



Die Datenbändiger

Wie aus Zahlen Geschichten werden

BJV mentoring

Dein Tandem zum Erfolg!



Foto:
Thomas
Geiger

„Aus Unzufriedenheit wurde neue Energie:

Das BJVmentoring hat mich bestärkt, zu kündigen und ein Start-up zu gründen.

Inzwischen verpassen rund 20 Medienschaffende dem Lokaljournalismus die nötige Frischekur – konstruktiv, zukunfts- und lösungsorientiert.“

*Alexandra Haderlein
Gründerin und Geschäftsführerin
relevanzreporter.de, Nürnberg*

Wir bieten:

- Ein Mentoring, das zu Deiner konkreten Situation passt
- Strategien für Deine berufliche Weiterentwicklung
- Förderung Deiner Stärken
- Entwicklung Deiner Persönlichkeit durch konstruktives Feedback
- Unser Netzwerk von qualifizierten Mentor:innen und Mentees



Weitere Infos online:
bjv.de/mentoring

**Jetzt
bewerben!**

Bis zum 16. Juni
Programmdauer:
Juli 2025 – Juli 2026



Michaela Schneider
Leitende Redakteurin
Foto: Günter Schneider

Das große Datenrauschen

„Wir leben in einer Welt, die in Daten ertrinkt. Wir haben die Wahl, ob wir sie weiterhin ignorieren und als großes Rauschen abtun oder ob wir sie nutzen wollen“: Der norwegische Unternehmer Jørn Lyseggen, dem das Zitat zugeschrieben wird, wusste Daten zu nutzen, als er 2001 den internationalen Online-Medienbeobachtungsdienst Meltwater News gründete – Grundstein der heutigen Meltwater Group. Big Data gilt längst als „das neue Öl“ – auch im Journalismus. Grund genug fürs *BJVreport*-Team, dem Datenjournalismus eine ganze Titelstrecke zu widmen. Wir stellen Best-Practice-Beispiele vor – von automatisierter Wahlberichterstattung bis hin zur Frage, ob in Aschaffenburg tatsächlich mehr Straßen nach Karls als nach Frauen benannt wurden. Wir schauen auf die Gesetzeslage, begleiteten eine Datenjournalistin des *Bayerischen Rundfunks* im Alltag, recherchierten interessante Tools für die journalistische Praxis, stellen Aus- und Weiterbildungswege vor. Und wir blickten in die Geschichte des Datenjournalismus und stießen dabei selbst auf Florence Nightingale, die als Pionierin der visuellen Veranschaulichung statistischer Zusammenhänge gilt. **Ab Seite 10**

Bayerns lokale Radiosender stecken in der Kostenfalle, vor allem wegen der Doppelbelastung durch UKW und DAB+. Der Regionalsender *RSA* zum Beispiel musste Ende 2024 den Betrieb einstellen. *EgoFM* kämpft nach der Insolvenz mit Hilfe einer spendablen Community weiter ums Überleben. **Ab Seite 24**

Im Zuge einer großen Streikaktion in Bayern fordern Tageszeitungsredakteur*innen nicht nur mehr Gehalt, sondern protestieren vor allem auch gegen eine Einkürzung der Berufsjahresstufen. Eine Tarifeinigung ist nicht in Sicht. **Ab Seite 34**

Unser Titelbild

Das weltweite Datenvolumen betrug Anfang des Jahres 68 Exabyte. Seit 2020 hat es sich mehr als verdoppelt. Würde es sich dabei um den Stream eines Fußballspiels in HD-Qualität handeln, würde dieser zwei Millionen Jahre dauern. Viele dieser Daten sind für Journalist*innen unglaublich wertvoll, wenn sie es schaffen, sie zu sammeln und zu analysieren. Und es geht vor allem auch darum, Ergebnisse journalistisch aufzubereiten in Infografiken und interaktivem Storytelling oder Daten als Basis für investigative Recherche zu nutzen. Wie schwierig es mitunter sein kann, sich durch den Datenwust zu graben, thematisiert die freie Fotografin **Jana Margarete Schuler** auf unserem *BJVreport*-Cover. Studiert hat die Bambergerin Dokumentar fotografie in Hannover sowie bildende Kunst in Lissabon. Spezialisiert hat sie sich vor allem auch auf Langzeitprojekte. 2020 gewann sie den „Newcomer Award“ beim Wettbewerb Pressefoto Bayern. janamargarete.com



Jana Margarete Schuler
Foto: Anna Gojowsky

Kaleidoskop

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

Verband

- 6 **Wahlen, Ehrenamt, Flächentarif**
Die Mitglieder entschieden über die Zukunftsausrichtung des BJV
- 8 **„Wir haben eine Nutzungskrise im Journalismus“**
Es fehlt nicht unbedingt am Vertrauen in die Medien
- 9 **„Unersetzliche Form des Widerstandes“**
6000 Euro an Spenden für ukrainische Frontzeitungen kamen zusammen

Titel

- 10 **„Krasser Werkzeugkasten“**
Im Datenjournalismus liegen Chancen, wie Best-Practice-Beispiele zeigen
- 13 **Das Medienprivileg schützt die Presse**
Bei der Datenverarbeitung gelten Ausnahmen
- 14 **Schwiegermutter statt Olaf Scholz**
*BR-Datenjournalistin recherchiert anders als die meisten Kolleg*innen*
- 16 **Wie lerne ich Datenjournalismus?**
Technisches Verständnis ist wichtig, der Einstieg kann aber leicht gelingen
- 17 **Mit KI zum Erfolg?**
Diese Tools vereinfachen Wege in den Datenjournalismus
- 18 **Von Florence Nightingale bis zum Corona-Push**
Episoden aus der Geschichte des Datenjournalismus

18 Pressestellen

Medien-Szene

- 21 **„Cringe Content“: Die Gen Z bleibt dem Journalismus eher fern**
So können Medien „die junge Zielgruppe“ dennoch für sich gewinnen
- 22 **Die Akte Reissmüller**
Bayerns Verlage tun sich schwer mit der Vergangenheitsaufarbeitung
- 24 **Mit der Flottenstrategie zum Einheitsprogramm?**
Bayerns lokale Radiosender stecken in der Kostenfalle
- 25 **EgoFM-Insolvenz: Community spendete rund 175.000 Euro**
- 26 **Erhöhtes Depressionsrisiko**
Studie „Burning (Out) for Journalism“ zur psychischen Gesundheit
- 27 **Presseausweis ist längst kein Freifahrtschein mehr**
So steht es um das wohl wichtigste Legitimationsmittel
- 28 **VG Wort: Die Torte soll gerechter verteilt werden**
Die METIS-Sonderausschüttung könnte ab 2026 ersetzt werden

28 Impressum

Verband

- 29 **Krone richten, aufstehen**
Auf ein Wort mit der ehemaligen BJV-Schriftführerin Anne Webert
- 30 **Aus dem Verbandsleben**
- 32 **Der, dem die Stars vertrauen**
Christian Schäfer-Koch bringt seine Diversity-Expertise beim BJV ein
- 34 **„Angebot der Verleger de facto Gehaltskürzung“**
Mehrere bayerische Tageszeitungen wurden fast zeitgleich bestreikt
- 36 **Die BJV-Geschäftsstelle zieht zum 1. Juni um**
Die neuen Büroräume sind kleiner und günstiger
- 37 **Aus dem Verbandsleben**
- 38 **Handwerkzeug für die eigene Zukunft**
Beim FRELtag ging es um die Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen
- 39 **Auch die Auszubildenden können noch etwas lernen**
BJV-Newcomer-Camp „Press Ahead“ am 14. Mai mit Bildungsgipfel
- 40 **Der BJV-Newcomer: Joscha Westerkamp**

Service

- 41 **Wer besitzt bei Interviews das Urheberrecht?**
Recht aktuell: Wann Recherchefragen geschützt sind
- 42 **Unsere Tipps**

Zur Person

- 43 **Jubilare**
- 44 **Nachrufe**

Sagen Sie mal...

- 45 **„Humor passt nicht in Zelle C4“**
Bei der Wahlparty der Union flog er raus, als Fastenprediger teilte er aus: Kabarettist Maxi Schafroth



Foto: Antenne Bayern
Aljoscha Kostomlatsky

Der frühere *Antenne Bayern*-Chef **Felix Kovac** (56) ist doch nicht in den Vorstand von *Klassik Radio* gewechselt. Er sollte eigentlich zum 1. Januar dieses Jahres in Augsburg antreten. Mitte Februar gab das börsennotierte Unternehmen überraschend die Trennung von Kovac „im besten gegenseitigen Einvernehmen“ bekannt. Grund seien die wirtschaftliche Entwicklung sowie „unterschiedliche Erwartungen“ an die Zusammenarbeit. Anders als



Foto: Klassik Radio, Silvio Wyszengrad

Kovac ist **Tina Jäger** (45), langjährige Führungskraft bei *Klassik Radio*, wie geplant zur Vorständin neben CEO Ulrich Kubak befördert worden. Über Kovacs berufliche Pläne ist nichts bekannt.

Matthias Reichert ist neuer Geschäftsführer bei *Sport1*. Er folgt auf Matthias Kirschenhofer, der weiterhin Chef der Holding bleibt. Reichert arbeitet seit 20 Jahren für *Sport1* und den Vorgänger *DSF*, zuletzt als Chief Commercial Officer und Mitglied der Geschäftsleitung. Im Vorjahr übernahm die türkische Mediengruppe Acunmedya die Hälfte der Anteile am Sender in Ismaning. Im Programm sind seither auch eigenproduzierte Koch- und Styling-Shows.

Bettina Sonnenschein, Mentee im allerersten Mentoring-Jahrgang des BJV, ist jetzt Chefredakteurin von *planung&analyse*, dem auflagenstärksten Fachtitel für Marktforschung und Marketing. Sie folgt auf **Sabine Hedewig-Mohr**, die das Heft zuvor zehn Jahre geführt hat. Sonnenschein ist bereits seit 17 Jahren bei der dfv-Mediengruppe, zunächst als Redakteurin bei *Horizont*. Davor war sie als freie



Noch eine Runde: Der *Bayerische Rundfunk* und **Katja Wildermuth** bleiben weitere fünf Jahre verbunden. Der Rundfunkrat hat die amtierende Intendantin in seiner Sitzung Ende März mit 37 von 44 Stimmen (bei drei Neinstimmen und vier Enthaltungen) wiedergewählt. Wildermuth war die einzige Kandidatin. Ihre zweite Amtszeit beginnt am 1. Februar 2026. Die Bereitschaft, an der Spitze der viertgrößten *ARD*-Anstalt zu verlängern, hatte die 59-Jährige schon vor einiger Zeit erklärt. Die Wahl fand in turbulenten Zeiten statt. Den *BR* beschäftigen wie alle *ARD*-Anstalten umfangreiche Reformen zu Programm und Strukturen, dazu eine riesige Finanzierungslücke.

Foto: BR/Markus Konvalin

Journalistin für die *Süddeutsche Zeitung* aktiv.

Sam Altman (40), CEO und Mitbegründer von Open AI (ChatGPT), gab das Go zur Eröffnung des ersten deutschen Büros für sein US-Unternehmen in München. Die genaue Adresse steht noch nicht fest. Gesucht sind Fachkräfte in den Bereichen Vertrieb, Entwicklung und Kommunikation. Auch Lobbyisten-Plätze sollen besetzt werden. In der bayerischen Landeshauptstadt sitzen bereits die Deutschlandzentralen von US-Tech-Konzernen wie Apple, Microsoft und Intel. Auch das chinesische Unternehmen TikTok will eine Zentrale für E-Commerce in München eröffnen.



Foto: Forster&Martin

Anne Kathrin Koophamel ist seit 1. März stellvertretende Chefredakteurin von Funkes Lifestyle-Magazin *Myself*. Sie folgt auf Tanja Fox, die bereits im Vorjahr aus der Redaktion ausgeschieden ist. Zuletzt war

Koophamel Redakteurin bei *Burdas Bunte* im Ressort Aktuelles/Unterhaltung.



Foto: Vincent Mosch, VALINET

jährigen Geschäftsführer Stefan Sutor. Bei der bayerischen Standortinitiative der Medienanstalt BLM folgt die Medienmanagerin auf **Lina**



Foto: Erol Guriam

Timm, die jetzt die Geschäfte von Madsacks neuer Verlagstochter RND Fortis (Newsletter) führt. Kümmel war fast 30 Jahre für *ProSiebenSat.1* tätig, bis 2022 leitete sie das Nachhaltigkeits-Ressort. Zuletzt war sie Chefin der Mediaschool Bayern, deren Hauptgesellschafter ebenfalls die BLM ist.

Jonas Friedrich wird ab der kommenden Fußball-Bundesliga-Saison Live-Übertragungen des Free-TV-

Senders *Sat.1* kommentieren. Er ersetzt den Fußball-Reporter Wolff-Christoph Fuss, der zu *RTL* wechselt und dort – neben seinem *Sky*-Engagement – Länderspiele und die Europa League kommentieren soll. Friedrich arbeitet auch für die Pay-TV-Sender *Sky* und *Prime Video*. *Sat.1* hat sich von der Deutschen Fußball Liga (DFL) erneut TV-Rechte für neun Live-Spiele gesichert.



Foto: Ute Bolmer

Mit **Daniel Sponsel** (61) bekommt die *M ü n c h n e r* Hochschule für Fernsehen und Film (Hff) einen neuen Präsidenten. Am 1. Oktober wird er die Nachfolge von Bettina Reitz antreten, die für eine weitere Amtszeit nicht mehr zur Verfügung stand. Sponsel leitet seit 2009 das Dokumentarfilmfestival *DOK.fest* München, dessen 40. Ausgabe er im Herbst noch verantworten wird. Seit 1991 arbeitet er selbst als Autor, Regisseur und Kameramann (u.a. „24 h Bayern – Ein Tag Heimat“). An der Hff studierte er einst selbst Regie für Dokumentarfilm.



Foto: Ester Neri Hernández Sánchez

Florian Bachmeier, 1974 in Tegernsee geboren, hat einen World Press Photo Award in der Kategorie „Einzelbild“ in Europa gewonnen. Ausgezeichnet wurde der Dokumentarfotograf, der vorwiegend in Osteuropa arbeitet, für das Foto „Beyond the Trenches“ aus der Serie „Life at the Front“ (Leben an der Front). Es zeigt ein sechsjähriges ukrainisches Mädchen, wie es traumatisiert und unter Panikattacken leidend im Bett liegt. 2020 war Bachmeier Gesamtsieger von Pressefoto Bayern.

Senta Krasser

Immer konstruktiv bleiben

Neue Newsletter, neue Nachrichtenangebote und viel Kommunikation

Von Thomas Mrazek

Die Online-Welt ist schrill, oft verwirrend und gönnt uns kaum noch eine Pause. Wollte ich hier aufzählen, was Kolleg*innen und mir derzeit Sorgen bereitet, wäre diese Kolumne schnell gefüllt. Doch genau das möchte ich vermeiden – stattdessen gehe ich lieber konstruktiv mit dem digitalen Dauerlärm um. Besonders gefreut haben mich zuletzt zwei neue Newsletter von altbekannten Kolleginnen.

+++ Angenehme Newsletter

Ganz unpräzise gibt es alle zwei Wochen Ingrid Brodnigs „Updates von mir und Neuigkeiten aus dem Netz“. Die österreichische Buchautorin und Journalistin versteht es seit rund zwei Jahrzehnten, sachlich und unterhaltend über das Netz und seine Entwicklungen zu berichten. Ein Schwerpunkt ihrer Arbeit ist der Umgang mit Desinformation und Hasskommentaren. Das aktuelle Thema ihres Newsletters lautet: „Die Respektlosigkeit von KI-Unternehmen.“ Brodnig breitet kein plumpes Bashing über KI-Unternehmen aus, sie analysiert gekonnt anhand des Memes „Distracted Boyfriend“ das zweifelhafte Gebaren der KI-Anbieter. Ulrike Langers Newsletter „News Machines“ liefert jeden Mittwoch praxisnahe KI-Strategien und journalistische Hacks aus den USA – in nur fünf Minuten Lesezeit. Begeistert haben mich beispielsweise die Einblicke in die KI-Praxis der *New York Times*. Langer arbeitet seit 2011 in den USA als freie Journalistin, Media Analyst und Trendscout.

bjv.de/brodnig-newsletter
bjv.de/news-machines

+++ KI in den Medien: Zwischen Hype und Panikmache

Am Thema Künstliche Intelligenz kommt derzeit niemand vorbei. Doch wie wird darüber eigentlich berichtet? Holger Schellkopf verweist im „Universalcode/TLDR“-Newsletter treffend auf eine zentrale Kritik: „Bei der Konferenz ‚AI and the Future of News 2025‘ am



Der Distracted Boyfriend in Studio-Ghibli-Optik von ChatGPT

Quelle: <https://x.com/Zeneca/status/1904774204769411196> via Ingrid Brodnig-Newsletter

1904774204769411196 via Ingrid Brodnig-Newsletter

Reuters Institute for the Study of Journalism kritisierten Experten die aktuelle Berichterstattung über künstliche Intelligenz als übermäßig hyped und analytisch flach. Laut Katharina Schell (APA) sei die Haltung in der Berichterstattung „entweder euphorisch oder verängstigt“, wobei beide Perspektiven problematisch seien (...).“

bjv.de/tldr-newsletter

+++ Mutige Gründer*innen

Wir schauen noch mal über den bayerischen Tellerrand – und zwar nach Wien, genauer gesagt in den 2. (Leopoldstadt) und 20. Bezirk (Brigittenau). Dort haben jetzt vier Kolleg*innen ein sublokales Magazin mit dem Namen *Zwischenbrücken* gegründet. Es braucht Mut, um in der heutigen Zeit mit so einem Projekt zu starten. Mit einer Website und einem Newsletter berichtet das Quartett über aktuelle Debatten, über Konflikte und Trends in den Wiener Bezirken, die zwischen Donaukanal und Donau liegen und insgesamt auf 200.000 Einwohner*innen kommen. Gründer Bernhard Odehnal möchte wöchentlich „eine größere Geschichte“ und mehrere Serviceartikel anbieten. Der Endfünfiger bringt viel journalistische Erfahrung mit, unter anderem war er im Investigativteam des *Zürcher Tages-Anzeiger* tätig.

Auch die anderen Kolleg*innen können auf respektable Erfahrungen in unserem Metier verweisen. Natürlich spielt die lokale Verbundenheit des Teams mit den beiden Bezirken eine gewichtige Rolle. Bei einem einmonatigen Crowdfunding konnten mehr als 27.000 Euro eingespielt werden, als Mindestbeitrag hatte man 15.000 Euro kalkuliert. Neben Werbung setze man auf freiwillige Abos. Ich bin gespannt, wie sich dieses Projekt entwickelt und ob es vielleicht als eine Blaupause für ähnliche Angebote in hiesigen Städten dienen kann.

zwischenbruecken.at

+++ Lasst uns über unsere Arbeit sprechen

Wer selbst ein lokales Medium gründen möchte, kann sich kostenlos beim *Correctiv.StartHub* anmelden, dort gibt es zahlreiche Informationsangebote und man kann auch ins Gespräch mit Gründer*innen kommen, beispielsweise beim einstündigen „Know-Lunch“, der online stattfindet. Bei *Correctiv.lokal*, dem Netzwerk für Lokaljournalist*innen sind inzwischen 1800 Kolleg*innen registriert, am 10. und 11. Mai werden in Erfurt 300 Teilnehmer*innen bei der *CORRECTIV.Lokal* Konferenz erwartet. Insgesamt werden 35 Sessions angeboten, die Teilnahme ist kostenpflichtig.

Ebenfalls empfehlenswert ist das vierte Journalismusfest Innsbruck – ein Wochenende mit Aussicht vom 16. bis 18. Mai, dort gibt es 70 Veranstaltungen. Der Eintritt für die meisten Veranstaltungen ist frei.

Bereits zum 21. Mal findet am Samstag, 6. September, in Leipzig die DJV-Tagung *Besser Online* statt. Unter dem Arbeitstitel „Laut, mutig, unverzichtbar“ stehen in diesem Jahr die Themen Politikjournalismus, Europa und Künstliche Intelligenz im Mittelpunkt.

correctiv.org/projekte/starthub
correctiv.org/lokal
journalismusfest.org
besser-online.info

Wahlen, Ehrenamt, Flächentarif

Die Mitgliederversammlung des BJV beschäftigte sich mit der Zukunft des Berufs und des Verbands – und wählte einen neuen Vorstand

Von Johannes Michel

Zwei Tage lang kamen interessierte Mitglieder am 5. und 6. April in der Katholischen Akademie in München zum Bayerischen Journalistentag zusammen. Im Wahljahr galt es, den geschäftsführenden Vorstand neu zu besetzen – und zugleich über eine wichtige Satzungsänderung zu entscheiden, die den Verband in die Zukunft führen soll. Es stellten sich aber auch andere Fragen: Wie wichtig ist uns der Flächentarif noch? Und: Soll die Mitgliederversammlung des BJV weiterhin jährlich oder nur noch alle zwei Jahre stattfinden?

Erfolge und Baustellen

Harald Stocker bleibt Vorsitzender des BJV. Der Wissenschaftsjournalist aus München erhielt 88 Prozent Zustimmung (56 Ja-Stimmen) und führt damit den BJV für weitere zwei Jahre an. Ob stärkere Einmischung bei medienpolitischen Themen oder Lobbying: Stocker berichtete von vielen Erfolgen, verwies aber auch auf große Baustellen und Themen, die noch nicht abgearbeitet werden konnten. Um diese anzugehen, gaben ihm die Mitglieder deutlichen Rückenwind. Als gleichberechtigte Stellvertreter wurden erneut *BR*-Redakteurin Andrea Roth (79 Prozent Zustimmung) und neu Max Muth (86 Prozent Zustimmung) gewählt. Muth, Wirtschaftsredakteur bei der *Süddeutschen Zeitung*, tritt damit die Nachfolge von Wolfgang Grebenhof an, der nicht mehr kandidiert hatte. Schatzmeister bleibt *BR*-Redakteur Jürgen Schleifer (89 Prozent Zustimmung), neue Schriftführerin ist die *BR*-Redakteurin Fraua Ferlemann. Für sie stimmten 73 Prozent der in Präsenz und online anwesenden Mitglieder. Ihre Vorgängerin Anne Webert war ebenfalls nicht mehr angetreten.

Direkt vor den Wahlen kam auf Antrag von Ulf Froitzheim der einzige satzungsändernde Antrag der Versammlung zum Aufruf. Die Lösung aus der Antragsberatung heraus war knapp per Abstimmung entschieden worden. Er steht in Verbindung mit einem ebenfalls satzungsändernden Antrag, der im Vorjahr positiv beschieden worden war – und stellt den Landesvorstand neu auf. Die Fachgruppen Online und

Junge Journalist*innen sollen aufgelöst werden. Unter anderem an ihre Stelle treten Teams für projektbezogenes Arbeiten, die von Beisitzern betreut werden sollen. Als Beisitzer gewählt wurden: Curdt Blumenthal, Markus Kaiser, Lea Maria Kiehlmeier, Klaus Reindl und Christian Schäfer-Koch. Zudem werden in den Landesvorstand auch Mitglieder berufen, die für den BJV bestimmte Aufgaben wahrnehmen, etwa bei der VG Wort oder der VG Bild Kunst.

Dass diese Mitglieder auch stimmberechtigt und nicht nur beratend sein sollen, sorgte für längere Diskussionen. Unter anderem Ulf Froitzheim war der Meinung, der Landesvorstand könne diese ehrenamtlich Tätigen auch kooptieren, so dass sie dem Landesvorstand ohne Stimmrecht angehören, denn es sei darauf zu achten, dass sich das Gremium aus mehr gewählten als berufenen Mitgliedern zusammensetze.

Bei weiteren Wahlen ging es noch um den Aufnahmeausschuss und die Kassenprüfer. Letztere Funktion üben weiter Barbara Deller-Leppert, Hans Glatzl und Stefan Loipfinger aus. Dem Aufnahmeausschuss gehören künftig Franz Barthel, Sevda Cakir, Margit Conrad, Thomas Geiger, Anette Kolb, Miriam Leunissen, Thomas Mrazek, Klaus Reindl und Marlo Thompson an. Am Samstag war auch der DJV-Bundesvorsitzende Mika Beuster zu Gast. „Unsere Aufgabe war nie wichtiger als heute“, sagte er mit Blick auf aktuelle Entwicklungen in der (Welt-)Politik. Er plädierte für eine Presseunterstützung für tarifgebundene Häuser und monierte die „Unverfrohenheit“ bei der geplanten Streichung des Informationsfreiheitsgesetzes der künftigen Regierung.

Flächen- oder Regionaltarif?

Am zweiten Tag standen wichtige Anträge zur Debatte und das Tagungspräsidium (Michael Busch, Marlo Thompson) lotste durch heiße, aber disziplinierte Diskussionen. Die Anträge C1 und C2 lockten viele Mitglieder aus der Reserve – ging es doch um die Frage: Soll der BJV sich für einen Regionaltarif Süd einsetzen und

damit möglicherweise den Flächentarif verlassen (C1)? Oder soll generell nach Alternativen zum Flächentarif gesucht werden (C2)?

Während sich der neue stellvertretende Vorsitzende Max Muth, der auch zu den Antragsstellern gehörte, für beide Anträge stark machte und dafür plädierte, regionale Unterschiede wie die größere Streikbereitschaft im Süden oder auch die deutlich höheren Lebenshaltungskosten in Städten wie München zu berücksichtigen, bezeichnete Wolfgang Grebenhof den Antrag so, wie er dastehe, als „gefährlich und blauäugig“. Die Idee eines Flächentarifs sei doch, dass nicht jeder einzeln mit dem Chef sein Gehalt verhandeln müsse. Er sei ein Benchmark, an dem sich auch Haustarife orientierten – und wenn der Flächentarif einmal weg sei, sei er nie wieder zurückzuholen.

BJV-Geschäftsführer Dennis Amour wies darauf hin, dass es bei den Mitgliedern eine Bedürfnislage gebe, die nicht wegdiskutiert werden dürfe. „Wie können wir unsere Mitglieder, die das Bedürfnis nach deutlichen Verbesserungen haben, mitnehmen?“ Josef Schäfer, Vorsitzender der Fachgruppe Betriebsräte, rief die Mitglieder dazu auf, sich zu engagieren. Nur so seien Erfolge möglich. Antrag C1 wurde abschließend mit 65 Prozent Nein-Stimmen abgelehnt, C2 hingegen mit 94 Prozent Ja-Stimmen verabschiedet.

Eine klare Mehrheit erhielt auch ein Dringlichkeitsantrag, der sich mit der in den aktuellen Koalitionsverhandlungen diskutierten Mehrwertsteuersenkung für Zeitungsverlage auf null Prozent beschäftigte. Davon profitieren sollten nur tarifgebundene Häuser (94 Prozent Zustimmung). Noch nicht zur Abstimmung, aber zur Diskussion, stand die Frage, ob die BJV-Mitgliederversammlung künftig nur noch im Zwei-Jahres-Rhythmus stattfinden soll. Zahlreiche Argumente wurden ausgetauscht – geäußert wurde vielfach der Wunsch, im jeweils zweiten Jahr ein Alternativangebot für Debatte und Netzwerken zu schaffen.



bjv.de/bjv25



Der neu gewählte geschäftsführende Vorstand (von links): Harald Stocker, Andrea Roth, Max Muth und Jürgen Schleifer.

Foto: Johannes Hauser



Charmantes Tagungspräsidium: Marlo Thompson und Michael Busch. Foto: Johannes Hauser



Frau Ferlemann ist die neue BJV-Schriftführerin. Foto: Johanna Schlüter



Traten nicht mehr zur Wahl an: Wolfgang Grebenhof (links) und Anne Webert. Im Bild mit Harald Stocker. Foto: Johannes Hauser



Reiste eigens nach München an: DJV-Vorsitzender Mika Beuster. Foto: Johannes Hauser



Kontroverse Diskussionen und nachdenkliche Mienen: (von links): Harald Stocker, Dennis Amour und Andrea Roth. Foto: Johannes Hauser



Der neue Vize Max Muth. Foto: Johannes Hauser



Harald Stocker berichtete von Erfolgen – und von großen Baustellen. Foto: Johannes Hauser



Moderatorin Beke Maisch. Foto: Johannes Hauser



Viele Posten waren neu zu besetzen – und auch über die Anträge wurde digital abgestimmt. Foto: Johannes Hauser

„Wir haben eine Nutzungskrise im Journalismus“

Es fehlt weniger am Vertrauen in die Medien, als an der Zahlungsbereitschaft

Von Michaela Schneider

Eine Medien-Vertrauenskrise, wie sie oft auch unter Journalist*innen diskutiert wird, lässt sich empirisch nicht nachweisen“, sagt die Kommunikationswissenschaftlerin Nayla Fawzy. Das ist die gute Nachricht. Es gebe Menschen, die den Medien nicht vertrauten, aber die gebe es seit Jahrzehnten. Die schlechte Botschaft: „Wir haben eine Nutzungskrise im Journalismus.“ Bei der Mitgliederversammlung des BJV stellte Fawzy unter dem Motto „Lokaljournalismus schafft Vertrauen“ Forschungsergebnisse vor und beteiligte sich an einer Podiumsdiskussion.

Seit 2022 hat sie eine Professur für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Demokratie und digitale Kommunikation an der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz inne. Sie forscht im Zuge der „Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen“ und leitet die Emmy-Noether-Nachwuchsgruppe „Entfremdung zwischen Bevölkerung, Medien und Politik? Medien- und Politikverdrossenheit aus Publikums- und Elitenperspektive“.

In ihrer Keynote holte sie zum Rundumschlag aus: Spätestens seit US-Präsident Donald Trumps erster Amtszeit hat sich der Begriff „Fake News“ etabliert, mittlerweile bezeichnet Trump Medien gar als „illegal“. Auch Deutschland erlebt seit dem Aufkommen der AfD eine „Lügenpresse“-Debatte und „Alternativmedien“ gewinnen an Boden. Gleichzeitig sind die Auflagezahlen etablierter Medien seit Jahren rückläufig.

Was doch erstaunt in Anbetracht heutiger Debatten: Der Anteil der Personen, die der Presse vertrauen, liegt laut Studien deutlich höher als in den 1980er Jahren. Das größte Vertrauen genießen die öffentlich-rechtlichen Sender gefolgt von überregionalen Tageszeitungen und auf Platz 3 den Lokal- und Regionalzeitungen. Alternativmedien spielen mit 13 Prozent nur für eine recht kleine Gruppe eine Rolle.

Interviews zeigen laut Fawzy, dass viele Jugendliche gerade in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und in Lokalzeitungen ein sehr hohes



Diskutierten unter dem Motto „Lokaljournalismus schafft Vertrauen“ (von links): Marion Gehlert, Nayla Fawzi, Anna Clauß, Jana Vogel sowie Beke Maisch.

Foto: Johannes Hauser

Vertrauen hätten. Das Problem: Diese spielten im Alltag der jungen Menschen keine Rolle. Dazu kommt eine ökonomische Wertschätzungskrise: Die deutsche Zahlungsbereitschaft für Journalismus sei im europäischen Vergleich sehr niedrig. Gleichzeitig sei jene Gruppe, die den Medien nicht vertraut, in digitalen Zeiten viel lauter und der Ton der Kritik sehr viel schärfer geworden. „Die Zunahme dieser öffentlichen Medienkritik verstärkt den Eindruck einer Vertrauenskrise“, sagt Fawzy.

Und zu welchen vertrauensbildenden Maßnahmen rät die Expertin? Zu Investitionen, um zu zeigen: „Wir wollen besser werden“; zu Feedbackrunden mit Rezipient*innen, um gemeinsam zu evaluieren; zu einer höheren Transparenz in Bezug auf Quellensuche, Gesprächspartnern und Co.; und zu Investitionen in die Medienbildung des Publikums. Ob die lokalen Medien Retter der Demokratie seien, wollte Moderatorin Beke Maisch wissen. Sie gehörten auf jeden Fall dazu, antwortete Fawzy.

Doch wie steht es um die Reichweite lokaler Nachrichten? Jana Vogel arbeitet als Redakteurin bei der *Roth-Hilpoltsteiner Volkszeitung* und dem *Schwabacher Tagblatt* in Mittelfranken und ist neben der Printausgabe unter anderem auch für digitale Datenanalyse zuständig. Gerade lokale Inhalte über Gemeinderäte, Amateursportvereine oder Unternehmen vor Ort führten zu Abo-Abschüssen. Es gehe um Themen, bei denen die Menschen sagten, „das sind meine Ab-

wasserkosten, meine Veranstaltungen“. Letzter großer Klickbringer: Die Insolvenz eines bekannten Arbeitgebers in Schwabach.

„Lokaljournalismus bedeutet, dort zu arbeiten, wo jede Regelung, jedes Gesetz aus dem Bund ankommt; wo es um die Umsetzung geht. Hier können wir Service bieten, weil wir die Dinge erklären können“, sagt Marion Gehlert, seit sechs Jahren Chefredakteurin von *münchen.tv* und *tv.ingolstadt*. Gerade in München profitiert der Sender wohl auch davon, dass nationale Medien Büros schließen und lokalen Content dann beim Lokalsender vor Ort einkaufen.

„Viele Leser*innen wollen die eigene Meinung kundtun – und dabei wahrgenommen werden“, sagt *Spiegel*-Redakteurin Anna Clauß, die im Büro Bayern das Ressort „Meinung und Debatte“ leitet und seit April fürs neu eingeführte Community-Management zuständig ist. Das sei eine Erwartungshaltung, die im Lokaljournalismus antrainiert wurde und auf den *Spiegel* übergeschwappt sei. Allerdings nahm dies extrem überhand mit bis zu einer Million Kommentaren pro Woche. Unter dem Stichwort „SPEGEL Debatte“ werden deshalb nun täglich fünf Fragen gestellt zu aktuellen Themen; gezählt werden rund 3000 Kommentare am Tag. Um zu kommentieren, muss man Kunde sein. Tatsächlich erwies sich die Regelung für viele als Trigger, ein Abo abzuschließen.

Nachrichtenwüsten

Zwar gibt es laut Kommunikationswissenschaftlerin Nayla Fawzy in Deutschland noch keine Nachrichtenwüsten wie in den USA, die Zahl der Ein-Zeitungskreise aber hat zugenommen. In den USA zeigt sich: Extreme politische Akteure füllen die Lücken mit Desinformationswellen gerade auf lokaler Ebene – oft im Layout etablierter Medien. Studien belegen: Das Entstehen von Nachrichtenwüsten geht mit einer höheren Polarisierung einher, einem niedrigeren Zusammenhaltsgefühl, niedrigerem politischen Wissen und einer geringeren Wahlbeteiligung.

„Unsere Lokalzeitungen sind eine unersetzliche Form des Widerstandes“

6000 Euro an Spenden für ukrainische Frontzeitungen kamen zusammen

Von Maria Goblirsch

„Wir sind die einzige offizielle Informationsquelle im Grenzgebiet. Sobald wir die Stadt Hulyaipole im Jahr 2022 verlassen hatten, begannen die russischen Frequenzen dort sofort mit der Ausstrahlung. Wenn die ukrainischen Medien verschwinden, tritt russische Propaganda an ihre Stelle. Wir kämpfen daher nicht nur um das Überleben unserer Redaktionen, sondern auch um die Informationssicherheit der Ukraine“, sagt Tetlana Velyka, Herausgeberin der Zeitung *Hlos Hulaipillia* in der Region Saporischschja. Nach der Evakuierung mussten sie und ihr Redaktionsteam ums Überleben kämpfen. Sie verbringt jeden Tag mit der Suche nach Zuschüssen, um ihr Medienunternehmen am Leben zu erhalten.

In Mykolaiv kämpft Anatolij Bilonozhko, Chefredakteur der Zeitung *Mykolaivski novyny* mit seinem Redaktionsteam darum, die nächste Ausgabe herauszubringen – und um das Überleben im Alltag. „Mykolaiv hat seit drei Jahren kein normales Trinkwasser mehr. „Anstatt uns auf unsere berufliche Arbeit zu konzentrieren, verbringen wir unsere Zeit damit, Wasser zu suchen und nach Hause zu bringen“, schreibt er. Das Redaktionsbüro wurde während eines russischen Angriffs schwer beschädigt und ist nicht mehr nutzbar. Wegen der ständigen Stromausfälle sind die Journalist*innen gezwungen, die Nacht durchzuarbeiten. Sie nutzen dabei drei gespendete tragbare Powerbanks, die drei Stunden lang mit Strom versorgen.

Auch in der Region Izium Kharkiv ist die Situation erschütternd. Am 4. Februar 2025 schlug eine russische Rakete im Stadtzentrum ein, fünf Menschen wurden getötet, Dutzende verletzt, viele Gebäude zerstört. Mykola Kalyuzhnyi, stellvertretender Redakteur der Zeitung *Obrii Izyumshchyny*, wurde Zeuge des Angriffs. Das Bürogebäude, in dem die Zeitung arbeitete, hat Schäden an Fenstern, Türen und Decken erlitten, aber das Team arbeitet weiter und bereitet die nächste Ausgabe vor.



Anatolij Bilonozhko, Chefredakteur der Zeitung *Mykolaivski novyny*, dokumentiert die Zerstörung durch den russischen Beschuss von Mykolaiv. Foto: Olha Tarabanova

Drei Beispiele, die den *BJVreport* aus der Ukraine erreichten. Sergiy Tomilenko, Präsident des ukrainischen Journalisten-Verbandes NUJU, der im November 2024 am DJV-Verbandstag in Ingolstadt teilnahm und den BJV in München zu Gesprächen besuchte, betont, wie wichtig die Unterstützung für die lokalen Zeitungen im Frontgebiet ist. Er dankt allen BJV- und DJV-Mitgliedern, die bereits an der Spendenaktion zu Gunsten der ukrainischen Kolleg*innen teilgenommen haben.

Soforthilfe an der Front

Der BJV startete als erster Landesverband zu Weihnachten diese Aktion und bat um Geldspenden auf das Konto des DJV-Hilfsvereins (siehe *Kasten*). Rund 6000 Euro sind bisher zusammengekommen, die der DJV nun an den ukrainischen Partnerverband weiterleitet, der damit zum Beispiel Arbeitsmittel wie Laptops, Kameras oder Speichermedien neu beschaffen kann. Gespendet werden kann auch noch in den kommenden Wochen. Hilfe wird in der aktuellen Situation mehr denn je benötigt.

„Mit diesem Geld werden wir Zeitungen in den gefährlichsten Regionen der Ukraine Soforthilfe leisten und sechs Journalisten unter-

stützen, die in Hochrisikogebieten arbeiten. Für diese kleinen Zeitungen, die ohne weitere Unterstützung auskommen müssen, sind selbst bescheidene Beträge von entscheidender Bedeutung, wenn es darum geht, die Bevölkerung an der Front weiterhin mit zuverlässigen Informationen zu versorgen“, betont Sergiy Tomilenko. „Ihre Solidarität stärkt unsere Widerstandskraft und erinnert diese mutigen Journalisten im Frontgebiet daran, dass sie von der internationalen Gemeinschaft nicht vergessen werden.“

Arbeit unter Lebensgefahr

Rund 30 lokale Blätter kommen weiterhin an vorderster Front heraus. Journalist*innen bringen sie unter Lebensgefahr in die Dörfer, in denen nur noch wenige, meist alte Menschen ausharren. Wenn es dort kein Licht, keine Kommunikation und kein Internet gibt, bleiben die Printmedien die einzige Informationsquelle, die buchstäblich Leben rettet, etwa mit aktuellen Informationen zu Evakuierungsplänen und humanitärer Hilfe.

Der Präsident der NUJU ist davon überzeugt, dass diese Lokalzeitungen eine einzigartige und unersetzliche Form des Widerstandes darstellen. „Wenn die russischen Streitkräfte versuchen, Gemeinden durch physische Zerstörung und Informationsblockaden zu isolieren, sorgen mutige Journalistinnen und Journalisten dafür, dass die Menschen dort ihre Verbindung zur Ukraine halten können und inmitten der Flut russischer Propaganda sachliche Informationen erhalten.“

Spenden sind möglich an den Hilfsverein des Deutschen Journalisten-Verbandes (DJV-Hilfsverein) e.V. mit dem Verwendungszweck: „Spende Ukraine“
 Deutsche Bank AG
 IBAN: DE36 3807 0059 0026 6106 00
 BIC: DEUTDE33

„Krasser Werkzeugkasten“

Datenjournalismus bietet die Chance, komplexe Themen verständlich und zugänglich zu machen. Ob mit eigenen Tools für eine rasend-schnelle, hyperlokale Wahlberichterstattung oder um etwa eine Schieflage bei der Straßennamensgebung zu untermauern.

Von Michaela Schneider



Eigentlich ging es im Artikel seines Kollegen um etwas völlig anderes: Mehrere Straßen in Aschaffenburg sollten umbenannt werden aufgrund der Nazivergangenheit ihrer Namensgeber. Dass die Stadt auf ihrer Homepage sämtliche Straßen gelistet habe – eine Randnotiz. Kevin Zahn, Lokal- und Datenjournalist beim *Main-Echo*, aber fuhr nach Hause, zog mithilfe der Programmiersprache Python die Daten von der Homepage systematisch in eine Tabelle herunter und begann, den Datensatz aus rund 300 Straßennamen zu analysieren.

Eine Aktion mit Folgen. Mit dem kurzen *Main-Echo*-Artikel „Gibt’s mehr Karls als Frauen in der Stadt?“ und umso mehr Informationen in Torten- und Balkengrafiken, einer Karte und weiteren visuellen Elementen legte der Lokal- und Datenjournalist im August 2023 den Finger in eine bis dahin kaum beachtete Wunde: Männer dominieren seit jeher als Namensgeber in Aschaffenburg – und seit 100 Jahren ändert sich daran nichts. Während in der unterfränkischen Kommune 174.272 Straßenmeter nach den Herren der Schöpfung benannt sind, kommen die Damen nur auf einen Bruchteil von 10.334 Metern.

Das an sich war wenig überraschend. Doch so anschaulich ausgewertet, analysiert und visualisiert hatte es bis dahin niemand. Neben viel Resonanz aus der Leser- und vor allem Leserinnenschaft führte die Recherche dazu, dass die Stadt Aschaffenburg nach Veröffentlichung drei Straßen nach Frauen benannte. „Daran hatte sie das letzte Mal 1999 gedacht“, sagt Kevin Zahn. Die Grundlagen des Datenjournalismus wie auch das Programmieren hatte sich der Lokalreporter seit 2022 autodidaktisch beigebracht – über Tutorials im Netz, ein paar Seminare und Tipps von Kolleg*innen. 25 bis 30 datenjournalistische Projekte habe er seither zusammen mit Kolleg*innen aus Grafik und Technik umgesetzt – wie es der Alltag eines Lokalreporters eben nebenher noch zulässt.

Von Sylt bis Oberstdorf

Das Straßennamen-Projekt ist ein Beispiel dafür, dass Datenjournalismus auf lokaler Ebene angekommen ist und sich längst nicht nur im Investigativen alla Panama Papers ganz neue Chancen auftun. Da geht es etwa bei *Ippen Digital* um die „politische Stimmung von Sylt bis Oberstdorf“ im Zuge der Wahlen oder um die Verbreitung invasiver Arten in Deutschland. *Correctiv* erarbeitete einen Grundwasseratlas oder beschäftigte sich mit Schwangerschaftsabbrüchen in Deutschland.

Datenjournalismus bietet viele Chancen, komplexe Themen verständlich und zugänglich zu machen – beispielsweise durch eine ansprechende visuelle Aufbereitung, sagen

die beiden *Correctiv*-Mitarbeiter Datenjournalist Max Donheiser und Klimajournalistin Katarina Huth. Durch die Analyse großer Datensätze könnten verborgene Geschichten entdeckt werden. Datenjournalismus spielt eine zentrale Rolle, um Trends und Ungerechtigkeiten ans Licht zu bringen und die Verantwortlichen zur Rechenschaft zu ziehen. Mit *Correctiv.lokal* hat das Journalismuskollektiv außerdem ein Angebot für Lokaljournalist*innen geschaffen, gemeinsam werden Themen identifiziert, die an vielen Orten gleichzeitig relevant sind. *Correctiv* stellt den Kooperationspartnern das Recherchematerial zur Verfügung, meist handelt es sich um datengetriebene Geschichten.

Wie herausfordernd es mitunter sein kann, Vergleichsdaten „auszugraben“ zeigte etwa eine *Correctiv*-Recherche zum Thema Versiegelung, aus der später der Beitrag „Städte in der Klimakrise: Zwischen Asphalt und Beton“ resultierte.

Miteinander verglichen wurden über Satelliten- und Luftbilder drei Städte zu mehreren, gleichen Zeitpunkten. Nur: Sobald es laut Donheiser und Huth zum Beispiel an einem der Orte zu wolkig oder zu sonnig war, passte die Auflösung der Bilder nicht und die Aufnahmen waren nicht verwendbar.

Nicht von ungefähr werden Daten gern als „das neue Öl“ bezeichnet – ein unglaublich wertvoller Rohstoff, macht man sich die Mühe des Bearbeitens. Als die Mediengruppe Oberfranken 2014 ein Projekt startete, um Funklöcher in Franken zu dokumentieren, arbeiteten die Journalist*innen noch mit der Universität Bamberg zusammen, die die technische Seite der Datensammlung übernahm. Das braucht es heute nicht mehr: Interaktive Erzählformate in Kombination mit Datenbanken sind längst journalistischer Alltag – jede Menge nützliche Tools inklusive (siehe Seite 16). Und große Medienhäuser wie der *Bayerische Rundfunk* (siehe Seite 14f.) oder die *Süddeutsche Zeitung* (SZ) haben längst eigene Redaktionen etabliert.

Marie-Louise Timcke, Jahrgang 1992, leitet seit 2022 das zehnköpfige Datenressort der SZ – drei Volontär*innen und ein freier Kollege inklusive. Zum Datenjournalismus kam sie wie die Jungfrau zum Kinde: Sie studierte Wissenschaftsjournalismus an der TU Dortmund, wollte sich auf Medizin spezialisieren, ihr Professor überredete sie stattdessen zum Datenjournalismus. „Ich wollte es zwei Wochen ausprobieren und war mir sicher, dass ich es doof finden würde. Nach zwei Wochen aber war ich komplett überzeugt.“ Davon, alle Recherchemethoden und Formate des Journalismus kennenzulernen – und überdies „diesen krassen Werkzeugkasten“ an die Hand zu bekommen, mit dem die angehende Journalistin zusätzlich noch so viel mehr Recherchebasis schaffen und Themen setzen könne. Recherchen, die sonst Monate dauern wür-

„Wir wollen die Berichterstattung zu Großthemen wie Klima, Weltpolitik, Energie bereichern. Wir wollen eigene Themen setzen.“

Marie-Louise Timcke, Leiterin des SZ-Datenressorts

den, ließen sich durch Automatisierung innerhalb weniger Tage umsetzen.

Sowieso spielt der Bereich Automatisierung gerade auch in den großen Medienhäusern eine immer zentralere Rolle. Bei der SZ geschieht dies etwa, um die Wahlberichterstattung weiterzuentwickeln. Dafür hatte Timckes Team ein eigenes Codepaket geschrieben und Daten – ob es um die Bundes- oder Landtagswahl oder auch um US-Wahlen geht – könnten topaktuell in „wunderschönen Grafiken im Stile der SZ direkt raus in die Welt katapultiert“ werden. Der initiale Aufbau kostete Zeit, auf Aktuelles aber kann das Medienhaus nun umso schneller reagieren.

Sobald relevante Datenquellen wie etwa die *dpa* neue Umfragedaten oder Wahlergebnisse einzelner Wahlkreise veröffentlichen, werden diese automatisch in die entsprechende Grafikform übersetzt. Gleiches gilt für Texte. Die, betont Timcke, würden nicht von KI-Generatoren geschrieben, sondern ihr Team habe für jedes mögliche Szenario eine „Wenn-Dann-Schleife“ festgelegt. Heraus komme eine genau auf den eigenen Wahlkreis zugeschnittene Textanalyse. „Wir könnten nicht in der Nacht selbst 400 Artikel schreiben.“ Automatisierung aber macht sogar auf hyperlokaler Ebene eine passgenaue Berichterstattung möglich.

Narrative aus Russland

Aktuell bauen die SZ-Datenjournalisten außerdem eine Infrastruktur weiter auf, um noch schneller auf Desinformation reagieren zu können: Ein Tool soll neue Narrative aus Russland mit Bezug zu Deutschland ausmachen, sobald diese auf Plattformen wie Telegram ins Rollen kommen. Timcke spricht von einem „Recherchetool, um sofort zu merken, da ist was im Busch“.

Gleichzeitig liegt dem SZ-Ressort daran, eigene Themen zu setzen. Ein Projekt aus dem Jahr 2022, auf das die Datenjournalistin nach wie vor stolz ist, war eine Recherche zum Thema Kinderkleidung. Sind die Hosen von Mädchen tatsächlich kürzer als jene von Jungs? Wie unterscheidet sich die Farbpalette? „Wir konnten eine gefühlte Wahrheit sehr anschaulich belegen“, sagt Marie-Louise Timcke. „Gegenderte Kinderkleidung: Hotpants für Mädchen, Shorts für Jungs“ wurde eine der erfolgreichsten Geschichten des Ressorts und war für den Reporterpreis 2022 nominiert.

Limitierender Faktor – egal ob als ein Einzelkämpfer wie Kevin Zahn beim *Main-Echo* oder im großen Datenjournalist*innen-Team – bleibt am Ende vor allem doch immer die Zeit. Jedes Projekt sei ein kleines Managementwunder, sagt Marie-Louise Timcke. Gerade auch, weil Datenjournalismus immer Teamarbeit bedeutet und verschiedene Arbeitsrhythmen unter einen Hut zu bringen sind. Nur: Letztlich kostete gute Recherche immer schon vor allem eines – Zeit. 2011 beschrieb Lorenz Matzat, Macher des Portals *datenjournalist.de*, die „Recherchereise in Datenberge“ als „digitale Rückbesinnung auf journalistische Tugenden, die gerade ihre Renaissance in immer mehr Recherche-pools“ finde.

Mehrfach ausgezeichnet und auch schon Thema im *BJV-report* war die groß angelegte, gemeinsame Recherche von *Main-Post* und *Bayerischem Rundfunk* zur Frage, wieviel Wasser aus dem Grundwasser, dem Main und anderen Gewässern in Unterfranken abgepumpt wird (*BJVreport 4/2024: „Datenlücken, blockierende Behörden und am Ende der Wächterpreis“*). Das Team trug mehr als 2000 Daten zusammen und fand heraus, dass die Behörden in Unterfranken in Mehrheit selbst nicht wissen, ob sich Landwirte, Winzer, Privatleute, Gemeinden und Industrie an die genehmigten Mengen halten. Auch im Regionalen kann Datenjournalismus den Weg ebnen für investigative Recherchen.

Oder er kann ganz praktischen Servicecharakter für die Leserschaft haben: Wie Jonas Keck, Mitglied der *Main-Post*-Schwerpunktredaktion berichtet, warf die Reform der Grundsteuer bei jedem Einzelnen die Frage auf: Wie viel muss ich künftig zahlen? Drei Volontär*innen entwickelten deshalb einen Grundsteuer-Rechner, damit können Nutzer*innen bei Eingabe wesentlicher Daten seither die Höhe der Grundsteuer für sich ermitteln. Eine interaktive Karte zeigt außerdem, wie unterschiedlich die Hebesätze in Unterfranken sind.

Für Jonas Keck liegt im Datenjournalismus überdies die Chance, den öffentlichen Diskurs auf eine faktenbasierte Grundlage zu stellen: „Statt Meinungen oder Einzelfällen werden systematische Analysen genutzt. Das stärkt die Glaubwürdigkeit von Medien.“ Gleichzeitig sei die Dokumentation, welche Daten wann und wie beschafft und wie sie strukturiert, gefiltert und analysiert wurden, sehr aufwändig – aber unverzichtbar.

Drei praktische Tipps fürs erste Datenjournalismus-Projekt

Datenjournalist Max Donheiser und Klimajournalistin Katarina Huth von *Correctiv* empfehlen:

1. Bevor du mit der Analyse beginnst, ist es wichtig, die Quelle der Daten zu verstehen. Woher kommen sie? Wie wurden sie erhoben? Gibt es mögliche Verzerrungen oder Fehler in den Daten? Stelle sicher, dass du die Methodologie hinter den Daten überprüfen kannst und kläre, ob sie zuverlässig sind.
2. Dann ist es wichtig, die Geschichte in den Daten zu finden. Sie sollte möglichst relevant für deine Zielgruppe sein.
3. Vermeide es, Schlussfolgerungen zu ziehen, die nicht durch die Daten gestützt werden. Sei vorsichtig mit Korrelationen, die keine Kausalität beweisen. Teste immer deine Hypothesen und Annahmen. Überlege, wie du deine Ergebnisse validieren kannst, um sicherzustellen, dass sie korrekt sind.

Das Medienprivileg schützt die Presse

Bei der Datenverarbeitung zu journalistischen Zwecken gelten Ausnahmen

Von Maria Goblirsch

Wer große Mengen an Informationen und Daten recherchiert, analysiert, aufbereitet und veröffentlicht, bewegt sich auf einem Flickenteppich von Paragrafen. Es gelten Richtlinien und Verordnungen auf europäischer Ebene und nationale Regeln etwa zum Datenschutz oder zur Informationsfreiheit. Aber auch Regelungen in den einzelnen Bundesländern wie das Pressegesetz oder der Medienstaatsvertrag in Bayern greifen.

Journalist*innen haben besondere Rechte, die aus der in Artikel 5 Grundgesetz garantierten Pressefreiheit resultieren. Dazu zählt der Auskunftsanspruch gegenüber Behörden. In Bayern dürfen ihn „nur Redakteure oder andere von ihnen genügend angewiesene Mitarbeiter von Zeitungen und Zeitschriften ausüben“ (Artikel 4 Pressegesetz). Die Auskunft darf verweigert werden, wenn eine Verschwiegenheitspflicht besteht. Für TV und Onlinemedien ist dieses Recht im Medienstaatsvertrag (Paragraf 5) geregelt. Am besten wendet man sich an die Pressestelle der Behörde, von der man eine Information braucht und setzt eine Frist von wenigen Tagen. Es gibt allerdings für Presseanfragen keine vorgeschriebene Frist für die Beantwortung.

Zusätzlich haben Journalist*innen – wie alle Bürger – nach den Informationsfreiheitsgesetzen (IFG) das Recht, Informationen vom Staat zu bekommen. Je nachdem, ob eine Bundes- oder Landesbehörde involviert ist, ist auch das IFG des Bundes oder eines Landes einschlägig. 14 Bundesländer haben seit vielen Jahren entsprechende Gesetze verabschiedet – nicht aber Bayern. Im Freistaat weigert sich die CSU seit vielen Jahren, ein Informationsfreiheitsgesetz zu schaffen. Es existieren aber zahlreiche gemeindliche Satzungen (Übersicht unter informationsfreiheit.org).

Datenverarbeitung ohne Einwilligung

Auch auf EU-Ebene ist ein Informationsrecht festgeschrieben. Jeder EU-Bürger hat ein Recht auf Zugang zu Dokumenten des Europäischen Parlaments, der Kommission und des Europäischen Rates – also auch die Presse. Eine besondere Richtlinie (2003/4/EG) erlaubt das für Umweltinformationen. Auch das deutsche Umweltinformationsgesetz (UIG) und Gesetze der Länder schaffen freien Zugang zu Infos aus diesem Bereich bei den zuständigen Behörden. Vorsicht: Hier können für eine Auskunft Gebühren im vierstelligen Bereich anfallen. Besser den Anspruch auf die (gebührenfreie) Auskunft auf das Pressegesetz stützen.

Geht es um die Verwertung von Daten, sorgt das Medi-

enprivileg dafür, dass die Vorgaben der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) für die Datenverarbeitung zu journalistischen (oder literarischen) Zwecken größtenteils nicht anwendbar sind (Artikel 85). Es erlaubt ihnen beispielsweise, personenbezogene Daten zu journalistischen Zwecken ohne Einwilligung der betroffenen Personen zu verarbeiten. Sie müssen diese auch nicht informieren, dass ihre Daten erhoben oder verarbeitet werden, oder Auskunft zu den Recherchen geben. Betroffene können zudem nicht verlangen, dass ihre Daten gelöscht werden. Aber auch hier gilt das Prinzip der Verhältnismäßigkeit: In jedem einzelnen Fall muss vor einer Veröffentlichung abgewogen werden, ob das Recht der Öffentlichkeit auf Information oder der Schutz der Persönlichkeitsrechte schwerer wiegt.

Der Begriff des Journalismus ist beim Medienprivileg weit auszulegen (Artikel 153 Datenschutzgrundverordnung, DSGVO). Das bedeutet, dass sich auch Blogger*innen, Bürgerreporter*innen oder Online-Archive von Medien auf das Medienprivileg berufen können.

Welche Schranken der DSGVO gelten trotzdem für Journalist*innen? Sie dürfen persönliche Daten, die sie für journalistische Projekte verarbeitet haben, nicht für andere Zwecke nutzen (Artikel 32 DSGVO). Und Journalist*innen müssen aufs Datengeheimnis verpflichtet werden.

Redaktionen und Medienunternehmen müssen nachweisen können, dass sie organisatorische und technische Maßnahmen getroffen haben, um personenbezogene Daten vor Missbrauch, Zerstörung oder Verlust zu schützen. Etwa durch die Verschlüsselung der Daten oder eine Beschränkung des Zugangs oder des Zugriffs (Artikel 5 DSGVO).

Daten können als Geschäftsgeheimnis geschützt und damit deren Nutzung beschränkt sein (§2 Geschäftsgeheimnisgesetz, GeschGehG). Es muss jedoch ein berechtigtes Interesse an der Geheimhaltung bestehen.

Wer Missstände öffentlich anprangern will, muss dafür ausreichend Belege vorweisen können. Daher sollten Datenjournalist*innen dokumentieren, welche Daten sie wann und wie beschafft haben und wie sie strukturiert, gefiltert und analysiert wurden.

Für Nichtjuristen ist es oft mühsam und aufwändig, juristische Fallstricke bei der Recherche rechtzeitig zu entdecken. Daher macht es Sinn, die Rechtsabteilung des Medienunternehmens frühzeitig einbeziehen. Dann ist sie auf aktuellem Stand, falls Behörden blocken und Informationen auf dem Klageweg beschafft werden müssen. Oder wenn sich Betroffene nach einer Veröffentlichung wehren und etwa Schadenersatz verlangen.

Schwiegermutter statt Olaf Scholz

BR-Datenjournalistin Katharina Brunner recherchiert anders als die meisten Kolleg*innen

Von Yannick Hupfer

Gerade liegen ein paar hundert Millionen Datensätze auf dem Schreibtisch von Katharina Brunner. Ja, richtig gelesen. Ein paar hundert Millionen. Brunner ist Datenjournalistin beim *Bayerischen Rundfunk (BR)* im Teamlead *BR Data* – und hat letztes Jahr einen Datensatz zugespielt bekommen. Glücklicherweise versinkt sie nicht in Akten, sondern greift nur virtuell darauf zu – in der Cloud. Schluckt man da nicht erst mal, wenn man einen Mount Everest voller Daten vor sich hat? „Ne, ist gut, ist richtig gut!“, freut sie sich, drückt sich auf ihrem Stuhl vom Schreibtisch weg und grinst.

Brunner strahlt, wenn sie über Daten spricht, wenn sie einer Spur nachgehen kann, wenn sie etwas auf den Grund geht. All das macht die Datenjournalistin meist von ihrem Schreibtisch beim *BR* in Freimann aus. Ihr Job ist es, über Monate hinweg zu recherchieren, Daten auszuwerten und daraus eine Story zu machen. Oder im besten Fall gleich mehrere. Für Online, TV oder Radio. So wie bei den Datensätzen, die sie gerade auf dem Schreibtisch hat. Im vergangenen Jahr hatte der *BR* zusammen mit *netzpolitik.org* eine große Recherche dazu veröffentlicht, ausgezeichnet mit dem Grimme-Online-Award. Es geht um Standortdaten, die der *BR* letztes Jahr bekommen hatte.

Die Daten hatten die Journalist*innen ganz offen angefragt, andere werden ihnen aber auch zugespielt. Dabei geht es um Daten, die unsere Handys über uns sammeln, während wir eine App benutzen. Im Hintergrund verkaufen Unterhändler sie mit einem komplizierten System weiter. „Sie sind pseudonymisiert“, erklärt Robert Schöffel, Leiter von *BR Data*. Das heißt: Bei den Daten steht eine Werbe-ID. Wer sie kauft, weiß man nicht. Doch die Daten sind brisant: Es könnte sich bei den genauen Standortdaten auch um solche von hochrangigen Politikern oder sicherheitsrelevanten Personen halten. Und diese Informationen wiederum könnten von Geheimdiensten oder Staaten eingekauft werden. „Wir haben da Geheimdienstmitarbeitende identifiziert, die mutmaßlich bei der NSA auf einem BND-Gelände arbeiten“, schildert Schöffel den Fall und ergänzt: „Wir wissen,



Kommt Datenjournalistin Katharina Brunner ein Gedanken, hat sie es eilig. Zu heiß könnte die Spur sein, zu groß der Erfolg.

dass im Hintergrund jetzt einiges in Bewegung ist, dass wir da wirklich was angestoßen haben.“

Katharina Brunner sucht in den Informationen weiter. Vor dem eigentlichen journalistischen Recherchieren muss das Team bei jedem Projekt zunächst eine eigene Infrastruktur schaffen, um sich in den Informationsmengen überhaupt zurecht zu finden. Quasi einen Weg auf den Mount Everest bauen, damit man von überall aus einen guten Überblick hat.

Brunner schaut sich die Struktur der Datensätze zu Beginn an und fragt sich, wie man sie am geschicktesten und effizientesten auswerten könnte. „Meistens, wenn es sich um so große Datenmengen handelt, ist der erste schwierige Punkt, sie so

aufzubereiten, dass man sie abfragen kann.“ Sie baut dann eine Datenbank, um Informationen zu sortieren. Diese Datenbank wiederum kann sie gezielt nach einzelnen Tabellen mit Informationen abfragen, also zum Beispiel nach bestimmten Standorten. „Es bietet sich bei Standortdaten an, sie auf eine Karte zu packen. Deshalb habe ich ein Recherche-Tool gebaut“, erklärt Brunner vor ihren beiden Bildschirmen. Vor ihr flimmern Codes, Zahlen – und eine Landschaftskarte. „Ganz viele Standortdaten davon sind für uns ja völlig irrelevant und journalistisch nicht interessant. Was wir tun: Wir suchen die Nadeln im Heuhaufen.“ Deshalb legt sich das Team zu Beginn jeder Recherche Hypothesen zurecht. Sie formulieren dann eine Maximalthese, also der Best Case – jedenfalls im Sinne der Recherche. In diesem Fall: „Finden wir hochrangige Politiker, zum Beispiel Olaf Scholz, in den Daten?“ Das hat das Team nicht, dafür konnte es aber eine weitere These belegen: „Finden wir Personen, die Zugang zu sicherheitsrelevanten Bereichen haben?“

100-Millionen-Schritte

Dafür benötigten Brunner und ihre Kolleg*innen die Metadaten aus den digitalen Landkarten. Also: Welche Gebiete, welche Gebäude sind militärisch? Welche gehören zur Regierung? Diese Daten hat Brunner genommen und mit

bekannten Orten aus der OpenStreet-Map abgeglichen: „Ich habe ein Skript geschrieben, das das macht. Das läuft dann einige Stunden, weil das sehr viele Daten sind.“ Und ergänzt: „Und ich habe auch ein bisschen gebraucht, bis ich herausgefunden habe: Ich kann einfach nicht alle Daten dagegen laufen lassen, weil sonst der Arbeitsspeicher überläuft und abbricht.“ Brunners Arbeitslaptop ist einer von der guten Sorte. Sie braucht ihn. Die Lösung für ihr Problem: Sie hat ein Skript geschrieben, das die Datensätze in einzelnen Schritten durchforstet. In 100-Millionen-Schritten.

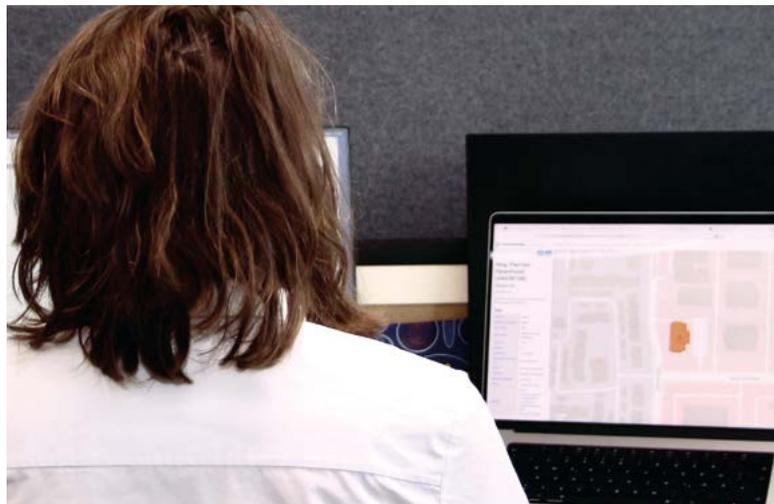
Das Ergebnis ist eine Karte, auf der zig blaue Pünktchen zu sehen sind. An jedem einzelnen hat ein

Handy also Standortdaten ausgesendet. Steht einmal die Infrastruktur, geht es für Brunner und das *BR Data*-Team ans eigentliche Recherchieren. Welche Daten könnten relevant sein? Lässt sich aus den Daten erkennen, um welche Person es sich handelt? Weil zum Beispiel Wohnort und Arbeitsort auf eine bestimmte Person zutreffen? Im aktuellen Fall konnten die Journalist*innen sogar ganze Tagesabläufe rekonstruieren. Eine Sicherheitsgefahr für Deutschland.

Für Katharina Brunner dauert es anhand der Daten manchmal nur wenige Mausklicks, um eine Person zu identifizieren. Hat sie den Wohnsitz und den Arbeitsplatz, ist es oft ganz leicht. Im Zweifel fährt das Team selbst zu den Häusern und schaut auf Klingelschilder.

Manchmal braucht's das aber gar nicht: Katharina Brunner hat auch ihren eigenen Wohnort nach Handydaten gecheckt. Und dabei Punkte gesehen, die manchmal an ihrem Wohnort und häufig an einem bestimmten anderen Ort aufblitzen. „Da gibt's nur eine Person, die in Frage kommt, die an diesen zwei Orten ist.“ Nicht ihr Handy selbst hat Daten gesendet, sondern das ihrer Schwiegermutter. „Mittlerweile bin ich ziemlich abgebrüht was diese Daten anbelangt. Aber wenn es persönlich so nah wird, ist das nochmal was anderes.“ Katharina Brunner redet schnell. Ungefähr so schnell, wie ihre Finger tippen. Sie ist Typ: Die Google-Website hat noch nicht einmal fertig geladen und sie fängt schon an, die Suchanfrage einzutippen. Kommt ihr ein Gedanken, hat sie es eilig. Zu heiß könnte die Spur sein, zu groß der Erfolg: „Ich mag es, so Kleinkram rauszufinden und dann bekommt man irgendwas raus, was irgendwie funktioniert.“

Fünf Mitarbeiter*innen des *BR* waren insgesamt an der Story beteiligt – monatelang. Manche, so wie Katharina Brunner, konzentrieren sich mehr auf das Technische und das Auswerten, andere auf die journalistische Darstellung.



Auf den Bildschirmen flimmern Codes, Zahlen – und eine Landschaftskarte. Dann beginnt die Suche nach der Nadel im Heuhaufen.

Fotos (2): Yannick Hupfer

Sie sorgen dann dafür, dass aus den Recherchen ein Fernsehbeitrag wird, interviewen Protagonist*innen oder erzählen die Story online. „Wir haben einen krassen Luxus. Also das, was ganz viele Leute im Journalismus ganz wenig haben, nämlich Zeit.“ Storys erzählen, für die sonst keine Zeit bleibt, zu recherchieren – auch wenn der Datensatz riesig ist. Dabei können Sachen schiefgehen oder Recherchen im schlechtesten Fall ins Leere laufen – auch wenn das meist nicht vorkommt.

„Datenjournalismus ist wichtig, weil wir in einer zunehmend digitalisierten und technisierten Welt leben. Gerade mit der KI-Entwicklung machen wir jetzt nochmal einen Quantensprung. Und da ist das technische

„Ich will, dass eine Recherche möglichst großen Bumms macht.“

Katharina Brunner, Datenjournalistin

Fachwissen einfach unfassbar wichtig, um als Journalisten bestimmte Entwicklungen kritisch zu verfolgen“, sagt *BR-Data*-Teamlead, Robert Schöffel. Der *BR* hat mit *BR Data*, *BR Recherche* und dem AI Lab drei Teams mit rund 25 Personen, die häufig zusammenarbeiten und sich längeren Recherchen widmen.

Doch die aktuelle Recherche ist noch nicht zu Ende. Radikale kaufen sich in den USA solche Daten, um Frauen zu bedrohen, die in Abtreibungskliniken gehen. Brunner versucht nun auch Standortdaten in Abtreibungskliniken zu finden. „Das ist jetzt kein Szenario, das wir uns ausdenken. In dem Film, den wir drehen, würden wir das gerne thematisieren. Und zwar auf Basis der Daten, die wir haben“, erklärt Brunner. Für *Arte* produzieren sie aktuell einen Film über die Recherche. „Ich will, dass eine Recherche möglichst großen Bumms macht“, ist die Devise von Brunner. Die Themen für neue Recherchen dürften bei einem Mount Everest an Daten jedenfalls nicht so schnell ausgehen.



bjv.de/standortdaten

Wie lerne ich Datenjournalismus?

Technisches Grundverständnis ist wichtig, der Einstieg aber kann leicht gelingen

Von Johannes Michel

Datenjournalismus hat sich zu einem zentralen Bestandteil des modernen Journalismus entwickelt. Ob Klimadaten, Wirtschaftszahlen oder Wahlergebnisse – die Fähigkeit, Daten sinnvoll zu analysieren und verständlich aufzubereiten, wird wichtiger. Doch wie wird man Datenjournalist*in?

Der Einstieg in den Datenjournalismus erfordert kein Informatikstudium, doch ein gewisses technisches Grundverständnis ist von Vorteil. Constanze Bayer von *BR Data* erklärt: „Die allermeisten IT-Kenntnisse erarbeiten sich Datenjournalist*innen on the job. Der Einstieg kann mit Excel beginnen: Pivot-Tabellen und Gruppierungen von Werten sind ein erster guter Ansatz.“ Auch im Lokaljournalismus gebe es dafür gute Themen, etwa die Visualisierung der aktuellen Arbeitslosenzahlen in einem Landkreis. Wer tiefer einsteigen möchte, kommt an Programmiersprachen wie R oder Python nicht vorbei. Gerade für komplexe Datenanalysen oder die Kombination verschiedener Datensätze ist Programmierung hilfreich. Für den Einstieg empfiehlt Bayer, bei YouTube nach Onlinekursen zu suchen.

Neben IT-Kenntnissen sind journalistische Grundfähigkeiten essenziell. Daten müssen nicht nur analysiert, sondern auch kritisch hinterfragt werden. Bayer betont: „Es reicht nicht, eine Tabelle auszuwerten – die Zahlen müssen in einen Kontext gesetzt werden. Und am Ende gilt es, die Menschen und individuellen Geschichten hinter den Zahlen zu finden. Entscheidend ist auch, dass wir Journalist*innen keine Angst vor Zahlen haben dürfen.“ Programme wie Datawrapper helfen dabei, Zahlen in interaktive Grafiken zu übersetzen.

Volontariat mit eigenem Schwerpunkt

Die *Süddeutsche Zeitung* (SZ) setzt auf eine datenjournalistische Ausbildung. Schon seit 2012 arbeiten Datenjournalist*innen in der Redaktion, Sabrina Ebitsch, stellvertretende Ressortleiterin Daten, sagt: „Seit 2021 gibt es ein Volontariat mit datenjournalistischem Schwerpunkt, zuvor kooperierte die SZ mit den Universitäten Dortmund und Leipzig, indem Studentinnen und Studenten ein Praxisjahr bei der SZ absolvierten. Heute verbringen die Volos die Hälfte ihrer Ausbildung im Ressort Datenjournalismus und durchlaufen in der anderen Hälfte verschiedene Stationen im Haus. Die Kooperation mit den Unis existiert zudem immer noch.“ Auch für reguläre Volontär*innen gibt es die Möglichkeit, zwei bis drei Monate im Datenressort zu verbringen.

Ein früherer Absolvent des Digitalvolontariats mit Schwerpunkt Datenjournalismus bei der SZ, Benedict Witzemberger, der anschließend bei der SZ im Datenjournalismus arbeitete und heute Consultant für das Datenvisualisierungstool Tableau der Softwarefirma Salesforce ist, bekam durch das Volontariat

entscheidende Skills mit: „Datenjournalismus ist kein anderer Journalismus, sondern eine Recherchemethode, deswegen hat er mich als Querschnittsthema durch verschiedenste Bereiche geführt: Politik, Wirtschaft – klassisch datengetriebene Ressorts durch Wahlen und Finanzdaten, aber auch den München- und Bayernteil – damals zur Landtagswahl hat sich das angeboten. Das Volontariat hat mir Skills geliefert, die ich auch heute noch in meinem neuen Berufsfeld im Softwareconsulting brauchen kann: Informationen einfach und verständlich aufbereiten, und klar aufzuzeigen, welche Aussagen sich mit Daten belegen lassen und welche nicht.“

Auch in Verlagen mit lokalem Schwerpunkt ist der Datenjournalismus längst angekommen. Michael Busch, Redakteur für Aus- und Weiterbildung bei der Mediengruppe Oberfranken (MGO), berichtet: „Unsere Volontär*innen haben zwei Monate in ihrer Ausbildung, die sich nur um Datenjournalismus drehen. Sie lernen, eigene Datensätze zu erstellen oder vorhandene auszuwerten.“ Zusätzlich gebe es Schulungen zur Statistik.

Nicht alle Datenjournalist*innen kommen aus einer spezialisierten Ausbildung. Viele erwerben ihre Fähigkeiten durch Weiterbildungen. Auch für Freiberufler*innen kann Datenjournalismus eine Chance sein. Bayer vom *BR* erklärt: „Daten gibt es viele, und die Fähigkeit, sie richtig auszuwerten, kann ein Alleinstellungsmerkmal sein.“ Gerade für investigative Recherchen oder spezifische Themenbereiche können Freiberufler*innen datengetriebene Geschichten entwickeln, die mit klassischen journalistischen Methoden nicht so leicht darstellbar wären.

Wer in das Thema Datenjournalismus eintauchen möchte, kann auch eines der zahlreichen Weiterbildungsangebote nutzen. Diese beinhalten sowohl den theoretischen Zugang unter der Fragestellung, wie sich gute Geschichten finden lassen, als auch den Blick auf praktische Anwendungen mit Software und Grundlagen zur Datenvisualisierung.

Aus- und Weiterbildungsangebote

Akademie der Bayerischen Presse (ABP) – Regelmäßige Seminare zu Datenjournalismus, Datenvisualisierung und Programmierung für Journalist*innen (abp.de)

Reporterfabrik – Webakademie des Journalismus – Verschiedene digitale, kostengünstige Workshops, unter anderem „Die Macht von Daten im Journalismus“ (reporterfabrik.org)

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt (FHWS) – Masterstudiengang „Data Science“, auch für journalistische Anwendungen geeignet (fhws.de)

Journalist:innen-Akademie der Friedrich-Ebert-Stiftung – zweitägiges Seminar „Datenjournalismus für Einsteiger*innen“ (fes.de)

Mit KI zum Erfolg?

Diese Tools vereinfachen den Einstieg in den Datenjournalismus

Von Johannes Michel

Vorsicht mit KI-Tools!“ Constanze Bayer, Datenjournalistin bei *BR Data*, sieht Künstliche Intelligenz (KI) zwar als ein wichtiges Hilfsmittel fürs datenjournalistische Arbeiten, warnt aber auch davor, den Tools blind zu vertrauen. „Bei der Auswertung kostet es viel Zeit, die Daten zu überprüfen. KI kann aber eine Hilfe sein, zum Beispiel beim Programmieren mit Code oder auf dem Weg zur eigentlichen Datenanalyse.“ Welche KI-Tools bieten sich hierfür besonders an?

Der Klassiker: ChatGPT Dokumente auswerten? Das kann ChatGPT recht gut. Insbesondere wenn es darum geht, bestimmte Informationen darin zu finden – zum Beispiel die wichtigsten Zahlen in einem hunderte Seiten langen kommunalen Haushaltsplan. Datenvisualisierung hingegen ist nicht die Stärke des Tools. Manchmal klappt das ganz gut, ab und an sind die Ergebnisse aber auch unterirdisch, vor allem wenn es um klassische Schaubilder geht.

Recherche für Journalist*innen: Pinpoint Explizit an Journalist*innen richtet Google sein Angebot Pinpoint. „Pinpoint unterstützt Sie bei investigativen Reportagen, Analysen zu Eilmeldungen, Audio- und Videotranskriptionen, Faktenüberprüfung, Notizensammlung und Suche in Archiven“,

heißt es in der Beschreibung. Vor der ersten Nutzung verlangt Google eine Anmeldung, danach können so genannte Sammlungen angelegt werden, in denen die Recherchen organisiert werden. Für erweiterte KI-Funktionen ist aktuell eine weitere Registrierung nötig, Google sendet dann eine Freischaltung.

Für alte Dokumente: Transkribus Künstliche Intelligenz, um handgeschriebene Texte auch für Computer lesbar zu machen? Genau das leistet Transkribus. Auch historische Schriften sind kein Problem, selbst eigene Modelle sind möglich. Abgerechnet wird bei Transkribus über Credits, 50 gibt es pro Monat kostenfrei. Eigentümer ist eine Genossenschaft verschiedener Universitäten und Stadtarchive.

Für Expert*innen: Docling Docling ist ein Open-Source-Tool, das von IBM in Zusammenarbeit mit dem Open Source AI Engagement entwickelt wurde, um Dokumente in unterschiedliche Formate zu konvertieren. Das Tool nutzt einen generativen KI-Ansatz und wurde konzipiert, um Dokumente für den Einsatz in generativer Künstlicher Intelligenz vorzubereiten. Verbreitet wird es über Github.

Gut zu wissen: Die meisten KI-Tools arbeiten online. Das bedeutet: Die Daten werden nicht auf dem eigenen Gerät verarbeitet, sondern auf fremde Server geladen. Keine gute Idee bei vertraulichen Informationen.

Lexikon: Begriffe, die man kennen sollte

Eine **API** ist eine Schnittstelle, die den Zugriff auf Funktionen oder Daten einer Software oder eines Online-Dienstes ermöglicht. Im Datenjournalismus nutzen Journalist*innen solche APIs, um Daten automatisch abzurufen und in ihre Recherche einzubinden. Viele Behörden oder soziale Netzwerke stellen solche Schnittstellen zur Verfügung, über die sich Informationen beziehen lassen.

Unter dem Begriff **Big Data** verstehen sich große, komplexe Datensätze, die sich mit herkömmlichen Methoden kaum noch analysieren lassen. In der Arbeit von Datenjournalist*innen eröffnen sie neue Möglichkeiten, um zum Beispiel gesellschaftliche Entwicklungen und Trends zu erfassen. Mit Algorithmen und Analysetools können aus diesen riesigen Datenmengen Erkenntnisse für journalistische Recherchen gewonnen werden.

Die **Datenanalyse** ist eine zentrale Aufgabe im Datenjournalismus. Dabei werden Datensätze systematisch untersucht, bereinigt und strukturiert, um Muster oder Trends zu erkennen. Mit Hilfe von Statistik

und spezieller Software können Journalist*innen große Mengen an Rohdaten auswerten und so Erkenntnisse für ihre Berichterstattung gewinnen.

Um komplexe Daten verständlich aufzubereiten, greifen Datenjournalist*innen auf verschiedene Formen der **Datenvisualisierung** zurück. Dazu gehören unter anderem Infografiken, Diagramme oder auch interaktive Karten. Solche Darstellungsweisen helfen, Zusammenhänge und Entwicklungen sichtbar zu machen und den Leser*innen einen einfacheren Zugang zu datenbasierten Artikeln und Reportagen zu ermöglichen.

Geografische Daten lassen sich mit **interaktiven Karten** anschaulich darstellen. Nutzer*innen können durch Klicken oder Zoomen zusätzliche Informationen abrufen und Zusammenhänge zwischen verschiedenen Regionen besser nachvollziehen. Im Datenjournalismus kommen solche Karten unter anderem bei der Darstellung von Wahlergebnissen zum Einsatz, um räumliche Entwicklungen verständlich abzubilden. Auch im Krieg

Russlands gegen die Ukraine werden zum Beispiel Gebietsverschiebungen so dargestellt.

Offene Daten, auch als **Open Data** bekannt, sind Datensätze, die ohne technische oder rechtliche Einschränkungen öffentlich zugänglich sind. Für den Datenjournalismus sind sie eine unverzichtbare Grundlage, denn sie ermöglichen, Fakten zu überprüfen und eigene Recherchen auf gesicherte Informationen zu stützen. Besonders Regierungen, Behörden und Organisationen stellen zunehmend strukturierte Daten bereit, die Journalist*innen für ihre Berichterstattung nutzen können. Viele relevante Daten sind nicht frei als Download verfügbar, sondern müssen erst aus Webseiten extrahiert werden. Dieser Prozess wird als **Scraping** bezeichnet. Dabei kommen automatisierte Verfahren zum Einsatz, um Informationen aus Online-Datenbanken oder Webseiten zu gewinnen. Aber nicht alle Webseiten erlauben das maschinelle Auslesen ihrer Inhalte – technisch und rechtlich.

Von Florence Nightingale bis zum Corona-Push

Die Geschichte des Datenjournalismus reicht weiter zurück, als man meinen mag

Von *Michaela Schneider*

Tatsächlich ist Krankenschwester Florence Nightingale (1820 – 1910) eine der Pionierinnen der visuellen Veranschaulichung von Zusammenhängen in der Statistik. Sie analysierte die Sterberaten britischer Soldaten und erreichte dadurch mehr Hygiene in Lazaretten.

Als direkter Vorfahrer des Datenjournalismus gilt das computer-assisted-reporting (CAR), das seit den 1960er Jahren im englischsprachigen Raum praktiziert und auch an Journalistenschulen gelehrt wurde, um Journalismus wissenschaftlicher und faktenbasierter zu machen: In großen Datensätzen wurde nun nach Auffällig- und Unregelmäßigkeiten gesucht.

Mit dem Web 2.0 eröffneten sich ab den 2000er Jahren völlig neue Möglichkeiten der Interaktivität. Datenlastige Recherchen mit Infografiken, statistischen Analysen und Geo-Daten wurden salonfähig.

2006 veröffentlichte der US-Journalist und Programmierer Adrian Holovaty einen viel beachteten Aufsatz, in dem er forderte, dass sich Zeitungen nicht nur auf Geschichten konzentrieren, sondern sich auch mit der Frage beschäftigen sollte, wie sich Informationen in strukturierter Form – sprich in Datenbanken – ablegen lassen, um auf Dauer Mehrwert abzuschöpfen.

Im März 2009 startete die britische Zeitung *The Guardian*

ein Datablog. Im selben Jahr verkündete der US-Präsident Barack Obama seine Open-Government-Direktive – ein zentraler Impuls für die Open-Data-Bewegung.

Die Veröffentlichung der Warlogs aus Afghanistan durch Wikileaks und deren Aufbereitung durch *The Guardian* und *The New York Times* im Sommer 2010 gilt als endgültiger Durchbruch des Datenjournalismus. Eine Institutionalisierung begann. Heute sind Diagramme und Infografiken sowie Tools zur Arbeitserleichterung journalistischer Alltag. Mit Datenjournalismus entsteht ein neues Berufsbild – eigene Redaktionen und eine veränderte Ausbildung inklusive (siehe auch Seite 17).

Eine anonyme Quelle spielt einem Journalisten Datensätze mit rund 11,5 Millionen Dokumenten zu. Sie deuten auf Steuer- und Geldwäschedelikte sowie weitere Straftaten hin. Etwa ein Jahr später präsentieren im April 2016 109 Medien in 76 Ländern mit den Panama Papers die Ergebnisse.

Bettenbelegung, Neuinfektionen, Inzidenzwert, Sterbefälle: Mit der Corona-Pandemie spielen ab dem Jahr 2020 Daten und Zahlen im Alltag der Menschen plötzlich eine völlig neue Rolle – und Journalist*innen visualisieren und ordnen ein. Datenjournalismus erlebt einen regelrechten Corona-Push und kommt auch in kleineren Medienhäusern an.

PRESSESTELLEN

FINANZEN



Dr. Gerald Schneider
Pressesprecher

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



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

VERSICHERUNGEN



Ralf Wengerter
 Pressesprecher
 Hauptabteilungsleiter Konzern- und Unternehmenskommunikation
 Tel.: 089 2160 6596
 Mobil: 0151 59 92 6047
 ralf.wengerter@vkb.de

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

Maximilianstraße 53
 80530 München
 www.vkb.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

BILDUNG / WISSENSCHAFT

Hubertus Klingsbögl
 Pressesprecher



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

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

- stiftung fuer demokratie
- HannsSeidelStiftung
- HSSde
- HannsSeidelStiftung
- Hanns-Seidel-Stiftung
- WhatsApp
- Hanns.Seidel.Stiftung

VERKEHR



Heiko Linder
 Leiter Konzernkommunikation

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

MESSEN / AUSSTELLUNGEN



Kathrin Redel
 Bereichsleitung
 Unternehmenskommunikation

Juliane Heißer
 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



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.de

VGN • Rothenburger Straße 9 • 90443 Nürnberg
 www.vgn.de • info@vgn.de • presse@vgn.de

Flughafen München GmbH

Hans-Joachim Bues
 Leiter Kommunikation und Politik

Henner Euting
 Leiter Presse



Postfach 23 17 55
 85326 München
 Telefon [089] 975-4 10 00/-4 11 00
 Telefax [089] 975-4 10 06
 achim.bues@munich-airport.de
 henner.euting@munich-airport.de
 www.munich-airport.de

Bitte beachten Sie folgende Termine

Ausgabe BJVreport	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
3/2025	27. Juni	10. Juli	29. Juli
4/2025	19. Sept.	2. Okt.	21. Okt.
5/2025	14. Nov.	27. Nov.	16. Dez.

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

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

ENERGIE

LEW

Lechwerke

**Ansprechpartner
für die Presse**

Lechwerke AG • Schaezlerstraße 3
86150 Augsburg • www.lew.de
presse@lew.de
Rufbereitschaft T +49 821 328-1651

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

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

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

Postanschrift
BMW AG
D-80788 München

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

Hausanschrift
BMW AG
Petuelring 130
80788 München

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

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

**Dr. Christian Blümm**

Bereichsleiter Marketing
und Kommunikation


**energie
schwaben**

energie schwaben gmbh
Postfach 101526 | 86005 Augsburg
Bayerstraße 43 | 86199 Augsburg

Telefon +498219002-360
christian.bluemm@energie-schwaben.de
www.energie-schwaben.de

DIEHL

Michael Prymelski
Generalbevollmächtigter Konzernkommunikation

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

N-ERGIE

Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

Michael Enderlein
Pressesprecher
Telefon 0911 802-58071
michael.enderlein@n-ergie.de

Silke Weiß
Pressesprecherin
Telefon 0911 802-58067
silke.weiss@n-ergie.de

Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg, www.n-ergie.de

StWN

Städtische Werke Nürnberg GmbH

Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

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

bayernwerk**Maximilian Zängl**

Leiter
Unternehmens-
kommunikation
Pressesprecher

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

wbgNürnberg
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.

Die Gen Z bleibt dem Journalismus eher fern

So können Medien „die junge Zielgruppe“ dennoch für sich gewinnen

Von Thomas Mrazek

Die Generation Z (auch Gen Z) ist eine zentrale Zielgruppe für Politik und Medien. Doch wie erreicht man diese digital-affine, diverse und anspruchsvolle Altersgruppe mit immerhin 12,5 Millionen Bürger*innen? Das wollte der BJV-Bezirksverband München-Oberbayern wissen und lud kurz vor der Bundestagswahl Expert*innen zu einer Gesprächsrunde ein.

Laut Bezirksvorstandsmitglied Curdt Blumenthal umfasst die Gen Z die Jahrgänge 1995 bis 2010. Er warnte vor einem Rechtsruck. Bei den Landtagswahlen 2024 in Thüringen, Sachsen und Brandenburg landete die AfD mit 29 bis 35 Prozent der Stimmen bei den unter 30-Jährigen auf dem ersten Platz. Eine zentrale Frage lautet also: Wie erreicht man junge Menschen mit politischen Themen?

„Wie hat es die AfD geschafft, bei den unter 30-Jährigen so stark zu werden?“, wollte Moderator Yannick Hupfer vom Politikwissenschaftler Professor Dr. Markus Bresinsky von der Ostbayerischen Technischen Hochschule (OTH) Regensburg wissen. Der analysierte: „Die Partei setzt anschlussfähige Themen, die junge Menschen erreichen. Die AfD hat die sozialen Medien sehr früh und sehr gut bespielt.“ Der Eindruck, „dass die Jugend unpolitisch“ sei, stimme nicht. Bei den etablierten Parteien habe man sich dazu zu wenig Gedanken gemacht. Heidi Reichinnek, MdB und Spitzenkandidatin der Linken, sei sehr erfolgreich in den sozialen Medien, sagte Hupfer. Aktuell zählt ihr TikTok-Profil mehr als 600.000 Follower*innen und teilweise Abrufzahlen von sieben Millionen. Auf ihn wirke das „wie politische Berichterstattung“. Sollten Medien Kanäle wie TikTok für die journalistische Berichterstattung nutzen? Bresinsky bejahte dies, warnte jedoch, dass Nutzer*innen nicht automatisch darauf anspringen würden. Selbst erfolgreiche Influencer*innen oder TikToker*innen könn-



Unter anderem auf dem BJV-Podium: Politikwissenschaftler Professor Dr. Markus Bresinsky (links) und Leonie Sanke, Video-Redakteurin und TikTok-CvD bei der *Süddeutschen Zeitung*.

Foto: Curdt Blumenthal

ten den Erfolg nicht auf Dauer garantieren, dafür sei „die Zielgruppe zu heterogen und wandlungsfähig“.

Leonie Sanke, Video-Redakteurin und TikTok-CvD bei der *Süddeutschen Zeitung*, startete mit ihrem Medium erst im Dezember bei TikTok. Im April 2025 hat die SZ bereits mehr als 10.000 Follower*innen und erreicht mitunter Klicks in den Hunderttausendern. Sanke berichtete, dass das Blatt zwei Stellen geschaffen

„Der Eindruck, dass die Jugend unpolitisch ist, stimmt nicht.“

Politikwissenschaftler Professor Dr. Markus Bresinsky

habe, man habe schnell gemerkt, dass man in diesem Kanal vieles anders machen müsse – und das betreffe nicht nur die Themen. „Wir haben vorher viel mit Menschen aus unserer Zielgruppe gesprochen, das sind 20- bis 30-Jährige.“ Man müsse sie als „früher oder später zahlende Abonnenten“ erreichen. Aktuell gehe es darum, den Kontakt herzustellen. „Das ist unsere einzige Option derzeit.“

Seit 2018 pflegt die „News-WG“ des *Bayerischen Rundfunks* bei 180.000 Follower*in-

nen und knapp 2000 Beiträgen sehr gute und zahlreiche Kontakte zur jüngeren Zielgruppe. Das Angebot wurde von BR-Volontär*innen gegründet, um zu zeigen, dass Politik weder kompliziert noch langweilig ist. „Wir konnten uns dort ausprobieren“, berichtete Ex-Volontärin Verena Fückler. Heute arbeitet sie als Teamleiterin der „News-WG“.

Paula Binz, Ausbildungsreferentin der Günter-Holland-Journalistenschule bei der *Augsburger Allgemeinen*, besucht regelmäßig Schulklassen und wirkt an digitalen Meetings für Schulen mit, um Medienkompetenz zu vermitteln und die journalistische Arbeit transparenter

und greifbarer zu machen. „In den Schulklassen gibt es immer weniger Wissen über den Journalismus“, daher versuche man vor Ort über „Fake News“, Faktenchecks und Influencer aufzuklären. Etwa auch der *BR* engagiert sich seit Jahren mit vielen Angeboten für Medienkompetenz. Die *ARD* bietet einen Jugendmedientag an.

Jüngere Zielgruppen seien nicht politikverdrossen, sagte Binz. Auch das Interesse an journalistischen Inhalten sei vorhanden. Sie erwähnte den von Volontär*innen 2023 gestarteten „Good News Letter: Lösungen für ein besseres Morgen“ ihrer Zeitung. Das kostenlose, wöchentliche Angebot sei mittlerweile einer der erfolgreichsten Newsletter der Zeitung. In der Print-Ausgabe wurde dafür eine neue Rubrik eingerichtet. Konstruktiver Journalismus biete vor allem lösungsorientierte Geschichten ohne Schönmalerei.

Politikprofessor Bresinsky betrachtet die geschilderten Bemühungen der Medien übrigens eher mit Skepsis. Es werde bei der Deutung des Medienverhaltens „viel Kaffeesatzleserei“ betrieben. Für die Medien werde es eher schwieriger – auch angesichts des unberechenbaren Verhaltens der großen Plattformen.



bjv.de/gen-z

Die Akte Reissmüller

Einer der einflussreichsten Verleger in Bayern verschwieg Jahrzehnte seine Nähe zu den Nazis. Nicht nur den *Donaukurier* holt die verdrängte NS-Vergangenheit ein

Gastbeitrag von Thomas Schuler

Der Einband ist vergilbt und abgegriffen, aber die Briefe und Lebensläufe sind auch nach mehr als 80 Jahren noch gut lesbar. Jahrzehnte lag die Promotionsakte von Wilhelm Reissmüller (1911-1993) im Archiv der Universität München und wahrte das Geheimnis um seine frühe NS-Nähe. Dabei war Reissmüllers Vergangenheit im Nationalsozialismus seit den 70er Jahren heftig umstritten. Der einflussreiche Verleger und Chefredakteur des *Donaukuriers* in Ingolstadt ging 15 Jahre lang gerichtlich gegen Kritiker vor, um sich als Gegner der Nazis darzustellen, der sein Leben im Widerstand riskiert habe. Dabei klagte er bis ans Bundesverfassungsgericht, um seine Nähe zur NSDAP zu bestreiten und Berichterstattung zu verhindern. Vor Gericht konnte er sich letztlich nicht durchsetzen.

Aber in Ingolstadt blieb er dank seiner Meinungsmacht ein Ehrenmann. Nicht nur für den *Donaukurier* war seine NS-Nähe tabu, auch für das Stadtarchiv, die Lokalpolitik und das Rathaus. Eine Studie der Universität München beschrieb ihn in den 1970er Jahren als „graue Eminenz“ und betonte, Oberbürgermeister und Stadträte kuschelten vor ihm. Bei Bürgermeisterwahlen setzte er seine Zeitung als politisches Instrument ein, um seinem Favoriten zum Sieg zu verhelfen.

Promotionsakte entdeckt

Die Promotionsakte offenbart nun in seinen eigenen Worten: Er trat frühzeitig dem NS-Studentenbund bei, ebenso SA und SS und leitete die NS-Hochschulzeitung in München. Über seine Kommilitonin und spätere Ehefrau Elin Liebl kam er nach Ingolstadt, wo er dem *NS-Donauboten* ihres Vaters die katholisch-konservative *Ingolstädter Zeitung* einverleihte, die frühzeitig gegen Hitler angeschrieben hat. Seine Beteiligung an der Gleichschaltung der



Wilhelm Reissmüller verleihte dem *NS-Donauboten* die katholisch-konservative *Ingolstädter Zeitung* ein.

Foto: Thomas Schuler

NS-Presse redete er in der Entnazifizierung und bei gerichtlichen Auseinandersetzungen klein. Er habe dafür gesorgt, dass der *Donaubote* im Privatbesitz geblieben sei. Obwohl er ab 1936 als Verlagsleiter fungierte, habe er auf Inhalte keinen Einfluss gehabt. Zwar sei er Mitglied der Partei gewesen, schrieb er 1945 dem Bischof von Eichstätt. Er habe sich jedoch nicht aktiv politisch betätigt. In der Entnazifizierung wurde er entlastet, weil er einen Persilschein vorweisen konnte, wonach er an der Verschwörung des 20. Juli 1944 beteiligt gewesen sei.

Jahre später, als ihm klar wurde, dass seine Mitgliedskarte verloren war, leugnete er die Mitgliedschaft in der NSDAP gänzlich und bekämpfte Veröffentlichungen im alternativen *Schanzer Journal*. Er sei lediglich Anwärter ge-

wesen, weil sein Schwiegervater ihn ohne sein Wissen angemeldet habe. Heute gilt die Mitgliedschaft als gesichert, weil er bis 1945 Beiträge zahlte und auch die Anwärterchaft seine eigenhändige Unterschrift erforderte, wie der NSDAP-Experte Armin Nolzen betont. Die Promotionsakte zeigt: Entgegen seiner Behauptung trug er beim *Donauboten* auch redaktionelle Verantwortung, wie er selbst 1936 schrieb.

Als er 1993 starb, betonte Oberbürgermeister Peter Schnell (CSU): „Mit vollem Recht ist Herr Dr. Reissmüller Ehrenbürger von Ingolstadt.“ Der damalige bayerische Ministerpräsident Edmund Stoiber (CSU) befand: Reissmüller sei eine der „großen Persönlichkeiten der bayerischen Presse“. Sein Vorgänger Max Streibl hatte ihn mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet. Horst Seehofer, damals Bundesgesundheitsminister (CSU), bezeichnete ihn als „hochgeschätztes Vorbild“.

Weder das Stadtarchiv noch der *Donaukurier* klärten von sich aus auf. So war es auch bei großen Medien-Unternehmen, ob bei Bertelsmann, Holtzbrinck, Burda, DuMont, beim *Stern* oder beim *Spiegel* – stets kam der Druck über Enthüllungen von mangelnder Aufarbeitung von außen. So ist es auch bei Zeitungen in Bayern, sofern überhaupt aufgeklärt wird. Zeitungen drücken sich um die Aufarbeitung der NS-Belastung ihrer Redaktionen, weil ihre Geschichte angeblich erst 1945 begann. Als der ehemalige Feuilleton-Redakteur der *Süddeutschen Zeitung*, Knud von Harbou, 2015 eine Biografie über die NS-Belastung des Lizenznehmers Franz Josef Schöningh (1902-1960) veröffentlichte, berichtete die *SZ* immerhin ausführlich in mehreren Texten darüber.

Gab es eine „Stunde Null“?

Gab es eine „Stunde Null“ im Journalismus? Die strukturellen Veränderungen durch die

amerikanischen Militärbehörden waren weitreichend. Wer vor 1945 eine Zeitung verlegte, dem erteilten sie praktisch Berufsverbot. Weniger eindeutig sei der Befund allerdings beim Personal, urteilten Norbert Frei und Johannes Schmitz 1989 im Kapitel „Stunde Null der deutschen Presse?“ in ihrem Buch „Journalismus im Dritten Reich“ und betonten: „Wer als Journalist oder Verleger im Dritten Reich einer ‚normalen‘ Tätigkeit nachgegangen war, wurde dafür im Rahmen der Entnazifizierung nicht in besonderer Weise zur Verantwortung gezogen.“ Der „ganz überwiegende Teil der Journalisten“ konnte nach überstandener Entnazifizierung ab 1946/47 in den Beruf zurückkehren. Nur ganz vereinzelt hätten Journalisten nach 1945 das Bedürfnis verspürt, sich und ihren Lesern Rechenschaft zu geben über ihre Rolle im Dritten Reich – und teils heroisierende Rechtfertigungen präsentiert.

Das Institut für Zeitgeschichte kann keine Forschungen über bayerische Lizenzzeitungen benennen außer einer Arbeit von Norbert Frei über den *Südost-Kurier* in Bad Reichenhall, die er für das Institut allerdings bereits 1986 anfertigte. Der Münchner Historiker Paul Hoser sagt: „Die Geschichte der bayerischen Presse ab 1949 ist kaum erforscht.“ Zeitungerverlage seien in Privatbesitz und könnten daher beliebig über ihre Unterlagen verfügen. So sei etwa der Nachlass Schwingenstein zu Gesellschafter Sitzungen des Süddeutschen Verlags immer noch weitgehend gesperrt. Oft sei auch nichts mehr vorhanden, so habe Verleger Dirk Ippen nach der Übernahme des *Münchner Merkurs* Dokumente weitgehend entsorgen lassen. Es fehle vielfach wesentliches Quellenmaterial. Wünschenswert sei etwa Forschung zu Hans Kapfinger.

Umstritten: Hans Kapfinger

Hans Kapfinger, der Gründer der *Passauer Neuen Presse*, war eine der umstrittensten Verleger-Persönlichkeiten in Deutschland. Er bekämpfte *Spiegel*-Gründer Rudolf Augstein und den späteren SPD-Kanzler Willy Brandt heftig und landete wegen des Verdachts korrupter Geschäfte mit Hilfe von Franz Josef Strauss einst auf dem Titel des *Spiegel*. In Passau wurde er als Ehrenbürger ausgezeichnet. Nach ihm ist eine Straße benannt. Zudem erhielt er das Bundesverdienstkreuz und den Bayerischen Verdienstorden.

Die Mediengruppe Bayern, hervorgegangen aus der *Passauer Neuen Presse* (PNP), stellt ihre Gründungsgeschichte auf ihrer Website so dar:

1933 fordert Kapfinger als Chefredakteur des *Straubinger Tagblatts* in einem Leitartikel, das Kabinett von Hitler solle auf seinen Geisteszustand untersucht werden. 1946 erhält Kapfinger Lizenz Nr. 16 für die *Passauer Neue Presse*. Wörtlich heißt es: „Sein Widerstand gegen die Nazis und seine demokratische Gesinnung machen ihn für die Alliierten zum idealen Kandidaten für den Aufbau der bundesdeutschen Presse.“ Zwischen den beiden Daten klafft eine Lücke in der Chronologie auf der Website. Ein weißer Fleck.

Auf Kapfingers Artikel von 1933 als Chefredakteur des *Straubinger Tagblatts* und seiner Verhaftung gründen das Selbstverständnis der PNP. Das Bild der Verhaftung steht bis heute auf seinem Schreibtisch im so genannten Traditionszimmer in Passau. Darauf beruhen Legende und Erfolg einer der größten Zeitungsgruppen in Bayern, die auf ihrer Website 60 Zeitungen listet mit mehr als 8500 Mitarbeitern und mehr als 888.000 täglichen Lesern. Zu ihr gehören heute neben der PNP auch die *Mittelbayerische Zeitung* (MZ) in Regensburg und der *Donaukurier*.

Von PNP oder der Stadt Passau wurde Kapfingers NS-Vergangenheit nicht aufgeklärt. Vorwürfe wurden reflexartig abgewehrt. Nun ist sie wissenschaftlich erforscht: Michael Hellstern befasst sich in seiner Dissertation an der Ludwig-Maximilians-Universität München mit der NS-Vergangenheit und der Kontinuität bei der *Passauer Neuen Presse* und der *Mittelbayerischen Zeitung*. Historiker des Institutes für Zeitgeschichte haben die 448 Seiten umfangreiche Arbeit „Meinungsmacher mit dunkler Vergangenheit“, die jetzt im Pustet-Verlag erschien, betreut. Kapfinger steht im Mittelpunkt.

War er tatsächlich ein idealer Kandidat als Lizenzträger, wie die Mediengruppe Bayern behauptet? Hellstern urteilt gegenteilig: Kapfinger hätte angesichts seiner NS-Belastung nie eine Lizenz übertragen werden dürfen. Vieles an seinen Behauptungen, er sei von den Nazis verfolgt worden und Teil einer Widerstandsgruppe gewesen, sei widerlegt. Ebenso ein angebliches Schreibverbot.

Kapfinger habe im Gegenteil weiter einflussreiche Positionen im Journalismus eingenommen, etwa als stellvertretender Chefredakteur der Fachzeitschrift *Deutsche Werbung*, die NS-Propagandachef Goebbels direkt unterstellt gewesen sei. Kapfinger behauptete, er habe in der Werbewirtschaft unpolitisch gearbeitet. Hellstern fand dagegen heraus, dass er in Pro-

paganda-Artikeln die Politik der Nazis unterstützt habe, etwa bezüglich Verfolgung von NS-Gegnern, Arisierungen und Deportationen von Juden.

„Dunkler Fleck“ auf Website

Hellstern bestätigt, was bereits in den 1960er Jahren im *Spiegel* stand: dass Kapfinger sich persönlich wesentlich an Juden bereichert habe – obwohl er das später bestritt. Besatzungsbehörden, aber auch hohe CSU-Kreise hätten Kapfingers Darstellungen und Persilscheine bezweifelt – ohne Folgen. Seine Behauptung vom Widerstand war laut Hellstern eine Täuschung. Es gebe zwar keine formale Belastung, also den Beleg der Parteimitgliedschaft, aber begründete Vermutungen, dass er Parteimitglied war. Freunde hielten Kapfinger für einen „eifrigen Nationalsozialisten“, einen „Nutznießer“ der Nazis. Hellstern bezeichnet ihn als Opportunisten. So erweist sich der weiße Fleck auf der Website der Mediengruppe Bayern als dunkler Fleck. Werden PNP, Mediengruppe Bayern und die Stadt Passau endlich mit der Aufarbeitung beginnen?

In Ingolstadt ist man schon weiter. Dort wird der Stadtrat im Juni über die Aberkennung der Ehrenbürgerschaft von Reissmüller entscheiden. Der *Donaukurier* hängte schon vor Monaten ein großes Porträt des Verlegers in der Redaktion ab und lagerte es ein. Chefredakteur Gerd Schneider sagte der SZ: „Ich kenne niemanden, der Reissmüller noch in Schutz nimmt.“

Über den Autor

Thomas Schuler ist in Ingolstadt aufgewachsen und begann – noch als Schüler – 1984 bei der alternativen Stadtzeitung *Schanzer Journal* zu schreiben. Unter Pseudonym, denn Reissmüller prozessierte gegen die Stadtzeitung, weil sie seine Parteimitgliedschaft erwähnt hatte. Er wurde Mitarbeiter, Volontär und Redakteur des *Donaukurier*. Während des Studiums recherchierte er mit Hilfe des Lokalhistorikers Theodor Straub über Reissmüllers Schwiegervater Ludwig Liebl, der die NSDAP-Ortsgruppe und die NS-Zeitung *Donaubote* gegründet hatte. Die Stadt weigerte sich, seine Ehrung einzustellen. Darüber schrieb er 1991 in der *Süddeutschen Zeitung*. 30 Jahre später nahm er seine Recherchen wieder auf und entdeckte die Promotionsakte, die Reissmüllers NS-Nähe mit dessen eigenen Worten belegt.

Mit der Flottenstrategie zum Einheitsprogramm?

Bayerns lokale Radiosender stecken in der Kostenfalle

Von Maria Goblirsch

Wäre es nach den ersten Planungen aus dem Jahr 2018 gegangen, hätten Hörer*innen in Bayern bereits 2025 keine lokalen Radiosendungen mehr auf UKW empfangen können. Die Frequenzen sollten abgeschaltet werden, der Empfang der rund 100 Radioprogramme nur noch über DAB+ möglich sein. Dann zeigte sich, dass der UKW-Empfang für etliche Anbieter weiterhin unverzichtbar war, um eine möglichst große Zahl an Nutzer*innen zu erreichen.

Gut 40 Prozent der Menschen in Bayern ab 14 Jahren hörten 2023 noch Radio nur über UKW. Bis 2030 wird erwartet, dass sich diese Zahl halbiert, so die „Audiostrategie 2025“ der Bayerischen Landeszentrale für Neue Medien (BLM). Nach heftigen Protesten der Sender wurde die so genannte „Migration“ hin zu DAB+ auf das Jahr 2030 (mit der Option der Verlängerung um zwei Jahre) verschoben, Lizenzen für die UKW-Verbreitung wurden neu vergeben.

Doppelbelastung als Problem

Für die lokalen Radiosender ohne Möglichkeit der Querfinanzierung hat das massive wirtschaftliche Folgen. „Wir sind derzeit in einer Übergangsphase: Ohne UKW könnten wir Lokalradios noch nicht überleben, gleichzeitig wird DAB+ immer wichtiger. Deshalb zahlen wir alle momentan für zwei Übertragungswege. Nachdem die Situation auf dem Werbemarkt nicht einfacher wird und die Förderung für DAB+ mittlerweile geringer ausfällt, kann diese Doppelbelastung für einige Sender schon zum Problem werden“, sagt Andreas Nickl, Studioleiter Funkhaus Rosenheim (*Radio Char-*

vari/Radio Galaxy) und Geschäftsführer *Alpin FM*.

Bei den UKW-Verbreitungskosten sind Sender, die auf dem Land oder im bergigen Gebiet sind, deutlich benachteiligt. Sie zahlen ein Vielfaches dessen, was für Sender in Ballungsgebieten an technischen Kosten anfällt. „Es ist vollkommen klar, dass beispielsweise die Verbreitung im Allgäu, wo ich vielleicht sieben oder acht UKW-Sender zur

„Vielfalt heißt für uns nicht Survival of the fittest.“

Dr. Thorsten Schmiede, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien

Abdeckung benötige, wesentlich teurer ist als etwa in München, wo ich über einen einzigen Sender am Olympiaturm über dreieinhalb Millionen potenzielle Hörer erreichen kann. Das ist aber nichts Neues, das sind die Rahmenbedingungen, die für einen Sender im ländlichen Raum wesentlich schwieriger

sind. Letztlich hängt es mit der Topografie des Verbreitungsgebiets zusammen“, erklärt BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiede.

Die Steigerung bei diesen Kosten läge unter der Inflationsrate. Für Mitte 2025, wenn neue Verträge abgeschlossen sind, sei eine Minderung der Verbreitungskosten in Höhe von minus zehn bis 12,5 Prozent zu erwarten. Die UKW-Verbreitungskosten werden nur für gemeinnützige Angebote gefördert, die Kosten für die Ausstrahlung über DAB+ in Bayern noch subventioniert.

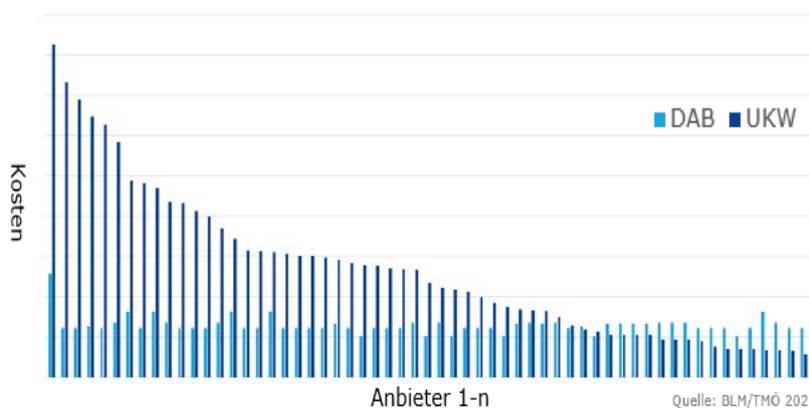
Der *BJVreport* fragte bei der BLM an, welche zehn lokalen Sender in Bayern die höchsten beziehungsweise niedrigsten Sendekosten pro erreichbarem Hörer zahlen, erhielt aber aus Datenschutzgründen keine Antwort. Die zähe Recherche bei einzelnen lokalen Sendern ergab, dass Anbieter in Ballungsgebieten nur einen Cent pro erreichbarem Hörer zahlen, während für solche in ländlichen Gebieten zwischen 50 Cent und einem Euro fällig werden. Das massive Ungleichgewicht bei den technischen Kosten führt dazu, dass in Zeiten zurückgehender Einnahmen aus Werbung Regionen Radiosender verlieren, wenn

diese aufgrund der Topografie überdurchschnittlich hohe technische Kosten haben – *egoFM* (siehe Seite 25) und *RSA* waren wohl nur der Anfang.

So benötigte der Regionalsender *RSA* im Allgäu 13 Masten, um auch in den Randbereichen seines Sendegebietes in hoher Qualität empfangen werden zu können. Dieses Manko und sinkende Werbeeinnahmen führten dazu, dass der zur Mediengruppe *Allgäuer Zeitung* gehörende Kanal Ende 2024 den Betrieb einstellen musste. Es war nicht der erste Sender, der 2024 vom

DAB vs. UKW: Sendernetzkosten im Vergleich

Kosten pro Monat und Anbieter in Euro, absteigende Sortierung nach Sendernetzkosten UKW; lokaler Hörfunk



Auch wenn die BLM die Zahlen und die Namen der Sender nicht nennen wollte: Die Grafik aus der Audiostrategie 2025 belegt, wie unterschiedlich hoch die Kosten der UKW-Verbreitung ausfallen (dunkelblaue Säulen) und dass die Verbreitung über DAB+ deutlich kostengünstiger ist.

Grafik: Veit Otischläger/BLM.

Markt verschwand. Andere kämpfen gerade um ihre Existenz.

Auf Kostendruck und sinkende Einnahmen haben die großen Sender als Antwort eine „Flottenstrategie“, die auch von dem früheren BLM-Präsidenten Siegfried Schneider favorisiert wird. Danach solle es mit *Arabella*, *Charivari*, *Gong* und *Galaxy* vier Hauptketten geben, die die kleineren Sender, an denen sie als Gesellschafter Anteile haben, mit einem einheitlichen Programm beliefern. Die kleinen Sender würden zu „Ablegern“. Was noch pro Radiosender bliebe, wären die Morning Show und vielleicht noch eine Abendsendung zur Drive time.

Studie noch unter Verschluss

Dazu soll es bereits eine Studie geben, die aber noch unter Verschluss gehalten wird. Der BLM wurden die Pläne bisher nur mündlich

mitgeteilt – das entsprechende Projektpapier liege noch nicht vor. Doch eines stellt BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiege klar: „Vielfalt heißt für uns nicht Survival of the fittest. Wir haben den Anspruch, dass die Vielfalt der bayerischen Lokalrundfunkbranche auch dank kleinerer Anbieter, die nicht im Mainstream mitschwimmen, erhalten bleibt.“

Was die Flottenstrategie angeht, sei er zurückhaltend. „Der Gedanke dahinter ist ja, dass ich einen Markennamen habe, den alle in Bayern kennen und der mehr zieht als der ursprüngliche Name. Wenn ich dann das Programm vereinheitliche und am Ende die Nachrichten aus einem ganz anderen Regierungsbezirk eingesprochen werden, dann kann das die Lokalität gefährden und die Grenzen einer sinnvollen Kooperation sprengen“, sagt er. Die BLM sehe es kritisch, „Redaktionen zusammenzulegen oder Redaktio-

nen zu schließen. Denn der Kern, das Alleinstellungsmerkmal von Radiosendern, ist ja ihre Lokalität und die Unterscheidbarkeit. Das erwarten die Hörerinnen und Hörer.“

Seit 1991 liefert die Dienstleistungsgesellschaft für Bayerische Lokal-Radioprogramme mbh & Co.KG (BLR) in Garching bei München bayerische und überregionale Programminhalte, da die wenigsten Sender aus eigener Kraft für 24 Stunden an sieben Tagen produzieren können. Sie bietet ein Mantelprogramm einschließlich der Musikplanung, tatsächlich nutzen fast alle bayerischen Lokalradios etwa die Weltnachrichten, auch die Beiträge aus Politik, Sport, Kultur oder Börse sind sehr beliebt.

Das Angebot der BLR sollte nach dem Willen der BLM eher noch ausgebaut werden. Ob das bei einer Umsetzung der Flottenstrategie noch Sinn macht?

EgoFM-Insolvenz: Die Community spendete rund 175.000 Euro

Das neue Konzept sieht den Wechsel zu DAB+ und einen werbefreien Bezahlstream vor

Der private Münchner Radiosender *egoFM* musste Insolvenz anmelden (siehe *BJVreport 1/2025*). Ein Aufruf zu finanzieller Unterstützung ging über die Website des Senders an die Community und brachte innerhalb weniger Wochen rund 175.000 Euro an Spenden ein (Stand 7. April). Das deckt die Kosten für Gehälter, Miete, Verbreitung etc. im April und weitgehend im Mai und verschafft Haupteigentümer und Geschäftsführer Konrad Schwingenstein Zeit für Gespräche mit potenziellen Investor*innen, Teilhaber*innen und Kreditgeber*innen. Die Fundraising-Aktion läuft weiter (egofm.de/blog/support-egofm-insolvenz).

Aufgrund einiger Schritte, die das Unternehmen bereits 2024, also vor der Insolvenz, eingeleitet hat, lasse der Kostendruck ab August 2025 spürbar nach, sagt Programmleiter Fred Schreiber gegenüber dem *BJVreport*. Trotzdem benötige *egoFM* „in diesem Jahr ab April noch 600.000 Euro frisches Geld, im Jahr 2026 dann noch einmal die gleiche Summe“, um überleben zu können. Er rechne damit, dass der Sender im Sommer 2026 kostenneutral wirtschaften könne, was dann das erste Mal in der Geschichte von *egoFM* der Fall sei.



EgoFM bat seine Hörer*innen um Unterstützung. Grafik: *egoFM*

nen können, lässt sich wohl erst in zwei, drei Monaten sagen. Sicher ist, dass der Premiumstream *egoFM+* uns helfen wird, mit dem schwankenden Werbemarkt besser klarzukommen“, so Schreiber. Man wolle außerdem den Wechsel von der UKW-Verbreitung zu DAB+ vorbereiten, dieses Vorhaben müsse aber mit einem Budget ausgestattet sein. Über das Ob, Wann und Wie will man bei dem Sender noch im April entscheiden.

Im Jahr 2020 hat der Anteil der digitalen Hörer*innen von *egoFM*, also DAB+ und Stream, noch bei 18 Prozent gelegen, fünf Jahre später bereits bei fast 50 Prozent. „Das ist ein guter Zeitpunkt, um über das Kosten-Nutzungsverhältnis von UKW nachzudenken“, erklärt der Programmleiter. *egoFM* sendet bisher über sechs Antennen und zahlt für die Verbreitung über UKW und DAB+ nach eigenen Angaben pro Jahr rund 750.000 Euro, das sind pro Monat 62.500 Euro. Diese hohen technischen Kosten und den einbrechenden Werbemarkt hat die Geschäftsleitung von *EgoFM* als Ursachen für die finanzielle Schieflage des Senders genannt. (mgo)

Das Konzept zur Rettung des Senders sieht einen werbeblockfreien *egoFM* Bezahlstream vor, der bereits in Kürze starten soll. „Mit welchen Erlösen wir damit rech-

Erhöhtes Depressionsrisiko

„Burning (Out) for Journalism“: Studie zur psychischen Gesundheit von Journalist*innen

Von Annika Karoline Schleithoff

Professor Dr. Thomas Hanitzsch (LMU München) und Studierende des Masters Kommunikationswissenschaft veröffentlichten im Januar 2025 die Studie „Burning (Out) for Journalism“, (bjv.de/burnout-studie) in der sie die psychosoziale Gesundheit von Journalist*innen in Deutschland untersuchten. Die Ergebnisse zeichnen ein pessimistisches Bild aus den Redaktionen.

Was zeigen die Ergebnisse Ihrer Studie?

Thomas Hanitzsch: Journalist*innen in Deutschland sind stärker von psychischen Belastungen betroffen als der Bevölkerungsdurchschnitt und als andere Berufsgruppen. Dieses Phänomen betrifft den Berufsstand insgesamt, unabhängig von Geschlecht oder Anstellungsform.

Wen haben Sie befragt?

Wir haben über 1300 Journalist*innen aus Print, Rundfunk und Online befragt und können somit den gesamten Berufsstand in Deutschland gut abbilden. Bei der Rekrutierung hatten wir zum Glück Unterstützung von den großen Journalisten-Verbänden in Deutschland, unter anderem vom Bayerischen Journalisten-Verband.

Was ist die Folge davon, dass Journalist*innen in Deutschland stärker von psychischen Belastungen betroffen sind?

Wir haben herausgefunden, dass für mehr als 50 Prozent der Befragten das Risiko einer Depression besteht, bei 22 Prozent sogar das Risiko für Journalist*innen ungefähr doppelt so hoch wie im Bevölkerungsdurchschnitt. Auch die Burnout-Neigung ist bei Journalist*innen stärker ausgeprägt als in der allgemeinen Bevölkerung.

Macht es einen Unterschied, ob man fest angestellt ist oder frei arbeitet?

Wir hatten erwartet, dass freiberufliche Journalist*innen stärker betroffen sind von psychischen Belastungen. Das hat sich aber



Kommunikationswissenschaftler Professor Dr. Thomas Hanitzsch Foto: Stephan Höck

nicht durchgängig gezeigt. Einen Unterschied gibt es aber: Journalist*innen, die nicht eingebunden sind in eine Redaktion, haben weniger Zugang zu Hilfsangeboten.

Welche Folgen haben diese Dauerbelastungen?

Fast zwei Drittel der Befragten haben angegeben, dass sie im Laufe der vergangenen zwölf Monate schon einmal über einen Ausstieg aus dem Journalismus nachgedacht haben. Das muss nicht bedeuten, dass sie es tatsächlich tun, aber dennoch ist diese Zahl enorm hoch. Ich sehe die Gefahr, dass der Berufsstand journalistisches Talent verliert.

Wie nehmen Journalist*innen ihr Arbeitsumfeld wahr?

Interessant war für uns, dass Journalist*innen auch Faktoren, die eigentlich als Ressourcen gelten, oft negativ beurteilen und als nicht ausreichend wahrnehmen. Dazu gehören Aufstiegsmöglichkeiten, Bezahlung und Unterstützung durch Vorgesetzte.

Was müsste sich in Medienhäusern ändern?

Nur einer von zehn Befragten hat angegeben, dass hinreichende Unterstützungsangebote in den Medienhäusern zur Verfügung

stehen. Medienhäuser müssen ein vernünftiges psychologisches Gesundheitsmanagement anbieten und präventive Angebote machen und diese auch besser bewerben. Das allein nützt aber nichts, wenn sich an belastenden Arbeitsbedingungen nichts ändert.

Haben Sie Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Medienhäusern gefunden?

Wir haben festgestellt, dass Unterstützungsangebote beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk häufiger zur Verfügung stehen. Das liegt oft an den entsprechenden ökonomischen Ressourcen. Ich sehe Probleme bei kleineren Verlagen, die nicht über großes Budget verfügen. Da wäre es vielleicht sinnvoll, sich zusammenzuschließen.

Wie können Journalist*innen mit Belastungen umgehen?

Dafür ist das psychologische Kapital sehr wichtig, also Ressourcen, die man einsetzen kann, um sich gegen Belastungen und langanhaltenden Stress zu wappnen. Dazu gehören Hoffnung, Selbstwirksamkeit, Resilienz und Optimismus. Auch Medienhäuser sollten Angebote entwickeln, die diese Ressourcen ihrer Mitarbeitenden stärken.

Ist das Thema mentale Gesundheit in der Branche ausreichend präsent?

Meine Erfahrung ist, dass sich da gerade viel bewegt. Zum Beispiel erheben einzelne Medienhäuser inzwischen systematisch das Ausmaß von psychischer Belastung unter den Mitarbeitenden. Das Feedback aus Journalisten-Verbänden und einzelnen Medienhäusern zeigt uns, dass ein steigendes Bewusstsein für psychische Belastung existiert.



Die Autorin
Annika Karoline Schleithoff ist die aktuelle Stipendiatin des BJV. Sie macht den Master of Arts an der Deutschen Journalistenschule in München. Foto: Helke Rüder

Presseausweis längst kein Freifahrtschein mehr

Wie es um das wohl wichtigste Legitimationsmittel von Journalist*innen steht

Von *Curdt Blumenthal*

Der bundeseinheitliche Presseausweis ist aus den Portemonnaies vieler Reporter*innen und Redakteur*innen nicht wegzudenken. Schließlich wollen sie sich im Zweifelsfall als hauptberufliche Journalist*innen ausweisen können. Den bundeseinheitlichen Presseausweis können BJV-Mitglieder bequem und kostenfrei über das Mitgliederdaten-Portal anfordern. Doch in welchen Situationen ist die Scheckkarte von Vorteil?

Die Jahre, in denen Journalistinnen und Journalisten allein mit einem bundeseinheitlichen Presseausweis kurzfristig Zugang zu Konzerten oder Messen bekamen, sind vorbei. Ohne vorherige Presse-Akkreditierung geht in den allermeisten Fällen nichts mehr. Und selbst dann reicht ein Presseausweis oft nicht mehr als alleinige Legitimation aus. „Der Presseausweis ist ein Faktor in der Akkreditierung, aber er ist nicht alleinig ausschlaggebend“, erklären etwa Verantwortliche der Medientage München auf Anfrage. Viel zentraler seien ein Redaktionsauftrag und Themenbezüge zur Veranstaltung. Bei freien Journalistinnen und Journalisten ohne Redaktionsauftrag seien aktuelle Veröffentlichungen zu verwandten Themen ausreichend. „Wir arbeiten mit vielen Journalist*innen seit Jahren vertrauensvoll zusammen und schätzen den Austausch sehr“, heißt es von Seiten der Münchner Medientage.

Content-Creator als Konkurrenz

Noch schwerer wird die Akkreditierung, falls es auf beliebten Veranstaltungen nur bestimmte Kontingente gibt. Immer öfter konkurrieren Journalist*innen inzwischen mit Influencern und Content-Creatoren um die begehrten Akkreditierungen. Der Verband der deutschen Messewirtschaft (AUMA) bestätigt auf Anfrage, dass deshalb derzeit sogar die Akkreditierungsrichtlinien des Verbands überarbeitet würden, um „vor allem das Spektrum der Content-Creator noch weiter zu berücksichtigen“. Für Content-Creator gebe es neben dem Presseausweis bereits jetzt weitere Möglichkeiten, sich als Medienvertreter zu akkreditieren. Welche das sind, würden die Ver-

anstalter der jeweiligen Messe entscheiden. Hauptkriterien seien dabei zumeist die Nähe und der Bezug zum Messthema und veröffentlichte Beiträge in Community-relevanten Online-Portalen.

Ein ganz anderes Problem stellen inoffizielle Presseausweise dar, die von nicht ausgabeberechtigten Organisationen ausgestellt oder sogar von Privatpersonen kopiert werden. „In

„Der Ausweis verdeutlicht immer: Es wurde streng geprüft, ob eine Person hauptberuflich als Journalistin oder als Journalist tätig ist.“

Mika Beuster (DJV-Vorsitzender)

solchen Fällen wird sich gewehrt, einfach deshalb, um den Wert unseres Ausweises zu erhalten“, betont Mika Beuster, Bundesvorsitzender des Deutschen Journalisten-Verbands. Beuster hebt gleichzeitig den größten Vorteil des bundeseinheitlichen Presseausweises hervor: „Der Ausweis verdeutlicht immer: Es wurde streng geprüft, ob eine Person hauptberuflich als Journalistin oder als Journalist tätig ist. Dafür werden Nachweise angefordert und überprüft. Damit stärken wir also gleichzeitig den Wert des Presseausweises.“

Diese Stärke des bundeseinheitlichen Presseausweises zeigt sich vor allem dann, wenn Journalist*innen im Berufsalltag mit der Polizei in Kontakt kommen und presserechtliche Befugnisse in Anspruch nehmen wollen. „Die Verwendung des bundeseinheitlichen Presseausweises hilft der Bayerischen Polizei in erheblichem Maße, da dieser eine einheitliche und zuverlässige Legitimationsmöglichkeit für hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten darstellt“, heißt es beim Bayerischen Staatsministerium des Innern, für Sport und Integration. Ohne den bundeseinheitlichen Presseausweis können zwar andere Belege wie Redaktionsauftrag oder Publikationsnachweise

vorgelegt werden – der Prüfprozess von Gültigkeit und Echtheit könne aber „eine gewisse Zeit in Anspruch nehmen“. Vor allem in Konfliktsituationen kann der bundeseinheitliche Presseausweis schnelle Abhilfe schaffen und Reporter*innen vor unangenehmen Situationen schützen: „Ferner erlaubt der bundeseinheitliche Presseausweis in Konfliktsituationen eine schnelle Einordnung, auf welche Rechtsgrundlage sich etwa Foto- und Videoaufnahmen stützen können, wenn eine solche Rechtsgrundlage infrage gestellt wird“, schreibt das Bayerische Innenministerium auf Anfrage.

Auch das Polizeipräsidium München betont, dass die Beamten sich im Alltag darum bemühen, ausgewiesene Journalist*innen zu unterstützen. „Bei Polizeieinsätzen und Versammlungen versucht die Münchner Polizei in kooperativer Art und Weise Pressevertretern deren Arbeit zu ermöglichen“, sagt Polizeioberkommissar Ralf Kästle. Ansprüche auf eine Sonderbehandlung würden dabei jedoch nicht bestehen. Kästle bittet Journalist*innen bei auftretenden Problemen frühzeitig die Pressestelle der Polizei zu verständigen.

„Wir sind zufrieden, weil wir wissen, dass die Polizei gut durch die Innenministerien geschult wird und dadurch auch ein Bewusstsein für die Bedeutung und den Wert des Ausweises hat“, sagt auch DJV-Chef Mika Beuster.

Bestellung des internationalen Presseausweises nicht möglich

Journalist*innen, die im Ausland arbeiten, können den internationalen Presseausweis der Internationalen Journalisten-Föderation (IFJ) derzeit nicht über den Deutschen Journalisten-Verband beantragen. Grund dafür ist der 2023 im DJV-Gesamtvorstand beschlossene Austritt aus der Föderation. „Hintergrund waren finanzielle Intransparenz und Verhalten, die sich nicht mit den Werten des DJV in Einklang bringen ließen“, erklärt Mika Beuster. Die IFJ erlaubt nur Mitgliedsorganisationen die Ausgabe von internationalen Presseausweisen.

VG Wort: Die „Torte“ soll gerechter verteilt werden

Reform: Die METIS-Sonderausschüttung könnte ab 2026 ersetzt werden

Von Michaela Schneider

Man könne METIS, das Meldesystem der VG Wort, als große Torte ansehen, sagt Ulf J Froitzheim. Der 66-Jährige ist BJV-Beisitzer und seit 2003 mit vierjähriger Unterbrechung im Verwaltungsrat der VG Wort. Die Ausschüttungstorte selbst wachse nicht. Man müsse die Stücke aber immer mal wieder neu so zurechtschneiden, dass jeder etwas abbekomme. Bei einem Webinar des Deutschen Journalisten-Verbandes stellte Froitzheim Neuerungen vor, die bei der Mitgliederversammlung der VG Wort am 24. Mai beschlossen werden könnten.

Was ist die VG Wort? Die VG Wort wird paritätisch von Urheber*innen wie auch Verlagen getragen und ist eine Inkasso-Organisation und Treuhänderin, die für beide Seiten Geld einsammelt. Sie ist ein rechtskräftiger Verein und eine Non-Profit-Organisation.

Wahrnehmungsberechtigte und Mitglieder: Alle Urheber sind Wahrnehmungsberechtigte, können einen Wahrnehmungsvertrag abschließen – und ab diesem Moment erhalten sie Ausschüttungen der VG Wort. Mitglied kann werden, wer binnen drei Jahren 1200 Euro Ausschüttung erhalten hat. Um über die Geschicke der VG Wort mitzuent-

scheiden, kann man entweder selbst online oder vor Ort an der Mitgliederversammlung teilnehmen oder aber seine Stimme an Kolleg*innen aus dem Deutschen Journalisten-Verband übertragen.

Warum braucht es eine Reform? METIS, das Meldesystem für Texte auf Internetseiten, gibt es seit inzwischen 18 Jahren. Es setzt im Normalfall auf Zählmarken, die nur von den Website-Betreibern eingebaut werden können. Deshalb gibt es daneben eine Sonderausschüttung, die laut Froitzheim ursprünglich als Übergangslösung für die Einführungsphase gedacht war, aber bis heute existiert, denn viele Verlagen, aber etwa auch ARD und ZDF, beteiligen sich nach wie vor nicht am Meldesystem. Und längst gibt es laut Froitzheim Trittbrettfahrer, die mit windigen Geschäftsmodellen wie etwa „Gebrauchslyrik“ Gelder aus der Sonderausschüttung abgreifen. Das wolle man unterbinden. Die Reform zielt vor allem auf mehr Verteilungsgerechtigkeit ab, etwa auch um Ausreißer nach oben zu kappen.

Das soll sich ändern: Die Sonderausschüttung soll künftig wegfallen. Neben der Zugriffsausschüttung, an der sich nichts ändern soll, soll es dann stattdessen eine Verbrei-

tungsausschüttung geben für Texte im Internet ohne Zählpixel – und zwar einmalig für das Jahr der Veröffentlichung. Für Archivtexte ohne Zählpixel gäbe es in Zukunft keine Ausschüttung mehr, weil die Kopierwahrscheinlichkeit hier entsprechend gering ist. Wesentliche Neuerung beim Meldeverfahren: Während bei der alten Sonderausschüttung nur die Domain und die Textanzahl anzugeben war, müsste künftig bei der Verbreitungsausschüttung jeder Text einzeln gemeldet werden. Froitzheim empfiehlt, dies regelmäßig zu tun – und nicht erst am Tag vor Meldeschluss. Die Verbreitungsausschüttung soll außerdem Verlage ins Boot holen, die bisher keine Zählpixel setzen, denn die Verlagsbeteiligung würde dann auch für sie gelten.

Ab wann würden die Änderungen greifen? Falls die Mitgliederversammlung die Reform am 24. Mai beschließt, würden die Änderungen ab dem vollen Geschäfts- und Kalenderjahr 2026 greifen. Das heißt: Die Meldung fürs Jahr 2025 zu Beginn des Folgejahres liefere noch ab wie bisher. Ab Anfang 2026 würde die bisherige Sonderausschüttung durch die Verbreitungsausschüttung abgelöst.

IMPRESSUM

Herausgeber:

Wolfgang Grebenhof
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
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), Jana Margarete Schuler (F), Anna Gojowsky (F), Senta Krasser (T), Ester Neri Hernández Sánchez (F), Silvio Wyszengrad (F), Forster&Martin (F), Aljoscha Kostomlatsky (F), Vincent Misch (F), Ute Bolmer (F), Erol Gurian (F), Markus Konvalin (F), Thomas Mrazek (T), Johannes Michel (T), Johannes Hauser (F), Johanna Schlüter (F), Maria Goblirsch (T, F), Olha Tarabanova (F), Yannick Hupfer (T, F), Curdt Blumenthal (T, F), Thomas Schuler (T, F), Veit Olischläger (G), Annika Karoline Schleithoff (T), Stephan Höck (F), Anne Weibert (T), Thomas Geiger (F), Katharina Wach (F), Harald Stocker (F), Max Beck (F), Christine Kokot (F), Thomas Wenzel (F), Dirk Walter (F), Stefan Hippel (F), Jochen Aumann (F), Dirk Ceelen (F), Niklas Keller (F), Jim Albright (F), Barbara Weidmann (T), Fabian Stoffers (F), Stefan Matzke (F), Enric Mammen (F).

Gestaltung: Mediaservice Rudi Stix

Titelbild: Jana Margarete Schuler

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 3/2025: 27. Juni 2025
Erscheinungstermin: 29. Juli 2025

ISSN: 0947-8337

Copyright 2025 by BJV & Autoren

Druckerei:

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



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

„Aufstehen, Krone richten“

Ein Standpunkt von Anne Webert

Endlich raus aus der Schmutzdecke und dem Kleinreden! Lokaljournalismus zeigt, was er kann und wie unverzichtbar er ist. Früher klang „lokal“ nach endlosen Gemeinderatssitzungen, schlecht besuchten Vereinsversammlungen und lahmen Scheckübergaben ortsansässiger Unternehmen. Dabei ist gerade das Lokale die Keimzelle des Journalismus, der unsere Gesellschaft stärkt und dessen Bedeutung im Grundgesetz glücklicherweise verankert ist.

Der Wüstenradar (wuestenradar.de) zeigt erstmals in wissenschaftlichen Daten, wo Redaktionen im Land schließen. Beängstigende Zahlen aus Amerika und anderen europäischen Ländern dazu gibt es bereits. Es schwindet aber auch hierzulande ganz leise die zweite, dritte Perspektive auf das Geschehen vor Ort, die Diversität der Themen und nicht zuletzt auch die Zahl der Redakteur*innen und freien Journalist*innen. Im Zeitraum von 1992 bis 2023 haben Christian-Mathias Wellbrock und Sabrina Maaß von der Hamburger Media School dokumentiert, wie sich die Zahl der eigenständigen Redaktionen verändert hat. In knapp der Hälfte der 400 Landkreise und kreisfreien Städte existiert nur noch eine einzige wirtschaftlich eigenständige Zeitung. Dies sind sogenannte „Einzeitungskreise“ – der letzte Schritt vor der tatsächlichen Wüste, in der es gar keine Lokalzeitung mehr gibt. Vielfalt verschwindet.

Wie gut das bestehende Angebot ist, was es darüber hinaus vielleicht an digitalen Formaten gibt oder auch, was sich seit 2023 schon wieder verändert hat: All diese Fragen konnten beim Wüstenradar leider nicht berücksichtigt werden. Aber er ist ein Anfang.

Andere Umfragen im Lokalen zeigen, dass sich Leser*innen teilweise überfordert fühlen von der Flut an Nachrichten. Sie wünschen sich mehr Überblick, der bitte nicht davon geprägt sein soll, was am besten „klickt“, sondern was für sie – lokal und regional – relevant ist.

Und sie wollen nicht nur von Katastrophen lesen.

Lichtblicke kommen ausgerechnet aus den so gebeutelten Lokalredaktionen beziehungsweise von Menschen, die Lokaljournalismus neu denken.

So hat die Redaktion der *Augsburger Allgemeinen* unter anderem eine Serie zur Bundestagswahl realisiert, in der die Kolleg*innen vor allem eines taten: Zuhören. Sie hatten Menschen aus unterschiedlichen Bereichen nach ihren Gefühlslagen vor der

Wahl befragt und damit ein emphatisches, ruhiges, ausgewogenes Bild mit vielen Facetten erstellt. Ohne immer gleich die Lösungen parat zu haben, aber auch ohne ausschließlich Ängste und Probleme zu schildern. Es geht bei „Deutschland, wie geht’s“ um Mut und Überforderung, Glück und Frust, Angst und Hoffnung.

Am Bodensee haben einige ehemalige Mitarbeitende der *Schwäbischen Zeitung* gemeinsam *Kolumna* gegründet – eine gemeinnützige, konstruktive Alternative zur bestehenden Einzel-Redaktion (siehe „Sagen Sie mal“ im BJVreport 01/2025). Digital und auf Abo-basis. Von montags bis freitags liefert der kleine Trupp in Lindau nach eigenen Angaben „Einordnung statt Nachrichtenflut, ausführlich recherchierte Artikel anstelle von Schlagzeilen“. Die Kolleg*innen von *karla* in Konstanz gehen derweil in die dritte Runde: erst als Community-Projekt nach rund einem Jahr gescheitert. Aufgestanden, Krone gerichtet und unter neuer Leitung weiter gemacht. Seit März 2025 nun erneut mit anderem Background, denn die Fördermittel sind ausgeblieben und die sieben Gründungsgesellschafter*innen arbeiten seit Dezember ehrenamtlich weiter. Aufgeben ist keine Option.

Auch für den Wüstenradar hat Thomas Schnedler drei Fallbeispiele genauer unter die Lupe genommen. Eines davon in Regensburg, denn dort hat sich 2021 überraschenderweise eine zweite gedruckte Zeitung etabliert. Mit inzwischen fünf Redakteur*innen, die täglich fünf, sechs Seiten füllen.

Dabei stand Regensburg auch durch *Regensburg-Digital* (das im Wüstenradar aber nicht gezählt wird) schon gut da.

Es gibt sie also durchaus – die mutmachenden Beispiele. Aufhören sollten wir Journalist*innen deshalb vor allem eines: den für unsere demokratische Gesellschaft so wichtigen Lokaljournalismus kleinzureden.



Anne Webert war bislang Schriftführerin des BJV und kandidierte bei der Mitgliederversammlung im April nicht mehr.

Foto: Thomas Geiger

Pressefreiheit als Bollwerk gegen kriminelle Tendenzen

Austausch von Wissen und Realitäten mit lateinamerikanischen Journalist*innen

Zensur, die Kriminalisierung und Bedrohung von investigativen Journalist*innen sowie massiver rechtlicher Druck schränken in Lateinamerika die freie Medienäußerung ein und zielen darauf ab, kritische Stimmen zum Schweigen zu bringen. Politische und wirtschaftliche Akteure mischen sich in die Presse ein. Die Gewalt nimmt zu, organisiertes Verbrechen und Korruption machen den Journalismus zu einem gefährlichen Beruf, so die Konrad-Adenauer Stiftung (KAS).

Laut einem Bericht von „Voces del Sur“, einem regionalen Netzwerk zivilgesellschaftlicher Organisationen zur Förderung und zum Schutz der Pressefreiheit, werden in Lateinamerika täglich rund zehn Verstöße gemeldet. Dazu zählen Morde, Entführungen, gewaltsames Verschwindenlassen, willkürliche Verhaftungen, Folter, körperliche und verbale Angriffe und andere Bedrohungen.

Kampf gegen Desinformation

Vor diesem Hintergrund hat die Konrad-Adenauer-Stiftung das Programm „Journalistischer Dialog – Demokratie und Pressefreiheit als Bollwerk gegen autoritäre und kriminelle Tendenzen“ konzipiert und besuchte mit sechs renommierten Journalist*innen aus Argentinien, Chile, Ecuador, Mexiko, Kolumbien und Peru Medien und Institutionen in Berlin und München. Am 17. März war die Delegation unter Leitung von Johannes Hügel, KAS-Büro Ecuador, zum Austausch in der BJV-Geschäftsstelle zu Gast.



Im Dialog über die Bedrohung der freien Medienäußerung (von links): Milton Pérez, *Teleamazonas* (Ecuador), Ricardo Ospina, *BlueRadio* (Kolumbien), Mavila Huertas, *Ocurre Ahora* (Peru), Johannes Hügel, Konrad-Adenauer-Stiftung (Ecuador), Gloria Piña, freie Investigativjournalistin (Mexiko), Wolfgang Grebenhof, Christoph Kleiber, Konrad-Adenauer-Stiftung (Berlin), Thomas Mrazek, Tomás Mosciatti, *Radio Bio Bio* (Chile) und Diego Cabot, *La Nación* (Argentinien).
Foto: Maria Goblirsch

Stellvertretender BJV-Vorsitzender Wolfgang Grebenhof sowie die Fachgruppenvorsitzenden Thomas Mrazek (Online) und Maria Goblirsch (Internationales) diskutierten mit den Kolleg*innen aus Lateinamerika Themen wie den Kampf gegen Desinformation, den Schutz von Journalist*innen vor organisierter Kriminalität, Fakt-Checking und Deepfakes und den wachsenden Einfluss autoritärer Mächte im globalen Medien-Ökosystem. Auch gewerkschaftliche Themen wie der aktuelle Streik bei den Tageszeitungen und die Tarifpolitik stießen bei den Gästen auf großes Interesse. Der Austausch wird fortgesetzt.

Am 17. März war der BJV auch Gastgeber

für eine Gruppe mongolischer Jurist*innen und Fachjournalist*innen aus dem Justizbereich. Beim Austausch, der von der Hanns-Seidel-Stiftung (HSS) und der International Development Law Organization (IDLO) organisiert wurde, ging es unter anderem um das Verhältnis von Presse und Justiz, um die Sorgfaltspflichten von Journalist*innen bei der Gerichtsberichterstattung sowie um den Schutz von Persönlichkeitsrechten. Seit 1993 unterstützt die HSS das Land bei der Umsetzung von Rechtsreformen nach der demokratischen Wende (weitere Infos unter bjv.de/hss-mongolei).

(mgo)

So stimmt's

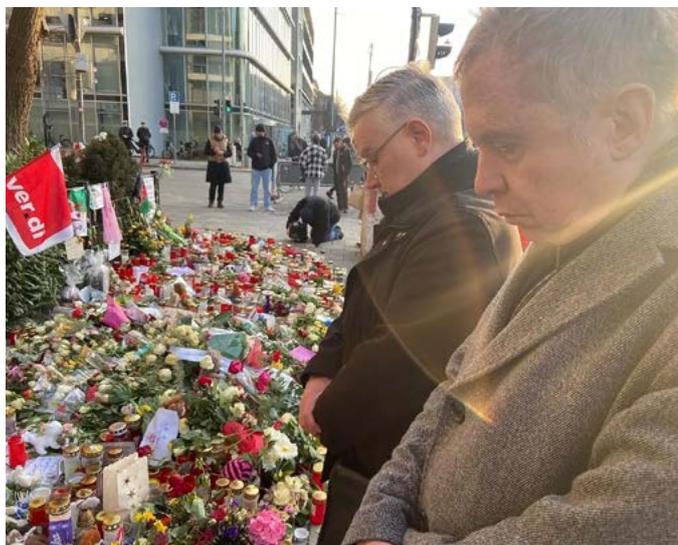
Zwei Fehler haben sich im vorigen *BJVreport* in der Titelstrecke in den Aufmacher „Der Patient am Rande der Stadt“ geschlichen. Hier ging es unter anderem auch um die journalistische Ausbildung beim *Bayerischen Rundfunk*. Die Verdoppelung der Voloplätzte erfolgte – anders als von uns geschrieben – nicht als eine der ersten Maßnahmen von Katrin Pötzsch, sondern bereits Anfang 2024. Pötzsch übernahm erst zum 1. Juli 2024 die Leitung der Ausbildung. Auch der Satz „Ein Studium ist seit einem Jahr nicht mehr Voraussetzung (fürs Volontariat)“ stimmte nicht – das gilt bereits seit 2022. Wir bitten beide Ungenauigkeiten zu entschuldigen.

Kritischer mit Künstlicher Intelligenz umgehen

„Kann KI den Journalismus besser machen?“. Diese Frage diskutierten Journalist*innen, ein Wissenschaftler und BJV-Geschäftsführer Dennis Amour im März beim *Bayerischen Rundfunk* in München. Uli Köppen, Leiterin des AI + Automation Lab des *BR*, zeigte eindrucksvoll, wie der Sender KI einsetzt. Auch der *SPIEGEL* präsentierte innovative Ansätze. Doch neben der Begeisterung gab es Kritik: KI-Plattformen nutzen zunehmend Inhalte, die Journalist*innen erstellen. Dies sei „ein Angriff auf das Geschäftsmodell des Journalismus“. Hier sollten sich alle Medienschaffenden zusammenschließen. Mehr über die Diskussion und Linktipps: bjv.de/ki-journalismus (tm)

Presserat: Höchststand an Rügen

Der Deutsche Presserat hat 2024 die bisher höchste Zahl an Rügen in einem Jahr ausgesprochen. Er verhängte 86-mal seine schärfste Sanktion und übertraf damit den bisherigen Höchstwert von 73 Rügen aus dem Jahr 2023. Besonders häufig rügte der Presserat Verstöße gegen die Sorgfaltspflicht. Im März verschärfte er die Regelungen zum Offenlegen von Interessenkonflikten in Ziffer 6 des Pressekodex. Mehr unter presserat.de. (tm)



„Gewerkschaften stehen fest zusammen“

Der Anschlag vom 13. Februar in München hatte schwer erschüttert. Am gemeinsamen Gedenken an die Opfer nahmen im Namen des BJV und des DJV der BJV-Vorsitzende Harald Stocker und Vorstandsmitglied Jürgen Schleifer teil.

Foto: Katharina Wach



Ortsverband Neumarkt bestätigt Vorstand

Der Ortsverband Neumarkt des BJV hat seinen bisherigen Vorstand im Amt bestätigt. Jürgen Dennerlohr (links) bleibt Vorsitzender, unterstützt von den stellvertretenden Vorsitzenden Ingrid Maschek (Mitte) und Lothar Röhl (rechts).

Foto: Harald Stocker

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:



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

Der, dem die Stars vertrauen

Die Großen aus Film und Fernsehen hatte Christian Schäfer-Koch im Interview. Dieses Insiderwissen nahm er mit zur *ZDF*-Pressestelle – und seine Diversity-Expertise zum BJV

Von Senta Krasser



Für den *BJVreport* schlug Christian Schäfer-Koch als Fotomotiv die Lobby des *ZDF*-Landesstudio Bayern vor; sie sei repräsentativer als sein Büro. Egal, wo er sich aufhält und was er tut: Diversität ist ihm immer ein großes Anliegen. Dass Unternehmen reihenweise ihre DEI-Programme herunterfahren, bereitet ihm Sorge. Was das *ZDF* betrifft, ist er zuversichtlich: „Diversität ist und bleibt eine feste Säule des Senders.“

Fotos (2): Max Beck

Müsste man in einem Satz zusammenfassen, was Christian Schäfer-Koch ausmacht, dann vielleicht so, wie es der BJV-Vorsitzende Harald Stocker nach dessen Wahl zum Beisitzer in den Landesvorstand getan hat: „Er ist unser Diversity-Experte.“ Wer das nicht längst schon wusste, sei an jenen Samstag im vorigen Juni erinnert, als der BJV erstmals an der Münchner Parade zum Christopher-Street-Day teilnahm. Mit einem eigenen Wagen zeigten sich die Teilnehmenden solidarisch mit den queeren Kolleg*innen, setzten ein Zeichen für die Pressefreiheit und gegen die Diskriminierung von LGBTQIA+-Personen bei ihrer Arbeit im Journalismus. Die Aktion angeregt und über viele Monate koordiniert hat: Christian Schäfer-Koch.

Auf Bundesebene führt er bereits den DJV-Fachausschuss Chancengleichheit und Diversity. Und auch dort geht er neue Wege zur

Stärkung von Diversität etwa mit dem Format „Media Hour“. Prolog-Gast des ungezwungenen Online-Plauschs war eine schillernde Ikone: Conchita Wurst. Der Künstler, Sänger und ESC-Gewinner diskutierte engagiert und ehrenamtlich

„Ich war immer ein fairer Promi-Reporter. Da war nichts getürkt.“

Christian Schäfer-Koch

lich mit zum Thema „Recht auf Gendern“. Schäfer-Kochs langjährigen Kontakten ins Show-Biz war das zu verdanken. Und einer weiteren Expertise: Er weiß, wie das Trommeln geht.

Seit 2008 arbeitet er in der Presse- und Kommunikationsabteilung des *ZDF* in München. In seinem Büro in Unterföhring im *ZDF*-

Landesstudio ist er seit der Pandemie meist nur an Montagen anzutreffen. Als „Paradebeispiel für Mobilität“ hatte er sich im Vorgespräch bezeichnet. Zum digitalen Gespräch schaltet er sich aus seinem Homeoffice zu und bringt „ein paar Grunddaten“ aus seinem Leben mit, damit man weiß, mit wem man es zu tun hat.

Also: Geboren wurde er am 31. Mai 1967 in eine Hoteliersfamilie in Bad König im Odenwald. Für Geographiekundige: Das ist an der Südspitze Hessens nahe der bayerischen Grenze. Die Odenwälder Heimat hört man dem Wahl-Münchner immer noch an, dabei kehrte er ihr nach dem Abitur den Rücken. Statt die elterliche 20-Betten-Pension zu übernehmen, in der er mit seinem älteren Bruder von klein auf mitgearbeitet hatte, entdeckte der Zweitgeborene den Journalismus für sich. Oder besser gesagt: Er wurde vom Journalismus entdeckt.

Er war 16, als er in der Jungen Union aktiv wurde und erstaunt feststellte, dass das *Darmstädter Echo* die von ihm verfassten Pressemitteilungen eins zu eins abdruckte. Irgendwann nahm ihn der Lokalchef zur Brust: „Wissen Sie eigentlich, dass Sie Talent haben? Sie müssen Journalist werden.“ Die Ausbildung zum Bäcker und Konditor zog er den Eltern zuliebe zwar noch durch. Nach Dienstschluss schrieb er aber Berichte und Kolumnen, die auch ein Spezl von Helmut Markwort las, seinerzeit Chefredakteur der Fernsehzeitschrift *Gong*.

Dieser Karlheinz Balzer leitete im Rhein-Main-Gebiet ein Außenbüro des *Gong*. Zu Dreharbeiten wie der ZDF-Serie „Diese Drombusch“ nahm er Schäfer-Koch mit. Völlig neue Perspektiven und Möglichkeiten taten sich da für den Jungen vom Land auf, der damals, wie er sagt, „noch ungeoutet“ war: „Ich merkte, dass ich in der Filmwelt so sein konnte, wie ich war. Dort war alles locker und so viel offener. Ich hatte meine emotionale Heimat gefunden.“ Bald stand für ihn fest: „Ich sattle um, hole mein Abitur nach und verdiene mein Geld als Journalist.“ Auch aus der Partei trat er aus.

Kaum volljährig, interviewte Schäfer-Koch für den *Gong* und andere Zeitschriften die Film- und Fernsehprominenz und finanzierte sich damit den Schulabschluss. Sein jugendliches Alter schien kein Hindernis zu sein. Immer wieder mit fremden, auch komplizierten Mitmenschen umzugehen, war er aus dem Familienbetrieb gewohnt. Der Einzige, der ein Interview abbrach und den Jungreporter wegschickte, erstmal seine Hausaufgaben zu machen, war der „Tatort“-Kommissar Manfred Krug und zurecht, wie Schäfer-Koch im Nachhinein einräumt: „Ich war schlecht vorbereitet.“ Noch einmal sollte ihm das nicht passieren.

Erste Stelle bei der *Freizeit Revue*

1989 startete der Burda Verlag eine eigene Journalistenschule in Kooperation mit der DJS und Schäfer-Koch gehörte zum ersten Volo-Jahrgang. Dorthin gelotst hatte ihn ein ehemaliger Bundeswehrkamerad aus Münster, Kai Diekmann hieß er und arbeitete inzwischen als Chefreporter bei *Bunte*. Die Ausbildung schloss auch Praktika bei *Bild* in Berlin und *RTL* in Köln ein. Die erste feste Stelle hatte der fertig ausgebildete Journalist dann bei Burdas Klatsch-und-Tratsch-Heft *Freizeit Revue* in Ofenbürg. Bald brachte er es dort bis zum Chefreporter, bis ihn die Konkurrenz abwarb.

Warum ich im BJV bin

„Obwohl ich vor bald 17 Jahren in die PR fürs ZDF gewechselt bin, bin ich im Herzen Journalist geblieben. Die gesellschaftliche Entwicklung über die Jahre zu Ungunsten von Pressefreiheit und Journalismus hat auch mich sehr besorgt. Deshalb war es für mich überhaupt keine Frage, dass ich mich gewerkschaftlich engagieren muss. Als Vorsitzender des Bundesfachausschuss für Chancengleichheit und Diversität kann ich das effektiv. Da verbindet sich mein DJV-Engagement mit meiner privaten Situation. Sowohl die Presse als auch die queere Community stehen ganz oben auf der Feindesliste systemersetzender Kräfte. Dagegen muss ich etwas tun.“

Der einstige Jerry-Cotton-Groschenromanverlag Bastei-Lübbe verlegte vor den Toren Kölns *Das Goldene Blatt* (bis zum Verkauf an die WAZ-Gruppe in 2003). Goldene Zeiten brauchen auch für Schäfer-Koch an. Nicht nur fand er privat Erfüllung in Kölns schwuler (Medien-) Community mit ihren schrillen Aushängeschildern Hella von Sinnen und Georg Uecker. Auch seine Chefredakteure ließen ihm viele Freiheiten. Und die Stars, über die er berichtete, auch, darunter solche von internationalem Rang wie Liz Taylor und Liza Minelli.

Wehmut schwingt mit, wenn Schäfer-Koch an die Arbeitsbedingungen in den 1990ern zurückdenkt: „Damals kamst du noch überall hin und durftest Home-Stories machen. Es war keine PR-Agentur dazwischengeschaltet so wie heute. Alles lief auf Vertrauensbasis und dank guter Kontakte.“ Dem Berliner Fotografen Lothar Winkler hatte er es zum Beispiel zu verdanken, dass er das letzte Interview mit der Chanteuse Hildegard Knef bei ihr zuhause in Zehlendorf machen konnte.

Nichts sei bei ihm „getürkt“ gewesen, schiebt Schäfer-Koch eilig hinterher, bevor man ihn überhaupt mit dem Ruf der Regenbogenpresse konfrontieren kann, es mit der Wahrheit nicht immer genau zu nehmen: „Ich war ein fairer Promi-Reporter.“ Die Stars hätten gewusst, dass er sie „nicht reinlege“, und ihm manches Mal sehr Persönliches anvertraut. Top-Stories wären das gewesen, die er aber nicht ohne deren Einwilligung veröffentlicht habe. Das sollte sich für seinen Wechsel auf die andere Seite des People-Journalismus auszahlen. Denn beim ZDF, wohin ihn der langjährige Pressesprecher Walther Kehr holte, war Schä-

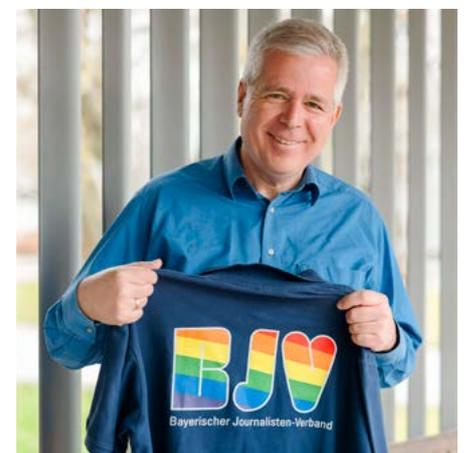
fer-Koch plötzlich derjenige, der die Prominenten vor den „schwarzen Schafen unter den Journalisten“ schützen musste. „Das hätte nicht funktioniert, wenn ich überall verbrannte Erde hinterlassen hätte.“

Sein Vorteil für den neuen Job: Als langjähriger Journalist weiß er, „wie die Kundschaft tickt und was sie braucht“. Er habe „Insiderwissen und ein Gefühl für Geschichten“. Dem entsprechend bereite er die Pressetermine des ZDF so auf, dass Journalisten und Fotografen „nur noch zugreifen müssen“ bei presseportal.zdf.de. Für Audiomedien stehen dort nach journalistischen Kriterien geführte Interviews zum Download bereit. Das sei „keine plumpe PR“, er selbst versteht sich auch nicht als „skrupellosen PR-Verkäufer“, der auf schnellen Erfolg aus ist. Der „nachhaltige, vertrauensvolle Kontakt mit den Medien“ ist Schäfer-Koch wichtig.

Gut, Werbung für die ZDF-Formate sollte dabei natürlich schon herauspringen.

Brachte der Sender früher Presse und Prominente in Hotels inklusive Imbiss zusammen, findet der Austausch heute fast ausschließlich telefonisch oder digital statt. Das liegt auch daran, dass Termine in Präsenz oft an der Realität in ausgedünnten Redaktionen scheitern. Die Telefoninterview-Wochen des ZDF sind Schäfer-Koch zufolge „die erfolgreichste und effektivste PK-Form in der Fernsehbranche“. Allein 2024 hätten sie mehr als 1.200 Interviews umgesetzt mit einer Reichweite an Veröffentlichungen von fast einer Milliarde Menschen.

Auch für den BJV wird Schäfer-Koch nun oft zum Hörer greifen, aber nicht nur. Am 28. Juni ist Pride Day in München. Auf dem BJV-Wagen fährt er dann wieder mit.



„Unser Diversity-Experte“: Mit diesen T-Shirts ist der BJV gut gerüstet für den Pride Day.

„Angebot der Verleger de facto Gehaltskürzung“

Tageszeitungsredakteur*innen bayerischer Verlagshäuser waren fast zeitgleich zum Warnstreik aufgerufen

Von *Michaela Schneider*

Es war eine der größten Streikaktionen in Bayerns Medienlandschaft der jüngeren Vergangenheit. Und ein Ende der Tarifauseinandersetzungen ist nicht in Sicht. In der Woche des *BJVreport*-Andrucks (KW 15) riefen die Gewerkschaften an allen bayerischen, tarifgebundenen Tageszeitungen zum Streik auf. Auf dem Augsburger Rathausplatz fand eine große Kundgebung mit Teilnehmer*innen aus ganz Bayern statt (bjv.de/streik-kw1525). Die Gespräche über eine Erhöhung der Tarife sollen am 14. April in einer fünften Verhandlungsrunde fortgesetzt werden. Schon zuvor hatten der Deutsche Journalisten-Verband und Verdi Kolleg*innen der *Augsburger Allgemeinen*, des Verlags Nürnberger Presse, der *Allgäuer Zeitung*, des Oberbayerischen Zeitungsverlags, des *Münchener Merkurs* sowie der *tz*, der *Fränkischen Landeszeitung*, des *Main-Echos* und der *Süddeutschen Zeitung* zwischen dem 17. und 19. März zu einem teils ein-, teils zweitägigen Warnstreik aufgerufen.

Das mehrstündige Gespräch der Gewerkschaften mit dem Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) am 20. März in Düsseldorf aber blieb anschließend ohne Ergebnis. Der BDZV hielt an seiner Forderung fest, die tariflichen Rahmenbedingungen massiv zu verschlechtern. Für Verärgerung sorgt vor allem, dass die Berufsjahrestufen und damit die mögliche Gehaltsentwicklung erheblich eingekürzt werden sollen. Die Streikbereitschaft sei hoch, ließen Kolleg*innen bei einer Liveschalt in die Streiklokale am 18. März wissen.

Streikend vorangegangen waren zunächst Redakteur*innen der *Süddeutschen Zeitung* am 21./22. Januar und 6./7. März. „Die Online-Berichterstattung, Newsletter und Podcasts der SZ sind betroffen. Außerdem werden in der Freitags- und Samstagsausgabe alle Ressorts der Zeitung in reduziertem Umfang und eingeschränkter Aktualität erscheinen. Die Lokalteile, die Münchner Kultur, das Fernsehprogramm und der Börsenteil fehlen ganz“, war am 6. März bei sz.de zu lesen.

Es sei cool gewesen, dass die Leute auf die SZ geschaut hätten, sagt Redakteur und inzwi-

schen stellvertretender BJV-Vorsitzender Max Muth. Es sei aber noch deutlich schöner, wenn man gemeinsam streike und davon in ganz Bayern etwas merke. Den Begriff der Gemeinschaft hielt BJV-Geschäftsführer Dennis Amour im SZ-Streiklokal auch entsprechend hoch: Es gehe beim Streik nicht nur um weniger Seiten, weniger Beiträge; es gehe vor allem auch darum, gemeinsam für Dinge einzustehen, die man sich wünsche und die man brauche. „Mit dem Angebot, das jetzt auf dem Tisch liegt, reden wir de facto von einer manifestierten Kürzung der Gehälter. Und das geht einfach nicht“, so Amour.

„Es ärgert maßlos, dass die Berufsstaffelung aufgelöst werden soll.“

Dirk Walter, *Münchener Merkur*

Die Verleger verweisen auf veränderte Marktverhältnisse und ein hohes Maß an Investitionen in neueste Technik bei gleichzeitig steigenden Kosten. Der BDZV strebe einen Tarifabschluss an, der dem Flächentarifvertrag noch eine Zukunft sichere, heißt es in dessen Pressemitteilung. Er dürfe nicht nur die wirtschaftlich starken Verlage als Maßstab berücksichtigen. BJV-Vorsitzender Harald Stocker sieht das anders: „Das Angebot der Verleger ist de facto eine Gehaltskürzung und nicht hinnehmbar.“ Es brauche dringend einen Inflationsausgleich, damit es auch in Zukunft attraktiv bleibe, im Journalismus zu arbeiten.

Beim Aschaffener *Main-Echo* gingen im März rund 50 Mitarbeitende aus Redaktion und Technik in den Ausstand; seit dem ersten Streik am 25. Februar und einer Beteiligung von rund 40 Kolleg*innen gebe es Neueintritte in den BJV zu verzeichnen, betont Redakteur Dirk Ceelen. Die Stimmung sei gut und positiv kämpferisch, erklärt auch Josef Karg; am ersten Streiktag seien bei der *Augsburger Allgemeinen* um die 100 Kolleg*innen im Ausstand gewesen, am zweiten Tag immerhin noch um die 80. In Wolfshaus-

sen kamen rund 35 Redakteur*innen des Oberbayerischen Zeitungsverlags aus dem ganzen bayerischen Oberland zusammen, lässt Thomas Wenzel wissen.

Und hohe Streikbereitschaft trägt Früchte: Als er die *Nürnberger Nachrichten* morgens aus dem Briefkasten gezogen habe, sei die Ausgabe „gewaltig dünn“ gewesen – und der Lokalteil fehlte, sagt Redakteur Hans von Draminski. Im Hause der *Augsburger Allgemeinen* wurde der Streik zwar auf der Seite eins angekündigt – 24 Seiten entstanden trotzdem, auch weil an den schwäbischen Desks Kolleg*innen der Würzburger *Main Post* eingesetzt wurden, die ebenfalls zur Mediengruppe Pressedruck gehört, jedoch aus dem Flächentarif ausgestiegen ist.

„Da streiken, wo andere Urlaub machen“, lautete das Motto der Kolleg*innen aus Redaktion und Druck der *Allgäuer Zeitung*. Eine schöne Landschaft reiche eben nicht aus, um die Miete zu bezahlen und um Kinder zu ernähren, betont Redakteurin Stefanie Heckel im Video. Vor allem bewege, dass es den Jungen künftig so viel schlechter ginge. Es ärgere maßlos, dass die Berufsstaffelung aufgelöst werden soll, sagte auch Dirk Walter vom *Münchener Merkur* – und entsprechend viele junge Kolleg*innen streikten deshalb mit. „Wir wollen den Wert des Berufs erhalten“, erklärt der ehemalige BJV-Vize Wolfgang Grebenhof. Mit seinen Redakteurkolleg*innen der *Fränkischen Landeszeitung* fuhr er während des Streiks nach Nürnberg, um dort gemeinsam mit den Journalist*innen des Verlags Nürnberger Presse für einen angemessenen Lohn zu kämpfen.

Angebot und Forderung

Im Dezember hatte der BDZV eine Festbetragserhöhung von 120 Euro sowie eine Gehaltserhöhung in zwei Stufen – 1,5 Prozent ab August 2026 und 1,0 Prozent ab August 2027 – angeboten bei einer Laufzeit von 36 Monaten. Der DJV hatte das Angebot als völlig unzureichend zurückgewiesen. Er fordert ein Plus von 10,5 Prozent bei einer Laufzeit von zwölf Monaten.



Inzwischen dreimal gingen Mitarbeitende der *Süddeutschen Zeitung* in den Ausstand.

Foto: Christine Kokot



BJV-Chef Harald Stocker sprach im Wolfratshausener Streiklokal mit Kolleg*innen des Oberbayerischen Zeitungsverlags.

Foto: Thomas Wenzel



Streikbereitschaft herrschte auch in den Redaktionen des *Münchner Merkurs*.

Foto: Dirk Walter



Gingen gemeinsam auf die Straße: Joutnalist*innen des Verlags Nürnberger Presse und der *Fränkischen Landeszeitung*.

Foto: Stefan Hippel



BJV-Vorsitzender Harald Stocker reiste zu den Kolleg*innen der *Augsburger Allgemeine*.

Foto: Jochen Aumann



„Unsere Arbeit ist mehr wert“, finden auch die Kolleg*innen des *Main-Echos*.

Foto: Dirk Ceelen

Die BJV-Geschäftsstelle zieht zum 1. Juni um

Die neuen Büroräume in der Aschauer Straße sind kleiner. Das spart Mietkosten

Von Maria Goblirsch

Es war eine große Herausforderung. Wo findet man in München noch Büros zur Miete, die bezahlbar sind, aber auch nicht zu weit vom Zentrum und von den Haltestellen von U- und S-Bahnen entfernt liegen? Vor dieser Frage standen Geschäftsführer und Vorstand des BJV bereits im Herbst 2024.

Die Flächen der bisherigen Geschäftsstelle in der St.-Martin-Str. 64 waren in Zeiten von Homeoffice und Mobile Working zu groß geworden, die Mietkosten entsprechend hoch. Daher hatte der BJV die Räumlichkeiten zum Ende des Monats Mai 2025 gekündigt.

Die Suche nach einem geeigneten Büro, dessen Miete auch nach der mittelfristigen Etatplanung und über die kommenden Jahre hinaus finanzierbar sein musste, war schließlich im März erfolgreich. Zum 1. Juni wird die Geschäftsstelle auf rund 380 Quadratmeter in moderne Räume im Stadtteil Ramersdorf umziehen. Die neue Anschrift lautet Aschauer Str. 28-30, 81549 München.

BJV spart fünfstellige Summe

Etliche Objekte standen in verschiedenen Stadtteilen zur Wahl und wurden besichtigt. Der entscheidende Punkt war, dass nicht nur das Verhältnis von Größe und Mietpreis stimmen musste. Ziel war auch, die vorhandenen Flächen bereits vor dem Einzug so umbauen und gestalten zu lassen, dass sie den Anforderungen der BJV-Geschäftsstelle entsprechen. In diesen Prozess wurde neben einem erfahrenen Architekten auch das Team der Mitarbeiter*innen einbezogen.

„Wir haben uns regelmäßig darüber ausgetauscht, welche Objekte zur Auswahl standen, und wie die Büroräume optimal gestaltet werden könnten“, sagt BJV-Geschäftsführer Dennis Amour. Den Ausschlag für das Objekt in der Aschauer Straße hätten ein angemessener Mietpreis pro Quadratmeter und der gute Zuschnitt der Räume ergeben. „Mit dem Umzug nach Ramersdorf spart der BJV bei den Miet- und Nebenkosten jährlich eine mittlere fünfstellige Summe – 60.000 bis 75.000 Euro – was dem Etat bei sinkenden



Die BJV-Geschäftsstelle wechselt im Juni in diesen Bürokomplex in der Aschauer Straße 28-30. Vorher werden die Räume noch umgestaltet.

Foto: Maria Goblirsch

Einnahmen sehr entgegenkommt und Investitionen in andere wichtige Projekte möglich macht“, so der BJV-Geschäftsführer.

Zwei Monate sind mietfrei, Mieterhöhungen nach dem städtischen Index in den kommenden zwei Jahren ausgeschlossen. Ein weiterer Vorteil: Die Büroflächen können in der Größe an andere Gegebenheiten angepasst werden, falls das später einmal erforderlich würde. Außerdem existiert in dem Bürokomplex ein technisch hochwertig ausgestatteter Conference-Center, der für Veranstaltungen angemietet werden kann.

Bei den Dienstleistungen für die BJV-Mitglieder und dem Publikumsverkehr bleibt es auch nach dem Umzug beim Gewohnten. So wird es etwa nach wie vor die Möglichkeit geben, sich auf Wunsch auch vor Ort rechtlich beraten zu lassen (nach Terminanfrage). Die Geschäftsstelle ist weiterhin unter der Telefonnummer 089 54504180 erreichbar, die Öffnungszeiten der neuen Geschäftsstelle finden Sie in Kürze auf der BJV-Website bjv.de.

Einen kleinen Nachteil hat der Umzug dennoch: Die neuen Büroräume liegen nicht

in der Nähe des Hauptbahnhofs oder unmittelbar an einer U- oder S-Bahn-Haltestelle, da dort die Quadratmeterpreise zu hoch sind. Vom Münchner Hauptbahnhof aus ist man in etwa 25 Minuten an der BJV-Geschäftsstelle (siehe Kasten).

Wann die BJV-Geschäftsstelle wegen des Umzugs schließen wird, erfahren Sie auf der BJV-Website unter bjv.de.

So erreichen Sie die neue BJV-Geschäftsstelle

Der Bürokomplex, in dem die BJV-Geschäftsstelle ab dem 1. Juni anzutreffen ist, liegt im Münchner Stadtteil Ramersdorf. Wer den öffentlichen Nahverkehr nutzt, fährt mit der **S-Bahn** (S3 oder S5) oder mit der **U-Bahn** (Linie U2) bis zur Haltestelle Giesing. Von dort sind es etwa 15 Minuten Fußweg (1 km) bis zur Aschauer Straße. Beide Linien fahren auch ab dem Hauptbahnhof. Mit dem Auto führt die schnellste Verbindung über den Mittleren Ring. Parkplätze sind in der näheren Umgebung vorhanden.

„Im Lokaljournalismus entsteht Vertrauen in die Medien“

Pressefoto Bayern gastierte in Viechtach

Seit zehn Jahren zählt Viechtach (Landkreis Regen) zu Orten, in denen die Ausstellung Pressefoto Bayern regelmäßig zu sehen ist. Die frühere stellvertretende BJV-Vorsitzende Daniela Albrecht initiierte die Kooperation mit der Stadt, seither werden die rund 80 besten Pressefotos des Vorjahres dort im zweijährigen Turnus im Alten Rathaus gezeigt, einem aufwändig restaurierten Gebäude aus dem Jahr 1542.

Bei der Ausstellungseröffnung sagte der neu gewählte Vorsitzende des Bezirksverbandes Niederbayern-Opferpfalz, Heiko Langer, es sei wichtig, Journalismus auch in der Region sichtbar zu machen. Gerade in Zeiten von „Fake News“ seien die Berichterstattung vor Ort und der persönliche Kontakt der lokalen Presse zu den Bürger*innen unverzichtbar. Hier entstehe Vertrauen in die Medien.

Nächste Station der Ausstellungstour: die Galerie der Bayerischen Landesbank in München, wo die Bilderschau bei der Verleihung der Rainer-Reichert-Preise am 2. Mai eröffnet wird. Dort sind in einer Sonderedition auch die Pressefotos der Jahre 2000 bis 2018 zu sehen. Vom 5. Juni bis 6. Juli gastiert Pressefoto Bayern im Städtischen Museum Fembohaus in Nürnberg, danach in Würzburg und Karlstadt am Main. Mehr unter bjv.de/pressefoto. (mgo)



Die Ausstellung „Pressefoto Bayern“ gastierte erneut im Alten Rathaus in Viechtach.

Foto: Maria Goblirsch

„Kainsbach reloaded“

Viele Jahre traf man sich zum Frühjahrs- und Herbstseminar in Kainsbach – jetzt hat die BJV-Fachgruppe Betriebs- und Personalräte das Konzept unter dem Motto „Kainsbach reloaded“ grundlegend überarbeitet. Der Startschuss fällt am 26./27. Juni – und zwar aufgrund der besseren Erreichbarkeit nicht in Kainsbach, sondern in Nürnberg. Das neue Format für Betriebs- und Personalräte wird am frühen Donnerstagabend mit einem „Get together“ starten, der Abend soll vor allem dem Austausch dienen. Beim Fachvortrag am Freitag soll es heuer im Schwerpunkt um die Betriebsratswahlen 2026 gehen. Zusätzlich zum Präsenztreff soll künftig ein Online-Nachbereitungstermin angeboten werden. Wie oft man sich in Zukunft treffen werde, hänge von der Resonanz ab, sagt Josef Schäfer, Vorsitzender der BJV-Fachgruppe Betriebs- und Personalräte. (mic)



2025 | akademie!
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 (ganztagig)

Pressefotos mit Pep: Wie Sie Menschen besser ins Bild setzen (8./9. Mai)

Interview (19.-23. Mai)

Politikjournalismus (26.-28. Mai)

Kreativer schreiben mit KI (26./27. Juni)

Sprechtraining für Podcasts (30. Juni)

Webinare

Verdichtetes Schreiben (2. Mai, ein Tag)

ChatGPT / KI personalisieren – für Content, Stil und Tone of Voice (7. Mai, 3,5 Stunden)

Social Media: Strategien entwickeln wie Profis (8./9. Mai, zwei Tage)

Kompaktkurs KI: Besser prompten für Redaktionen (13./14. Mai, zwei Vormittage)

Einfache Sprache – nach DIN-Norm (21./22. Mai, ein Vormittag + ein Tag)

Akademie der Bayerischen Presse

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

Handwerkszeug für die eigene Zukunft

In Zeiten eines rasanten Medienwandels sollten Freie ihre Geschäftsmodelle weiterentwickeln. Wie, verrät Eva Werner beim FREItag 2025

Von *Michaela Schneider*

Jammern geht immer, bringt aber nichts: Unter diesem Credo gab Kommunikationsberaterin Eva Werner beim diesjährigen FREItag der Fachgruppe freie Journalistinnen und Journalisten des BJV als eine der Referentinnen den Teilnehmer*innen im Presseclub Nürnberg Handwerkszeug an die Hand, um sich auf die Zukunft vorzubereiten.

Redenschreiberin im Bundestag, stellvertretende Pressesprecherin des DJV, Geschäftsführerin einer Agentur für Krisenkommunikation, Beauftragte für die Transformation der Presse-Kommunikation in der ARD-Programmdirektion, Lehrbeauftragte für digitalen Journalismus und Innovation: Werner weiß, wovon sie spricht, denn sie hat sich selbst beruflich immer wieder neu erfunden. Sie sagt: Die „eierlegende Wollmilchsau“ gehöre der Vergangenheit an, gefragt seien zunehmend Spezialist*innen. Doch wie entwickelt man sein eigenes Geschäftsmodell?

Veränderte Branche: Die Tageszeitung wird zum digitalen Produkt, lineares Fernsehen verliert an Bedeutung, Streaming-Dienste und Mediatheken werden wichtiger, Informationen werden vermehrt über Influencer, Podcasts und Social-Media-Plattformen verbreitet. Auch freie Journalist*innen müssten letztere verstehen, um dort erfolgreich zu sein, betont Eva Werner – zum Beispiel LinkedIn, das keine reine Plattform mehr für Geschäftsbeziehungen, Networking und Jobbörse sei, sondern helfen könne, das eigene Image zu formen. Auch Newsletter boomen – und Freelancer wie etwa Andreas Rickmann nutzen diese erfolgreich, um langfristige Beziehungen zu Abonent*innen aufzubauen.



Die „eierlegende Wollmilchsau“ gehöre der Vergangenheit an, gefragt seien zunehmend Spezialist*innen, sagt Kommunikationsberaterin Eva Werner.

Foto: Michaela Schneider

KI im Journalismus: Künstliche Intelligenz verändert Arbeitsweisen und schafft neue Jobprofile. KI wird in Redaktionen unter anderem für die Backend-Automatisierung, Text-zu-Audio-Umwandlungen, KI-generierte Zusammenfassungen von Texten oder automatische Übersetzungen genutzt. Hier kann KI ein Handwerkszeug sein – auch für Freie. Sie eröffne neue Möglichkeiten für investigativen Journalismus, könne beim Kreativsein oder der Faktenrecherche helfen und dazu beitragen, dass sich bestimmte Aufgaben schneller und kosteneffizienter erledigen lassen. Menschen indes sind laut Werner besser im kritischen Denken und der Entscheidungsfindung. Journalist*innen blieben nötig, um komplexe Sachverhalte zu kontextualisieren. Und KI könne weder echte Beziehungen aufbauen noch Emotionen verstehen.

Drei Beispiele für Geschäftserfolge: Dana Buchzik erhielt 2024 den Progressive Voice Award. Sie gibt Workshops und Fortbildungen im Umgang mit Hass und Verschwörungstheorien, unterstützt als Kommunikationsberaterin beim Setzen gesunder Grenzen und ist Buchautorin. Jochen Markt verbindet

in Live-Theatershows Journalismus und darstellende Kunst als Erfinder und Moderator der Reporter-Slams. Oskar Vitlif, der eigenen Angaben zufolge einen sechsstelligen Jahresgewinn macht, berät und trainiert Medienunternehmen, ist im Social-Media-Team der „Tagesschau“ tätig – und bezieht zehn bis 15 Prozent seiner Einnahmen aus seinem eigenen Job-Newsletter.

Das eigene Businessmodell: Auch freie Journalist*innen und PR-Leute brauchen laut Eva Werner eine klare Strategie und Zielsetzungen fürs eigene Businessmodell. Die Beantwortung eines Fragenkatalogs könne helfen, daran zu arbeiten:

Was treibt Euch an, was ist Eure Intention, was sind Eure Ziele? Was macht Euch einzigartig? Welchen Mehrwert bietet Ihr? Welche weiteren Zusatzleistungen könnt Ihr anbieten? Wer liest und hört Euch? Wer beauftragt Euch? Wie werdet Ihr von Kund*innen oder Nutzer*innen wahrgenommen? Wer fühlt sich mit Euren Arbeitsergebnissen aus welchen Gründen wohl? Wie und wo werdet Ihr sonst noch wahrgenommen? Wie entstehen Eure Arbeiten und wie schafft Ihr Wert? Was sind Eure physischen, finanziellen und geistigen Schlüsselressourcen, über welche einzigartigen Fähigkeiten verfügt ihr? Habt Ihr wichtige Partner? Wie steht es um das Verhältnis von Kosten und Erlösen? Mit wem arbeitet Ihr eventuell zusammen? Und Eva Werner rät mit Blick auf die Zukunft: „Love it, leave it or change it.“



Was sonst noch beim FREItag 2025 geboten war, kann nachgelesen werden unter www.bjv.de/freitag

Auch die Auszubildenden können noch etwas lernen

BJV-Newcomer-Camp „Press Ahead“ am 14. Mai in München heuer mit Bildungsgipfel

Von *Michaela Schneider*

Nach dem Erfolg des Vorjahres geht „Press Ahead“, das Newcomer-Camp des BJV, am Mittwoch, 14. Mai, in der Katholischen Akademie München in eine zweite Runde. Zielgruppe: Ausbilder*innen wie auch Volontär*innen, Azubis und Studierende.

Beginnen wird die Veranstaltungen mit einer Keynote für alle, Journalistin Alexandra Borchardt wird über Künstliche Intelligenz in der Journalismus-Ausbildung sprechen. Mit mehr als 25 Jahren Erfahrung in großen deutschen Medienhäusern und in Führungspositionen berät und betreut sie heute Redaktionen bei der digitalen Transformation.

Anschließend treffen sich die Akteur*innen aus der beruflichen und akademischen Journalismus-Ausbildung bei einer Ausbilder*innenkonferenz. Unter anderem wird hier auf dem Podium und mit dem Publikum über Volos als

Innovationstreiber und Formatentwicklung in Ausbildungsredaktionen diskutiert. Es soll besprochen werden, wie man Ausbilder ausbildet. Und neben allgemeinen Recruiting-Strategien geht es um Wege, wie sich Kinder aus Nicht-Akademiker-Familien für eine Journalismuskarriere begeistern lassen. Auch das „Voloband der Demokratie“ wird vorgestellt – eine Initiative mehrerer Medienhäuser, die ihre Auszubildenden befähigen wollen, Jugendliche über die Bedeutung von Demokratie aufzuklären.

Volontär*innen, Azubis, Studierende und alle anderen Newcomer im Journalismus können zeitgleich zur Ausbilder*innenkonferenz passende Angebote aus einem Workshop-Programm auswählen zu Themen wie Mental Health, investigatives Arbeiten, Fotoreportage, KI, Berichterstattung über Rechtsextremismus, Markenbildung, Sportjournalismus, die

Produktion von Videobeiträgen, ein Moderationstraining, digitale Selbstverteidigung, das Lösen von Kreativitätsblockaden oder Berichterstattung ohne Schleichwerbung.

Eine Anmeldung ist möglich unter www.bjv.de/press-ahead, hier finden sich auch ausführliche Informationen zu allen Programmpunkten. Die Teilnahme an der Ausbilder-Konferenz kostet für BJV/DJV-Mitglieder 35 Euro (regulär 70 Euro), für die Newcomer-Workshops zahlen Verbandsmitglieder inklusive Catering 15 Euro (regulär 30 Euro). Die Teilnahme am Bildungsgipfel Bayern ist kostenlos, es muss aber ein Ticket gebucht werden.



„Wir wollen das Volontariat aufwerten“

Der BJV will eine Diskussion um gemeinsame Standards mit anerkanntem Abschluss anstoßen

Zusätzlich zur Ausbilder*innen-Konferenz und den Workshops für den journalistischen Nachwuchs ist ab 18 Uhr ein Journalismus-Bildungsgipfel Bayern geplant, bei dem Köpfe aus Medien- und Bildungspolitik sowie Medienwirtschaft über die Herausforderungen diskutieren wollen, vor denen die journalistische Ausbildung heute steht. Voraussichtlich auf dem Podium: Katja Wildermuth, Intendantin des *Bayerischen Rundfunks*, Annette Schumacher, Geschäftsführerin der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) Ex-Kultusminister Michael Piazzolo (Freie Wähler), die Landtagsabgeordnete und einstige Journalistin Martina Fehlner (SPD) und Michael Busch, Aus- und Weiterbildungsredakteur beim *Fränkischen Tag*. Moderieren wird der BJV-Vorsitzende Harald Stocker.

Der BJV will eine Diskussion anstoßen, ob sich das Volontariat nicht mit einem anerkannten Abschluss verbinden ließe. Warum?

Harald Stocker: Es geht darum, das Volontariat attraktiver zu gestalten. Junge Leute fragen sich natürlich: Was habe ich eigentlich als

Abschluss in der Hand, wenn ich mich beruflich verändern und etwa in den Staatsdienst wechseln will? Hier wollen wir eine Diskussion anstoßen um die Frage, wie sich das Volontariat mit einem anerkannten Abschluss verbinden ließe. Wenn wir einen anerkannten Abschluss haben wollen, müssen wir zudem gleichzeitig inhaltliche Standards setzen. Viele Medienhäuser haben sehr hohe Standards, einige haben eine eigene Journalistenschule und kombinieren Theorie und Praxis sehr hochwertig. Es gibt aber auch Volontariate, bei denen Auszubildende eher als billige Arbeitskräfte missbraucht werden. Da darf man sich nicht wundern, wenn der Branche der Nachwuchs abhandenkommt. Der Tarifvertrag über das Redaktionsvolontariat an Tageszeitungen hilft auch nicht weiter, weil viele Häuser längst aus dem Flächentarif ausgestiegen sind.

Wie ließen sich gemeinsam Standards erreichen?

Hier gäbe es verschiedene Möglichkeiten – und wir wollen eine ergebnisoffene Diskussion anstoßen, die dringend geführt werden muss.

Ähnlich wie bei der Handwerksausbildung mit Berufsschule könnte sich der Staat zum Beispiel einbringen bei der Theorie – und die praktische Ausbildung übernehmen die Betriebe. Ein anderes Modell, das es schon gibt, ist die akademische Ausbildung als duales Studium. Das Problem ist, dass dieses zwingend einen Bachelor voraussetzt. Wir wollen eine ergebnisoffene Diskussion anstoßen, die dringend geführt werden muss.

Steht das Grundgesetz, Artikel 5, einem standardisierten Volontariat nicht im Weg?

Nein, denn Quereinsteiger etwa mit Leidenschaft und Fachwissen könnten ja trotzdem weiterhin in den Beruf hineinwachsen. Auch die akademische Ausbildung gibt es weiterhin. Wir wollen niemandem verbieten, Journalist oder Journalistin zu werden. Wir wollen das Volontariat aufwerten, weil uns Verlage spiegeln, dass sie keine guten Volontär*innen mehr finden. Das kann gelingen, wenn jeder eine gute Ausbildung bekommt – mit einem anerkannten Abschluss. (mic)

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!

Joscha Westerkamp,

21 Jahre, Volontär bei der
Süddeutschen Zeitung,
DJV-Mitglied seit Februar 2022,
joschawesterkamp.de



Foto: Niklas Keller/SZ

Beruflicher Werdegang: Ab 2019 freie Mitarbeit in der Lokalredaktion Lübbecke des *Westfalen-Blatt*. Ab Herbst 2021 freie Mitarbeit als Autor und Fotograf in der Dortmunder Lokalredaktion der *Ruhr Nachrichten*. Korrektor bei *ZEIT ONLINE*. Hospitant im Ressort „Investigative Recherche und Daten“ von *DIE ZEIT* und *ZEIT ONLINE*. Seit Oktober 2024 Volontär bei der *Süddeutschen Zeitung*. Noch bis Oktober 2025 Studium der Journalistik an der Technischen Universität Dortmund. Das Volontariat ist ins Studium eingebettet.

Deshalb wurden Sie Journalist: Ich schrieb mit 13 ein Buch übers Jonglieren und hatte das Glück, dass ich mit dem Maternus Verlag jemanden fand, der „Jonglieren: Tipps zum Gelingen“ 2018 veröffentlichte. 2022 kam mit „Jonglieren wie ein Profi“ noch ein zweites Buch dazu, das ich zusammen mit dem Profi-Jongleur Luca Pferdmeiges geschrieben habe. Ich schreibe schon immer gern. Mein erstes Schnupperpraktikum bei der Zeitung machte ich einen Tag lang in der achten Klasse. Zwei Jahre später bewarb ich mich in der Lokalredaktion Lübbecke erneut im Rahmen eines Schulpraktikums. Anschließend konnte ich dort frei mitarbeiten. Das war als 15-Jähriger attraktiv, um ein bisschen Geld zu verdienen.

Das haben Journalismus und Jonglieren gemein: Beides macht Spaß und ich weiß, dass ich es gut kann. Als ich während Corona viel Zeit hatte, stellte ich über ein Onlineportal mehrere – sehr nieschige – Weltrekorde im Jonglieren auf. Unter anderem stellte ich mich in den Garten und drehte eine Stunde lang drei Keulen doppelt, das reichte schon. Inzwischen ist dieser Weltrekord gebrochen.

Das reizt Sie am Journalismus: Die Arbeit ist vielfältig, man kann kreativ sein und gleichzeitig „wissenschaftlich“ arbeiten. Und je länger man sich damit beschäftigt, desto deutlicher wird in Anbetracht gesellschaftlicher und politischer Entwicklungen, wie wichtig der Job ist.

So gehen Sie mit Anfeindungen um: Das Gute ist: Man startet als junger Journalist in Bereichen, die nicht so angefeindet sind. Im Lokaljournalismus freut sich jeder, wenn übers Feuerwehrest berichtet wird. Landet man später bei Medien, in denen Anfeindungen eine größere Rolle spielen, ist man gefestigter.

So kamen Sie zur Fotografie: Die Lokalredaktion Lübbecke ist klein, wer dort frei mitarbeitet, muss auch Fotos machen. Irgendwann hatte ich an mich den Anspruch, dass der zehnte Feuerweherschlauch auf einem Foto auch gut aussehen soll.

Deshalb liegt Ihr Schwerpunkt im Volontariat auf Datenjournalismus: Ich bin überzeugt, dass sehr viele derer, die uns anfeinden, nach wie vor an Fakten festhalten, die ihnen aber verquer präsentiert werden. Über möglichst viele Daten und ganz eng orientiert an Fakten können wir diese Menschen eher noch erreichen als über eine reine Protagonisten-Geschichte.

So stellen Sie sich Ihre berufliche Zukunft vor: Über das Volontariat erhoffe ich mir, den Fuß in die Türe eines Medienhauses zu bekommen, bei dem man von möglichst vielen Menschen gelesen wird – gerne bei der SZ. Mein Ziel ist eine Festanstellung, weil ich gerne längere Recherchen mache, die man frei selten finanziert bekommt.

Ihr berufliches Meisterstück: Zum einen meine Bachelorarbeit, die dann beim *Spiegel* unter der Überschrift „Vom Hörsaal ins Parlament“ veröffentlicht wurde. Dafür begleitete ich Sabrina Repp, die jüngste deutsche Europa-Abgeordnete in ihrem Arbeitsalltag. Zum anderen eine klassische Reportage, die im Zuge eines Uniseminars entstand über eine Studentenverbindung.

Ihre sonstigen Leidenschaften: Ich lese, ich gehe spazieren, ich jongliere.

Deshalb sind Sie BJV-Mitglied: Ich wurde vor drei Jahren vor allem wegen des Presseausweises DJV-Mitglied beim Landesverband Nordrhein-Westfalen. Zum BJV wechselte ich jetzt, weil ich die Verankerung vor Ort für wichtig halte, um über Veranstaltungen informiert zu bleiben, aber auch mit Blick auf Streiks und Tarifverhandlungen. Wenn ich hier einen Wunsch äußern darf: Es braucht so viel Zusammenarbeit mit Verdi wie möglich, wir haben alle das gleiche Ziel.

Michaela Schneider

Wer besitzt bei Interviews das Urheberrecht?

LG Hamburg: Recherchefragen sind geschützt, wenn sie sprachlich prägnant sind

Von Maria Goblirsch

Wer bei der Verwertungsgesellschaft (VG) Wort veröffentlichte Interviews anmelden will, wundert sich vielleicht, dass er die interviewte Person als Mitautor*in angeben muss und nur für die Fragen als Urheber*in gilt (siehe Servicetipp auf Seite 42). Doch wann sind Interviews überhaupt vom Urhebergesetz geschützt? Und wann darf ein solches Interview ohne Einwilligung übernommen und veröffentlicht werden?

Grundsätzlich gilt: Interviewfragen und -antworten sind urheberrechtlich geschützt, wenn sie als Sprachwerke eine „ausreichende Schöpfungshöhe“ aufweisen (§ 2 Urheberrechtsgesetz, UrhG). Wann das zutrifft, hatte das Landgericht Hamburg zu entscheiden. Der Fall: Ein Journalist hatte im Auftrag eines Magazins per Mail verschiedene Recherchefragen an eine Partei gerichtet. Dabei ging es um einen vermuteten Verstoß gegen das Parteiengesetz, den eine Tochtergesellschaft begangen haben sollte. Ein Parteimitglied beantwortete die Fragen per Mail. Womit der Journalist nicht rechnete: Die Partei veröffentlichte die Fragen und Antworten online und gedruckt. Darin sah die Herausgeberin des Magazins eine Verletzung ihrer Nutzungsrechte und beantragte den Erlass einer einstweiligen Verfügung.

Die Hamburger Richter gaben dem Magazin Recht und verurteilten die Partei dazu, weitere Veröffentlichungen im Internet und in Printmedien zu unterlassen. Zur Begründung führten sie aus, dass vor allem die von dem Journalisten formulierten Interviewfragen dem Urheberrechtsschutz unterlägen, da sie „eine ausreichende Tiefe aufweisen, individuell ausformuliert sind und sprachlich prägnant gestaltet“ seien.

„Ein Sprachwerk kann seine Prägung als individuelle geistige Schöpfung nicht nur durch die sich in der Sprachgestaltung ausdrückende Gedankenführung und -formung gewinnen, sondern auch durch die schöpferische Sammlung, Auswahl, Einteilung und Anordnung des vorhandenen Stoffes“, so das LG Hamburg. Es reiche aus, wenn das Sprachwerk einen gewissen Grad an Individualität aufweise. Hieran könne es fehlen, „wenn der Spielraum für eine individuelle Gestaltung sehr eng und individuelles Schaffen deshalb besonders schwierig ist“. Im Fall des Magazins wiesen die Fragen nach Ansicht des Gerichts „vielfache Möglichkeiten der Formulierung auf und sind auch aufgrund ihres inhaltlichen Aufbaus und der individuellen Zusammenstellung geschützt“ (Urteil vom 8. November 2012, Az.: 308 O 388/12). Das gleiche gilt für die Antworten von Interviewpartner*innen. Auch sie unterliegen dem Urheberrecht, wenn sie die geforderte „Schöpfungshöhe“ erreichen.

Hat es genügt, dass die interviewte Person als Miturheber die Zustimmung zur Veröffentlichung gab? Das verneinten die hanseatischen Richter. Denn die oder der Interviewte habe allenfalls eine Miturheberschaft, für die Nutzung sei aber die Zustimmung aller Urheber*innen, also auch von Journalist*innen, die die Fragen stellen, erforderlich.

Auch das Landgericht Berlin beschäftigte sich mit der Frage, wann

Passagen aus einem Interview Urheberrechtsschutz genießen. In dem Fall war eine Schauspielerin interviewt und der Text in einer TV-Beilage des *Stern* veröffentlicht worden. Die Richter urteilten, dass es bereits genüge, wenn das Interview einen „darstellerischen und inhaltlichen Spielraum biete, aus dem die Antworten geprägt seien.“ Werde um die Veröffentlichung des gesamten Interviews gestritten, so seien einzelnen Passagen nicht isoliert zu betrachten (Urteil vom 20. September 2011, Az.: 16 O 134/11).

Aber: Dürfen wenigstens einzelne Passagen aus einem Exklusivinterview mit ausreichenden Quellenangaben veröffentlicht werden, wenn Urheber oder Urheberin nicht zugestimmt haben? Eine solche Übernahme könnte durch das so genannte „Zitatrecht“ gedeckt sein (Paragraf 51 UrhG). Zulässig ist

danach „die Vervielfältigung, Verbreitung und öffentliche Wiedergabe eines veröffentlichten Werkes zum Zweck des Zitats, sofern die Nutzung in ihrem Umfang durch den besonderen Zweck gerechtfertigt ist“.

Darüber hatte der Bundesgerichtshof (BGH) zu entscheiden. Der Fall: Der Sender *SAT 1* hatte Exklusivinterviews mit Liliana M. über sich und ihre Ehe mit dem ehemaligen Fußballnationalspieler Lothar M. führen lassen und strahlte diese Gespräche in der Sendung „STARS & Stories“ aus. Nachdem der beklagte Sender *VOX* zuvor jeweils vergeblich bei *SAT 1* um eine Zustimmung zur Nutzung der Interviews angefragt hatte, verwendete er verschiedene Ausschnitte unter Angabe der Quelle in der eigenen Sendung „Prominent“. *SAT 1* sah darin eine Verletzung ihrer Schutzrechte als Sendeunternehmen und klagte.

Fremdes Werk als „Erörterungsgrundlage“

Ohne Erfolg. Das Gericht urteilte, dass sich der Sender *VOX* bei der Ausstrahlung auf das Zitatrecht berufen habe. „Für das Eingreifen dieser Schutzschranke ist es nicht erforderlich, dass sich der Zitierende in erheblichem Umfang mit dem übernommenen Werk auseinandersetzt. Es reicht aus, dass das fremde Werk als Erörterungsgrundlage für selbständige Ausführungen des Zitierenden erscheint“, so die BGH-Richter. Dies sei in dem Fall zu bejahen, da die *SAT 1*-Sendungen die Selbstinszenierung von Liliana M. in den Medien zum Gegenstand gehabt hätten und die übernommenen Interviewausschnitte hierfür als Beleg verwendet worden seien (BGH, Urteil vom 17. Dezember 2015 - I ZR 69/14).

„Ausreichend ist, wenn das Interview einen gewissen Grad an Individualität aufweist.“

Das Landgericht Hamburg



Die Autorin

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

Foto: Jim Albright

Der Rechtstipp



VG Wort: Urheberfragen bei Interviews

Wer Texte bei der Verwertungsgesellschaft (VG) Wort melden und für die Nutzung eine Vergütung bekommen möchte, muss bei Interviews auf eine Besonderheit achten: Im Bereich Presse-Repro (Tages- und Publikumspresse Print) muss die Gesamtzahl der Anschläge für das jeweilige Medium angegeben werden beziehungsweise die „Anschlagsstufe“, in die die Länge des Textes fällt. Soweit nichts Neues. Meldet man aber ein Interview, so gibt es eine Besonderheit: Journalist*innen sind nicht Alleinautor*innen, sondern müssen die interviewte Per-

son als Mitautor*in angeben. Es darf nur der eigene Textanteil gemeldet werden, also etwa die Fragen, einleitende Texte oder Bildunterschriften – nicht aber die Antworten des oder der Interviewten. Diese sind für die interviewte Person urheberrechtlich geschützt. Für den oder die Journalist*in urheberrechtlich relevant ist immer nur die kreative Eigenleistung, nicht aber die formale Umsetzung wie beispielsweise die Übertragung kleinerer Korrekturen oder Anpassungen. Wann Interviewfragen überhaupt vom Urheberrecht geschützt sein können, lesen Sie in „Recht aktuell“ auf Seite 41. *Maria Goblirsch*

Der Buchtipp



Vom Klick zum Clip

Immer mehr Videofilmer greifen lieber zur Fotokamera als zum klassischen Camcorder. Vor allem spiegellose Modelle und DSLRs eröffnen eine Welt der Möglichkeiten, die mit reinen Videokameras kaum zu erreichen ist. Die größeren Sensoren zaubern selbst bei schwachem Licht beeindruckende Bilder und schaffen mit ihrem cineastischen Bokeh einen besonders hochwertigen Look. Dazu kommt die Freiheit, Objektive zu wechseln, und das kompakte, flexible Design. Autor und Videojournalist Markus Valley weiß solche Pluspunkte zu schätzen – in der Content-Produktion, als Journalist und als unabhängiger Filmemacher. Mit seinem inzwischen vierten, im Eigenverlag erschienenen Buch legt er ein stabiles Fundament für Anfänger*innen, die sich bisher nicht

getraut haben, ihren Fotoapparat auch für bewegtes Bild zu nutzen. Aus Sicht des Praktikers erklärt und verknüpft er die wichtigsten Grundbegriffe, schildert Vor- und Nachteile einzelner Zubehörteile und verrät Tipps und Hacks für typische Drehsituationen. Etwa, warum man immer ein Fünf-Cent-Stück in der Tasche haben sollte, oder wie man mit einem billigen HDMI-Adapter bei der Aufnahme mithören kann. Angesichts der vielen Fachbegriffe hätte ein Glossar zum Nachschlagen gutgetan. Trotzdem ein guter Startpunkt für alle, die sich in kleinen Schritten mit der Welt des Filmens vertraut machen möchten. *Barbara Weidmann*



Markus Valley. *Filmen mit dem Fotoapparat*. Selbstverlag, 2024, 208 Seiten, 24,95 EUR, ISBN 978-3982432571

Der Techniktipp



Ratschläge für den Smartphone-Wechsel

Smartphones sind keine kurzlebigen Produkte mehr, sondern bei den meisten Nutzer*innen viele Jahre im Einsatz. Der Umstieg auf ein neues Gerät aber ist immer noch nicht so einfach, wie er eigentlich sein müsste. Apples iPhones können das ohne Zusatz-Apps, bei Android kommt es auf den Hersteller an. Bei Samsung beispielsweise ist eine App namens „Smart Switch“ installiert, die diese Aufgabe übernimmt. Zunächst sind auf dem alten Smartphone, auch bei Apple, aber noch Schritte nötig. Ein prominentes Beispiel ist der Messenger WhatsApp: Hier muss in den Einstellungen das Chat-Backup, also eine extra Datensicherung für die Inhalte der App, aktiviert werden. Ist dies nicht passiert, tauchen Nachrichten, Fotos und mehr nicht auf dem neuen Smartphone auf. Und auch nach dem Transfer der Daten

aufs neue Smartphone müssen Apps entweder wieder verbunden oder auch ganz neu eingerichtet werden. Parat haben sollten Sie also Ihre wichtigsten Passwörter und PINs. Kompliziert ist es oft bei Apps von Banken, manche versenden dafür immer noch einen Registrierungsbrief per Post. Und auch die Authenticator-Apps für die Zweifaktor-Authentifizierung sind ein Knackpunkt – alle Zugänge sollten überprüft werden, solange das alte Smartphone noch vorhanden ist. Planen Sie auf jeden Fall mehrere Stunden für eine solche Einrichtung ein. Erst, wenn alles läuft, sollte auch die SIM-Karte aus dem alten ins neue Smartphone wandern. Sollte das eigene Smartphone schon längere Zeit keine Aktualisierungen mehr bekommen, lohnt der Wechsel aber allein schon aus Sicherheitsaspekten. *Johannes Michel*

„Humor passt nicht in Zelle C4“

Bei der Wahlparty der Union flog er raus, als Fastenprediger teilte er aus: Der Kabarettist Maxi Schafroth über Grenzgänge

Von Senta Krasser

Nach seiner bierernsten Starkbierrede auf dem Nockherberg war der Presseandrang groß. Die Fragen des *BJVreport* wollte Maxi Schafroth gerne beantworten, schriftlich aus dem Urlaub.

Sagen Sie mal, Herr Schafroth, wie gut vertragen die Mächtigen Spott und Spaß?

Maxi Schafroth: Das kommt ganz drauf an, gegen wen sich der Spott richtet. Wenn es gegen den jeweiligen politischen Gegner geht, vertragen sie es ganz vortrefflich. Wenn es gegen die eigene Person geht, wird es mit der Verträglichkeit recht dünn. Aber das ist menschlich und der Mensch an sich ist doch ein wunderbares und amüsanter Wesen. Diesen Glauben gebe ich nicht auf!

Hat die Dünnhäutigkeit zugenommen?

Ja, aber die Dünnhäutigen sind wiederum beim Austeilen rechte Dickhäuter. Aber ich wundere mich nicht darüber. Das Stress-Level ist hoch. Es wäre doch merkwürdig, wenn die Weltlage nicht auch unser Befinden beeinflusst. Jeder Mensch braucht Zuversicht, die Hoffnung, dass die Dinge sich zum Guten wenden. Das Gute geht aber hinter den zahlreichen Hiobsbotschaften leicht unter.

Wer in der Politik hat den meisten Humor?

Ich war ziemlich baff vom schauspielerischen Talent des schleswig-holsteinischen Ministerpräsidenten Daniel Günther. Ich bin vor einigen Monaten für „extra3“ im CSU-Loden auf dem Parteitag der CDU Schleswig-Holstein eingelaufen und habe Günther um eine öffentliche Entschuldigung gebeten. Das war, als der Streit zwischen Söder und Günther medial hin und her ging. Günther meinte salopp, ich soll das doch auf der Parteitagshöhle sagen. Das habe ich dann getan und damit quasi den Parteitag eröffnet. Daniel Günther kam durch seine Fähigkeit zur Spontanität und Selbstironie im Beitrag positiv weg. Unter dem Clip kommentierten Leute Sachen wie: Oh Gott! Die CDU ist mir durch euren Beitrag plötzlich sympathisch. Die Politik könnte unsere Drehs für sich nutzen. Die meisten wollen das, die wenigsten können es.

Bei der Wahlparty der Union im Konrad-Adenauer-Haus wurden Sie und Ihr Team von „extra3“ trotz Akkreditierung von der Security unsanft hinausgeschoben. Sicher, dass nicht mal wieder Frau Merz eingeschritten ist wie zuvor bei dem Kollegen von der „heute-show“?

Als ich von hinten gepackt wurde, dachte ich auch direkt, hoppla, Frau Merz hat den Bizeps trainiert. Aber als ich mich umdrehte, wusste ich, jetzt wird nicht nur das Mikrofon weggedrückt, sondern ich gleich mit. Unangenehm, aber es gibt Partys, bei denen ein Rauswurf ein Kompliment ist.

Vor dem Rauswurf wollten Sie den Granden ein Buch überreichen mit dem Titel „Regieren für Anfänger – 100 Tipps von Markus Söder“. Das reichte schon als Provokation?

Ich glaube, ich habe den heiligen Merz-Moment gestört. Merz ging auf die Bühne und es wurde lange applaudiert. Der Mann, der drei Anläufe für den Parteivorsitz brauchte, steht nun endlich da, wo er hinwollte, und dann kommt so ein Hanswurst und stört seine Inszenierung. Merz wollte „Kanzler üben“ und ich hab' in die Stille nach dem Applaus dreimal „Markus“ hinein gerufen. Im Vergleich zur Parteiveranstaltung in Schleswig-Holstein war ich auf der Wahlparty der Union ein braves Allgäuer Lämmchen.

Sie sind solche Drehs als Reporter gewohnt, Reaktionen wie diese auch?

Ehrlich gesagt erleben wir bei diesen Drehs größtenteils wohlwollende Reaktionen. Wenn wir es manchmal etwas überzogen hatten, gab es einen sanften Ruffel von den Pressesprecher*innen. Das lief immer sehr respektvoll ab. Das ist der Unterschied zum Vorgehen der CDU. Ein Rauswurf ohne Begründung, ohne vorherige Ansage von Seiten der

In cerevisia veritas:
Als Fastenprediger auf dem Nockherberg sprach Maxi Schafroth auch in diesem Jahr wieder Wahrheiten aus, die nicht allen schmeckten. Seine Arbeit als Reporter im Satiremagazin sieht er im Grenzbereich, aber in Zeiten, in denen Grenzen im Stillen neu gesetzt würden, sei es wichtig, „sie immer wieder zu berühren und zu überschreiten“.

Foto: BR/Stefan Matzke





Maximilian „Maxi“ Schafroth

wurde 1985 in Memmingen geboren. Er lernte Bankkaufmann und ließ sich danach zum Drehbuchautor ausbilden. Über ein Auslandsstipendium des MedienCampus Bayern vertiefte er in Los Angeles seine Kenntnisse in Filmproduktion. Seit 2007 verfolgt Schafroth eine Karriere als Kabarettist. 2009 hatte er in „Ottis Schlachthof“ (BR) seinen ersten TV-Auftritt. 2019 war seine Premiere

beim Politikerderblecken auf dem Nockherberg als bislang jüngster Fastenprediger und erster Allgäuer. Er gehört zum Ensemble der Satireshow „extra3“ (ARD) und ist DJV-Mitglied. Gegen seinen Rauswurf von der CDU-Wahlparty will er nicht vorgehen; ein Rechtsstreit wäre „schlecht fürs Karma“, lieber nutze er die Zeit, um den nächsten Dreh vorzubereiten.

Foto: BR/Fabian Stoffers

Pressestelle gab es so bisher nicht. Dass obendrein der ZDF-„heute-show“ die Akkreditierung gänzlich verweigert wird, zeugt von der Unfähigkeit der CDU unter Merz, mit Humor umzugehen.

Laut CDU-Pressestelle war alles nur „ein Missverständnis“. Sie durften wieder rein. Ist doch alles halb so schlimm, oder?

Ja, das war lustig, wir sind nochmal hin. Dann wurde uns mitgeteilt, wenn wir noch einmal so ein Ding bringen würden, fliegen wir raus. Auf die Frage, was für ein „Ding“ denn gemeint sei, kam keine Antwort. Offenbar wusste auch von den Verantwortlichen keiner so genau, warum wir rausgeflogen sind. Im Nachhinein waren es „Sicherheitsgründe wegen Störens durch Zwischenrufe“. Das ist eigentlich meine Lieblingsbegründung. Hätte ich Friedrich statt Markus gerufen, wäre es wohl sicherer gewesen.

Warum sorgen Sie sich um die Pressefreiheit unter einem Kanzler Friedrich Merz?

Ich weiß selbst, dass wir mit unserer Arbeit im Grenzbereich arbeiten, aber in Zeiten, in denen Grenzen im Stillen neu gesetzt werden, ist es wichtig, sie immer wieder zu berühren und zu überschreiten, um zu sehen, wo sie tatsächlich verlaufen. Es ist bezeichnend, dass solche Aktionen bisher nie ein Problem waren. Das heißt, dass die Grenzen enger gesetzt wurden, und da hoffen wir doch jetzt alle, dass das ein Missverständnis war.

*Wie erkenntnisreich ist es, Politiker*innen mit lustigen Fragen zu überfallen?*

Meine große Freude besteht ja eher darin, sie in Situationen zu bringen, in denen sie nicht Herr der Lage sind. In denen sie nicht mit dem Kopf reagieren können, sondern in denen sie aus dem Bauch heraus reagieren müssen. Einige können das richtig gut. Dobrindt spielt sofort mit. Spahn kann das auch. Das ist eine andere Spiel-Ebene. Merz ist Jurist und war Aufsichtsrat eines Vermögensverwalters. Das ist die Anleitung zum Abtöten von Bauchgefühl und Intuition. Der Mann ist eine lebendige Excel-Tabelle und Humor passt nicht in Zelle C4. Das ist das Problem.

Bei der Wahlparty flogen Sie raus, aber als Fastenprediger auf dem Nockherberg musste die CSU Sie verkraften. Rache ist süß, nicht wahr?

Ich bitte Sie. Ich bin doch kein Rächer. Rache, das wäre gewesen,

wenn ich Markus Söder von meinen singenden Mitbrüdern aus dem Saal hätte schieben lassen.

Die Mienen von Markus Söder & Co. waren wie versteinert. Wenn die CSU sich ärgert und gar nicht lacht, war die Rede gut und Ihr Ziel ist erreicht?

Dazu schweige ich genüsslich. Oder um es mit den Worten meiner Schwester und schafrothschen Pressesprecherin zu sagen: Wir kommentieren nicht.

So nah an Wahlen war das Starkbierfest noch nie. Wie groß war die Herausforderung für Sie als geübter Fastenprediger?

Meine Schreibgeschwindigkeit erhöht sich mit jedem Tag, an dem es auf die Predigt zugeht, das ist ein Vorteil. Die Frage ist eher, wie umgehen mit den unzähligen Themen. Es überlagert sich so vieles, was uns maximal umtreibt und besorgt, sodass man nach Schnittmengen im großen Ganzen suchen muss. Ich habe in der Predigt weniger das politische „Tagesgeschäft“, sondern insgesamt den Stil kritisiert. Allen voran die Verkürzung und Emotionalisierung, und da möchte ich mich nochmal bedanken, denn hierfür wurde mir das Material seitens der Politik sehr rechtzeitig und sehr umfangreich geliefert.

Manche hätten sich beim Politikerderblecken mehr Witzigkeit als Wahrheit gewünscht. Ihre Meinung?

Da sag ich nur. Alles zu seiner Zeit.

Andere befürchten, es könnte Ihr letzter Auftritt dort gewesen sein ...

Die Presseabteilung Schafroth teilt mit: „An so einem Spekulatius beteiligen wir uns nicht.“

*Der bayerische Humor-Vordenker Gerhard Polt findet, Humor müsse „in allen seinen Facetten endlich ernst genommen werden“, weil er „immun gegen Radikalismus macht“. Angesichts der aktuellen Lage, wo radikale Kräfte auf dem Vormarsch sind: Haben Humorist*innen versagt?*

Ich würde sagen, die Algorithmen haben versagt. Es wird mehr Humor und humorvoller Content produziert als je zu vor. Aber der Humor kommt nicht dahin, wo er hinsoll. Da muss ich mir selber einen Vorwurf machen. Wir waren mit „extra3“ ja auch nie bei der AfD. Humor in die AfD hineinzubringen, das wäre ja Entwicklungshilfe und dafür sind wir gar nicht geschult. Außerdem würde ich mich dort körperlich noch unwohler fühlen als bei der CDU. Umgekehrt könnte ein Schuh draus werden. AfDler zu mir holen. Ich könnte pro Vorstellung einem AfD Mitglied eine Freikarte schenken. Wenn die nach der Pause noch in der Vorstellung sitzen, besteht Hoffnung.

Trauen Sie sich in Zukunft noch auf Veranstaltungen von der Union?

Und wie! Der Friedrich, der Markus und ich, wir werden noch viele tolle Parteitage zusammen erleben, da bin ich mir ganz sicher! Ob mit Akkreditierung oder ohne! Wer in einer Allgäuer Dorfdisko ständig durchs Klofenster eingestiegen ist, der kommt auch bei der CDU rein.



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 / 2026

Netzwerke für
Geschäftserfolge!

Fachmessen



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



27. + 28. Januar 2026
DCONex Münster
Fachkongress + Ausstellung Schadstoffmanagement
www.dconex.de

Special Interest Messen



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



07. + 08. Februar 2026
Whisk(e)y-Messe Nürnberg THE VILLAGE
Pre-Opening am 06. Februar 2026
www.whiskey-messe.de



19. - 22. Februar 2026
RETRO CLASSICS® Stuttgart
Messe für Fahrkultur
www.retro-classics.de



08. - 12. April 2026
RETRO CLASSICS® Essen
Messe für Fahrkultur
www.retro-classics-essen.de



24. - 26. April 2026
akustika Nürnberg
Die Messe für Musik
www.akustika-nuernberg.de

Publikummessen



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



04. - 08. März 2026
Freizeit Touristik & Garten Nürnberg
Caravaning, Sport, Outdoor, Mein Haus
www.freizeitmesse.de



AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Messezentrum 1 · 90471 Nürnberg
(09 11) 9 88 33 - 7000
info@afag.de · www.afag.de



Änderungen vorbehalten! Stand: 27.02.2025