mit großem Engagement die Grundlage dafür schaffen, dass das Geschäftsmodell Tageszeitung nach wie vor gut funktioniert. Deutlicher, als es der BDZV gerade tut, kann man mangelnde Wertschätzung nicht ausdrücken.

„Mir doch egal, wie meine Angestellten ihre Rechnungen zahlen!“. Wer dieses Credo in einer Gehaltsrunde derart unverhohlen an den Verhandlungstisch trägt, darf sich nicht wundern, wenn die Wut in der Belegschaft hochkocht und die Leute auf die Straße treibt. Eigentlich müsste das überall so sein – landauf, landab. Doch die Erfahrung zeigt: Die Bereitschaft, für mehr Geld zu streiken, ist gerade in Journalistenkreisen ausbaufähig und regional höchst unterschiedlich ausgeprägt.

Was nun einmal mehr den Ruf laut werden lässt nach einem Abschied vom Flächentarifvertrag. Warum sollen die Kampfbereiten jene mitziehen, die – aus welchen Gründen auch immer – ihre Arbeit nicht niederlegen, wenn die Gewerkschaft dazu aufruft? Weshalb sollen sich die Starken am Ende mit weniger begnügen, damit die Schwachen überhaupt etwas abbekommen?

Zum einen, weil Solidarität der Kern gewerkschaftlichen Handelns ist. Doch nicht nur das. Was würde es denn bedeuten, einen bundesweit einheitlichen Tarif aufzugeben?

Kurzfristig würde das möglicherweise tatsächlich zu regional höheren Abschlüssen im Süden führen. Aber wie lange würde es wohl dauern, bis die Verleger – vom Tendenzschutz begünstigte Meister im Schlechtreden ihrer wirtschaftlichen Lage – für sie günstigere Tarifwerke als Richtschnur hernähmen? Die Messlatte ist für Unternehmer immer der billigste Vertrag, nie der fairste.

Wir müssen uns darüber im Klaren sein: Nichts scheuen Arbeitgeber so sehr wie Einigkeit und Zusammenhalt unter den Beschäftigten. Dass sie spalten wollen, zeigt sich auch aktuell wieder in der Forderung nach weiteren strukturellen Veränderungen im Gehaltstarif. Das soll nicht nur zu Einsparungen führen, sondern vor allem die Gewerkschaften schwächen, indem man einen Keil treibt zwischen „Besitzstandsverteidiger“ und Neueinsteiger.

Deshalb ist Geschlossenheit jetzt das Gebot der Stunde. Auf unserer Seite des Verhandlungstisches, zwischen den beiden Gewerkschaften. Zwischen Alt und Jung. Und zwischen Nord und Süd, Ost und West. Nur gemeinsam können wir verhindern, dass die blinde Sparwut der Verleger unseren schönen und mehr denn je unverzichtbaren Beruf noch mehr an Attraktivität einbüßen lässt.



Wolfgang Grebenhof, stellvertretender Vorsitzender des Bayerischen Journalistenverbandes

Foto: Thomas Geiger

„Fotografen brauchen heute viel Mut“

Die besten Pressefotos aus 2024 waren in Ansbach zu sehen

Das Brücken-Center in Ansbach war im Januar erste Station der Ausstellungstour Pressefoto Bayern 2025. Dort war der BJV bereits zum sechsten Mal zu Gast und zeigte 80 der besten Pressebilder des abgelaufenen Jahres im Ausstellungsforum.

Der stellvertretende BJV-Vorsitzende Wolfgang Grebenhof betonte bei der Eröffnung der Ausstellung, dass Pressefotograf*innen heute bei ihrer Arbeit viel Mut bräuchten. „Nicht nur, wenn man in den Krisenregionen dieser Welt unterwegs ist, wenn man Katastrophen und Kriege fotografiert wie die Kolleginnen und Kollegen in Gaza oder in der Ukraine. Inzwischen ist es leider auch so, dass hier vor unserer Haustüre, in unserer vermeintlich heilen Welt, gepöbelt wird und Journalist*innen aggressiv angegangen werden.“ Der BJV habe daher Arbeitsgruppen gebildet und berate mit Polizei und Sicherheitskräften, wie man diese Übergriffe vor allem auf Pressefotograf*innen unterbinden könne.

Ein weiteres Problem der Pressefotografie sei, dass „die Kolleginnen und Kollegen in keiner Weise angemessen für das honoriert werden, was sie in ihrem täglichen Berufsleben leisten und riskieren“, sagte der Redakteur der *Fränkischen Landeszeitung*. Immer weniger Fotograf*innen hätten eine Festanstellung, die meisten arbeiteten frei. Die wenigsten könnten davon allein tatsächlich leben und müssten das Portfolio mit anderen Aufträgen erweitern.

Im März und April 2025 ist die Bilderschau Pressefoto Bayern im Alten Rathaus im Viechtach zu sehen (24. März bis 22. April). Die nächsten Stationen sind München (Galerie der Bayerischen Landesbank im Mai), Nürnberg (Stadtmuseum im Fembo-Haus 5. Juni bis 6. Juli) und Würzburg (Sparkasse Mainfranken 14. Juli bis 1. August).

Weitere Termine und aktuelle Infos auf bjv.de/pressefoto. (mgo)



Mittelfranken unter sich: Die beiden Fotografen Thomas Geiger (links) und Jim Albright (Mitte) zusammen mit dem stellvertretenden BJV-Vorsitzenden Wolfgang Grebenhof (rechts) bei der Ausstellungseröffnung.

Foto: Maria Goblirsch

Stammtische – jetzt auch zu Klima und Mental Health

Einmal pro Monat lädt der DJV zum virtuellen Austausch ein – und spricht auch „Unter 3“

Los ging es beim Deutschen Journalisten-Verband mit KI-Stammtischen: Immer am 28. des Monats trifft man sich seit geraumer Zeit um 18.30 Uhr zum virtuellen, lockeren Austausch. Kolleg*innen erzählen von ihren Erfahrungen mit KI-Anwendungen, geben sich gegenseitig Tipps und beantworten Fragen.

Seit November bietet der Bundesverband außerdem regelmäßige Klima-Stammtische an. Letztere finden immer ab 18.30 Uhr am 14. des jeweiligen Monats statt, initiiert hat diese Anne Webert, stellvertretende DJV-Vorsitzende sowie Schriftführerin des Bayerischen Journalisten-Verbandes. „Immer das Thema Klima mitdenken“ – das sei eine Herausforderung, der sich Journalist*innen stellen müssten und bei

der es auf den Ton ankomme, sensibilisiert der DJV fürs Thema.

Und seit Februar gibt es nun mit „freiraum – der Mental-Health-Stammtisch“ noch ein drittes virtuelles Angebot – immer ab 18.30 Uhr am 7. des Monats. Es ist als „Safe Space“ gedacht, um sich auszutauschen über alles, was gerade bewegt – mit Menschen, die in der gleichen Branche arbeiten. „Warum tun wir das? Weil wir glauben, dass das Gefühl, nicht allein zu sein, Gehör zu finden, sich gegenseitig zu unterstützen, so enorm wichtig ist. Weil uns eure Gesundheit am Herzen liegt und weil wir das Tabu brechen möchten, dass wir immer alle stark sein müssen bis zum Umfallen oder kurz davor“, heißt es dazu auf der DJV-Website.

Doch aller guten Dinge sind diesmal vier – und so ging im Januar mit „Unter 3 – Mit dem Bundesvorstand“ noch ein weiteres Angebot an den Start. Immer am 21. des Monats von 18 bis 19 Uhr können DJV-Mitglieder im virtuellen Raum Fragen stellen, Anregungen geben und Kritik äußern. Mindestens ein Vorstandsmitglied werde über aktuelle Themen sprechen und stehe für die Anliegen der Teilnehmer*innen bereit – offen und direkt, kündigt der DJV an. Während es zu den drei Stammtischen direkte Einwahl-Links auf der DJV-Website (www.djv.de) gibt und sie auch offen für Nicht-Mitglieder sind, ist bei „Unter 3“ eine formlose Anmeldung per E-Mail unter hob@djv.de notwendig. (mic)

Autorenrechte-Brief der SZ mit fragwürdigen Regelungen

Ein Autorenrechte-Brief sorgt derzeit für Verunsicherung unter freien Journalist*innen, die für die *Süddeutsche Zeitung* arbeiten. Und es verwundert, dass auch Fotograf*innen betroffen sind, die zwar Urheber*innen, jedoch keine Autor*innen sind. Einige Kolleg*innen haben inzwischen die BJV-Rechtsberatung in Anspruch genommen. Dort schaut man auf das Vertragswerk mit Skepsis.

Unter anderem ginge mit der Unterzeichnung eine umfassende, ausschließliche, übertragbare, unterlizensierbare, zeitlich, räumlich und inhaltlich unbeschränkte Einräumung von Nutzungsrechten für bekannte wie noch unbekannt Nutzungsarten einher – auch an Partnerverlage der SZ. Und bei der Einräumung geht es laut Autorenrechte-Brief nicht nur um die nach Urheber-, Leistungsschutz-, Marken-, Design- oder nach einem anderen Schutzrecht schutzfähigen Beiträge, sondern auch um die enthaltenen Fakten, Geschehnisse, Unternehmen, Personen sowie gegebenenfalls die Rechercheunterlagen. Dass ein Verlag ein Nutzungsrecht an Rechercheunterlagen einfordert, dürfte Buy-Out-Verträge im negativen Sinne noch einmal auf eine neue Stufe heben.

Auch soll, wer den Vertrag unterzeichnet, „nach gesonderter Vereinbarung gegen gesondertes Honorar“ unter anderem als „beratender Experte“ zur Verfügung stehen. Inwieweit ein Verlag freischaffende Mitarbeitende dazu verpflichten kann, ist juristisch zumindest fraglich. Ebenfalls irritieren Aspekte zum Thema Künstliche Intelligenz: Auf der einen Seite will der Verlag einfordern, dass freie Mitarbeiter*innen dessen Zustimmung einholen, wenn sie KI nutzen. Gleichzeitig lässt sich die SZ unter anderem das Recht einräumen, das Werk für Zwecke der Entwicklung, des Trainings und der Anwendung von Künstlicher Intelligenz zu nutzen. (mic)

„Freie sind nur allein, wenn sie dies wollen“

„Wir schätzen und nutzen seit mehreren Jahren die gegenseitige Unterstützung in einem sogenannten ‚Erfolgsteam‘ und wollen gern KollegInnen auf die Sprünge helfen, es auszuprobieren“, wandte sich die Fachgruppe Freie Journalisten zum Jahreswechsel an ihre Mitglieder und lud zu einer digitalen FREIstunde ein, um das Konzept vorzustellen. Freie Journalist*innen seien nur allein, wenn sie es wollten; gemeinsam sei das Zauberwort für 2025. Und tatsächlich gingen aus dem Treffen der Fachgruppe gleich zwei neue „Erfolgsteams“ hervor.

Das Konzept geht auf die US-amerikanische Autorin und Coachin Barbara Sher zurück: Vier bis sechs Teilnehmer*innen bilden eine sich gegenseitig unterstützende Gruppe, die sich über einen bestimmten Zeitraum regelmäßig konstruktiv und kritisch austauscht. Das kann bei einem persönlichen Treffen oder auch digital geschehen. Das Gespräch sollte strukturiert ablaufen und jedes Mitglied erzählt, wo es beim selbst definierten Ziel oder Projekt gerade steht, woran es vielleicht hakt, wie das Team unterstützen könnte und was bis zum nächsten Mal geschehen soll. (mic)



2025

akadem!e
der bayerischen presse

Seminare für Journalist:innen und PR-Profis

Die ABP bietet praxisnahe Präsenz-Seminare und Webinare. Das Angebot reicht von Kurzformaten (60 Minuten) bis zu mehrtägigen Kursen, thematisch von digitalen Tools bis zu gehirngerechtem Schreiben. Unser laufend aktualisiertes Programm finden Sie unter www.abp.de

Aus unserem Programm

Präsenz-Seminare (ganztägig):

- Social Media Manager (3.- 7. März)
- Fachtexte redigieren (10./11. März)
- Rhetorik kompakt (24./25. März)
- KI-Intensivkurs: In fünf Tagen zum Profi (31. März- 4. April)
- Vertical Videos für Social Media (1./2. April)

Webinare:

- Podcast – mit einfachen Mitteln (12.- 14. März, drei Vormittage)
- Behördenkommunikation – menschen- und rechtssicher (13./14. März, zwei Tage)
- Gehirngerechtes Schreiben (13./14. März, zwei Tage)
- Besser prompten für PR (18./19. März, zwei Vormittage)
- Kreativer Schreiben mit KI (31. März- 1. April, zwei Tage)

Akademie der Bayerischen Presse

Domagkstr. 34 · 80807 München · Tel.: 089 49 99 92-0 · adp@adp.de

Wie sie leben, wie sie arbeiten – der *BJVreport* besucht prominente Mitglieder in ihrem Büro.

Rebell im Winterschlaf

Fünfzehn Jahre ärgerte Martin Calsow in der *Tegernseer Stimme* die Habenden und die nicht-Habenden am Lago di Bonzo. Jetzt ist seine Online-Zeitung verstummt. Vorerst.

Von Senta Krasser



Martin Calsow kommt aus einer Generation, für die Amerika ein Traumziel war. Das haben er und seine Frau Insa sich vor elf Jahren ermöglicht. Die moderne Technik lässt es zu, dass er in seinem Refugium trotz Zeitverschiebung mit jedem in der Region Tegernsee sprechen kann. Ob er vier Kilometer auf der anderen Seeseite sitzt oder 6000 km weg in den USA, macht ihm zufolge „kaum einen Unterschied“.

Fotos (2): Insa Calsow

Die Meldung kam im Advent: Die *Tegernseer Stimme* verstummt nach 15 Jahren. Nicht, weil es ihr an Erfolg gemangelt hätte. Auch nicht weil ihr das Geld ausgegangen wäre wie vielen anderen lokaljournalistischen Alternativmedien. Die Reichweite, die Umsätze: 2024 war das nach eigener Aussage beste Jahr. Der Grund ist, für die Stille: Der *Stimme* fehlt einfach Personal. Fünf Mitarbeiter, ein Dackel, so konnten und wollten sie nicht mehr weitermachen und verabschiedeten sich in den „Winterschlaf“. Und nun? Wann kommt das Wiedererwachen?

So genau weiß das Martin Calsow auch nicht. Bis Dezember war er ein sehr aktiver Herausgeber und Kolumnist der *Tegernseer Stimme*. Diese wurde 2009 von dem Unternehmer Peter Posztos gegründet, weil er das einzige Blatt im Tal, die *Tegernseer Zeitung* (heute Teil des *Münchner Merkur*), für „zu oberflächlich,

unkritisch und langweilig“ befand. Mit Calsow holte er einen Rebell im Geiste hinzu, mit ebensolcher Lust zu polarisieren. Nicht bloße Chronisten wollten sie sein, die brav Zitate von Bürgermeistern und Gebirgsschützen liefern,

„Ich sehe hier in Amerika, dass Lokaljournalismus funktioniert. Absolut und nachweisbar!“

Martin Calsow

sondern in die Abgründe des Lago di Bonzo schauen, „auf das soziale Ungleichgewicht zwischen den Habenden und nicht-Habenden“.

So formuliert es Calsow, als man ihn an einem Januarabend in seinem Refugium auf Long Island erreicht. Amerika ist für ihn ein

Zufluchtsort, um Abstand zu gewinnen. „Wenn du Lokaljournalismus machst, läufst du immer Gefahr, dass du dich reinsaugen lässt in diese Welt, die Distanz zum Objekt deiner Berichterstattung verlierst.“ Wenn er durchs Tegernseer Tal fahre, sehe er permanent Geschichten, Zusammenhänge. „Das engt den Blick ein.“ Und es fordert gerade bei einem Digital-Angebot, das Schnelligkeit verspricht, permanente Einsatzbereitschaft bis zur Selbstausbeutung. Der plötzliche Starkregen, die Gemeinderatssitzung, das muss geschwind raus.

Dass dieses „Hamsterrad auf Dauer schwierig“ ist, glaubt man Calsow aufs Wort. Dass er da überhaupt hineingeraten ist, erstaunt. Der Sohn eines Polizisten wuchs am Rande des Teutoburger Waldes auf. Nach seinem Zeitungsvolontariat in Bielefeld wechselte er zum Medium Fernsehen. Bei *Premiere* in München

brachte er es bis zum Spielfilmchef. Doch dann kippte für ihn die Idee, „dass Fernsehen noch cool ist.“ Rupert Murdoch kam. Die „Zeit der Excel-Elfen“, der Controller begann. Calsow schaute im März 2009 auf die „Müllverbrennungsanlage in Unterföhring“: Das ist es nicht mehr. Es muss was anderes her.

Ein langer Aufenthalt im Nahen Osten führte den TV-Abtrünnigen zum Krimischreiben. Am Westufer des Tegernsees ließ er sich nieder und erfand den Privatdetektiv Max Quercher. Es folgten weitere Bücherreihen. Calsow schrieb sie in seiner freien Zeit neben der *Stimme*. Als Autor war er da reingerutscht. Mit den Jahren wuchsen die Aufgaben. Als seine Frau Insa mit einstieg und das Marketing und die Werbevermarktung professionalisierte, stiegen die Umsätze.

Ihre Zeitung war immer kostenlos zu lesen. Statt auf Abo-Modelle setzten sie auf Werbung und Sponsoring, „auf Reichweite und Relevanz“. Bald wurde ihnen klar: „Im Digitalen bist du verdammt zu wachsen. Wenn du dich nicht ausbreitest, wird dein Geschäftsmodell scheitern.“ Sie hätten also rausgemusst aus dem Tal in andere Landkreise. Aber dafür war kein Personal zu bekommen. Zwei Jahre lang suchten sie, führten an die 40 Bewerbungsgespräche. Vergeblich. Und irgendwie paradox: Gründer Postzos betreibt parallel Job-Portale, konnte der *Stimme* aber niemanden vermitteln.

Keine Chance gegen den BR

Laut Calsow hätten sie keine Chance gehabt in einer Region, wo der *Bayerische Rundfunk* schon seinen Nachwuchsredakteur*innen ein Einstiegsgehalt zahlt, bei dem sie nicht mithalten konnten. Wie viel bei der *Stimme* drin war? Für eine Führungsposition 5.000 Euro Monatsgehalt, für Redakteur*innen bis zu 4.500 Euro. „Das ist nicht so wenig“, findet er, „wir reden immerhin vom Tegernsee als Arbeitsort, eine der schönsten Urlaubsregionen Deutschlands!“

Aber sie ist auch eine der teuersten. Dass nicht jeder sich das Wohnen dort leisten kann, hält Calsow für ein möglicherweise „vorgesobenes Argument“. Neun von zehn Menschen 50+ hätten ihm gesagt: „Noch mal Lokaljournalismus? Da war ich schon, da will ich nicht zurück.“ Und die Jüngeren? „Wollen Sie Sicherheit. Und Zeit für eigene Projekte.“ Er weiß nicht mehr, wie oft er zu hören bekam: „Ich möchte nur eine Vier-Tage-Woche, ich möchte nur Homeoffice, wie sieht's mit einem Sabbatical aus, und abends noch zum

Warum ich im BJV bin

„Ich komme aus einer Gewerkschafterfamilie. Mein Bruder war Aufsichtsrat für Verdi bei Lufthansa, mein anderer Bruder war Polizeigewerkschafter. Ich war immer bei Verdi bzw. beim DJV. Gewerkschaft ist für Arbeitnehmer weltweit existenziell. Wenn du ordentliche Arbeitsbedingungen haben willst, brauchst du Gewerkschaften. Für unsere Branche ist die digitale Herausforderung durch KI ohne solidarischen Zusammenhalt nicht zu stemmen.“

SPD-Stammtisch? Das geht nicht, da habe ich Hot-Yoga.“

Das GenZ-Bashing des 54-Jährigen hat sicher einen wahren Kern. Aber es kollidieren nicht nur Generationen, sondern auch Journalismuskulturen. Nach Calsows Beobachtung hat sich in der Branche breitgemacht, „dass man lieber Meinungsjournalismus macht, lieber die große weite Welt einordnet, wo die eigenen Finger sauber bleiben, als sich in die Niederungen des Lokalen zu begeben. Das ist Igit. Da ist keine Distanz, weil du den Leuten, über die du schreibst, permanent begegnest.“

In der *Stimme* haben sie sich abgearbeitet an Hoteliers, Gastronomen, Investoren und Bürgermeister bis hin zum Hausverbot für die gesamte Redaktion. Das war „manchmal ein Tackken zu viel, zu sehr ad personam“, gibt Calsow zu, es täte ihm auch leid im Nachhinein. Aber Journalismus, wie er ihn begreift, bedeute, „dass man im Zweifel auch mal drüber sein kann statt permanent drunter“. Dass man auch „Spaß daran hat, Salz in die Wunde zu streuen“. Und dass man mit den Objekten der Berichterstattung selbstverständlich „nicht herumkumpelt“. Das falle vielen Journalisten schwer. Er erlebe eine Generation junger Menschen, die es gerne harmonisch haben und gefühlige, introspektive Artikel über Kuschelthemen schreiben wollen. „Bei der *Zeit*, bei der *FAS* können sie das. Sie sind urban, sie sind milieubestätigend und harmonisch. Journalismus-Hygge eben. Guter Lokaljournalismus sollte das Gegenteil sein.“

Im vorigen Winter wurde es dann aber selbst Martin Calsow zu disharmonisch. Die Berichte der *Stimme* über die Bauernproteste mobilisierten ein paar Deppen. Es gab Morddrohungen. In Chatgruppen wurde ein Boykott der Zeitung organisiert. Vor Calsows Haus brüllte jemand: „Ich werde so lange gegen euch arbeiten, bis ihr das Tal verlasst.“ So was macht

was mit einem. „Sind wir schon so weit gekommen, dass dich Leute persönlich bedrohen, nur weil du eine andere politische Sichtweise hast?“ Da wägt Calsow ab: „Mit 54 dann vielleicht doch mehr Hygge für meine Frau und mich.“

Mit der Frage, ob sie bei der *Stimme* nicht eine Verantwortung zum Weitermachen hätten, anstatt den radikalen Kräften das Feld zu überlassen, trifft man bei ihm einen wunden Punkt. Er führe die Diskussion laufend. Aus dem Tal will er trotz allem nicht weg. Er mag die Menschen am Tegernsee sehr. Als Nicht-Bayer fühlt er sich von ihnen angenommen, „bis auf ein paar, mit denen ich mich streiten darf.“ Ob er es weiter tun wird? „Ich werde nicht am Tegernsee leben können und nichts sagen können“, antwortet Calsow sybillisch. Noch plagt ihn das „schlechte Gefühl des Scheiterns“. Mit allem habe er gerechnet, aber nicht damit, dass sie wegen Personalmangels in den Winterschlaf gehen müssen. Aber was habe Paulchen Panther gesagt: „Heute ist nicht alle Tage, ich komme wieder, keine Frage.“

Calsow will also das Comeback, Stand Januar. In welcher Form, das überlegten sie noch. Mut macht ihm, dass Lokaljournalismus in seiner Zweitheimat Amerika „absolut und nachweisbar funktioniert“, sofern man digital Vollgas gibt wie die *Easthampton Press* vor seiner Tür. Print sei dagegen „der Wackerstein, der dich unweigerlich in die Tiefe zieht“.

Inzwischen haben sich bei der *Stimme* Investoren und arbeitswillige Journalisten gemeldet. Mal schauen, was der Frühling nach dem Winterschlaf bringt.



Die Heimat reist immer mit – auch als Umriss des Tegernsees, der auf Calsows Laptop pappt.

Hohe Streikbereitschaft bei der SZ

Rund 200 Mitarbeitende legten die Arbeit nieder

Von *Michaela Schneider*

„Sie werden die *Süddeutsche Zeitung* in den kommenden zwei Tagen anders als gewohnt vorfinden“, erfuhren deren Leser*innen am Mittag des 21. Januar. Politik-, Wirtschafts- und Sportteil würden in reduziertem Umfang und eingeschränkter Aktualität erscheinen, die Lokalteile ganz fehlen. Die Berichterstattung, die sonst sieben verschiedene Ausgaben umfasse, schrumpfte auf eine Seite zusammen. Der Grund: DJV und die dju in Verdi hatten Redakteur*innen, Volontär*innen sowie freie Journalist*innen zum zweitägigen Warnstreik aufgerufen. Rund 200 Kolleg*innen folgten diesem.

DJV-Verhandlungsführer Christian Wienzeck spricht von einem „durchaus erfolgreichen Auftakt“. Die Chancen stünden aber gut, bei weiteren Aktionen „noch mehr Verantwortliche mit in den Streik zu holen“, hieß es aus SZ-Mitarbeiterreihen. Auch Kolleg*innen anderer bayerischer Häuser signalisieren Bereitschaft, in den Ausstand zu treten.

Dem Warnstreik vorausgegangen war in der zweiten Runde der Tarifverhandlungen Tageszeitungen ein aus Sicht der Gewerkschaften nicht akzeptables Angebot des Bundesverbands der Digitalpublisher und Zeitungsverle-



Bei einem Warnstreik protestierten Mitarbeiter*innen der SZ gegen das nicht akzeptable Angebot der Verleger. Foto: Benedikt Frank

ger (BDZV). Der Forderung des DJV nach einer Tarifierhöhung von 10,5 Prozent (Verdi: 12 Prozent) bei einer Laufzeit von zwölf Monaten stand ein Verlegerangebot gegenüber, ab Januar 2025 um 120 Euro, ab August 2026 um 1,5 Prozent und 2027 um ein Prozent zu erhöhen bei einer Laufzeit bis Ende 2027.

Auch die dritte Verhandlungsrunde zwi-

schen Gewerkschaften und Verdi am 28. Januar in Düsseldorf brachte keine Annäherung. Den Streik bei der SZ erwähnte der BDZV laut Wienzeck wohl noch nicht einmal mit einer Randbemerkung. Zudem kristallisierte sich heraus, dass die Verleger zu einem nachgebesserten Angebot nicht ohne Gegenleistung in Form struktureller Veränderungen am Tarifwerk bereit seien. Wie diese Forderungen konkret aussehen sollen, blieb offen, es fielen wohl Stichworte wie eine Änderung der Berufsjahresstaffeln.

Den Vorschlag der Gewerkschaften, zunächst nur über die Gehaltstarifforderungen zu verhandeln und gleichzeitig eine verbindliche Zusage zur Aufnahme separater Verhandlungen zu strukturellen Veränderungen zu vereinbaren, habe der BDZV abgelehnt. Wienzeck geht davon aus, dass der Verlegerverband den Gewerkschaften in den nächsten Wochen ein konkretes Papier zukommen lassen wird, „aufgrund dessen wir dann nachvollziehen können, wovon eigentlich ganz konkret die Rede ist“.

Fortgesetzt werden die Verhandlungen am Donnerstag, 20. März. Auf einen früheren Termin ließ sich der BDZV nicht ein.

Stimmen von SZ-Kolleg*innen aus dem Streiklokal

Thomas Balbierer, Redakteur im Bayernteil, seit 2019 bei der Zeitung in unterschiedlichen Positionen tätig: „Es ist für mich der erste Streik, bei dem wirklich eine Dynamik da ist, gut ist auch das Gemeinschaftsgefühl. Ich fühle mich bei einem Streik etwas zerrissen, man mag seine Arbeit, seine Themen – aber es muss ein Zeichen gesetzt werden. Ich hoffe, dass das Ergebnis am Ende keine niedrige einstellige Zahl ist.“

Bernd Kastner, Reporter im München-Team, arbeitet seit 2001 bei der SZ: „Ich mache grundsätzlich gerne mit, die Stimmung ist kämpferisch und ich freue mich, dass so viele Kolleginnen und Kollegen dabei sind. Dass unser Beruf attraktiv bleiben muss, ist sehr wichtig für das demokratische Miteinander. Es ist allerdings verwunderlich, dass die Gewerkschaften mit unterschiedlichen Forderungen in diesen Arbeitskampf gehen.“

Lisa Sonnabend, seit 2008 bei der SZ, stellvertretende Teamleiterin am Desk für München, Region und Bayern: „Die Streikbe-

reitschaft ist sehr hoch, da es um weit mehr als nur den Berufsstand geht. Dieser Streik steht auch für die Demokratie, denn die Rahmenbedingungen für diesen Beruf sind zunehmend unzureichend. Ein geringes Ergebnis wäre erschreckend, da die Forderungen der Gewerkschaften keineswegs utopisch, sondern realistisch und notwendig sind.“

Max Muth, Wirtschaftsredakteur, arbeitet seit 2018 bei der SZ, er koordinierte für den BJV die Streikteilnahme seiner Kolleg*innen: „Das volle Streiklokal erfüllt mich mit einem sehr guten Gefühl, heute ziehen alle an einem gemeinsamen Strang, es ist in unser aller Interesse. Eine Prognose wage ich nicht, aber alles unter unseren Forderungen wäre enttäuschend – es wäre furchterlich für den Berufsstand und für die Demokratie. Es ist schade, dass Chefredaktion und Ressortleiter hier nicht dabei sind. Wir streiken nicht gegen die SZ, hier streiken Kolleg*innen, die ihren Beruf lieben, die intrinsisch motiviert sind, für ihre Sache!“

Thomas Mrazek

„Demokratie braucht Dich“

BJV setzt Zeichen für Pressefreiheit bei Demonstration in München

Von Franziska Hubl

Rund 250.000 Menschen folgten laut Polizeiangaben am 8. Februar dem Aufruf des Bündnisses „München ist bunt“ und versammelten sich zur Kundgebung auf der Münchener Theresienwiese. Unter dem Motto „Demokratie braucht Dich“ wollten die Organisatoren ein Zeichen für Demokratie und gegen Hass setzen.

Auch der BJV beteiligte sich an der Aktion und Verbandsvorsitzender Harald Stocker hielt eine Rede zur Bedrohung der Pressefreiheit. Dabei erinnerte er an die Anfänge der demokratischen Medienlandschaft nach dem Zweiten Weltkrieg. „Im Oktober 1945 wurde in München die erste freie Zeitung seit der Nazi-Diktatur gegründet, das war die *Süddeut-*



„Wenn Extremisten sagen, sie wollen den Journalismus bekämpfen, dann müssen wir das ernst nehmen“, wandte sich BJV-Vorsitzender Harald Stocker an die Demo-Teilnehmer.

Fotos: Franziska Hubl, Montage: Rudi Stix

sche Zeitung“, so Stocker. Bis heute seien Journalistinnen und Journalisten ein wichti-

ger Teil der demokratischen Infrastruktur in Bayern.

Angesichts zunehmender Hassreden und Desinformationslawinen wachse die Sorge vor dem Einfluss rechter Parteien. Stocker richtete sich mit einem Appell an das Publikum: „Wenn Extremisten sagen, sie wollen den Journalismus bekämpfen, dann müssen wir das ernst nehmen. [...] Wenn sie an die Macht kommen, werden sie genau das umsetzen.“

Am Ende ermutigte der BJV-Vorsitzende die Zuhörenden unter großem Applaus: „Wir wollen eine Gesellschaft, in der sich alle wohlfühlen. Wir werden das gemeinsam schaffen und eine Zukunft haben – in Frieden, Freiheit und Wohlstand.“

Anzeige

**BLEIB
ANDERS
BLEIB
LOKAL.**



Foto: Adobe Stock / mochalim

www.drehscheibe.org

drehscheibe

aus Lokalredaktionen für Lokalredaktionen

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!

Elena Nass,

36 Jahre, Social-Media-Redakteurin beim
Bayerischen Rundfunk,
BJV-Mitglied seit Dezember 2024



Foto: Markus Konvalin

Beruflicher Werdegang: Studium „Moderne Fremdsprachen, Kulturen und Wirtschaft“ in der Geburtsstadt Gießen und in Milwaukee. Freie Mitarbeiterin in der Wortredaktion von *YOU FM (Hessischer Rundfunk)* in Frankfurt. Ab September 2014 Volontariat beim *Bayerischen Rundfunk*. Externe Stationen bei *Tagesschau*, *BILD* und *Süddeutscher Zeitung*. Ab 2017 am Aufbau des Social-Media-Teams und an der Entwicklung der Digitalstrategie von *Bayern 2* beteiligt. „Digital Journalism Fellowship“ an der Hamburg Media School. Heute Social Media-Redakteurin bei *Bayern 2*, Community Managerin der News-WG und beteiligt an der Volo-Ausbildung beim *BR* als Trainerin fürs Digitale.

Deshalb wurden Sie Journalistin: Ich habe schon als Kind Radio geliebt. In meiner Jugend war ich Fan des privaten jungen Senders *Planet Radio* und fand das Medium faszinierend. Irgendwann wollte ich das selbst beruflich machen und bewarb mich auf ein Schülerpraktikum beim *Hessischen Rundfunk* in Gießen. Beim Schüler-Journalismus-Projekt „Jugend und Wirtschaft“ der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* gewann ich in der Oberstufe einen Einzelpreis und dachte mir: „Hey, anscheinend kann ich das gar nicht so schlecht.“ Im dritten Anlauf hat es später mit einem Volontariat beim *BR* geklappt.

So gelingen gute Social-Media-Angebote: Die News-WG ist da sehr vorbildhaft. Sie wurde 2018 von damaligen Volos entwickelt als Nachrichtenformat für eine junge Zielgruppe. Die Volos sagten: Was sollen wir bei Facebook, wenn sich die Jüngeren auf Insta tummeln? Nur: News und Politik machte auf Insta noch fast niemand, die Idee stieß auf Skepsis – auch im eigenen Haus. Das Team ließ sich nicht abschrecken und ist bis heute mit Inhalten und Ansprache „auf Augenhöhe“ erfolgreich. Auch bei *Bayern 2* geht es um Nutzerzentrierung, einen klaren Zuschnitt und ein klares Kanalversprechen. *Bayern 2* ist im linearen Radio thematisch breit aufgestellt – das alles auf einem Insta-Kanal als „Gemischtwarenladen“ abzubilden, würde nicht funktionieren. Man muss sich ständig hinterfragen. Wo kön-

nen wir nachschärfen? Welches Miniformat wollen wir aus dem Boden stampfen, um der Zielgruppe besser gerecht zu werden?

So können Journalist*innen den Risiken sozialer Netzwerke begegnen: Es reicht nicht, noch so gute Inhalte in die Welt zu schmeißen und Kommentarspalten sauber zu halten. Wir müssen interagieren und den Austausch fördern. Das mag auf manchen Kanälen einfacher sein als auf anderen. Wenn es aus dem Ruder läuft: Ruhig bleiben, einen Schritt zurücktreten und Dinge aushalten, die man im ersten Impuls gern verbergen würde, weil sie vielleicht der eigenen Position nicht entsprechen. Und dann mit Distanz prüfen, ob ein Kommentar wirklich gegen Netiquette verstößt oder sogar justiziabel ist und ob es sich lohnt, zu antworten, um auch Mitlesenden Einordnung zu liefern oder ob man fragwürdigen Kommentaren so nur noch mehr Plattform gibt.

Das ist in der journalistischen Ausbildung wichtig: Junge Leute brauchen weiter das journalistische Handwerkszeug, müssen aber in der Lage sein, sich auf immer wieder unterschiedliche Ausspielwege einzulassen. Dafür müssen wir in der Ausbildung ein Grundverständnis mitgeben. Wichtige Themen sind außerdem Resilienz und mentale Gesundheit.

Ihre sonstigen Interessen: Viel zu viel auch privat auf Social Media rumhängen ... (*lacht*). Ich gehe gern ins Kino und auf Konzerte. Ich habe 2024 wieder mit Tischtennis spielen angefangen und spiele jetzt in der Sportgemeinschaft des *BR*.

Deshalb sind Sie BJV-Mitglied: Wir befinden uns in „stürmischen Zeiten“ und es passiert viel, das nicht immer erfreulich ist. Wir merken überall, dass Veränderungen laufen, es gibt Reformen, es herrscht Spardruck. Da ist es noch mal wichtiger, sich zu vernetzen und Menschen zu unterstützen, die sich engagieren.

Michaela Schneider



Foto: Gild

Mini-Stories

Mit wenigen Worten eine ganze Geschichte schreiben

Webinar mit Anja Gild

Dienstag, 11. März, 09-13 Uhr

Nur noch wenige Plätze frei!

„Wie gelingt die Kontrolle kommunaler Unternehmen?“

So holen Sie bei Ihren Recherchen noch mehr raus.

Webinar mit Thomas Schuler

Dienstag, 25. März, 9-13 Uhr



Foto: Mathieu Asselin



Foto: privat

Erfolgreiche Krisenkommunikation

So sind sie für alle Krisen gewappnet.

Webinar mit Eva Werner

Montag, 31. März, 09-13 Uhr

„The KI and I“

Künstliche Intelligenz für den journalistischen Alltag

Webinar mit Barbara Weidmann

Donnerstag, 03. April, 13-17 Uhr



Foto: Heike Rost



Weitere Infos unter bjv.de/seminare
Anmeldung unter service@bjv.de

BJV macht schlau!

Die Seminare des Bildungs- und Sozialwerks des BJV (BSW) sind für BJV-Mitglieder um 50 Prozent reduziert. Überschüsse aus den Seminargebühren kommen in Not geratenen Journalistinnen und Journalisten zugute. Auch Spenden sind willkommen: bjv.de/bsw

Journalistentag blickt aufs Medienvertrauen

Bei der zweitägigen Mitgliederversammlung des BJV in München stehen Neuwahlen an. Die Einreichungsfrist für ordentliche Anträge ist der 14. März

Von Johannes Michel

Am 5. und 6. April findet der Bayerische Journalistentag, die Mitgliederversammlung des Bayerischen Journalisten-Verbandes (BJV), in München statt. Heuer ist die Veranstaltung zweitägig, da Neuwahlen anstehen. Mit Professorin Nayla Fawzi, Expertin für Demokratie und digitale Kommunikation, wird zudem ein spannender Gast erwartet. Und im Themenschwerpunkt soll es um Medienvertrauen gehen.

Im Rahmen des Journalistentags werden wichtige Positionen innerhalb des Verbands neu besetzt. Gewählt werden der geschäftsführende Vorstand, der sich aus dem oder der Vorsitzenden, zwei Stellvertreter*innen, Schatzmeister*in sowie Schriftführer*in zusammensetzt. Zudem steht die Wahl der bis zu fünf Beisitzer*innen, der drei Kassenprüfer*innen und die Besetzung des neunköpfigen Aufnahmessausschusses auf der Agenda. Da in diesem Jahr planmäßig kein DJV-Verbandstag stattfindet, wird es keine Delegiertenwahl geben. Hintergrund: Im November hatte der DJV-Verbandstag entschieden, künftig auf einen Zweijahresrhythmus zu wechseln. Falls der DJV doch noch eine außerordentlichen Verbandstag abhält, wird es auch eine außerordentliche BJV-Mitgliederversammlung zur Delegiertenwahl geben.

Stocker: „Existenzgefährdende Entwicklung“

Für die Einreichung von Anträgen gelten feste Fristen. Satzungsändernde Anträge mussten spätestens acht Wochen vor der Versammlung eingereicht werden, was für den diesjährigen Journalistentag den 7. Februar als Stichtag bedeutete. Für ordentliche Anträge gilt eine kürzere Frist von drei Wochen, sodass diese bis spätestens 14. März vorliegen müssen.

Wie der BJV-Vorsitzende Harald Stocker erklärt, wird es beim Journalistentag als Schwerpunkt um Medienvertrauen im Lokaljournalismus gehen. Denn gerade im Lokalen finden sich für den Journalismus Chancen für die Zukunft. „Beim Medienvertrauen liegt der



Kommunikationswissenschaftlerin Nayla Fawzi wird beim Bayerischen Journalistentag über das Thema Medienvertrauen sprechen.

Foto: Petra A. Killick

Lokaljournalismus seit Jahren in Umfragen immer vorne, weil die Berichterstattung nicht weit weg von den Leserinnen und Lesern ist. Das macht Journalismus nachvollziehbar“, so Stocker. Dieses Vertrauen strahle auch auf die Verlage aus. „Dennoch gibt es einen Rückbau im Lokalen. Eine existenzgefährdende Entwicklung“, befürchtet der BJV-Vorsitzende.

Als Gastrednerin für eine Keynote wird Nayla Fawzi erwartet. Sie ist Professorin für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Demokratie und digitale Kommunikation am Institut für Publizistik der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz. Seit 2022 ist sie Leiterin der Emmy-Noether-Nachwuchsgruppe am dortigen Institut für Publizistik – mit Themen wie Entfremdung zwischen Bevölkerung, Medien und Politik sowie Medien- und Politikverdrossenheit. Zuvor war sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Ludwig-Maximilians-Universität München tätig. Ihre gute Nachricht – nicht alles ist schlecht: „Das Medienvertrauen ist seit Jahren wesentlich stabiler als es im öffentlichen Diskurs vermittelt wird. Es gibt schon seit Langem eine Gruppe, die den Medien nicht vertraut, sie ist nur wesentlich ‚lauter‘ geworden. Journalistinnen und Journalisten sollten konstruktive Kritik ernst nehmen,

um Journalismus besser zu machen, aber bedenken, dass Debatten auf Sozialen Medien kein repräsentatives Abbild der Bevölkerung liefern“, erklärte Fawzi gegenüber unserem Magazin.

Veranstaltungsort des Journalistentages ist die Katholische Akademie in Bayern, gelegen in der Mandlstraße 23 München, angrenzend an den Englischen Garten. Diese ist bequem mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar, am besten über die nahegelegene U-Bahn-Station „Münchner Freiheit“ (Linien U3 und U6). Von dort aus sind es nur wenige Minuten Fußweg bis zur Akademie. Wer mit dem Auto anreist, findet in der Nähe einige Parkhäuser, beispielsweise in der Occamstraße 20. Besonders für Autofahrer, die aus Norden kommen, bietet sich das Park&Ride-System an. Der Parkplatz Studentenstadt ist eine günstige Option, von der aus schnell die U-Bahnstation Münchner Freiheit zu erreichen ist. Vor Ort gibt es nur begrenzte Parkmöglichkeiten.

Neue Mitglieder im Landesvorstand

Der Geschäftsführende Vorstand beantragt eine Änderung der Satzung (§18). Dem Landesvorstand sollen künftig auch die BJV-Mitglieder angehören, die ehrenamtlich im DJV-Bundesvorstand oder im Vorstand der Europäischen Journalisten-Föderation (EFJ) arbeiten. Außerdem die Ehrenamtlichen, die sich im Verwaltungsrat der VG Wort beziehungsweise der Verwertungsgesellschaft VG Bild-Kunst engagieren.

Begründet wird dies damit, dass im Zug der Strukturreform drei Fachgruppen aufgelöst und durch projekt- und themenbezogene Teams ersetzt werden sollen. Dadurch würde der Landesvorstand drei Mitglieder verlieren, während das Ehrenamt wegen sinkender Finanzmittel künftig stärker gefordert sein wird. Das soll so kompensiert werden. Der Antrag benötigt eine Zwei-Drittel-Mehrheit. (mgo)

Survival-Kit für Freischaffende

Beim FREItag für freie Journalist*innen am 14. März in Nürnberg wird Marion Trutter Tipps zur Stressbewältigung geben

Von Michaela Schneider

„Freiberufler-Stress ist anders. Pack‘ Dein Survival-Kit!“. Unter diesem Motto wird Marion Trutter beim diesjährigen FREItag des Bayerischen Journalisten-Verbandes einen Workshop anbieten. Der *BJVreport* sprach schon vorab mit der freien Journalistin, die sich auf Stressbewältigung und Burnout-Prävention spezialisiert hat.

Warum ist Freiberufler-Stress „anders“?

Marion Trutter: Da ist unser Existenzdruck ohne festes Einkommen. Du musst ständig schauen, dass Du an Aufträge rankommst. Erfolg hängt davon ab, wie gut du akquirierst. Zudem gibt Dir niemand von außen Arbeitszeiten vor oder setzt Grenzen zwischen Arbeitszeit und Freizeit. Viele Freiberufler*innen befinden sich dadurch im Dauerarbeitsmodus oder arbeiten auch Wochenenden oder Nächte durch. Man muss also lernen, sich eigene Grenzen zu setzen. Auch geht es um Zeitmanagement. Es gibt keine Hierarchien, also sagt Dir niemand, wie du deine Zeit einzuteilen hast. Dadurch kann es zu einem Mangel an Struktur kommen. Auch kommt eine gewisse Unvorhersehbarkeit dazu: Auftragslagen können total schwanken, das musst du irgendwie managen. Und wir Freiberufler haben etliche Jobs auf einmal: Wir sind Rechercheure, Schreiberlinge, Technikexperten, Steuerfachleute, Vertriebler und vieles mehr. Wir sind ein Unternehmen in einer Person.

Wie merke ich, dass der Stress überhandnimmt?

Man unterscheidet zwischen gutem und schlechtem Stress. Ein gewisses Maß an Druck und Stress brauchen wir, um kreativ und zufrieden zu sein. Nur auf dem Sofa herum zu lümmeln ist auch nicht gut für Körper, Gehirn und Seele. Wenn allerdings Symptome wie zum Beispiel Dauerverspannungen, Kopfweh, Übelkeit oder Verdauungsbeschwerden auftreten, war der Stress schon zu viel. Es geht darum, den Alltag so zu gestalten, dass man sich trotz aller Herausforderungen wohlfühlt und noch entspannt durchatmen kann.



Marion Trutter

Selfie: Marion Trutter

*Hier kommt Dein Survival-Kit ins Spiel. Beim FREItag willst Du den Teilnehmer*innen einen ganzen Koffer an Werkzeugen anbieten. Welche verrätst Du vorab den BJVreport-Leser*innen?*

Ganz wichtig ist, aus Stressmanagement nicht neuen Stress zu machen. Es geht darum, dass jeder seine eigenen kleinen Anti-stress-Routinen findet, die gut tun, und dar-

um, diese in ganz kleinen Schrittlchen zu etablieren. Es gibt Leute, für die ist Yoga schön. Anderen hilft ein Spaziergang in der Natur oder ein leckerer Snack. Ich selbst bin in einem Online-Coworking, bei dem wir, wenn wir uns treffen, immer zur halben Zeit ein, zwei Lieder tanzen. Für mich ist das eine super Routine, die Kopf und Körper wieder frei macht. Hilfreich ist auch, das Handy ganz zur Seite zu legen, Stichwort Digital Detox. Denn wenn ich als Journalistin, die den ganzen Tag vor dem Rechner sitzt, in meiner Pause eine Stunde lang in Facebook rumdaddle, mag sich dies erholsam anfühlen, ist aber fürs Gehirn purer Stress. Für mich selbst erfunden habe ich „die halbe Stunde Überraschung“. Ich spüre da wirklich rein, wo es mich gerade hinzieht. Vielleicht gehe ich aus dem Haus ohne Plan und komme zu Ecken, in denen ich noch nie war. Vielleicht zieht es mich aufs Sofa. Oder ich habe Lust auf einen Teller überbackenes Gemüse. Das können komische Wege sein, aber hinterher ist man wirklich wieder fit.

Über den FREItag 2025

„Survival-Kit für Freie: Mit KI und ohne Stress die Zukunft gestalten“: Unter diesem Motto wird heuer der traditionelle FREItag der Fachgruppe freie Journalistinnen und Journalisten stehen – ein Workshoptag, bei dem es neben fachlichem Input und Fortbildung vor allem auch ums Netzwerken gehen soll. Er findet am 14. März im Presseclub Nürnberg statt. Anmeldungen sind unter www.bjv.de/freitag möglich. Die Zahl der Teilnehmer*innen wird wieder auf 60 Personen begrenzt sein, im Vorjahr war die Veranstaltung ausgebucht.

Nach einem entspannten Ankommen wird die Journalistin Eva Werner, Lehrbeauftragte für Digitalen Journalismus und Innovation sowie Krisenkommunikation an der TH Nürnberg, ab 10 Uhr ein zirka zweistündiges Update geben zu Innovationen unter anderem aus dem Bereich Künstliche Intelligenz, die für Journalist*innen in Zukunft wichtig und wissenswert werden dürften. Nach dem Mittagessen im benachbarten „Cinecitta“ wird eine Backstage-Führung durch das Multiplexkino angeboten.

Ab 15 Uhr wird die Journalistin und Trainerin Marion Trutter unter dem Stichwort „Freiberufler-Stress ist anders. Pack‘ Dein Survival-Kit!“ in rund 75 Minuten jede Menge praktische Tipps zum Thema Stressbewältigung geben. Ab 17 Uhr planen Mitglieder des Fachgruppenvorstandes Freie Journalist*innen in Kurzvorträgen ein Tool-Update: Welche digitalen Anwendungen haben sich im journalistischen Arbeitsalltag bewährt? Ausklingen wird der FREItag dann beim Netzwerken im bahnhofsnahen Nürnberger Literaturhaus.

(mic)

„Ich war gerade 18 und sollte ‚mal machen‘“

Annika Karoline Schleithoff ist die neue Stipendiatin des BJV

Von *Michaela Schneider*

Anfangs begeisterte Annika Karoline Schleithoff am Journalismus vor allem das kreative Arbeiten. Inzwischen geht es ihr vor allem auch darum, einen Beitrag für Gesellschaft und Demokratie zu leisten. Das Bildungs- und Sozialwerk (BSW) des Bayerischen Journalistenverbandes wird die Schülerin der Deutschen Journalistenschule (DJS) – 25 Jahre alt, geboren in Neu-Ulm und aufgewachsen in Ettlingen – für ein Jahr mit einem Stipendium unterstützen.

Wann wussten Sie, dass Sie Journalistin werden wollen?

Wir hatten zu Hause den *Spiegel* abonniert. Als ich acht oder neun Jahre war, bekam ich dann den *Spiegel für Kinder*. Ich fand damals die Möglichkeit großartig, komplexe politische Dinge plötzlich zu verstehen. Ich wollte das auch machen – Dinge selbst verstehen und den Menschen erklären. Mit Cousins und Cousinen bastelte ich eine Zeitung und verkaufte sie an die Verwandtschaft (*lacht...*). Ich weiß nicht, ob ich damals schon wusste, was den Beruf ausmacht, aber ich fand die kreative Arbeit toll. Konkret wurde es später, als ich verstand, was Journalismus bedeutet.

Was reizt Sie am Beruf?

Das Kreative und meine Neugier, Neues zu lernen, spielen eine Rolle. Größere Bedeutung hat für mich aber das Gefühl, einen sinnvollen Beruf auszuüben und einen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten. Ich begriff irgendwann, wie wichtig Journalismus für unsere Demokratie ist.

Sie studierten in München Kommunikationswissenschaft und Psychologie. Warum Psychologie?

Zunächst aus reinem Interesse. Und auch aus taktischen Gründen, weil ich neben einem breit aufgestellten Fach wie der Kommunikationswissenschaft konkretes Fachwissen aufbauen wollte. Die Art zu denken, wie man es im Psychologiestudium lernt, hilft in vielen Lebensbereichen. Hinzu kommt, dass Psychologie an Bedeutung gewinnt, psychische Er-



Annika Karoline Schleithoff

Foto: Helke Rüder

krankungen sind ein großes Thema, das spiegelt sich auch im Journalismus. Und auch viele Dinge, die gesellschaftlich und politisch passieren, gründen auf psychologischen Prozessen.

Ein Auslandssemester verbrachten Sie an der Hogeschool Utrecht und studierten dort „Arts, Culture & Lifestyle Storytelling“. Was nahmen Sie aus dieser Zeit für sich mit?

Prägend waren vor allem die Reportagerreisen. Wir durften uns zwei Länder aussuchen und mussten am Ende zwei Geschichten mitbringen. Ich bin zum Balaton gereist und habe über die Auswirkungen des Mauerfalls auf die Region geschrieben. Und ich habe über Pressefreiheit in Bulgarien geschrieben. Ich habe gemerkt, wie großartig und zugleich anstrengend Auslandsrecherchen sein können. Man muss extrem gut vorbereitet sein, sich auskennen und erlebt, wie anders Journalismus in diesen Ländern funktioniert.

Seit Oktober 2024 machen Sie nun zwei Jahre lang den Master of Arts in der 63. Masterklasse der Deutschen Journalistenschule. Warum bewarben Sie sich bei der DJS?

Ich wollte weiter studieren, weil ich durch die Pandemie wenig vom Studium hatte. Und

ich fühlte mich noch nicht auf den Beruf vorbereitet. Bevor man in den Journalismus einsteigt, muss man das Handwerk lernen. Die DJS ist der perfekte Schnittpunkt, weil sie Praxis und Theorie vereint.

Bundesfreiwilligendienst in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Praktika bei der Südwest Presse, beim SWR und in der Online-Redaktion von Süddeutscher Zeitung, freie Mitarbeit bei den Badischen Neuesten Nachrichten, Hospitantin bei PULS, Werkstudentin am Newsdesk der Redaktion gmx/web.de. Welche dieser Erfahrungen prägten am intensivsten?

Vor allem hat mich das Praktikum bei der *Südwest Presse* in der Lokalredaktion sehr geprägt. Ich war gerade 18, hatte erst seit Kurzem meinen Führerschein und wurde direkt losgeschickt auf Termine und sollte „mal machen“. Das fand ich total herausfordernd, aber auch wahnsinnig toll. Auch für die *Badischen Neuesten Nachrichten* das erste Mal frei zu arbeiten und im Studium ein bisschen Geld zu verdienen, prägte.

Wie stellen Sie sich Ihre journalistische Zukunft vor?

Vor zwei Jahren hätte ich noch gesagt, dass ich auf jeden Fall klassisch bei einer Wochenzeitung im Print lande. Bei Puls schaute ich das erste Mal in einen ganz anderen Bereich hinein und merkte ich, dass ich auch Audio und Video toll finde. Zudem höre ich selbst total viele Podcasts und sehe, dass super viele junge Leute keine Zeitung lesen, sondern Podcasts hören. Gerade auch serielle Podcasts bieten die Chance, komplexe Dinge und große Geschichten zu erzählen.

Wie wichtig ist für Sie das Stipendium?

Tatsächlich sehr, weil die Journalistenschule nicht die Zeit lässt, parallel zu arbeiten. Während des Bachelorstudiums hatte ich ein Stipendium der Heinrich-Böll-Stiftung, das nun wegfällt. Meine Eltern können mich zwar ein bisschen unterstützen, aber München ist wahnsinnig teuer.

Medien brauchen Freiheit

Jetzt einreichen!

**RAINER
REICHERT
PREIS**

**Zum Tag der
Pressefreiheit**



Foto: Stefan Gregor / Grafik: Christian Petrovits

**Bundesweiter Wettbewerb
Einsendeschluss: 14. April 2025**

**Kategorien: Audio, Text/Multimedia, Video/TV
Sonderpreis Junger Journalismus**

Eine demokratische Gesellschaft funktioniert nur mit einer freien Presse. Deshalb vergibt der **Bayerische Journalisten-Verband (BJV)** den **Rainer-Reichert-Preis zum Tag der Pressefreiheit 2025**. Ausgezeichnet werden journalistische Werke (Audio, Text/Multimedia, Video/TV), die sich herausragend mit dem Wert der Pressefreiheit auseinandersetzen.

Alle Infos zur Einreichung unter bjv.de/pressefreiheit2025



Mit dem BJV „an einem Tag durchs Jahr“

Vorschau des Bezirksverbands Niederbayern-Oberpfalz



Der Vorsitzende Heiko Langer (zweiter von rechts) und seine Stellvertreterin Claudia Grimsman (rechts) nutzten beim Weihnachtsmarktbesuch die Gelegenheit, erste Ideen des BJV-Bezirksverbandes Niederbayern-Oberpfalz fürs Jahresprogramm 2025 vorzustellen. Foto: Steiml

Der gemeinsame Besuch eines Christkindlmarktes hat im BJV-Bezirksverband Niederbayern-Oberpfalz schon Tradition. Dieses Mal trafen sich die ostbayerischen Journalist*innen in Eging am See in der Westernstadt Pullman City auf dem deutsch-amerikanischen Weihnachtsmarkt. Bei Punsch und Leckereien wurde über das Jahresprogramm 2025 gesprochen.

Geplant ist laut dem Bezirksvorsitzenden Heiko Langer eine Veranstaltungsreihe unter dem Motto „Mit dem BJV an einem Tag durch das Jahr“. In jedem Quartal ist deshalb laut seiner Stellvertreterin Claudia Grimsman der

Reihe nach ein Frühstücksbrunch, ein Mittagessen, eine Tea- oder Coffeetime und ein Abendtermin geplant mit Gelegenheit zum Austausch und zur Diskussion aktueller Themen. Zudem soll in der ersten Jahreshälfte eine Jahresversammlung stattfinden mit Nachwahlen, um weitere Mitglieder in die Vorstandschaft aufzunehmen. Und: Die Veranstaltung „Ausg'schmatzt wird's“, initiiert vom stellvertretenden Vorsitzenden Professor Andreas Wrobel-Leipold, soll den Wert der bayerischen Sprache im Journalismus thematisieren.

Heiko Langer

Jetzt Beitrag für den Rainer-Reichert-Preis einreichen

Audio, TV/Video, Text/Multimedia und Nachwuchs lauten die vier Kategorien, in denen der BJV Beiträge und Autor*innen auszeichnet, die sich herausragend mit dem Wert der Pressefreiheit auseinandersetzen. Jeweils 1000 Euro sind bei dem bundesweiten Wettbewerb, dem Rainer-Reichert-Preis, ausgelobt. Einsendeschluss ist Montag, 14. April 2025.

2015 schrieb der BJV diesen Preis zum Internationalen Tag der Pressefreiheit erstmals aus. Seit dem vergangenen Jahr wird er im Titel dem 2019 verstorbenen Würzburger Journalisten und Juristen Rainer Reichert gewidmet, der sich national und international in besonderer Weise für die Pressefreiheit und die Rechte der Kolleg*innen einsetzte.

Einreichungen sind digital möglich, eine Mitgliedschaft im BJV ist nicht Voraussetzung. Die Werke müssen in den letzten zwölf Monaten vor Einsendeschluss entstanden sein, Autor*innen müssen ihren Wohnsitz oder Arbeitsplatz in Deutschland haben. Für den vom Versorgungswerk der Presse gestifteten Nachwuchspreis können Journalist*innen, die nicht älter als 35 Jahre sind, Arbeiten einreichen.

Die Preisverleihung findet am Abend des 2. Mai in München statt. Infos und Tipps zur Einreichung unter bjv.de/pressefreiheit2025.

IMPRESSUM

Herausgeber:

Wolfgang Grebenhof,
stellvertretender Vorsitzender
Bayerischer Journalisten-Verband e.V.
St.-Martin-Str. 64, 81541 München
Tel. 089 5450418-0, 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:

Michaela Schneider (T, F), Günter Schneider (F), Jim Albright (F), Wolfgang Grebenhof (T, F), Senta Krasser (T), Christoph Weiß (F), Markus Konvalin (F), Michael Tinnfeld (F), Caroline Lucius (F), Roland Fengler (F), Ralf Günther (F), Thomas Geiger (F), Thomas Mrazek (T), Maria Goblirsch (T, F), Yannick Hupfer (T, F), Johannes Michel (T), Klaus Wiendl (T), Stefan Götz (T), Benedikt Frank (T, F), Insa Calsow (F), Petra A. Killick (F), Marion Trutter (F), Helke Rüder (F), Heiko Langer (T), Steiml (F), Barbara Weidmann (T), Tanja Seifert (F), Susi Donner (F), Enric Mammen (F).

Gestaltung: Mediaservice Rudi Stix

Titelbild: Jim Albright

Verantwortlich für Anzeigen:

Mediasüd Robert Macher, Tel. 0911 98811-264,
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: 5x jährlich

Redaktions- und Anzeigenschluss für Ausgabe 2/2025: 21. März 2025
Erscheinungstermin: 25. April 2025



ISSN: 0947-8337
Copyright 2025 by BJV & Autoren

Druckerei:

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

Investigativjournalistin will von RTL nachträglich Geld

OLG Köln: Der Sender muss Auskunft über erzielte Werbeeinnahmen geben

Von Maria Goblirsch

Kann man sich wehren, wenn ein Sender für eine Produktion Pauschalhonorare gezahlt hat, die deutlich unter den branchenüblichen Vergütungen liegen, der Sender aber später mit diesen Werken über Werbung viel Geld einnimmt? Und muss ein Sender Auskunft darüber geben, wie hoch diese Einnahmen waren?

Diese Fragen hatte das Oberlandesgericht (OLG) Köln im November 2024 zu entscheiden. Der Fall: Die Leipziger Investigativ-Journalistin und Filmemacherin Jana Bernhardt, die auch Geschäftsführerin einer eigenen Produktionsgesellschaft ist, hatte die Reihe „Der Wahrheitsjäger“ und die Reportage „Tamer Bakiner – Das System Tönnies“ produziert, die der Privatfernsehsender RTL ausstrahlte. Die von der RTL Television GmbH dafür gezahlten Pauschalbeträge lagen nach Einschätzung der Klägerin weit unter dem in der Branche üblichen Niveau und reichten nicht aus, um alle an der Produktion beteiligten Urheber*innen angemessen zu beteiligen. Daher wollte sie eine angemessene Beteiligung an den mit ihren Filmen erzielten Werbeeinnahmen erreichen.

Das Urheberrecht sieht eine solche „weitere Beteiligung“ von Autor*innen ausdrücklich vor (§32 a UrhG). Dort heißt es sinngemäß: Urheber*innen können eine Nachvergütung verlangen, wenn andere mit ihrem Werk Erträge erzielen, die sich als unverhältnismäßig im Vergleich zum ursprünglichen Honorar erweisen. Das ist zum Beispiel der Fall, wenn ein Buch oder ein Film sich nachträglich als Bestseller herausstellen.

Doch wie können Autor*innen belegen, wie viel Geld der Sender oder Verlag mit ihren Werken gemacht hat? Das Gesetz sieht dazu einen Anspruch auf Auskunft und Rechenschaft über die Einnahmen vor (§ 32 e UrhG). Aber wie weit reicht dieser Anspruch?

Die Richter des OLG Köln entschieden, dass RTL die Journalistin über die Höhe der mit ihren Produktionen erzielten Werbeeinnahmen informieren muss (Urteil vom 15.11.2024, Az.: 6U 60/24). Das Gericht bezieht sich dabei auf alle Werbespots, die unmittelbar vor der Sendung, während der Pausen und unmittelbar danach gezeigt wurden.

Das heißt im Klartext: Werbeeinnahmen zählen zu den wirtschaftlichen Erträgen und Vorteilen von privaten Sendern, über die diese Urheber*innen Auskunft geben müssen. In der Praxis können Autor*innen damit endlich nachprüfen, wieviel Geld ein privater Sender mit ihren Produktionen tatsächlich verdient hat oder noch verdient.

Die Kölner Richter betonten in der Begründung, die Auskunft über derartige Einnahmen bedeute für die RTL Television GmbH keinen unverhältnismäßig großen Aufwand. Ebenso stünden angebliche Interessen an einer Geheimhaltung der Einnahmen einer Pflicht zur Auskunft nicht entgegen.

Das OLG weist in seinem Urteil darauf hin, dass auch der Bundesgerichtshof (BGH) einem Urheber einen Anspruch auf Auskunft über Einnahmen zugesprochen habe (Urteil vom 22. September 2011 – Az.: I ZR

127-10 – Das Boot I). In dem Fall hatte der Kameramann Jost Vacano auf Nachvergütung und zuvor auf Auskunft geklagt. Für seine Arbeiten als Chefkameramann des Films „Das Boot“ war eine pauschale Vergütung von 204.000 DM (104.303,54 Euro) gegen Einräumung sämtlicher Nutzungsrechte (unter anderen an *Westdeutscher Rundfunk, WDR*) vereinbart worden.

Der Kläger argumentierte, die Erträge und Vorteile, die der WDR und andere Unternehmen wie die „Bavaria Filmtour“ aus seinem Werk erzielten, stünden in einem auffälligen Missverhältnis zu seiner ursprünglichen Vergütung. Daher verlangte er eine Änderung der ursprünglichen Honorarvereinbarung und eine künftige Beteiligung an den Einnahmen aus dem Film. Auf der ersten Stufe gewann Jost Vacano den Prozess um die Auskunft über die erzielten Einnahmen. Auf diese Daten stützte er anschließend seine Klage

auf Nachzahlung und Änderung seines Vertrags und hatte Erfolg. Der Kameramann erhielt rund eine halbe Million Euro.

In einem aktuellen Fall klagte der Schriftsteller Thomas Brussig vor dem Landgericht Hamburg auf ein nachträgliches Honorar, das er für das von ihm verfasste Libretto des Udo-Lindenberg-Musicals „Hinterm Horizont“ haben möchte. Er hatte eine Vergütung in Höhe von 100.000 Euro erhalten. Nach einem über zehn Jahre dauernden Rechtsstreit gaben ihm die hanseatischen Richter nun Recht. Für seine Arbeiten an dem Musical, das von 2011 bis 2017 in Berlin und Hamburg aufgeführt wurde, soll er nach dem Urteil eine Nachvergütung in Höhe von mehr als fünf Millionen Euro erhalten plus Zinsen, die sich inzwischen auf zwei Millionen Euro belaufen.

Entscheidend sind die „Roheinnahmen“

Vor Gericht hatte die beklagte Stage Entertainment argumentiert, mit dem Musical keinen Gewinn gemacht zu haben. Darauf kam es nach Meinung des LG Hamburg nicht an. Bei der Frage einer Nachvergütung seien die Roheinnahmen, die vor allem mit Ticketverkäufen und Merchandising erzielt wurden, entscheidend, nicht aber der Gewinn (Urteil vom 23. Oktober 2024 – Az.: 310 O 100/14). Die Gegenseite hatte auch bestritten, dass Thomas Brussig Alleinautor des Librettos gewesen sei. Er sei, so Brussig, in Schriftsätzen als „verlängerte Werkbank“ und „Auftragsschreiber“ bezeichnet worden, der keinen eigenen Gestaltungsspielraum hatte. Nun muss das Oberlandesgericht den Fall entscheiden. Die Gegenseite hat Berufung eingelegt.

„Der Auskunftsanspruch des Urhebers erstreckt sich auch auf Werbeeinnahmen.“

Das Oberlandesgericht Köln



Die Autorin

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

Foto: Jim Albricht

Der Geld-Tipp



Altersvorsorge-Zuschuss der VG Wort

Dass Autorenversorgungswerk der VG Wort unterstützt freiberufliche, hauptberufliche Autor*innen, die Wahrnehmungsberechtigte sind, mit inzwischen mit bis zu 10.000 Euro bei der privaten Altersvorsorge. Beantragt werden kann der Zuschuss in dem Kalenderjahr, in dem der oder die Antragsberechtigte das 50. Lebensjahr erreicht. Die Altersgrenze nach oben wurde abgeschafft – auch Kolleg*innen im Rentenalter, die weiterarbeiten, können den Zuschuss in Anspruch nehmen. Eingereicht werden können die Unterlagen bis Ende des Jahres – und werden dann im Folgejahr ausgezahlt. Bezuschusst werden freiwillige Beiträge für eine private Altersvorsorge wie Kapital-, Lebens- oder Rentenversicherungen sowie Sparverträge oder Geldanlagen, die zusätzlich zur KSK-

Pflichtversicherung abgeschlossen wurden. Wichtig ist, dass die Auszahlung der Verträge frühestens ab dem 60. Lebensjahr erfolgen darf und bei Ablauf eine Mindestsumme von 5000 Euro garantiert ist. Das Autorenversorgungswerk der VG Wort zahlt mindestens 2.500 Euro, aber bis zu 50 Prozent des zuschussfähigen Betrags und maximal 10.000 Euro. Wer bereits einen einmaligen Zuschuss nach den Richtlinien AVW II erhalten hat, kann diesen unter bestimmten Voraussetzungen nachträglich aufstocken. Der Zuschuss wird als zusätzliche Einkunft aus der Autorentätigkeit gewertet – das bedeutet, er unterliegt der Einkommens- und gegebenenfalls der Umsatzsteuer. Der Zuschuss kann entweder in einer Summe oder in bis zu vier Teilbeträgen ausgezahlt werden. Antragsformulare unter: bjv.de/avw

Benedikt Frank

Der Buchtipp



Von Datensätzen zu Dashboards

Künstliche Intelligenz hat auch für unsere Branche eine neue Ära eingeläutet. Datengetriebener Journalismus ist nicht neu. Aber dank KI können Journalist*innen riesige Datenmengen analysieren, komplexe Zusammenhänge visualisieren oder personalisierte Inhalte erstellen. Neue kreative und interaktive Formate entstehen, etwa automatisierte Dashboards oder interaktive Datenvisualisierungen. Das verlangt technisches Verständnis und analytisches Denken, aber auch ethische und rechtliche Kompetenz. Reflexion, Verantwortung und Transparenz sind im Umgang mit KI-Systemen wichtiger denn je. Umfassend und gut verständlich beleuchtet der Sammelband die Metaebene des Datenjournalismus. Die besondere Denkweise von Datenjournalist*innen, die oftmals „traditionelle journalistische Rollen und Arbeitsroutinen he-

rausfordern“. Praxisbeispiele zeigen, wie Redaktionen mit Zahlen und Fakten jonglieren und wilde Rohdaten in zugängliche Storys verwandeln. Und wie schwierig es sein kann, überhaupt an verwertbare Daten zu kommen oder die nötige Infrastruktur aufzubauen. Oftmals beiläufig im Tagesgeschäft, zunehmend jedoch institutionalisiert in spezialisierten Teams. Viele Impulse, viel Inspiration. Aber kein praktisches Arbeitsbuch für die direkte Anwendung. Angesichts der rasanten Entwicklungssprünge kann es ohnehin nur eine Momentaufnahme sein.

Barbara Weidmann

Christina Elmer, Lorenz Matzat: Handbuch Daten und KI im Journalismus. Praktischer Journalismus, 112, Herbert von Halem Verlag Köln, 2024, 386 Seiten, 32,00 EURO, ISBN 978-3744521024



Der Techniktipp



PDF: Mit welchem Programm arbeiten?

Ständig begegnen uns PDF-Dateien. Die Abkürzung steht für „Portable Document Format“ und wurde 1993 von der Firma Adobe eingeführt, bekannt vor allem durch die Software „Photoshop“. Ziel war es, ein universelles Format zu schaffen, das Dokumente unabhängig vom verwendeten Gerät originalgetreu darstellen konnte. PDFs sehen daher auf jedem Gerät gleich aus – egal ob Computer, Tablet oder Smartphone. In den vergangenen Jahren habe ich viele Programme ausprobiert, mit denen PDFs außerhalb der Internetbrowser der Betriebssysteme geöffnet werden können. Hängen geblieben bin ich immer wieder bei zweien: dem Adobe Reader und dem Foxit Reader. Der Adobe Reader ist das eigentliche Original der PDF-Erfinder von Adobe selbst. Er kann eigentlich alles, was ein

Programm zum Anzeigen von PDFs bieten muss – und bringt auch einige Zusatzfunktionen mit. Allerdings handelt es sich um ein richtig „schweres“ Stück Software, das viel Speicherplatz verbraucht. Das macht der Foxit Reader besser. Zudem bietet er nochmal deutlich mehr als das Adobe-Produkt. Aber: Beide Apps sind an sich kostenlos und nicht nur für PCs, sondern auch für Smartphones (in den App-Stores) erhältlich, allerdings ploppen immer mal wieder Hinweise auf die Bezahlversionen auf, die gebucht werden sollen. Die braucht es aber nur, wenn PDFs auch bearbeitet werden sollen. Erstellen lassen sich PDF-Dateien mittlerweile mit vielen Programmen. Gerade Textverarbeitungsprogramme wie Word oder Libre-/Open Office können jedes Dokument auch als PDF abspeichern.

Johannes Michel

„Wann geht's denn endlich los mit *Kolumna*?“

Die Lindauer machten schon Druck, seit 10. Februar können sie die neue Online-Zeitung nun lesen. Julia Baumann-Scheyer hat sie mitgegründet

Von Senta Krasser

Bis September war Julia Baumann-Scheyer Redaktionsleiterin der Lokalausgabe der *Schwäbischen Zeitung* in Lindau. Bei *Kolumna* will sie „Lokaljournalismus neu denken“.

Sagen Sie mal, Frau Baumann-Scheyer, ist Kolumna eine Kampfansage an Ihren früheren Arbeitgeber?

Julia Baumann-Scheyer: „Kampfansage“? Gar nicht. Die *Schwäbische Zeitung* und wir haben ganz unterschiedliche Strategien und Herangehensweisen. *Kolumna* ist ehrlicherweise auch noch zu klein, um irgendwelche Kämpfe anzusetzen.

Warum haben Sie dann Kolumna gegründet?

Ich habe elfeinhalb von zwölf Jahren bei der *Schwäbischen Zeitung* super gern gearbeitet. Ich schätze die Kolleginnen und Kollegen dort noch immer sehr. Am Ende stand der Entschluss, dass es Zeit für was Neues ist. Ich hätte natürlich zum nächsten Lokalblatt gehen können. Das eine und andere Angebot lag auf meinem Tisch. Aber ich wollte weiter hier in der Region bleiben. Als wenig später auch Ronja Straub bei der *Schwäbischen* kündigte, entstand die Idee: Komm, lass uns Journalismus in Lindau so machen, wie wir es für richtig halten.

Was lief nicht mehr richtig bei der Schwäbischen?

Stellenabbau und Umstrukturierungen standen im Raum. Die Lokalredaktionen sollten größer gefasst, Stellen nicht nachbesetzt werden. In Lindau waren wir schon immer knapp besetzt. Ich hatte das Gefühl: Wir können so viel laufen, wie wir wollen, und kommen nicht mehr hinterher, trotz der vielen Überstunden. Mir war klar: Wenn es noch enger wird, kann ich meinen Ansprüchen an Lokaljournalismus nicht mehr gerecht werden.

Es gab Vorwürfe eines publizistischen Rechtsrucks bei der Zeitung.

Natürlich hat das in meine Entscheidung mit reingespielt. Als ich auf *schwaebische.de* das Video von der Messerattacke in Mannheim sah, fiel ich vom Glauben ab. Zurecht gab

es dafür vom Presserat eine Rüge. Aber das war für mich nicht der ausschlaggebende Punkt. Im Lokalen wurden wir nicht angehalten, Texte in eine bestimmte Richtung zu schreiben oder AfD-Abgeordnete überproportional und unkritisch zu Wort kommen zu lassen. Wir konnten unser eigenes Ding machen, hatten regelmäßige Serien, streamten, waren die einzige Lokalredaktion im Haus, die einen eigenen Podcast hatte. Das hat Spaß gemacht, war aber auf Dauer anstrengend. Ich kam an meine Kapazitätsgrenzen.

Auch Gründen ist nicht gerade unanstrengend.

(lacht) Stimmt. Ich war bisher immer nur Angestellte. Als Geschäftsführerin muss ich mich jetzt mit so was wie Buchhaltung herumschlagen. Hinzu kommt, dass wir sehr schnell sind in allem, was wir tun. Erst im November waren wir beim Notar. Vergleichbare Start-ups haben sich viel mehr Zeit gelassen vom Crowdfunding bis zum Aufbau der Redaktion.

Warum die Eile?

Weil ich ein paar Geschichten im Block habe, die unbedingt raus müssen. Mir fehlt das Publizieren. Andererseits sprechen uns die Lindauer die ganze Zeit schon an: Wann geht's denn endlich los? Im Januar hatten wir schon 500 Abonnenten für unseren Newsletter. Darauf bin ich wirklich stolz. Das hat uns niemand zugetraut.

Bis zum selbstgesteckten Ziel von 700 Abos ist noch Luft.

Ich bin mir sicher, da geht noch mehr. Fast 100 Abos kamen allein über die Weihnachtsfeiertage hinzu. Wir waren auch gefühlt auf jedem Markt in der Region unterwegs, um auf uns aufmerksam zu machen. Unser Vorteil ist: Die Leute kennen Ronja und mich noch von der

Das Team hinter *Kolumna* (von links): Julia Baumann-Scheyer, Gründerin, Geschäftsführerin und Chefredakteurin,

Audioprofi Thomas Bergert, Mitgründerin Katharina Binder und Ronja Straub, ebenso Gründerin, Geschäftsführerin und Chefredakteurin. Gemeinsam wollen sie von Montag bis Freitag per Newsletter über das Geschehen in Lindau informieren. Foto: Susi Donner





Julia Baumann-Scheyer

wurde 1986 in Tettng am Bodensee geboren. Nach dem Abitur studierte sie in Konstanz Literatur-, Kunst- und Medienwissenschaften, bevor sie eine Zeit lang für die *Costa-Blanca-Nachrichten* in Spanien arbeitete. Zurück in Deutschland, volontierte sie bei der *Schwäbischen Zeitung*. Seit 2016 arbeitete sie dort in der Lindauer Lokalredaktion, die sie seit Frühjahr 2021 leitete. Im September 2024 verließ sie das Blatt, seitdem ist sie mit der Gründung von *Kolumna* beschäftigt und teilt sich Chefredaktion und Geschäftsführung mit Ronja Straub. Baumann-Scheyer ist mit dem früheren *Schwäbische*-Redakteur Michael Scheyer verheiratet (siehe „Officestory“, BJVreport 4/2024).

Foto: Susi Donner

Schwäbischen. Sie wissen, was sie von uns kriegen. Es bringt nichts, den Start von *Kolumna* hinauszuzögern, sonst springen sie uns wieder ab, wie es bei anderen journalistischen Start-ups der Fall war.

Was meinen Sie mit „Lokaljournalismus neu denken“ genau?

In erster Linie: ihn komplett digital denken. Anders als bei der *Schwäbischen* müssen wir bei *Kolumna* nicht zweigleisig fahren und fürs Digitale optimierte Texte produzieren, die auch im gedruckten Produkt landen. Wir möchten außerdem konstruktiv denken, also bei allen Problembeschreibungen zumindest einen Lösungsansatz mitgeben. Und wir möchten an die Menschen und ihre Lebenswelt näher ran, dass sie sich stärker einbringen, vor allem die jüngeren. Für den Sommer planen wir eine Schülerredaktion. Bei unserem Podcast ist eine Schülerin Co-Host. Wir hatten auch schon unser erstes Event in einem Kino.

Wollen die Lindauer das überhaupt, sich einbringen? Üblicherweise ist die Leserschaft eher passiv. Ist das in Lindau anders?

Als Lokalchefin der *Schwäbischen* habe ich die Erfahrung gemacht, dass die Lindauer sehr engagiert sind. Die Quote an Leserbriefen ist sehr hoch. Wenn sie ein Problem haben, kommen sie auf einen zu. Das können sie jetzt auch bei *Kolumna*, vor Ort. Wir richten jede Woche woanders eine Pop-up-Redaktion ein, um mit den Leuten ins Gespräch zu kommen.

Wo genau?

Wir sind in Cafés, Gasthöfen, Einkaufszentren, auch weil wir ehrlicherweise noch gar kein Büro haben. Jedes Dörfle hat eine ganz eigene Dynamik. In Hergensweiler bewegen andere Themen als in Nonnenhorn. Da ist es mir wichtig, dass wir mehr Zugang finden und auch Menschen erreichen, die noch gar keinen Kontakt mit einer Lokalzeitung hatten.

Sie sind zu zweit respektive mit dem Radio-Pensionär Thomas Bergert drei Reporter. Wie wollen Sie es schaffen, überall zu sein und werktäglich einen Newsletter rauszuschicken?

Das ist etwas, wo wir tatsächlich ein bisschen Angst vor unserer eigenen Courage kriegen. Wir sind momentan dünner besetzt, als wir es bei der *Lindauer Zeitung* waren. Andere Start-ups haben mehr Personal und publizieren deutlich weniger. Die höhere Schlagzahl von *Kolumna* ist bewusst gewählt, weil ich glaube: Gerade am Anfang ist das Schlimmste, was uns passieren kann, dass wir nicht aktuell sind und damit irrelevant. Davor habe ich mehr Angst, als mal eine Nacht durchzuarbeiten.

Wie kamen Sie eigentlich auf den Namen *Kolumna*?

Unsere Namensfindung war bis jetzt mit Abstand das Schwierigste. *Kolumna* war der erste Name, auf den wir uns ad hoc einigen konnten. Er ist weiblich wie wir Gründerinnen. Er spricht sich, wie man ihn liest. Er hat einen Bezug zu Journalismus. Und er ist maximal neutral, weil wir skalierbar sein wollen.

Sie denken schon an *Expansion*, bevor es richtig losgegangen ist?

Das wäre vermessen. Erstmal müssen wir *Kolumna* in Lindau zum Laufen kriegen und eine coole Redaktion aufbauen. Wenn wir dann stabil sind, schauen wir weiter.

Am Tegernsee verstummte die Stimme, weil kein Personal zu finden war.

Ich hoffe nicht, dass uns das blüht. Für *Kolumna* werden Leute schreiben, die mich schon bei der *Schwäbischen* zur Chefin hatten. Ich war gut zu ihnen (*lacht*). Einige sagten sogar, sie würden es kostenlos machen. Aber genau das wollen wir nicht. Ich finde es nicht okay zu sagen: Wir sind ein kleines Start-up, deswegen beuten wir euch aus. Wer für uns arbeitet, soll was dafür bekommen. Zur Wahrheit gehört, dass Ronja und ich uns erstmal gar nichts ausbezahlen.

Wovon leben Sie?

Na, hoffentlich bald von *Kolumna* (*lacht*). In die Gründung der gGmbH haben wir Erspartes und die Abfindung von der *Schwäbischen* gesteckt. Der Anzeigenverkauf läuft schon. Es wird auch eine Extraseite mit Todesanzeigen geben.

Wie gut verträgt sich Gemeinnützigkeit mit Verkauf von Reklame?

Was spricht dagegen, wenn der lokale Metzger bei uns seinen Mittagstisch präsentiert? Aus unserer Sicht nichts. Wir haben uns Statuten gesetzt. Rüstungsunternehmen werden bei uns keine Anzeigen schalten können. Ich fände es schlimmer, an Fördertöpfen zu hängen. Die versiegen auch mal schnell. Die zwischenzeitliche Insolvenz von *Karla* in Konstanz war uns eine Lehre. Wir sind uns im Übrigen auch nicht mehr sicher, ob wir diese Rechtsform beibehalten.

Warum zweifeln Sie?

Gemeinnützigkeit bedeutet, dass man sehr viele Dinge tun muss, die einen vom journalistischen Arbeiten abhalten. Journalismus an sich ist nicht gemeinnützig. Ein entsprechender Gesetzentwurf der Ampel-Regierung ist gescheitert. Ich weiß nicht, ob wir so viele Workshops stemmen können und überhaupt wollen. Deshalb überlegen wir, ob eine GbR mit Förderverein nicht passender wäre. Die Buchhaltung würde es vereinfachen (*lacht*).

Wo steht *Kolumna* in einem Jahr?

Mein Traum ist, dass sich die Leute im Supermarkt begegnen und sagen: Hast du bei *Kolumna* schon gelesen ...? So wird man relevant. Das ist viel Arbeit. Aber das wollen wir hinbekommen.



Die Autorin

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

Foto: Enric Mammen

Das Newcomer-Camp des BJV

Am Mittwoch,
den 14. Mai 2025
in München.

Das Branchentreffen der
Medienprofis von morgen.

Know-how und Austausch
für journalistische Newcomer,
Volos, Azubis, Studierende,
Berufsanfänger*innen und
Ausbilder*innen.

**Early-Bird-
Tickets sichern**
bjv.de/press-ahead



AFAG-Termine 2025

Netzwerke für
Geschäftserfolge!

Fachmessen



12. - 14. Januar 2025
HOGA Nürnberg
Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und GV
www.hoga-messe.de



28. + 29. Januar 2025
DCONex Münster
Fachkongress + Ausstellung Schadstoffmanagement
www.dconex.de



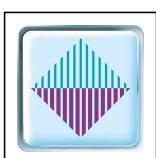
20. - 22. Mai 2025
eltec Nürnberg
Fachmesse für Elektro- und Energietechnik
www.eltec-messe.de



25. + 26. Juni 2025
SicherheitsExpo München
Sicherheitstechnik
www.sicherheitsexpo.de



17. + 18. September 2025
SicherheitsExpo Berlin
Sicherheitstechnik
www.sicherheitsexpo.de



14. - 17. Oktober 2025
interlift Nürnberg
Weltleitmesse der Aufzugsbranche
www.interlift.de



01. - 03. November 2025
iENA Nürnberg
Internationale Fachmesse
„Ideen - Erfindungen - Neuheiten“
www.iena.de



03. November 2025
Innovationskongress Nürnberg
Innovationen erfolgreich managen
www.iena.de/kongress

Special Interest Messen



15. + 16. Februar 2025
Whisk(e)y-Messe Nürnberg THE VILLAGE
Pre-Opening am 14. Februar 2025
www.whiskey-messe.de



27. Februar - 02. März 2025
RETRO CLASSICS® Stuttgart
Messe für Fahrkultur
www.retro-classics.de



04. - 06. April 2025
akustika Nürnberg
Die Messe für Musik
www.akustika-nuernberg.de



05. - 07. Dezember 2025
RETRO CLASSICS BAVARIA® Nürnberg
Messe für Fahrkultur
www.retro-classics-bavaria.de

Publikummessen



12. - 16. März 2025
Freizeit Touristik & Garten Nürnberg
Caravanning, Sport, Outdoor, Mein Haus
www.freizeitmesse.de



01. - 09. November 2025
Consumenta Nürnberg
Süddeutschlands große Publikumsmesse
für Lifestyle, Bauen & Wohnen
www.consumenta.de

Änderungen vorbehalten! Stand: 19.11.2024



AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Messezentrum 1 · 90471 Nürnberg
☎ (0911) 98833-7000
✉ info@afag.de · www.afag.de

