BJV report

Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

Ausgabe 5/2025

„Lichtblick“ ist das Pressefoto 2025

Verlage bauen noch mehr Stellen ab

BJV bei Münchner Medientagen

Tipps für die Betriebsratswahlen 2026

www.bjv.de / www.djv.de

„Schreibt doch, wo Ihr wollt!“

Arbeitswelt 4.0 – Freiheiten und Grenzen

Das Newcomer-Camp des BJV

Am Donnerstag, den 07. Mai 2026 in München.

Das Branchentreffen der Medienprofis von morgen.

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

Save the date

Mehr demnächst unter:
bjv.de/press-ahead

BJV
Bayerischer Journalisten-Verband

Michaela Schneider
Leitende Redakteurin
Foto: Günter Schneider

Verändertes Arbeiten

Führung bedeute in Zukunft, sichere Rahmenbedingungen zu bieten, innerhalb derer Mitarbeitenden größtmögliche Freiheit gewährt werde, sagt Harry Gatterer, Zukunftsentwickler und Geschäftsführer der Zukunftsinstitut GmbH. Faktoren wie der demografische Wandel und Künstliche Intelligenz, aber auch die Nachwirkungen der Corona-Pandemie verändern die Arbeitswelt. Wie spiegelt sich dies in der Medienbranche? Um das herauszufinden, erzählen verschiedene Kolleg*innen von ihrem Arbeitsalltag. Der *BJVreport* geht der Frage nach, was Homeoffice, Mobiles Arbeiten und Co. aus rechtlicher Sicht bedeuten. Wir lassen einen Kollegen zu Wort kommen, der seinen Lebensmittelpunkt nach Portugal verlegt hat. Und auch praktische Tipps fehlen nicht in der Titelstrecke. Unser Technikexperte erzählt, wie Apps seinen Arbeitstag erleichtern. Das Redaktionsteam erklärt in kurzen Statements, was Kolleg*innen in Anstellung vielleicht noch von Freiberufler*innen lernen können. Von Podcasts und Pop-ups handelt ein Artikel über neue Wege im Lokaljournalismus. **Ab Seite 16**

Mit „Lichtblick“ gelingt dem ap-Fotografen Matthias Schrader das Pressefoto des Jahres 2025.. Zudem zechnete der BJV in sieben weiteren Kategorien Arbeiten von Bildjournalistinnen und -journalisten aus. **Ab Seite 6**

Bis Ende 2027 sollen bei *Augsburger Allgemeine, Main-Post* und *Südkurier* 350 Arbeitsplätze wegfallen. Der *BJVreport* hakte in den drei Häusern nach und hörte sich unter Mitarbeitenden um. **Ab Seite 33**

Vor 80 Jahren verhalfen die USA Bayerns Zeitungslandschaft zu neuer Blüte. Aus diesem Grund lud der BJV die Vorsitzende des Verbands der Auslandspresse (VAP), Melissa Eddy, als Expertin aus Berlin nach Bayern ein. Sie arbeitet als Wirtschaftskorrespondentin der *New York Times*. **Ab Seite 42**

Unser Titelbild

Matthias Schrader
Foto: Jim Albright

Mehr als ein Smartphone, einen Laptop und vielleicht noch eine Kamera braucht es heute in vielen Fällen nicht mehr, um als Journalist*in zu arbeiten. Mobiles Arbeiten ist längst Gegenwart. Warum also nicht ab und an die Inspiration einer schönen Umgebung beim Schreiben nutzen? Wie dies aussehen kann, veranschaulichte „Pressefoto Bayern“-Gesamtsieger **Matthias Schrader** fürs *BJVreport*-Cover. Auch der Austausch mit Kolleg*innen oder Interviewpartner*innen hat sich gewandelt durch die Möglichkeiten rascher Videokonferenzen. Dies thematisiert der 53-jährige Agenturfotograf als Titelstrecken-Auftakt auf der Seite 16. Er arbeitet in Anstellung für die Associated Press (ap).

Kaleidoskop

4 Medienköpfe
5 Social Media auf Papier

Verband

6 Es geht in der Sportfotografie um Minuten
Matthias Schrader gewinnt bei „Pressefoto Bayern 2025“
7 Pressefoto Bayern – die Siegerbilder
14 Pressefoto Unterfranken
15 Pressefoto Bayern – die Jury

Titel

16 Schöne, neue Arbeitswelt?!?
*Wie Kolleg*innen aktuelle Veränderungen erleben*
19 Homeoffice, Remote, Hybrid oder Mobil
Wie sich die Modelle der Arbeit außerhalb des Betriebs unterscheiden
20 Ein Alltag zwischen Ammersee und Algarve
Thomas Öchsner verließ die SZ und machte sich selbstständig
21 Arbeiten mit Apps
So kann ein Arbeitstag mit digitaler Unterstützung aussehen
22 Netzwerke, technische Helferlein, Auszeiten
*Tipps von Freiberufler*innen aus der* BJVreport-*Redaktion*
24 Von Podcasts und Pop-ups
Flexible Angebote gehen neue Wege im Lokaljournalismus
25 Pressestellen

Medien-Szene

27 Mediengruppe Bayern auf Einkaufstour in Franken
BJV-Vorsitzender fordert: „Redaktionelle Vielfalt muss erhalten bleiben“
28 Auszeiten im Journalismus
Sabbaticals werden immer beliebter, die Pausen können befreiend sein
29 So gelingt der Start in die Freiberuflichkeit
*Tipps für angehende freie Journalist*innen*
30 So optimiert der *BR* sein Programm
Medienhäuser setzen auf zielgerichtete Portfoliosteuerung
32 Neue Töne im Lokalen
Articly erleichtert Zeitungen den Einstieg in Podcasts
33 Drohende Morgenröte
Bei der Mediengruppe Pressedruck fallen 350 Arbeitsplätze weg
35 Bald kein Zeitungsarchiv und keine Editoren mehr
So soll der Abbau von 190 Stellen in Nürnberg ablaufen

Verband

36 Aus dem Verbandsleben
38 Die Junge-Menschen-Stärkerin
Officestory: Lea Thies leitet die Günter-Holland-Journalistenschule
40 Auf der Suche nach der Zukunft
„WTFuture?!“war das Motto der diesjährigen Medientage München
41 Die BJV-Newcomerin: Francesca Polistina
42 Per Planwirtschaft zur freien Presse
Vor 80 Jahren verhalfen die USA Bayerns Zeitungen zu neuer Blüte
44 Keine mediale Sippenhaft
Kritik an Nennung der Herkunft in Polizeimeldungen

Service

47 Briefwahl ist nur noch bei weiten Distanzen erlaubt
Recht aktuell: Für die Betriebsratswahl 2026 gelten neue Regeln
48 Unsere Tipps, Impressum

Zur Person

50 Jubilare
52 Nachrufe

Sagen Sie mal...

53 „Zwischen *SZ* und *Zeit* zu klemmen, fühlt sich gut an“
Das Beste aus dem Postillon gibt es jetzt auch gedruckt.
Das ist diesmal keine Satire von Stefan Sichermann

Erst BJV-Stipendiat, jetzt Helmut-Stegmann-Preisträger

An einem Sonntagnachmittag im August 2024 starb in Berlin ein 16-jähriger Straßenjunge, am Auge klebte Ruß von der Crackpfeife. Kaum jemanden kümmerte es. Wie kann das sein? **Paul Lütge**, vor zwei Jahren Stipendiat des Bayerischen Journalisten-Verbands, machte sich an die Rekonstruktion dieses kurzen Lebens – und beeindruckte damit die Jury des diesjährigen Helmut-Stegmann-Preises. Aus zwölf Nominierten wählte sie Lütges in der *ZEIT* erschienene Reportage „Ein Drogentoter, was heißt das schon? Dieser hieß Michele" als Siegertext aus. Das Preisgeld in Höhe von 2.500 Euro kommt vom BJV, der Lütge bereits während seiner Redakteursausbildung an der Deutschen Journalistenschule ein Jahr lang finanziell unterstützte. Inzwischen arbeitet der 29-Jährige als Redakteur beim *SWR* und frei als Reporter für verschiedene Printmedien.

Ausgewählt aus zwölf Nominierten: Paul Lütge. Foto: David-Pierce Brill

Foto: Mica Zeitz

Mit **Julia Christoph** spricht die *Süddeutsche Zeitung* wieder mit eigener Stimme. Sie hat im Oktober die Leitung der Kommunikation übernommen und war zuvor Kommunikationschefin beim beruflichen Netzwerk LinkedIn. Als die Südwestdeutsche Medienholding (SWMH) im Jahr 2008 die Mehrheit am Süddeutschen Verlag übernahm, schaffte sie die Pressestelle bei der *SZ* ab. Auskünfte erteilte seitdem der jeweilige SWMH-Pressesprecher; seit April 2020 war das Martin Gritzbach, der auf eigenen Wunsch ging.

Florian Eder (48), Redaktionsleiter und Mitgründer des Fachbriefings „SZ Dossier", verlässt die *Süddeutsche Zeitung* und übernimmt zum 1. Januar die Chefredaktion der *Neuen Zürcher Zeitung Deutschland* in Berlin. Sein Vorgänger Marc Felix Serrao kam ebenfalls von der *SZ* und baute das Team seit 2017 auf. Seit November arbeitet Serrao als Global Reporter für Axel Springer. Bei „SZ Dossier" folgt Gründungsmitglied **Matthias Punz** auf Eder.

Alexandra Föderl-Schmid (54) geht für die *Süddeutsche Zeitung* als Wirtschaftskorrespondentin nach Paris. Ihre Nachfolge als Nachrichtenchefin neben Jens Schneider tritt zum Jahreswechsel **Karoline Meta Beisel** (43) an, die bislang Vize-Ressortleiterin Politik bei der *SZ* war. Die gebürtige Österreicherin Föderl-Schmid arbeitet seit 2017 für die *SZ* und wurde 2020 stellvertretende Chefredakteurin. Nach Plagiatsvorwürfen zog sie sich Anfang 2024 aus dem Tagesgeschäft zurück, verließ später die Chefredaktion und startete am Newsdesk der *SZ* wieder neu.

Foto: Thomas Kost

Jan Fleischhauer (61), streitlustiger *Focus*-Kolumnist, streitet jetzt auch im *ZDF*. „Keine Talkshow – Eingesperrt mit Jan Fleischhauer" heißt sein Format, in dem er laut *ZDF*-Chefredakteurin Bettina Schausten im „harten, aber immer fairen Schlagabtausch" mit seinem jeweiligen Gast zeigen soll, „dass Debattieren Spaß machen kann, auch wenn die Meinungen weit auseinanderliegen". Streitstart auf *zdf.de* war am 21. November mit der Rapperin Lady Bitch Ray. Für die Pilotstaffel sind vier Folgen geplant. Bis Juni 2023 hatte der Journalist, der in einem Vorort von München lebt, eine satirische TV-Kolumne bei *Servus TV*.

Markus Kavka (58) ist nach zwei Jahren Pause zurück bei *egoFM*. Seit Oktober moderiert der Musikjournalist immer sonntags die Sendung „Countdown 25". Bis Herbst 2023 hatte Kavka schon einmal eine Sendung bei *egoFM*, die wegen finanzieller Schwierigkeiten des Radiosenders eingestellt wurde.

Grace Maier, Multi-Chefredakteurin beim Münchner Verlag Maier Media (u.a. vom Modemagazin *L'Officiel*), führt auch den neuen deutschen Ableger des *Hollywood Reporter*. Die erste Printausgabe des Magazins für die Entertainmentbranche ist seit Anfang Dezember im Handel. Redaktionssitz ist München. Aus Berlin und L.A. arbeiten drei festangestellte Redakteure zu, dazu einige Freie. Für 2026 ist eine Erweiterung des festen Teams angedacht.

Foto: Bjens Ahner_Presserat

Katrin Müller-Hohenstein (60), *ZDF*-Sportmoderatorin, macht wieder Radio. Ab Januar wird sie die Morning-Show beim deutschlandweiten DAB+-Sender *Absolut Oldie Classics* moderieren, teils live, teils vorproduziert. Bevor „KMH", so ihr Spitzname, zum „Aktuellen Sportstudio" kam, war sie lange Moderatorin bei *Antenne Bayern*. *Absolut Oldie Classics* gehört zum Programmanbieter Antenne Deutschland mit Studios in Garching bei München.

Die *BR*-Korrespondentinnen **Sophie von der Tann** (34, Tel Aviv) und **Katharina Willinger** (38, Studioleiterin in Istanbul) sind für ihre Auslandsberichterstattung mit dem Hanns-Joachim-Friedrichs-Preis ausgezeichnet worden. Willinger ist außerdem zweite Preisträgerin (gemeinsam mit *Spiegel*-Journalistin Susanne Koelbl) beim mit je 5.000 Euro dotierten Werner-Holzer-Preis 2025.

Veronika Schaller ist seit 1. Dezember Chefredakteurin von Funkes Frauenzeitschriften *myself* und *Donna*. Ihre Vorgängerin **Sabine Hofmann** stand zwei Jahrzehnte an der Redaktionsspitze und wird als Journalistin und Autorin weiter arbeiten. Schaller leitete zuvor die Chefredaktion der *Cosmopolitan* bei Bauer Media.

Tabea Kingdom, **Anna Mohl** und **Florian Lang** von der *Augsburger Allgemeinen* können sich über einen Deutsch-tschechischen Journalistenpreis freuen. In der Kategorie Text in deutscher Sprache war ihr Text „Lösungen finden und Regeln umgehen: Improvisieren wie in Tschechien" vom 24.8.2024 erfolgreich.

Senta Krasser

Vom Bessermachen und von Besserwissern

Mutmachende Beispiele zum digitalen Journalismus aus anderen Ländern und eine Abrechnung mit der künstlichen Intelligenz

Von Thomas Mrazek

+++ Unter Druck, aber unerschrocken

Ein Blick über Bayern hinaus kann erfrischend sein. Schauen wir zum britischen *Guardian*. Dort fiel mir ein Pop-up-Werbebanner auf: „Under pressure, undeterred" – „Unter Druck, unerschrocken". Im Text wird klar benannt, wer den unabhängigen Journalismus derzeit am meisten bedroht. Derart selbstbewusste Werbung für das eigene Metier vermisse ich bei deutschen Medien. Im Geschäftsbericht 2023/2024 des *Guardian* sagt Chefredakteurin Katharine Viner: „Der *Guardian* wird heute von mehr als 1,3 Millionen Lesern weltweit unterstützt." Starker, unabhängiger Journalismus, „der allen frei zur Verfügung steht". Rund 72 Prozent der Erlöse sind digital. Doch nicht alles läuft rund: Der *Guardian* hatte in den letzten Jahren regelmäßig Defizite und muss weiter sparen. Dank wachsender digitaler Leserumsätze und globaler Reichweite könnte in den nächsten Jahren die „operative Kostendeckung" erreicht werden. Ein Blick auf Website und App lohnt sich in Sachen Nutzerfreundlichkeit und Gestaltung.

bjv.de/guardian

+++ Innovativer Journalismus ohne KI

Im Sommer hatte ich im *BJVreport* den Start des österreichischen Investigativmagazins *jetzt.at* angekündigt. Der Start verlief holprig: Beim Crowdfunding gab es Probleme und die designierte Chefredakteurin ging von Bord. Seit Anfang November läuft es aber. Rund 5880 zahlende Mitglieder unterstützen das Magazin, der Monatsbeitrag beträgt 18,90 Euro. Derzeit arbeiten zwölf Redakteur*innen mit. Täglich liefert die Redaktion einen Morgenüberblick, eine ausführlich recherchierte Geschichte und ein Hintergrundformat zur Schlagzeile des Tages – alles als Audio und Text auf einer App. Zum Start erschien ein frei zugängliches Essay von Medienjournalist Stefan Niggemeier: „Was verlieren wir, wenn es weniger Journalismus gibt? – Ist wirklich gleich die Demokratie in Gefahr?" (Audio 17:07 Min.). Gründer und Herausgeber Florian Novak sieht sich noch längst nicht am Ziel: „Wir brauchen mehr Mitglieder. Die Redaktion muss wachsen, um alles zu stemmen", sagt er in einem Artikel des *Standards*. Künstliche Intelligenz sei für ihn im Journalismus kein Thema, weder bei Texten noch bei Bildern oder Illustrationen, zitiert ihn Autorin Astrid Ebenführer. Ein Medienangebot, das auch zum deutschen Markt passen würde.

bjv.de/bjvreport3
bjv.de/niggemeier
bjv.de/standard

+++ Die KI-kompetenteste Redaktion in Norwegen

Bei den Medientagen München verfestigte sich mein Eindruck, dass sich deutsche Medien immer noch sehr schwer tun mit dem Einsatz von KI. Journalistin Ulrike Langer dokumentiert in ihrem Newsletter „Newsmaschinen" anschaulich, wie eine kleine norwegische Zeitungs-Website „die KI-bereiteste Redaktion" aufgebaut hat.

Mit selbstbewusster Werbung macht *The Guardian* auf die Lage und Bedeutung der freien Presse aufmerksam.

Screenshot: Thomas Mrazek

bjv.de/newsmaschinen

+++ Die KI weiß es besser – immer!

KI-geplagte Kolleg*innen aufgehorcht! Endlich hat es mal einer aufgeschrieben: Tilman Baumgärtel in der gedruckten *wochentaz* vom 22. November 2025: „Du hast ja so recht! – Wer mit ChatGPT, Grok oder DeepSeek interagiert, bemerkt schnell, dass sie unterschiedliche Eigenschaften aufweisen. Eine Typenkunde der Labertaschen, Trantüten und Horrorclowns der ‚Künstlichen Intelligenz'". Kleine Kostprobe: Mit der servilen Freundlichkeit eines Wiener Oberkellners analysiere sich ChatGPT auf Nachfrage auch gerne selbst: „ChatGPT verwendet oft höfliche, positive oder schmeichelhafte Sätze, um freundlich und unterstützend zu wirken. Das nennt man oft ‚sozial geschmierte Kommunikation'." Natürlich kommt auch die fundierte Kritik in Baumgärtels 10.000 Zeichen-Text nicht zu kurz. Apropos *taz*, verzichten müssen Sie bei der Online-Ausgabe auf die gelungene Bebilderung des Münchners Illustrators Sebastian Schwamm. Die *taz* muss nach ihrer „Seitenwende" noch mehr als bisher aufs Geld schauen. Seit 18. Oktober gibt's von der Zeitung nur noch am Wochenende eine gedruckte Ausgabe (derzeit 5,20 Euro). Bisher sei man mit der Umstellung und Resonanz der Leser*innen zufrieden, vernahm ich aus *taz*-Kreisen. Wir werden wieder berichten, wie dieses Modell funktioniert – im besten Fall können wir dann Baumgärtels Überschrift für die *taz* verwenden: „Du hast ja so recht!"

bjv.de/ki-labertaschen
taz.de/seitenwende

„Es geht in der Sportfotografie um Minuten“

Agenturfotograf Matthias Schrader holt den Gesamtsieg bei Pressefoto Bayern 2025

Von Michaela Schneider

Mit „Lichtblick“ gelingt dem ap-Fotografen Matthias Schrader das „Pressefoto Bayern des Jahres 2025“. Es zeigt eine Schmalspurbahn am Brocken im Harz, in der Gegend wuchs der 53jährige Wahl-Münchner auf. Das Motiv erinnert an eine Eisenbahnmodellandschaft im unwirklichen Szenario.

Unter welchen Bedingungen entstand das Siegerfoto?

Matthias Schrader: Vor einigen Jahren entdeckte ich die Region für mich neu. Bin ich dort privat im Nationalpark unterwegs, habe ich immer meine Kamera dabei. Das Szenario mit Bäumen, die wie Streichhölzer dastehen, die alte Schmalspurbahn unter Dampf, Natur, die sich langsam zurückkämpft, und die Herbstfärbung sahen für mich wirklich verrückt aus. Deshalb fotografierte ich. Gelingt mir ein gutes Bild, schicke ich es auch ohne Auftrag an die Firma. Dann riefen Freunde an und sagten: „Wir haben das Bild im *Stern* gesehen, die haben eine Doppelseite daraus gemacht.“

Was hat es mit der Gegend auf sich?

Vor einigen Jahren zerfraß der Borkenkäfer 95 Prozent der Fichten. Hinzu kommt heute große Trockenheit und es brennt Jahr für Jahr. Ich kannte die Gegend aus Kindheitstagen, damals war alles dicht bewaldet. Heute kann man kilometerweit schauen und sieht auch diese Bahn, die auf den Brocken fährt, und früher nicht zu sehen war. Der Brocken faszinierte mich schon immer, weil es sich zu DDR-Zeiten um einen belagerten Berg und einen Horchposten der Russen sowie der Staatssicherheit handelte. Als ich ein Kind war, schien er als Grenzgebiet unerreichbar.

War Ihnen beim Fotografieren bewusst, dass eine preiswürdige Aufnahme entstehen könnte?

Ich hatte früher nie Fotos beim Wettbewerb Pressefoto Bayern eingereicht. Ehrlich gesagt: Ich habe das irgendwie immer verpennt. Vor zwei Jahren legten mir Freunde und auch meine Töchter nahe, endlich einmal Bilder einzureichen. Ich gewann in zwei Kategorien – und heuer ist es nun der Hauptpreis. Das ist etwas Besonderes, aber ich mache keine Fotos, um Preise zu gewinnen.

Was bedeutet Ihnen die Auszeichnung?

Für mich ist der Preis ein Brückenschlag: Der Wahl-Bayer aus dem Harz gewinnt den Hauptpreis beim Wettbewerb Pressefoto Bayern mit einer Fotografie, die in seiner einstigen Heimat entstanden ist. Das freut mich wirklich.

Warum wurden Sie Pressefotograf?

Zu DDR-Zeiten hatte ich mir als Hobby für viel Geld eine Dunkelkammer eingerichtet. Meine ersten fotografischen Gehversuche startete ich in der DDR mit einer Kamera mit Zeiss-Objektiv. Ein Freund schrieb Fußballberichte und fragte, ob ich vorbeikommen und ein paar Fotos machen könne. So ging das eigentlich los. Ich arbeitete bei verschiedenen Zeitungen anfangs im Harz, später an der Ostseeküste. Ein gebürtiger Münchner nahm mich dann 1998 mit zur *Passauer Neuen Presse* nach Altötting.

Ab 2000 arbeiteten Sie acht Jahre lang als Fotograf für die dpa. Seit 2008 sind Sie bei der Associated Press angestellt. Wie sieht Ihr Arbeitsalltag als Agenturfotograf aus?

Arbeitet man für ap, muss man immer die internationale Brille aufhaben. Zugespitzt kann man sagen: Egal, was ich fotografiere – es muss auch in den USA oder Japan von Interesse sein. Im September war ich in Japan bei der Leichtathletik-Weltmeisterschaft. Vor der Münchner Haustüre fotografiere ich Wintersport. Heuer werde ich zum 25. Mal zur Vierschanzentournee starten. Ich habe unzählige Weltcup-Rennen im Biathlon, Eisschnelllauf, Langlauf, Bob und Rodeln fotografiert. Dazu kommt der FC Bayern München mit all seinen Höhen und Tiefen.

Wie hat sich Ihre Arbeit als Agenturfotograf über die Jahre verändert?

In vielen Fällen schicken wir heute Fotografien direkt aus der Kamera in die Agentur, um die Bearbeitung kümmert sich ein Kollege irgendwo am anderen Ende der Welt. Es geht in der Sportfotografie um Minuten, denn wenn bei einem Champions League Finale 120 oder 130 Fotografen vom Spielfeldrand aus Bilder in die Welt senden, nützt es mir nichts, wenn ich zwar das schönste Bild der Welt mache, aber andere schneller sind.

Es gibt geknipste Bilder, es gibt Fotografie, die heraussticht…

Man kann sich das beste Auto kaufen, aber gewinnt trotzdem nicht die Formel 1. Auch in der Fotografie kommt es erstmal nicht auf die Kamera an, sondern man muss ein Motiv erkennen und umsetzen. Eines der Fotos, mit dem ich voriges Jahr beim Wettbewerb gewann, entstand mit dem iPhone. Ich sah in der U-Bahn diese Menschen in Tracht mit ihren Musikinstrumenten und hatte nichts anderes dabei.

Worin liegt für Sie die Bedeutung der Pressefotografie?

Pressefotografie zeigt ungefiltert, was ist. Aus meiner Sicht muss ein Pressefotograf dokumentieren und das Bild sollte zeigen, wie es wirklich war. Das bedeutet auch, niemals einzugreifen und Regie zu führen, um ein Foto interessanter zu machen. Entsprechend sollte ein Foto nicht bearbeitet sein. Das Schöne ist, dass die Agentur, für die ich arbeite, hier für absolute Seriosität und Glaubwürdigkeit steht. Wir greifen überhaupt nicht ein, außer vielleicht einen Bildausschnitt zu wählen und das Foto etwas aufzuhellen oder abzudunkeln. Alles andere gilt bei uns als Manipulation.

PRESSE FOTO BAYERN 2025

Matthias Schrader, Gewinner des Wettbewerbs Pressefoto Bayern 2025

Foto: Jim Albright

Pressefoto des Jahres 2025
Matthias Schrader: Lichtblick

Ein Dampfzug fährt Ende Oktober 2024 bei Schierke durch den vom Borkenkäfer befallenen Harz auf den Brocken. Der Fotograf Matthias Schrader, gebürtig aus dem Harz, lebt und arbeitet seit 30 Jahren in Bayern. Der Brocken ist ein Motiv, zu dem er immer wieder zurückkehrt.

Alle Texte: Benedikt Frank

Sieger Kategorie Sport – Sonderpreis Sparkassenverband Bayern **Bernd Feil: Artistik im Fußballtor**

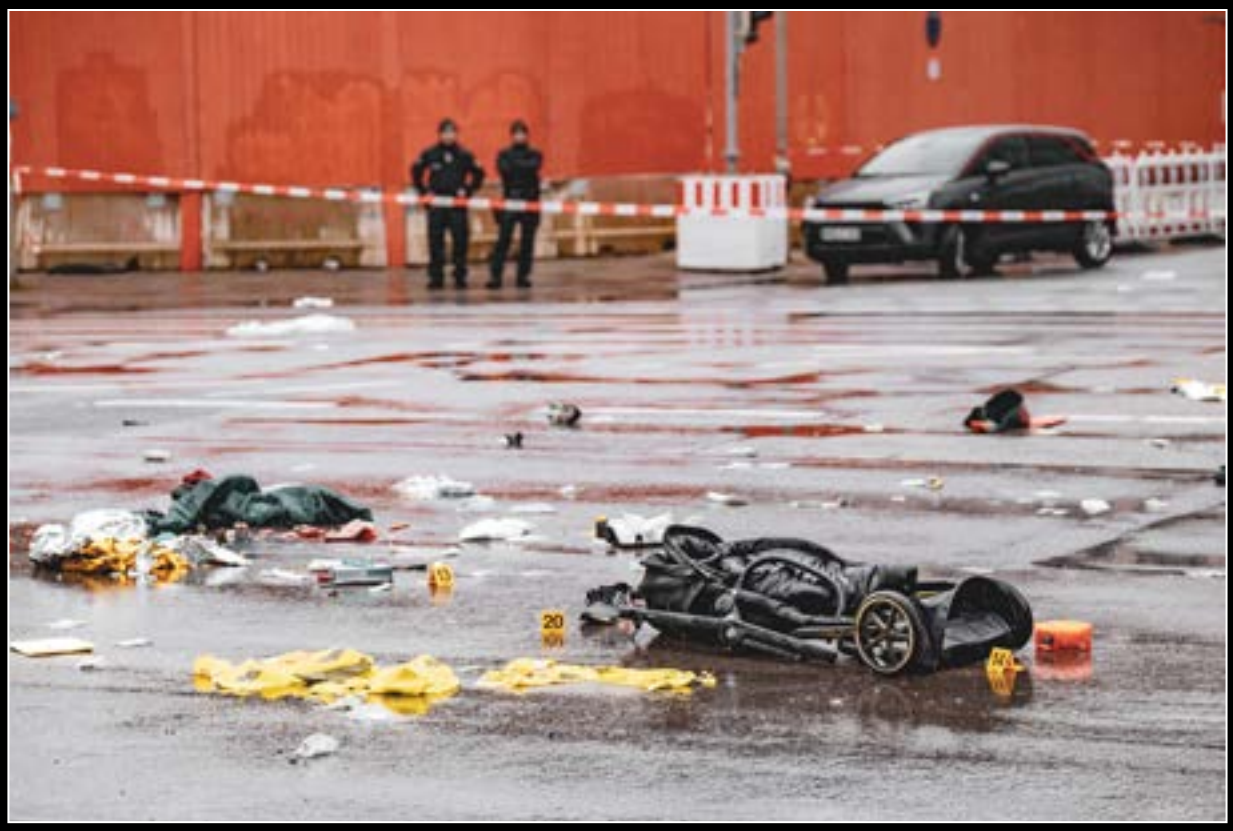
Im Viertelfinale der UEFA Frauen-Europameisterschaft 2025 in der Schweiz rettet die deutsche Torhüterin Ann-Katrin Berger nach einem Schuss der französischen Gegnerinnen mit einer Glanzparade den Ball auf der Linie.

Sieger Kategorie Kultur – Sonderpreis Sparkassenverband Bayern **Alexander Hassenstein: Bavarian Black Romeo**

Ballerino Osiel Gouneo während der Ballettaufführung „Black Romeo“ im Theaterhaus Stuttgart. Der 1990 in Kuba geborene Gouneo lebt und tanzt mit seiner Frau in München. Der Solotänzer des Bayerischen Staatsballetts ist einer der wenigen Schwarzen Ersten Solisten auf den großen Ballettbühnen Europas.

Sieger Kategorie Bayern Land & Leute – Sonderpreis Bayernwerk AG Marcus Schlaf: Die höchste Instanz

Pastoralreferent Florian Hammerl blickt über die Berge, bevor er seinen Gottesdienst in der Kapelle Mariä Heimsuchung auf der Zugspitze beginnt. Jeden Sonntag findet auf Deutschlands höchstem Gipfel eine Messe statt.



Sieger Kategorie Tagesaktualität – Sonderpreis Presseversorgung Thomas Vonier: Anschlag München – Tatort ver.di-Demo

Am 13. Februar 2025 steuert in der Münchner Innenstadt ein Mann ein Auto gezielt in einen gewerkschaftlichen Demonstrationszug. 44 Personen werden dabei teils schwer verletzt. Eine Mutter und ihr zweijähriges Kind erliegen zwei Tage später ihren Verletzungen.

Siegerin Kategorie Serie – Sonderpreis Bayerische Landesbank Anna Szilágyi: Climbing beyond Multiple Sclerosis

Als „Krankheit mit den tausend Gesichtern“ bekannt, ist Multiple Sklerose (MS) eine Autoimmunerkrankung, die das zentrale Nervensystem angreift und eine Vielzahl von Symptomen verursacht – von chronischer Erschöpfung und Sehstörungen über Blasenfunktionsstörungen und Gleichgewichtsprobleme bis hin zu Lähmungen.

Im MS-Kletterkurs „Himmelsleiter“ treffen sich wöchentlich zehn Patientinnen und Patienten im Alter von 40 bis 69 Jahren unter Anleitung von drei engagierten Trainerinnen und Trainern. Für sie ist Klettern nicht nur ein Sport, sondern eine transformative Therapie, die ihnen ein Stück Normalität zurückgibt – mit einem unerwarteten „Nebeneffekt“: einer spürbaren Verbesserung ihrer MS-Symptome.

Siegerin Kategorie Umwelt & Energie – Sonderpreis Bayernwerk AG
Angelika Warmuth: Niedrigwasser Bodensee

Trockengefallen: In Mannenbach liegen Boote im April aufgrund des niedrigen Bodenseepegels auf dem Grund des Sees.

Sieger Newcomer Award – Sonderpreis Presseversorgung **Maximilian Beck: Karacho – Aussteiger**

Ein Fahrer klettert nach dem Stock-Car-Rennen in Exing aus seinem zerbeulten Auto. Die Serie zu Stock-Car-Rennen in Exing, Irfersdorf und Weinmannshof entstand im August 2025 als Studienarbeit an der Fakultät für Design der Hochschule München.

Die Sieger*innen des Wettbewerbs Pressefoto Bayern 2025

Bei der Preisverleihung in München wurden die Siegerinnen und Sieger des diesjährigen Wettbewerbs Pressefoto Bayern 2025 ausgezeichnet. Im Bild von links, vordere Reihe: Thomas Vonier (Tagesaktualität), Bernd Feil (Sport), Anna Szilágyi (Serie), Angelika Warmuth (Umwelt & Energie), Marcus Schlaf (Bayern Land & Leute), Maximilian Beck (Newcomer). Hintere Reihe: Moderatorin Sabine Hager, Alexander Hassenstein (Kultur), Landtagsvizepräsident Tobias Reiß, Landtagspräsidentin und Schirmherrin des Wettbewerbs Ilse Aigner, Gesamtsieger Matthias Schrader und Landtagsvizepräsident Markus Rinderspacher. Foto: Jim Albright

„Schwieriger werdende Arbeitsbedingungen“

Der Wettbewerb Pressefoto Bayern ging heuer in die 26. Runde

Eine Aufnahme des Fotografen Matthias Schrader aus München ist Pressefoto Bayern des Jahres 2025, der 53-jährige Bildjournalist erhält ein Preisgeld von 2500 Euro. Die Preisverleihung fand am 28. November im Senatssaal des Bayerischen Landtags statt. Neben dem Gesamtsieger wurden die Siegerinnen und Sieger der Kategorien Serie, Tagesaktualität, Bayern – Land & Leute, Kultur, Sport, Umwelt & Energie und des Newcomer Awards (bis 35 Jahre) ausgezeichnet. Der zum 26. Mal vom BJV ausgerichtete Wettbewerb Pressefoto Bayern würdigt die Arbeiten von Bildjournalistinnen und -journalisten, die das Zeitgeschehen im Bild festhalten und damit aussagekräftige Dokumente über das aktuelle Tagesgeschehen hinaus schaffen. Gleichzeitig will der BJV damit die Aufmerksamkeit auf die schwieriger werdenden Arbeitsbedingungen für feste und vor allem freie Pressefotografinnen und -fotografen lenken. (*bf*)

Digitaler Katalog zur Ausstellung: *bjv.de/katalog25*
Artikel über die Preisverleihung: *bjv.de/pfby25*

Ausstellungstermine 2026

Die Ausstellung Pressefoto Bayern 2025 wird durch den Freistaat touren, folgende Termine stehen bereits fest:

Bis 6. Januar:
Kreuzgang des Maximilianeums, München

22. Januar bis 22. Februar:
Stadtmuseum im Fembo- Haus Nürnberg

Weitere Orte und Termine folgen unter *bjv.de/pressefoto*

Zudem finden sich hier die Pressemeldung, Videos mit den Preisträger*innen, alle Siegerfotos und weitere Infos.

Pressefoto Unterfranken 2025

Fränkisches Lebensgefühl

„Tracht hält dicht“ lautet der Titel dieser Aufnahme von Josef Lamber, die jetzt beim Wettbewerb Pressefoto Unterfranken zum Foto des Jahres 2025 gekürt wurde. Die Jury lobte insbesondere den Bildaufbau des Fotos, das beim traditionellen Rakoczy-Fest in Bad Kissingen aufgenommen wurde. Während des diesjährigen Festumzugs am letzten Juli-Wochenende gingen mehrere heftige Regenschauer auf die Teilnehmerinnen und Teilnehmer nieder. Der guten Laune tat dies offensichtlich keinen Abbruch. Dieses Lebensgefühl fängt die Aufnahme wunderbar ein, so die Auffassung der Jury. Neben dem Foto des Jahres wählte diese in acht weiteren Kategorien die Siegerinnen und Sieger, die im Rahmen einer Feierstunde in Würzburg bekanntgegeben und ausgezeichnet werden.

Text: Markus Mauritz/ Foto: Josef Lamber

Geballtes Expert*innenwissen

Neue Modalitäten, neue Jury: Sieben Jurymitglieder diskutierten intensiv über die Einreichungen zum Wettbewerb Pressefoto Bayern. Dies waren: vorne Itje Kleinert alias Käthe deKoe (freischaffende Fotografin und Fotokünstlerin); hintere Reihe von links Dominik Bartl (Fotograf und Dokumentarfilmer, Vorstandsmitglied der BJV-Fachgruppe Bild), Lotte Reimann (Professorin für „Fotografie und Identität" an der Hochschule München und bildende Künstlerin), Leonie Spitzauer (Werbefotografin und Gründerin der Independent Light Photoproduktion GmbH & Co. KG), Knut Karger (Professor an der Hochschule für Fernsehen und Film München, freier Regisseur und Autor), Kai Pfaffenbach (Cheffotograf bei der Nachrichtenagentur Reuters und Pulitzer-Preisträger) und Sebastian Beck (Reporter für Bayern bei der *SZ*, Fotograf von Langzeitprojekten). (*mic*)

Foto: Harald Stocker

„Für mich zeigt der Wettbewerb des BJV, wie unverzichtbar der Journalismus und das authentische Foto für das öffentliche Bewusstsein und für unsere Demokratie sind. In der Tagesaktualität geht es um Momente, die nicht wiederkommen – echte, ungefilterte Augenblicke, die uns als Gesellschaft wach halten. Es geht nicht um das schöne Foto, sondern das notwendige. Ein starkes Pressefoto bringt die Unmittelbarkeit eines Ereignisses ins Bewusstsein der Öffentlichkeit – es ist Beweis, Dokument und Haltung zugleich. Ich empfinde großen Respekt für die Fotografinnen und Fotografen, die täglich mit Klarheit, Mut und Integrität dorthin schauen, wo Augenblicke zu Geschichten werden."

Knut Karger

„Ein gutes Pressefoto ist aussagekräftig und stimmig – es fängt Emotionen ein und vermittelt das Geschehen oft stärker als Worte. Pressefotografie ist unverzichtbar, weil Bilder Themen lebendig machen und im Zusammenspiel mit Text dem Leser eine eigene Meinungsbildung ermöglichen. Doch die Branche steht vor großen Herausforderungen: Niedrige Honorare führen dazu, dass immer weniger klassische Pressefotograf*innen tätig sind. Der Markt wird zunehmend von Agenturfotograf*innen geprägt, die zwar hohe Qualität liefern, aber weniger lokal verankert sind. Gerade der Lokaljournalismus muss gestärkt werden. Wettbewerbe wie Pressefoto Bayern setzen deshalb ein wichtiges Zeichen der Anerkennung und Wertschätzung für die verbliebenen Pressefotograf*innen."

Dominik Bartl

„Ein Foto, aber auch eine Illustration, vermitteln Emotionen. Sie können die Leser*innen gleich in Beschlag nehmen und die Neugier wecken. Bei einem Pressetext muss man diesen erst lesen, um die Information zu bekommen. Es ist wirklich schade, dass gerade in diesem Bereich so sehr gespart wird und vermehrt zu austauschbaren kostenlosen Pressebildern oder Stockbildern gegriffen wird, statt auf Individualität und Qualität zu setzen. Die Leser*innen spüren es. Und der Anreiz, den Artikel überhaupt zu lesen, verschwindet."

Itje Kleinert

Schöne, neue Arbeitswelt?!?

Für die einen Kolleg*innen liegt in den Veränderungen der letzten Jahre ein besonderer Reiz, andere sorgen sich um ihre Existenz

Von Michaela Schneider

Foto: Matthias Schrader

Tanja Hugger, Reporterin für *Antenne Bayern* in Niederbayern und der Oberpfalz, bedient den Sender seit zwei Jahrzehnten mit Nachrichten wie auch bunten Themen. Wichtig sind für sie ihr Laptop und Mobilfunkempfang, wenn sie auf Einsätzen zwischen Bayerischem Wald und Weiden unterwegs ist. „Das Auto und meine Laptoptasche sind mein Büro", sagt die 55-Jährige – und das ist nicht erst seit gestern der Fall. Während sie recht optimistisch auf die „Arbeitswelt 4.0" schaut, gehen für andere Kolleg*innen mit den Veränderungen drastische Herausforderungen einher. Die Art zu arbeiten hat sich innerhalb weniger Jahre in vielen Bereichen um bis zu 180 Grad gedreht, das Digitale bestimmt die Berufswelt.

Dafür ist Tanja Hugger ein gutes Beispiel. „Wir haben technisch aufgerüstet", erzählt sie. Das Smartphone, ein Headset und ein kleines Mikrofon reichen heute aus für eine Liveschalte in die Sendung. Es braucht kein großes Equipment mehr und keine Fahrt ins Studio. „Ich habe mein Handy am Körper und kann sehr, sehr spontan berichten", sagt die Journalistin. Und statt wie früher nur ans Radio zu denken, hat die Reporterin heute schon bei der Themensuche immer auch crossmedial Bilder und Videos im Kopf. „Du denkst am Anfang: Das schaffe ich nicht. Dann hilft nur, ins kalte Wasser zu springen. Die Welt ändert sich. Und es macht Spaß, seine Arbeit auch in anderen Facetten zu sehen", berichtet Tanja Hugger. An ihre Grenzen gerate sie bei Großereignissen – hier sei es nicht möglich, alle halbe Stunde den Hörfunk zu bedienen und parallel zu filmen. Dann aber schicke der Sender Unterstützung – so zuletzt geschehen bei der Sprengung der AKW-Türme in Gundremmingen.

„Es macht Spaß, seine Arbeit auch in anderen Facetten zu sehen."

Tanja Hugger, Reporterin bei *Antenne Bayern*

Spannend ist auch: Während andernorts zu hören ist, dass Kommunikation in einer mobilen Arbeitswelt unpersönlicher geworden sei, empfindet die *Antenne-Bayern*-Reporterin mit Kolleg*innen in Kempten, Ismaning oder Nürnberg dies genau umgekehrt: „Früher hörten wir morgens nur Stimmen in der Telefonkonferenz, plötzlich sehen wir uns im Video. Das erzeugt ein anderes Miteinander und hat das Team noch einmal gestärkt." Dass technische Entwicklungen ihren Job in Gefahr bringen könnten, fürchtet die 55-Jährige nicht, weil *Antenne Bayern* darauf baue, echte Menschen zu Wort kommen zu lassen. KI sei für sie Handwerkszeug, etwa um in große Recherchen Struktur zu bringen. Und durchforste sie morgens „ganz Ostbayern" nach Themen, seien Soziale Netzwerke zu einer zentralen Informationsquelle geworden.

Anderes Zielgruppenverhalten

Nicht nur die Arbeitsweise, auch Formate haben sich innerhalb weniger Jahre deutlich verändert. Helge Roefer, Jahrgang 1976, ist seit 2008 beim *Bayerischen Rundfunk* – und arbeitete davon viele Jahre als Planungsredakteur und Chef vom Dienst der aktuellen Formate im *BR* Fernsehen. Seit 2023 leitet er das Breaking-News-Format „*BR24*live" und seit deren Start Anfang 2025 auch die *BR24*-Ausgabe am Nachmittag. Dabei handelt es sich um das erste regelmäßige, mehrmediale Video-Format, das sowohl im *BR* Fernsehen wie auch im Web auf der *BR24*-App und dem *BR24*-YouTube Kanal läuft.

Das Smartphone ständig dabei, wird „on demand" gestreamt und das lineare Fernsehen verliert gleichzeitig an Relevanz. „Wir müssen unsere *BR24*-Videoprodukte dem veränderten Markt anpassen", sagt Roefer. Also wurde die ehemalige 16-Uhr-Sendung zum mehrmedialen Format umgebaut – einhergehend mit technischen und redaktionellen Veränderungen. Statt mit großem Übertragungswagen ziehen Kolleg*innen heute nicht selten alleine oder zu zweit los und haben das gesamte Übertragungs-Equipment im Rucksack dabei. Es werde, sagt Roefer, nicht möglichst schlank produziert, um am Personal und Geld zu sparen, sondern um schnell und effektiv zu sein. Hinzu komme, dass man mit Live-Handyschalten, aber auch per Videoschalten über Konferenzformate auf die Schnelle oft ganz andere Interviewpartner*innen erreiche. „Das gewährleistet Perspektivenvielfalt", sagt Roefer.

Auch produziert wird anders, denn gesendet wird um 16 Uhr aus dem Newsroom statt aus einem Studio. „Wir zeigen arbeitende Menschen, und zwar nicht irgendwelche. Es ist das Nachrichtenherz des *Bayerischen Rundfunks*, das da im Hintergrund arbeitet", sagt der „*BR24*live"-Leiter und verweist auf Authentizität und Transparenz. Auf einen Teleprompter wird verzichtet, wer vor die Kamera tritt, spricht frei. „Wir zeigen uns so, wie wir wirklich sind", so Roefer. Entwickelt wurde aus der Live-Idee heraus auch ein „Selbstfahrerstudio", das theoretisch ein völlig flexibles, ortsunabhängiges Senden zulässt.

Zudem hat sich die Themengenerierung gewandelt, intensiv gearbeitet wird mit SEO-Daten, „weil wir nicht nur ein Fernsehpublikum erreichen, sondern vor allem auch digital reüssieren wollen". Das bedeute nicht, journalistisch-nachrichtliche Kriterien über Bord zu werfen, sondern Daten abzugleichen, Themen abzuwägen und zu priorisieren. Oft tauchen dadurch laut Roefer ganz konkrete Fragestellungen nah am Zielpublikum auf – zum Beispiel im Zuge der Wehrdienstdebatte: Was verdient ein Soldat? Und wie läuft eine Musterung ab?

Pressekonferenzen per Videoschalte

Deutlich weniger Veränderungen in seinem Arbeitsalltag beobachtet Dirk Walter, Redakteur im Bayernteil von *Münchner Merkur* und *tz*, beim Vergleich der Jahre 2019 und 2025. Die meisten Kolleg*innen arbeiteten wieder in Präsenz – es sei denn, es gebe einen triftigen Grund für einen mobilen Arbeitstag. Der 57-Jährige, der vor wenigen Wochen in den Vorstand der BJV-Fachgruppe Print gewählt wurde, hält dies für sinnvoll – Homeoffice erschwere Absprachen und das kollegiale Miteinander. Andere Zeitungshäuser gehen andere Wege und bieten Mitarbeitenden heute Mischmodelle an.

Was Walter schätzt, ist die Möglichkeit, an Pressekonferenzen oft per Videoschalte teilnehmen zu können – vor allem auch mit Blick auf seinen Schwerpunkt Deutsche Bahn. „Wir haben keinen Berlin-Korrespondenten und so oder so will ich diese Themen am liebsten selbst übernehmen", sagt er. Noch vor einigen Jahren wäre dies so unkompliziert nicht möglich gewesen. Gleichzeitig sei Kommunikation deutlich unpersönlicher geworden, schaut der Redakteur auch auf die Schattenseite. Pressestellen bestünden auf Anfra-

gen per E-Mail. Den Pressesprecher, der aus dem Nähkästchen plaudere, gebe es heute kaum mehr. Stattdessen erhalte man „vorgestanzte Antworten“ und Ministerien schafften sich ihre Öffentlichkeit selbst.

Mehr Distanz, weniger Wertschätzung

Wie sich Kommunikation innerhalb weniger Jahre gewandelt hat, spürt auch Stefan W. Römmelt, der von Würzburg aus als freier Journalist, Jahrgang 1971, unter anderem für das dortige *Katholische Sonntagsblatt*, die *Jüdische Allgemeine* und die *SZ* über Nischenthemen vor allem aus den Bereichen Religion, Kultur und Porträts schreibt. Während früher der direkte Zuruf übers Telefon und die schnelle Absprache gang und gäbe war, werde heute überwiegend per E-Mail kommuniziert. Persönliche Kontakte würden weniger, Kommunikation sei deutlich distanzierter. Dadurch gehe auf der einen Seite Wertschätzung verloren, auf der anderen Seite wisse man knapp zusammengefasst und schwarz auf weiß, was Redaktionen erwarteten, wägt Römmelt ab. Als freier Journalist, ergänzt er pragmatisch, habe er so oder so keine andere Möglichkeit, als mit veränderten Gegebenheiten professionell umzugehen.

„Am Monatsende sollte das Konto nicht leer sein – und das ist sehr schwierig geworden.“

Dominik Bartl, Bildjournalist

Noch etwas anderes spürt der Würzburger – nämlich den Spardruck, der auf Redaktionen lastet. Aufträge werden sparsamer vergeben und so spielt der ehemalige Würzburger Domsingknabe, der vor einigen Jahren als Gaststudent an der Hochschule für Musik Würzburg eingeschrieben war und privaten Gesangsunterricht erhielt, mit dem Gedanken, in Zukunft nicht mehr allein auf das geschriebene, sondern auch aufs gesprochene Wort zu setzen und die Profi-Stimme als Trumpf zu ziehen, vielleicht in Form eines Podcasts.

Noch deutlich weiter geht der Fotograf und Dokumentarfilmer Dominik Bartl. 2015 hatte der Ohlstädter die Firma „News - Media Service“ gegründet. Inzwischen denkt er ernsthaft über den Wechsel in eine andere Branche nach. Redaktionen sparten „seit Corona“ immer heftiger und in erster Linie bekämen dies die Freien zu spüren. Zu einigen Medienhäusern sei der Kontakt komplett eingeschlafen. Einstige Kunden wie etwa *Welt*, „ZDF Drehscheibe“, „RTL direkt“ oder *WetterOnline* seien wegrationalisiert oder umstrukturiert worden. Redaktionen müssten sparen. Statt Fotos zu kaufen, werde das kostenlose Material von Privatpersonen, Kommunen oder Behörden veröffentlicht oder auch direkt aus dem Netz gezogen. Symbolbilder würden selbst von Verlagen mittels Künstlicher Intelligenz generiert. Im Videobereich seien die Einbußen durch Amateurmaterial massiv. „Und was in Sachen Urheberrechtsverletzungen passiert – sowohl durch Privatpersonen als auch durch Verlage – ist brutal“, sagt Bartl, der sich als stellvertretender Vorsitzender in der Fachgruppe Bild engagiert.

Als Reaktion auf den veränderten Markt hat er inzwischen das Portfolio seiner Firma erweitert und bietet zusätzliche zu Fotografien und Videos die passenden redaktionellen Texte an, um ein noch breiteres journalistisches Spektrum abzubilden. Um Zeit zu sparen, diktiert er Notizen noch während Autofahrten über die „Sprache zu Text“-Funktion des Handys vom Block in den Computer. Doch trotz möglichst effizienter Arbeitsweise sei es kaum noch möglich, wirtschaftlich zu arbeiten, sagt er resigniert. Man versuche mit Mehrarbeit zu kompensieren, das treibe in die Sieben-Tage-Woche. „Am Monatsende sollte das Konto nicht leer sein – und das ist als freier Journalist in den letzten Jahren sehr schwierig geworden“, sagt der 43-Jährige und schließt für sich nicht mehr aus, die Reißleine zu ziehen und sich einen anderen Job zu suchen.

Technische Erleichterungen

Glücklich schätzen können sich Kolleg*innen, die wie Matthias Schrader, diesjähriger Gesamtsieger des Wettbewerbs Pressefoto Bayern 2025, als Agenturfotograf in Festanstellung arbeiten – in seinem Falle für die Associated Press (ap). Auch seine Arbeitsweise hat sich innerhalb weniger Jahre deutlich gewandelt, vor allem durch veränderte technische Möglichkeiten. Während er früher Fotos erst einmal von der Kamera auf den Laptop überspielen musste, um sie an die Agenturkolleg*innen zu schicken, geschieht dies heute direkt aus der Kamera heraus mit dem schönen Nebeneffekt: Schrader kann sich dank technischer Erleichterungen wieder komplett aufs Fotografieren konzentrieren. Und gerade in der Sportfotografie geht es nicht selten um den Bruchteil einer Sekunde.

Arbeitswelt 4.0

In rund 120 Jahren hat die Arbeitswelt einen drastischen Wandel erlebt, Expert*innen teilen diese Entwicklung in vier Phasen ein. Ende des 19. Jahrhunderts prägten mit Beginn der Industriegesellschaft Dampfmaschinen, mechanische Produktionsstätten und Werkzeuge die **Arbeitswelt 1.0**. Zudem hielt Elektrizität Einzug in die Produktion.

Mit der Massenproduktion von Gütern begann zu Beginn des 20. Jahrhunderts die Phase der **Arbeitswelt 2.0**. Mit der Fließbandproduktion, deren Erfindung auf Henry Ford zurückgeht, erlebte die Industrie einen raschen Aufschwung: Die neuen Produktionsmöglichkeiten inklusive Arbeitsteilung ließen Preissenkungen zu, damit erhöhte sich die Nachfrage.

Ab Mitte des 20. Jahrhunderts läuteten der Einsatz von Industrieroobotern, digitale Informationstechnologien und elektronische Speichermedien die Phase der **Arbeitswelt 3.0** ein. Völlig neue Möglichkeiten der Informationsverarbeitung und eine weltweite Vernetzung forcierten die Globalisierung in der Güterproduktion. In der Medienbranche entstand unter anderem der neue Beruf der Online-Redakteur*innen.

Ist heute von der **Arbeitswelt 4.0** die Rede, steht das Thema Digitalisierung im Vordergrund. Eine weltweite digitale Vernetzung macht Arbeiten immer flexibler und ermöglicht heute mobiles Arbeiten und Homeoffice. Künstliche Intelligenz übernimmt zahlreiche Jobs, die bis dato dem Menschen vorbehalten waren. Alte Berufsbilder verschwinden, neue entstehen. Veränderungen verlaufen rasant.

Homeoffice, Remote, Hybrid oder Mobil

Wie sich die Modelle der Arbeit außerhalb des Betriebs unterscheiden

Von Maria Goblirsch

Wer sich auf Jobbörsen im Netz umschaut, liest Stellenanzeigen mit der Angabe „100 Prozent Remote“, „hybrid“ oder „teilweise in Homeoffice“. Die Arbeit kann ganz oder zumindest zum Teil von zuhause aus erledigt werden, so viel ist klar. Wo aber liegen praktisch und auch rechtlich die Unterschiede zwischen diesen Formen der häuslichen Arbeit? Wenn wir davon sprechen, „im Homeoffice“ zu sein, dann ist das, zumindest rechtlich gesehen, meist nicht zutreffend. Denn beim „echten“ Homeoffice, auch „Telearbeit“ genannt, wird stationär zu Hause und zu festgelegten Zeiten gearbeitet. Richtig wäre: „Ich arbeite heute mobil.“

Im Homeoffice

Der Arbeitgeber hat beim „echten“ Homeoffice dem Beschäftigten einen Bildschirmarbeitsplatz „im Privatbereich“ fest einzurichten, eine funktionierende technische Ausstattung sowie Arbeitsmittel zu stellen und zahlt auch dafür (§ 2 Absatz 7 Arbeitsstättenverordnung). Gearbeitet wird ausschließlich von zuhause aus. Während der Arbeitszeit gibt es keine Möglichkeit, die Arbeit auch außerhalb der Wohnung zu erledigen. Die Bedingungen der Telearbeit werden vertraglich festgelegt. Dazu gehört etwa auch, zu welchen Tageszeiten wie viel gearbeitet werden muss, wann und dass der Mitarbeitende erreichbar zu sein hat, auf welche Dauer die Arbeit im Homeoffice angelegt ist oder welche Arbeits- und Kommunikationsmittel der Betrieb zur Verfügung stellt.

Dabei gelten die gleichen Regeln wie beim Arbeitsplatz im Betrieb, Standards zum Arbeitsschutz sind einzuhalten. Der Arbeitgeber muss dafür sorgen und auch kontrollieren, dass der Arbeitsplatz sicher ist. Eine „Gefährdungsbeurteilung“ ist Pflicht. Außerdem gilt das Arbeitszeitgesetz. Werktags darf maximal acht Stunden gearbeitet werden, außerdem ist eine Ruhezeit von mindestens elf Stunden einzuhalten (das gilt auch für mobiles Arbeiten!).

Ein gesetzlicher Anspruch auf Homeoffice existiert in Deutschland (noch) nicht. Die Möglichkeit der Telearbeit kann aber im Tarif- oder Arbeitsvertrag sowie in einer Betriebsvereinbarung geregelt werden. Aktuell entscheidet der Arbeitgeber, ob und für welche Beschäftigten er die Arbeit im Homeoffice zulässt. Interessant: Firmen dürfen ihre Mitarbeiter nicht dauerhaft ins Homeoffice schicken. Ein Unternehmen wollte einem Mitarbeiter kündigen, weil der nicht telearbeiten wollte. Das Landesarbeitsgericht Berlin-Brandenburg hat diese Kündigung für unwirksam erklärt (Urteil vom 10. Oktober 2018, Az.: Sa 562/18).

Mobiles Arbeiten – im Café oder im Park?

Beim Mobilen Arbeiten lassen sich Zeit und Ort flexibel gestalten – ein großes Plus für die Work-Life-Balance. Redakteur*innen können also stundenweise oder an bestimmten Arbeitstagen von zuhause oder von unterwegs aus tätig sein – beispielsweise auf Reisen im Zug, Café, Hotel, in Coworking-Spaces oder auch im Grünen. Der Chef muss nicht kontrollieren, ob der jeweilige Arbeitsplatz sicher ist – das ließe sich in der Praxis auch gar nicht umsetzen. Umgekehrt muss man auch nicht rund um die Uhr erreichbar sein. Aber: Der Arbeitgeber kann verlangen (und zum Beispiel in einer Betriebsvereinbarung regeln), dass die/der mobil Arbeitende an bestimmten Meetings teilzunehmen hat.

Digitale Kommunikation bei Remote Working

Oft wird remote Working gleichgesetzt mit mobilem Arbeiten (englisch remote: entfernt, abgelegen). Auch diese Begriffe sind bisher nicht vom Gesetzgeber definiert. Es bedeutet übersetzt so viel wie Fernarbeit - also nicht vom Firmenbüro oder einem festen Standort aus den Job zu machen.

Wichtiges Merkmal bei Remote ist, dass die Zusammenarbeit ausschließlich digital erfolgt. Die gesamte Kommunikation findet über Online-Meetings und die Dokumentation innerhalb verschiedener IT-Systeme statt. Projektmanagement sowie der Zugriff auf Firmendaten und Anwendungen laufen ausschließlich übers Internet und über digitale Tools, daher sind ein Computer und eine permanente stabile Internetverbindung unabdingbar.

100 Prozent Remote“ in Jobanzeigen heißt also, dass die Arbeit vollständig „von außerhalb“ erledigt werden soll und die Mitarbeitenden nicht im Büro erscheinen müssen. Es eignet sich daher gut für redaktionelle Tätigkeiten. Auch für Remote-Jobs sollten Punkte wie die technische Ausstattung vertraglich geklärt werden, es gelten ebenfalls gesetzliche Regeln wie etwa die zur Arbeitszeit.

Hybrid – im Betrieb und unterwegs

Hybrid Arbeitende sind zu einem Teil im Betrieb, zu einem anderen Teil von einem Ort außerhalb tätig. Das Modell kombiniert also Präsenzarbeit mit mobiler Arbeit und schafft zeitliche Flexibilität. Die Zeit im Betrieb kann für den persönlichen Austausch genutzt werden, während die mobilen Tage konzentriertes Arbeiten erleichtern.

Der Betriebsrat bestimmt mit

Soll in einer Redaktion Homeoffice oder eine Form des mobilen Arbeitens eingeführt werden, so ist der Betriebsrat darüber rechtzeitig und umfassend zu informieren, bestimmt das Betriebsverfassungsgesetz (§ 90 und § 99 BetrVG). Er hat ein Mitbestimmungsrecht, wenn Arbeitsabläufe verändert werden sollen, aber auch dann, wenn es um die Gestaltung der Arbeitszeit geht (§87 BetrVG).

Ein Alltag zwischen Ammersee und Algarve

Thomas Öchsner gab die Festanstellung bei der *SZ* auf und machte sich selbstständig

Von Johannes Michel

Seit 1999 war Thomas Öchsner festangestellter Redakteur bei der *Süddeutschen Zeitung*: Wirtschafts- und Finanzredakteur in München, später Korrespondent im Parlamentsbüro in Berlin, schließlich Teamleiter Finanzen im Wirtschaftsressort. Ein klassischer, geradliniger Weg in einer großen Redaktion. Und doch einer, der für ihn nicht das Ende markierte. Als die *SZ* 2020/21 ein freiwilliges Abfindungsprogramm auflegte, entschied sich Öchsner – damals noch keine 60 – gegen den Ruhestand und für einen Neustart als freier Journalist.

„Ich hatte schon lange mit dem Gedanken gespielt, mich selbstständig zu machen", sagt er. „Heute kann ich sagen: Das war eine der besten Entscheidungen in meinem beruflichen Leben." Und die fiel in eine Phase struktureller Veränderungen im Journalismus. Geholfen haben Öchsner sein klares thematisches Profil und das über viele Jahre gewachsene Netzwerk. Mögliche Auftraggeber waren also schon da. „Ich habe mir vorher gesagt: Ich mache das nur, wenn ich mindestens drei feste Auftraggeber habe. Nur auf einen Kunden zu setzen, der gut bezahlt, wäre, finanztechnisch ausgedrückt, ein Klumpenrisiko."

Heute arbeitet er für unterschiedliche Publikationen – unter anderem weiterhin für die *SZ*, dazu für die *Apotheken Umschau*, das Internetportal *Ihre-vorsorge.de*, *Biallo.de* sowie mehrere Fach- und Buchverlage. „Ich musste keine Akquise machen. Die Anfragen kamen – auch, weil Verbraucherjournalismus mit Schwerpunkt Finanzen stark nachgefragt ist." Sein Themenfeld umfasst Geldanlage, Altersvorsorge, Versicherungen, Immobilien und Rente – ein Bereich, in dem viele Menschen Orientierung suchen.

Thomas Öchsner arbeitet regelmäßig von Portugal aus. Foto: Anna Cavelius

Im Haus des Muschelfischers

Öchsner und seine Frau verbringen jeweils mehrere Monate im Wechsel in Schondorf am Ammersee und im Süden Portugals. Dort hat das Paar das Grundstück eines Muschelfischers gekauft. Öchsners Büro befindet sich in einem Nebengebäude, das früher als Taubenhaus diente. „Die Tauben waren natürlich längst nicht mehr da, als wir das Anwesen gekauft haben, vielmehr war es fast eine Ruine. Wir haben es dann ans Haupthaus angegliedert und daraus mein Büro gemacht." Ein besonderer Arbeitsplatz entstand.

Der Ort verändert jedoch für jene, die mit Öchsner zusammenarbeiten, nichts. „Viele merken gar nicht, dass ich nicht in Bayern bin", sagt er. „Laptop, ein Bildschirm, ein Drucker – mehr braucht es nicht." Die Internetverbindung sei stabil, Absprachen laufen telefonisch oder per Mail. Nur wenn ein Atlantiksturm vorbeizieht, könne der Strom mal kurz weg sein. „Dann schreibt man eben eine Weile mit Akku weiter. Man stirbt nicht daran."

Die größte Veränderung betrifft den Arbeitsrhythmus. „Ich stehe morgens auf, koche einen Kaffee und setze mich sofort an den Schreibtisch. Keine Fahrzeiten, keine Konferenzen." Freiberuflichkeit bedeutet für Öchsner mehr Fokus – aber auch Eigenverantwortung: „Ich verdiene natürlich nur etwas, wenn ich schreibe. Man kann nicht zwei Wochen nichts tun und erwarten, dass sich das Konto trotzdem füllt. Man braucht Selbstdisziplin."

Und dafür braucht der Journalist Themenideen. Auftraggeber warten, dass er Vorschläge macht. „Von allein ruft kaum jemand an und sagt: Wir hätten da was. Man muss Themen entwickeln und aktiv anbieten." Seine Strategie zielt auf Mehrfachverwertung. Ein Thema wird für verschiedene Zielgruppen neu erzählt. „Sonst wäre es finanziell schwierig. So aber funktioniert es viel besser, als ich es mir je zu träumen gewagt hätte."

Was bleibt auf der Strecke? Vielleicht das Gespräch auf dem Redaktionsflur. Dennoch pflegt Öchsner Beziehungen. „Ein bisschen Smalltalk ist wichtig – nicht nur menschlich, sondern auch beruflich. Ich telefoniere mit Kolleginnen und Kollegen, halte Kontakt, bekomme Dinge mit. Nur weil ich woanders sitze, muss ich nicht außen vor sein." Seinen Weg romantisiert Öchsner nicht. Eine gute Vorbereitung sei wichtig, Struktur, bestehende Kontakte zu möglichen Auftraggebern. Und: „Die Freiberuflichkeit war für mich kein Ausstieg, sondern lediglich ein anderes Arbeiten – mit mehr Freiheit, aber auch mehr Selbstverantwortung." Und der Erkenntnis, dass guter Journalismus nicht zwingend an einen Ort gebunden ist. „Ich arbeite ganz normal. Ich arbeite nur woanders."

Mehrfachverwertung

Ein zentrales Erfolgsrezept von Thomas Öchsner ist die Mehrfachverwertung: Artikelthemen so anzulegen, dass sie sich in unterschiedlichen Varianten für verschiedene Medien und Zielgruppen aufbereiten lassen. Ein Thema zur Rente könnte zum Beispiel einmal analytisch für ein Fachportal erscheinen, ein anderes Mal als praktischer Ratgebertext. Allerdings hat sich die Möglichkeit der Mehrfachverwertung für viele Journalist*innen reduziert durch Zusammenschlüsse oder Kooperationen von Verlagen. Gerade deshalb macht es Sinn, die eigene Themenwahl auch unter ökonomischen Gesichtspunkten zu prüfen, denn in wissens- oder beratungsorientierten Ressorts lässt sich Stoff oftmals dann doch mehrfach verwerten.

Raindrop, Snapseed und CapCut

So können Apps den Arbeitsalltag erleichtern

Von Johannes Michel

Journalistisches Arbeiten braucht längst keinen festen Schreibtisch mehr. Ein Smartphone, ein Tablet oder Notebook, eine stabile Internetverbindung – und schon verwandelt sich das Café, die Bahn oder der Sitzungssaal in ein mobiles Büro. Ein exemplarischer Arbeitstag zeigt, wie digitale Werkzeuge dabei ineinandergreifen. Die genannten Dienste gibt es entweder als Apps für Smartphone und Tablet oder auch als Webdienste, sodass sie auf PC und Mac zur Verfügung stehen. Viele sind kostenfrei.

Der Tag beginnt mit dem Blick aufs Smartphone. Die App **Feedly** bündelt Nachrichtenquellen, Blogs und Pressemeldungen, sortiert nach Themengebieten. So lässt sich schon früh einschätzen, welche Entwicklungen heute Aufmerksamkeit verdienen und welche Themen für später relevant bleiben. Interessante Artikel wanderten bis Mai dieses Jahres per Fingertipp in Pocket, ein Dienst, der zu Mozilla gehörte. Nach dessen Einstellung sind **Raindrop.io** oder **Instapaper** gute Alternativen. Dort stehen die Texte später offline zur Verfügung – nützlich im Zug, im Wartezimmer oder am Abend auf dem Sofa.

Im nächsten Schritt entsteht Struktur. Ideen, Beobachtungen und Gesprächsnotizen finden Platz in **OneNote**, sortiert nach Projekten oder laufenden Themen. Fotos von Tafeln, Flipcharts oder ausgehändigten Notizzetteln lassen sich mit **Microsoft Lens** scannen und direkt in bearbeitbaren Text umwandeln. Aus verstreuten Eindrücken wird eine klare Grundlage für Recherche und Text. Die Scans lassen sich ohne Umwege auch wieder in OneNote importieren, sodass sie nicht an einem anderen Ort gespeichert werden, sondern dort, wo auch die anderen Rechercheergebnisse liegen. Übrigens: Bei sensiblen Projekten ist ein Cloudspeicher nicht die beste Lösung. Im Normalfall allerdings stellt die Speicherung in der Cloud kein Problem dar. Wird aktuell ein Microsoft-365-Abo abgeschlossen, werden die Daten automatisch in Rechenzentren in Deutschland gespeichert. Die physischen Speicherorte befinden sich vor allem in Frankfurt am Main und Berlin.

Multimedial unterwegs

Für den Überblick sorgt das Projektboard in **Trello**. Die Arbeitsabläufe laufen über einfache Karten: „Idee“, „In Arbeit“ und „Fertig“ – so lässt sich auch ein Workflow abbilden. Termine, Zuständigkeiten und Prioritäten bleiben gut sichtbar, selbst unterwegs zwischen Terminen. Die Übersicht hilft, den Tag bewusst zu gestalten, statt sich von Aufgaben treiben zu lassen. Trello kann auch Erinnerungen verwalten und so etwa Deadlines melden.

Immer wieder stehen im journalistischen Alltag Interviews auf dem Programm. Dabei kann **Otter.ai** unterstützen. Das Tool zeichnet Gespräche auf und erstellt automatisch eine Transkription. Die Erkennung ist nicht fehlerfrei, doch sie macht wesentliche Aussagen schnell zugänglich, und man kann das Gespräch ohne hektisches Mitschreiben führen. So bleibt mehr Raum für Blickkontakt, Nachfragen und Atmosphäre. Zudem ist es nicht immer nötig, sich die vollständige Aufzeichnung des Interviews im Nachgang noch einmal anzuhören. Ähnliche Techniken bieten auch Videokonferenz-Programme wie **Teams**. Hier kann ein per Video geführtes Interview aufgezeichnet und automatisch transkribiert werden. Auch diese Erkennung funktioniert recht gut.

Bilder und Videos mitdenken

Bilder spielen in der Berichterstattung eine immer größere Rolle. **Snapseed** eignet sich für die schnelle Bearbeitung unterwegs, wenn Bilder mit dem Smartphone aufgenommen wurden: Perspektiven begradigen, Kontraste leicht anheben, Farben dezent justieren. Es geht nicht um Hochglanzproduktionen, sondern einfach nur um ordentliche Bilder, die eine Geschichte unterstützen. Für Social-Media-Auftritte entsteht in **Canva** ein passendes Titelbild oder eine leicht gestaltete Grafik, die sofort Wiedererkennungswert besitzt. Denn: Die Optik ist heute für die erste Wirkung auf Leserinnen und Leser entscheidend. Gut aufgemachte Artikel werden besser gelesen.

Soll zu einem Thema zusätzlich ein kurzes Video entstehen, genügt meist das Smartphone. Ein kurzer Eindruck vom Schauplatz, ein erklärender Satz, ein ruhiger Schwenk über die Umgebung. In **CapCut** wird das Material geschnitten, mit Untertiteln versehen und in ein Format gebracht, das auf Instagram oder anderen Plattformen gut funktioniert. Die Produktion dauert wenige Minuten und wirkt dennoch professionell und nah an der Situation.

Mit den Tools ist es ein Leichtes, sich zu organisieren und die Beiträge rechtzeitig an die Redaktion zu schicken oder vielleicht sogar selbst zu veröffentlichen. Zum Abschluss lohnt ein Blick zurück auf das Trello-Board: Welche Aufgaben wurden abgeschlossen, was braucht eine Nachrecherche, welcher Termin steht morgen an? Neue Hinweise oder Links wandern in OneNote oder Instapaper, damit sie nicht verloren gehen.

Nach einem langen Tag geht es in den Feierabend. Sich Grenzen zu setzen, ist gerade für Freiberufler*innen wichtig. Daher macht der **Nicht-Stören-Modus**, den Smartphones und auch Computer heute anbieten (bei Windows heißt er „Fokus“), ab einer gewissen Uhrzeit Sinn. Wichtige Telefonnummern oder Apps können davon ausgenommen werden, damit Anrufe der Familie oder Nachrichten von Freunden jederzeit durchkommen.

Der Autor
Journalist und Technikexperte Johannes Michel betreibt die lokale Onlinezeitung *NachrichtenamOrt.de* sowie die Technikseite *Technik-Michel.de*.
jmichel@journalist-michel.de

Foto: Thomas Geiger

Netzwerke, technische Helferlein, Auszeiten

Freiberufler*innen arbeiten anders als Kolleg*innen in Anstellung und haben manchen Ratschlag parat. Tipps aus der *BJVreport*-Redaktion

Netzwerken!

Foto: Stefan Gregor

In den 30 Jahren meines journalistischen Arbeitslebens gab es in unserem Beruf einige Krisen, Hypes und Revolutionen. Seit meinem Studium und meiner Tätigkeit als Redakteur, freier Journalist und Dozent engagiere ich mich kontinuierlich in journalistischen Netzwerken. Diese Netzwerke bieten mir stets eine wertvolle Unterstützung. Besonders prägend war das Jonet, eine 1994 vom heutigen *Zeit*-Chefredakteur Jochen Wegner gegründete Mailingliste. Über viele Jahre diente das Jonet als zentraler Treffpunkt deutscher Journalist*innen. Vor zehn Jahren endete diese Plattform jedoch still und leise. Auch die Mitarbeit im Netzwerk Recherche erwies sich als äußerst hilfreich. Neben dem Wissenszuwachs ermöglichte es mir, viele Kolleg*innen kennenzulernen. Darüber hinaus bieten mir die Netzwerke im BJV-/DJV über Jahrzehnte hinweg vielfältige Möglichkeiten zur Vernetzung. Im Kollektiv können wir uns jenseits aller Unabwägbarkeiten für die Belange unseres Berufs stark machen. *Thomas Mrazek (kontakt@thomas-mrazek.de)*

Ehrenamtlich aktiv werden

Foto: Michaela Schneider

Ehrenamtlich aktiv werden und gleichzeitig etwas für das eigene berufliche Netzwerk tun? Klingt zu schön, um wahr zu sein? Für mich beim Bayerischen Journalisten-Verband Alltag! Während meiner ehrenamtlichen Arbeit komme ich täglich mit Kolleginnen und Kollegen zusammen, die ich ohne die Verbandsarbeit wohl kaum kennengelernt hätte. Vor allem für mich als freiberuflichen Journalisten ein nicht zu unterschätzender Vorteil bei der Suche nach neuen Auftraggebern. Allein das Feedback zu einzelnen Verlagen und Sendern kann helfen, passende Redaktionen zu finden oder manch einen Arbeitgeber noch vor der Bewerbung für sich auszuschließen. Gespräche mit Verbandskolleginnen und -kollegen können zudem in schlechten Zeiten über manch ein Ärgernis hinweghelfen oder Input für neue Ideen geben. Sogar kleine Auszeiten ermöglicht die Verbandsarbeit: auf Reisen zum Verbandstag oder Präsenstreffen der Fachausschüsse des Deutschen Journalisten-Verbands. *Curdt Blumenthal*

Moderner, mobiler Arbeitsalltag

Foto: Anna Gojowsky

In den letzten Jahren sind technische Geräte kompakter und leistungsfähiger geworden, was das Arbeiten unterwegs stark erleichtert. Kleine Kameras liefern hohe Qualität, Video- und Audioaufnahmen kann ich problemlos mit dem Handy machen, leistungsstarke Powerbanks sorgen dafür, dass ich Akkus unterwegs laden kann, eine handliche Festplatte mit 4 TB ist immer dabei, und ein Handyvertrag mit unbegrenztem Datenvolumen ermöglicht es mir, Bilder unterwegs hochzuladen, ohne auf WLAN angewiesen zu sein. Vor einigen Jahren wäre all das in so guter Qualität und kompakter Bauweise unbezahlbar gewesen. Inzwischen muss man kein Vermögen mehr ausgeben, um sich gut auszustatten. Der technische Fortschritt passt für mich sehr gut zur Realität des modernen, mobilen Arbeitsalltags. Ich kann mehrere Tage in den Bergen wandern oder durch Höhlen kriechen, ohne schweres Equipment dabei zu haben. Das ist gerade bei aufwendigen, langfristigen Reportagen eine große Erleichterung. Meine Ausstattung verschafft mir außerdem mehr Spontanität im Alltag: Ich packe immer alles ein – man weiß ja nie, wann sich eine gute Geschichte ergibt. *Jana Margarete Schuler, freie Fotografin*

KI räumt fix den Schreibtisch frei

Foto: Heike Rost

In meinem Arbeitsalltag hangele ich ständig zwischen vielen kleinen Projekten, Deadlines und Ideen hin und her. KI hilft mir, den Überblick zu behalten. Ich lasse mir Unterlagen, Newsletter oder Videos von ChatGPT zusammenfassen, übersetzen oder transkribieren. Für Recherchen nutze ich gern die neuen KI-Browser wie Comet und organisiere die Ergebnisse mit Notebook LM. Unerlässlich ist dabei, die Kontrolle zu behalten: Vertrauliche Daten werden konsequent gelöscht, jede Quelle prüfe ich noch mal selbst. Wenn ich neue Seminare oder multimediale Formate plane, setze ich KI ein, um Themen visuell weiterzudenken – zum Beispiel, wie sich Inhalte spannend erzählen oder grafisch umsetzen lassen. Dabei helfen mir Canva für Layouts und Midjourney für Ideen zu Motiven oder Stimmungen. Häufig nutze ich KI auch, um neue Blickwinkel zu testen oder überraschende Erzählansätze zu finden. Sie ersetzt keine journalistische Arbeit. Sie räumt mir fix den Schreibtisch frei – digital gesehen. So bleibt Raum für das, was wirklich Handwerk und Haltung braucht.

Barbara Weidmann

Wer Leistung bringt, braucht Auszeiten

Foto: Günter Schneider

Wie jetzt? Du warst schon wieder auf dem Berg? Du kletterst am Vormittag? Wann arbeitest Du eigentlich? Zugegeben, manchmal regt sich mein schlechtes Gewissen, wenn sich der ein oder andere über meine ungewöhnlichen Arbeitsrhythmen wundert. Nur: Ohne geregelte Arbeitszeiten ist ein sehr bewusster Freizeitausgleich zentral, um nicht im ständigen Arbeitshamsterrad zugrunde zu gehen. Abends Theaterpremieren? Am Wochenende Vernissagen? Mehrtägige Ärztekongresse? Intensive *BJVreport*-Produktionsphasen? Zeitgleich Aufträge von vier oder fünf Redaktionen? Wer Leistung bringt, muss sich Auszeiten nehmen. Freiberufler*innen arbeiten nicht weniger, aber in anderen Rhythmen und oft hochkonzentriert.
Meine Tipps: 1) Wer seine Arbeitszeit effizient nutzt, hat mehr Freizeit, Stichwort Zeitmanagement. 2) Auch Freiberufler*innen müssen nicht immer verfügbar sein. 3) Unterschiedliche Farben stehen in meinem Kalender für Pflicht und Freizeit – so behalte ich meine Work-Life-Balance im Blick. 4) Bewegt Euch – mir selbst kommen die besten Ideen beim Wandern.

Michaela Schneider

Mach Dich mit Qualität beliebt!

Foto: Eric Mammen

Ponkie, die legendäre Fernsehkritikerin der Münchner *Abendzeitung*, verriet mir einmal in einem Interview ihr Geheimnis, wie sie es schafft, dass sich ihre Kurzkritiken immer lesen, als hätte sie die Kettensätze, jedes Wort eine perfekt polierte Perle, gerade ausgespuckt. Manchmal brauche sie allein für ein Adjektiv einen ganzen Vormittag, um es am Nachmittag womöglich zu streichen. „Es ist eine Plage“, seufzte sie. Ich seufze mit. Auch nach so vielen Jahren Erfahrung kann ich mich endlos darin verlieren, Worte zum Scheinen zu bringen. KI-Assistenten sind für Langsamdenker und Langsamschreiber nur bedingt eine Beschleunigungshilfe. Für den eigenen Ton und Stil und nicht zuletzt für die Richtigkeit ist man immer noch selbst verantwortlich. Aus den Redaktionen bekomme ich – zum Glück! – gespiegelt, dass sich die Handarbeit lohnt. Mit Nachsicht wird darüber hinweggesehen, wenn ich den Redaktionsschluss ausreize. Aus ökonomischer Sicht geht die Rechnung freilich nicht immer auf. Aber wer Qualität liefert, punktet bei den Auftraggebern und wird im besten Fall unersetzlich. Deshalb mein Tipp: Mach dich mit Qualität in der Redaktion beliebt, damit dich niemand vermissen mag.

Senta Krasser

Allein und doch in Teams

Foto: Thomas Geiger

Wenn ich, etwa für den *BJVreport*, Beiträge vorbereite, fällt dazu immer Material an. Mitschriften, Recherchеinformationen, Bilder und die fertigen Texte müssen abgespeichert und sortiert werden. Früher war die Logik einfach ein Ordner am Computer, in dem sämtliche Informationen am Ende lagerten. Vielfach funktioniert das immer noch gut. Vermehrt arbeite ich aber mit Kolleg*innen oder auch Personen aus anderen Metiers zusammen, stelle Informationen bereit, tausche mich aus. Und hier war lange die E-Mail das Kommunikationsmittel der Wahl. Mit dem riesigen Nachteil, dass irgendwann kaum mehr zu überblicken war, wer nun was beigetragen hat. Hier hilft mir seit einigen Jahren, auch wenn ich eigentlich Solo-Selbstständiger bin, Microsoft Teams. Dateien an andere freigeben, Versionierung (Zustand einer Datei zu einem bestimmten Datum anzeigen) und auch Erinnerungen an wichtige Aufgaben und Termine – all das kann die Software. Und das Hin- und Her-Switchen zwischen verschiedenen Programmen am Computer entfällt weitestgehend. Alles ist an einem Ort. Und auch Netzwerken kann ich mit allen, die hier mit mir verbunden sind.

Johannes Michel

Struktur für kreative Chaotin

Foto: Jim Albright

Noch schnell mal die Blumen gießen oder die Spülmaschine ausräumen? Nach der Post sehen oder bei einem Tratsch am Telefon hängen bleiben? Als kreative Chaotin brauche ich Struktur und muss den Tagesablauf relativ strikt planen, um nicht den schönen Ablenkungen zu erliegen. Daher den Tag in Arbeitszeiten und Pausen einteilen, dabei Puffer einbauen, wenn es einmal nicht so läuft. Als Morgenmuffel fängt die Arbeit bei mir, wenn keine Termine anstehen, erst um 10 Uhr an. Digitale Tools sind hilfreich, die nutze ich nicht, da setze ich auf meine eigene Disziplin. Unbedingt Pausen einplanen und auch einhalten - sie erhöhen die Kreativität! Wichtige Arbeiten und Terminaufträge zuerst erledigen. Das Pensum nicht zu hoch ansetzen. Lieber mit einem Auftrag fertig sein und dann noch ein „may be“ zusätzlich schaffen, als am Abend frustriert festzustellen, dass es nicht gereicht hat oder ungewolltes Nachsitzen nötig wird. Belohnt Euch, wenn etwas erledigt ist. Mit einem Cappuccino, einem Spaziergang, und wenn es ein größerer Auftrag war, auch mal mit mehr. Der wichtigste Tipp zuletzt: Nicht so lange wie möglich arbeiten. Feierabend und Wochenenden gehören Euch.

Maria Goblirsch

Von Podcasts und Pop-Ups

Heldenstadt und *Kolumna* – flexible Angebote gehen neue Wege im Lokaljournalismus

Von Thomas Mrazek

Die positive Erkenntnis aus dem „Wüstenradar“, der die Verbreitung des Lokaljournalismus untersucht: In Deutschland gibt es noch keine„Lokaljournalismus Wüsten“. Dr. Christian-Mathias Wellbrock von der Hamburg Media School (HMS) stellte die im November 2024 erschienene Studie (*wuestensradar.de*) beim Symposium „Lokaljournalismus unter Druck“ vor. Die Gesellschaft katholischer Publizistinnen und Publizisten Deutschland (GKP) hatte zu der Tagung in München geladen. Lokale Medien kämpfen mit sinkenden Auflagen und schwieriger Finanzierung, während KI-Plattformen oft mehr schaden als nutzen. Wie können Journalist*innen und Medienhäuser reagieren? Wellbrock nannte Lösungsansätze aus der Studie, die von HMS, Netzwerk Recherche, Transparency International und Rudolf Augstein Stiftung herausgegeben wurde. Er riet lokalen Medien „Plattformen für lokale Kommunikationsräume“ zu schaffen und lokale „Creator“ einzubinden.

Von links: Ronja Straub, Daniel Heinze und Moderatorin Isolde Fugunt.

Foto: Christian Klenk, GKP

Ursprünglich ein Stadtblog

Ein erfolgreiches Beispiel präsentierte Daniel Heinze, Host des Podcasts *Heldenstadt*. Seit 2023 erscheint alle 14 Tage eine neue Folge auf der Website der *Leipziger Volkszeitung* (*lvz.de*). Der Podcast ist prominent neben anderen der Zeitung platziert. „Ein Mitglied der *LVZ*-Chefredaktion war regelmäßiger Hörer des Podcasts“, erzählt Heinze dem *BJVreport*. „Da die *LVZ* selbst ein Podcast-Portfolio aufgebaut hatte und die inhaltliche ‚Farbe‘, die wir mitbringen, da noch nicht dabei war“, kam man auf die Idee, mit *Heldenstadt* zu kooperieren. Die Kooperation geht jetzt ins dritte Jahr. Der Podcast, ursprünglich ein Stadtblog, bietet seit 2013 „ein Mischmasch aus dem privaten und öffentlichen Leipzig, garniert mit persönlichen Konzert- und Kulturtipps“. Heinze beschreibt es als „kleine News Show mit positivem Kontext“. Jede Folge erfordert von ihm und seinem Mitstreiter rund zwölf Stunden Arbeit. „Es wird vorbereitet, rund 45 Minuten geredet, dann auf 20 bis 30 Minuten geschnitten“, berichtete die *LVZ* zum Start (*bjv.de/lvz*). Die Podcaster erhalten ein kleines Honorar und arbeiten inhaltlich frei, unterstützt von der Redaktion. Heinze, hauptberuflich in Leipzig Hörfunkredakteur und Moderator im Auftrag des Bistums Dresden-Meißen, fühlt sich in dieser Konstellation wohl. Für die *LVZ* wäre es ohne größere Investitionen kaum möglich gewesen, ein solch beliebtes und authentisches Format aufzubauen.

Die „Wüstenradar“-Studie empfiehlt auch die Gründung digitaler Lokalmedien. Ronja Straub und Julia Baumann-Scheyer gründeten in Lindau das Angebot *Kolumna* (*kolumna.org*) Sie gaben ihre Redakteursstellen bei der *Schwäbischen Zeitung* auf, um Journalismus nach eigenen Vorstellungen zu machen. Im November 2024 starteten sie *Kolumna* mit einem Crowdfunding. Seit einem halben Jahr ist das Lokalblog online. Das Basisabo kostet zwölf Euro im Monat, im Oktober erreichte man 1000 Abonnent*innen. Täglich bieten die beiden einen Nachrichtenüberblick und einen ausführlich recherchierten Artikel. Ein Veranstaltungskalender und Podcasts ergänzen das Angebot.

„Aus der Not heraus“, ohne eigenes Büro, arbeiteten sie oft als Pop-Up-Redaktion, erzählt Straub. Sie suchten etwa Vereinsheime auf und kamen mit Bürger*innen ins Gespräch. „Früher nannte man es Leserstammtisch, heute Pop-up-Redaktion – back to the roots“, erklärt Straub. Im ersten halben Jahr erhielten Straub und Baumann-Scheyer einen Gründungszuschuss der Arbeitsagentur. Seit August zahlen sie sich ein Gehalt, ähnlich ihrer früheren Festanstellung, arbeiten aber mehr. Neben Honorarkräften planen sie 2026 eine 50-Prozent-Stelle. Anzeigen sollen ein zweites Standbein werden, ohne das Angebot zu überfrachten. Ein Anzeigenverkäufer arbeitet auf Provisionsbasis. Ähnlich wie die *Leipziger Volkszeitung* bietet *Kolumna* seit November einen externen Podcast, den *Wellenreiter* (*derwellenreiter.info*) an. Michael Scheyer spricht über Themen am Bodensee. Um jüngere Nutzer*innen zu erreichen, plant *Kolumna* eine Schülerredaktion. „Die Idee steckt aber noch in den Kinderschuhen“, sagt Straub.

Vor dem Start von Kolumna erschien im *BJVreport* 1/2025 ein Interview mit Mitgründerin Julia Baumann-Scheyer: *bjv.de/kolumna*

VERSICHERUNGEN

VERSICHERUNGS KAMMER

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

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

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de

KAMMERN

BAYERISCHE LANDESÄRZTEKAMMER

Ines Stefanie Wagner
Bereichsleiterin
Kommunikation, Politik, Marketing

Bayerische Landesärztekammer
Mühlbaurstraße 16
81677 München
Telefon: 894147-796
E-Mail: presse@blaek.de
www.blaek.de

BILDUNG/WISSENSCHAFT

Hubertus Klingsbögl
Pressesprecher

Hanns Seidel Stiftung

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

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

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

VERKEHR

VAG

Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

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

MESSEN/AUSSTELLUNGEN

AFAG WIR MACHEN MESSEN

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

VGN

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

Andrea Rexer
Leiterin 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
andrea.rexer@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
1/2026	23. Jan.	5. Feb.	24. Feb.
2/2026	10. April	23. April	12. Mai
3/2026	3. Juli	16. Juli	5. August

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.
Anzeigenmarketing *BJVreport*:
Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09 11 / 988 11 264, robert.macher@mediasued.de

ENERGIE

LEW – Ansprechpartner für die Presse

Lechwerke AG
presse@lew.de
Rufbereitschaft
T +49 821 328-1651
lew.de

Schaezlerstraße 3
86150 Augsburg

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

Philipp Roßkopf | **Pressesprecher**
T +49 821 328-1664
philipp.rosskopf@lew.de

Tatjana Vinkovic | **Pressesprecherin**
T +49 821 328-4789
tatjana.vinkovic@lew.de

Dr. Christian Blümm
Bereichsleiter Marketing und Kommunikation

energie schwaben

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

Telefon +49 821 9002-360

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

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

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

UNTERNEHMEN

BMW GROUP

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

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

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

Postanschrift
BMW AG
D-80788 München

Hausanschrift
BMW AG
Petuelring 130
80788 München

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

Internet: www.press.bmw.de

DIEHL

Michael Prymelski
Generalbevollmächtigter Konzernkommunikation

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

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

wbg Nürnberg Immobilien

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

Philip Hauck
Leiter Unternehmenskommunikation, Pressesprecher

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

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

Wir gestalten LebensRäume.

FINANZEN

GVB Genossenschaftsverband Bayern

Dr. Gerald Schneider
Pressesprecher

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

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

BJV Medienszene

Mediengruppe Bayern auf Einkaufstour in Franken

Verlegerin Tucci-Diekmann will den *Fränkischen Tag* übernehmen

Von Michaela Schneider

Große Verlagshäuser gehen auf Einkaufstour, kleine Verlage bangen um ihre Zukunft, Medienvielfalt schwindet: Am 11. November vermeldete die Mediengruppe Bayern (MGB) mit Sitz in Passau die Übernahme der Mediengruppe Oberfranken. Für Bamberger Mitarbeitende selbst auf Führungsebene kam die Nachricht wohl völlig überraschend.

Schon jetzt erscheinen unter dem Verlagsdach der MGB die *Passauer Neue Presse*, seit 2012 das *Trostberger Tagblatt*, seit 2014 das *Reichenhaller Tagblatt*, seit 2016 der Ingolstädter *Donaukurier* und seit 2021 die *Mittelbayerische Zeitung* in Regensburg. Nun kommen noch der *Fränkische Tag* in Bamberg sowie dessen Schwesterzeitungen *Bayerische Rundschau, Coburger Tagblatt* und *Saale-Zeitung* dazu. Auch die umfangreichen Aktivitäten der Mediengruppe Oberfranken im Geschäftsbereich Fachzeitschriften sowie Druckgeschäft sollen zu 100 Prozent übernommen werden.

Das Kartellamt muss der Einkaufstour von MGB-Geschäftsführerin Simone Tucci-Diekmann noch zustimmen. Das dauert in der Regel zwischen sechs und acht Wochen, dürfte aber reine Formsache sein. Die unter dem Dach der Mediengruppe Bayern erscheinende Auflage wird dann auf rund 350.000 Exemplare anwachsen und die Onlineangebote könnten eine Reichweite im Monat von 42 Millionen Visits erzielen. Ohne entsprechende Unternehmensgröße und Schlagkraft seien die Herausforderungen, die durch Digitalisierung und den sich wandelnden Medienmarkt entstünden, für Regionalzeitungen nur schwer zu meistern, lässt sich Tucci-Diekmann im „In eigener Sache"-Artikel zitieren.

Sorge vor allem bei Blattmacher*innen

Anfang 2024 hatte die Mediengruppe Oberfranken die Konzernstruktur deutlich umgemodelt, Blattmacher*innen und Reporter*innen arbeiten seither in zwei Gesellschaften. Wer weiterhin schreiben wollte, musste damals zum Teil zu schlechteren Konditionen von der Redaktionen GmbH & Co. KG in die Digitalhaus Franken GmbH wechseln. Die Nervosität im Digitalhaus bewege sich mit Blick auf die Übernahme derzeit noch in Grenzen, ist aus Belegschaftskreisen zu hören. Wohl schwingt dort die Hoffnung mit, dass ähnlich wie seinerzeit bei den Übernahmen in Regensburg und Ingolstadt eher Verwaltung, Holding und Co. von weiteren Umstrukturierungen betroffen sein könnten. Deutlich größere Sorgen plagen die noch in der Nachwirkung des Tarifvertrags besser bezahlten und in der Redaktionen GmbH & Co. KG beschäftigten Blattmacher*innen, dass diese abgewickelt werden könnte.

Seinen Mantelteil bezieht der *Fränkische Tag* derzeit von der *Main-Post*, die wiederum zur Augsburger Mediengruppe Pressedruck gehört. Auch an anderer Stelle kooperieren die Medienhäuser bis dato: *Main-Post* und *Fränkischer Tag* teilen sich Redaktionen in Bad Kissingen und in den Hassbergen. Auch hier dürften mit der Übernahme Veränderungen anstehen.

Postwendend positionierte sich der Bayerische Journalisten-Verband, als die Mediengruppe Bayern die Übernahme der Franken meldete. „Die Einkaufstour von Verlegerin Simone Tucci-Diekmann darf die Medienvielfalt in Bayern nicht noch weiter reduzieren. Die redaktionelle Unabhängigkeit der MGO-Titel muss unbedingt erhalten bleiben", fordert BJV-Vorsitzender Harald Stocker. Die Übernahmen in Ingolstadt und Regensburg hätten die Arbeitsbedingungen der Kolleginnen und Kollegen dort spürbar verschlechtert. Das dürfe sich in Bamberg, Coburg und Kulmbach nicht wiederholen. Aus dortigen Belegschaftskreisen ist gleichzeitig zu hören und Galgenhumor schwingt mit: Schaue man sich den Passauer Haustarif an, seien die Konditionen in Bamberg schon jetzt ähnlich schlecht.

Zwei weitere große Übernahmen hatten heuer auch außerhalb Bayerns den regionalen Zeitungsmarkt verändert: Im Mai hatte die Neue Pressegesellschaft Ulm (*Südwest Presse*) die Medienholding Süd mit der *Stuttgarter Zeitung*, den *Stuttgarter Nachrichten und weiteren Blättern in Esslingen, Oberndorf und Böblingen* übernommen. Im September wurde bekannt, dass Madsack zum 1. Januar 2026 die Oldenburger Nordwest Mediengruppe (*Nordwest Zeitung*) kaufen will.

Auszeiten im Journalismus

Sabbaticals werden immer beliebter und die Pausen vom stressigen Arbeitsalltag können befreiend sein

Von Annika Karoline Schleithoff

„Ich habe lange studiert, dann noch ein Volontariat gemacht und danach vor allem frei gearbeitet. Irgendwann wollte ich den Kopf freikriegen, Stress abbauen und reisen. Weil ich neue Kulturen, Menschen und Sprachen kennenlernen wollte, für mich selbst und auch, weil mich viele Länder journalistisch interessierten", sagt Eileen Kelpe, 34. Sie arbeitet als Redakteurin beim *Bayerischen Rundfunk* und war mit ihrem Partner sechs Monate lang in der Türkei, den USA, Bolivien, Japan und Vietnam unterwegs.

Oft schwingt die Hoffnung mit, nach einer Auszeit wieder mit mehr Energie und Motivation in den Job zurückzukehren.

Foto: Annika Karoline Schleithoff

Auf LinkedIn finden sich zahlreiche Beiträge über Auszeiten vom Job, auch von Journalist*innen. Die Gründe dafür sind verschieden: Abstand vom Arbeitsstress, persönliche Weiterentwicklung, einem Burn-Out vorbeugen oder mehr Zeit für die Familie. Und oft schwingt die Hoffnung mit, nach der Auszeit wieder mit mehr Energie und Motivation in den Job zurückzukehren. Besonders im Journalismus, einer Branche, in der Arbeit und Freizeit häufig verschwimmen, die geprägt ist von unregelmäßigen Arbeitszeiten und ständiger Erreichbarkeit, kann das wichtig sein.

Forderung nach Work-Life-Balance

In Deutschland werden Sabbaticals immer beliebter, vor allem bei jungen Arbeitnehmer*innen. Eine Umfrage des Karrierenetzwerks Xing aus dem Jahr 2017 zeigt: 43 Prozent der 18 bis 24-Jährigen haben bereits ein Sabbatical gemacht oder wollen das in Zukunft tun. Dagegen sind es bei den 50- bis 59-Jährigen nur etwa 22 Prozent. Und immer mehr Unternehmen bieten die Möglichkeit eines Sabbaticals an im Wissen, dass vor allem der jüngeren Generation die Work-Life-Balance immer wichtiger wird. Eine Befragung der Hochschule Würzburg-Schweinfurt zeigt: Gerade bei jüngeren Arbeitnehmer*innen kann ein Sabbatical helfen, die eigene Arbeitskraft und Motivation zu erhalten. „Aus meiner Sicht gibt es in den letzten Jahren einen Trend, das Thema Sabbaticals auch tariflich zu regeln", sagt Michael Fuhlrott, Fachanwalt für Arbeitsrecht und Professor für Arbeitsrecht an der Hochschule Fresenius.

Ein gesetzlich verankertes Recht auf Sabbaticals gibt es in Deutschland jedoch nicht. Ob es im Einzelfall möglich ist, lässt sich zum Teil auch in Tarifverträgen oder dem Arbeitsvertrag ablesen. Im Gehaltstarifvertrag für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen von 2025 und im Manteltarifvertrag für Redakteurinnen und Redakteure an Zeitschriften von 2010 findet sich eine solche Regelung nicht. „Es bedarf dann immer einer individuellen Vereinbarung zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber", sagt Fuhlrott.

Wer über ein Sabbatical nachdenkt, sollte frühzeitig planen und sich vor allem Gedanken machen, wie man die Auszeit finanziert, sagt Eileen Kelpe. „Weil ich Geld angespart hatte, konnte ich mir ein Sabbatical zum Glück leisten. Und wir haben die Reise so geplant, dass wir nicht nur in teuren Ländern unterwegs sind", sagt sie.

„Ich sollte mich fragen, welches Finanzierungsmodell in meine persönliche Lage passen könnte und, ob mein Arbeitgeber das Sabbatical überhaupt genehmigt", sagt Fuhlrott. Möglich sind unter anderem unbezahlte Urlaube oder Zeitwertkonten, auf denen Arbeitszeit oder Gehalt angespart werden. Oder auch Ansparmodelle, bei dem Arbeitnehmer*innen in einem bestimmten Zeitraum mehr Stunden arbeiten oder auf einen Teil des Gehalts verzichten, um anschließend eine Freistellungsphase zu finanzieren.

Wichtig dabei: Je nach Modell müssen Arbeitnehmer*innen sich für die Zeit des Sabbaticals selbst um Versicherungsschutz und Rentenbeiträge kümmern. Auch über Kündigungsschutz, Jobgarantien und Vertretungsregeln sollten Arbeitnehmer*in und Arbeitgeber*in frühzeitig sprechen. Die Vereinbarungen zum Sabbatical sollten in einem Vertrag festgehalten werden.

Für Kelpe hat sich die Auszeit gelohnt. „Ich wollte im Sabbatical Stress abbauen und das hat sich auf jeden Fall erfüllt. Ich würde es jedem empfehlen", sagt sie. Manches würde sie heute aber anders machen. Während der Reise hat Kelpe in Bolivien eine Geschichte recherchiert und für den Hörfunk produziert. „Ich hatte am Anfang überlegt, dass ich vielleicht während der Reise arbeite und Beiträge produziere. Aber ich habe schnell gemerkt, wie stressig es ist, auch wegen der Zeitverschiebung, schlechter Internetverbindung und fehlender Infrastruktur." Während des Sabbaticals frei zu arbeiten und gleichzeitig den Arbeitsalltag hinter sich zu lassen, funktioniere nicht. Aber während ihrer Reise sei sie immer wieder auf spannende Menschen und Geschichten gestoßen, die sie irgendwann journalistisch erzählen möchte.

Die Autorin
Annika Karoline Schleithoff ist die aktuelle Stipendiatin des BJV. Sie studiert auf den Master of Arts an der Deutschen Journalistenschule in München.

Foto: Helke Rüder

So gelingt der Start in die Freiberuflichkeit

Herausfordernder Anfang: Tipps für angehende freie Journalist*innen

Viele junge Journalist*innen starten nach Studium, Volontariat oder Ausbildung an der Journalistenschule in die Selbstständigkeit. Experten erklärten gegenüber dem *BJVreport*, worauf man dabei achten sollte und wo man hilfreiche Tipps findet.

Ein Netzwerk aufbauen

Ganz ohne Kontakte in Redaktionen wird es als Freiberufler*in schwierig. Am besten baut man sie möglichst früh auf, zum Beispiel über Praktika oder Werkstudierendenjobs. Wer als Pauschalist*in arbeitet oder regelmäßig Schichten bei Online-Redaktionen oder im öffentlich-rechtlichen Rundfunk übernimmt, sollte versuchen, an Redaktionskonferenzen teilzunehmen. Wer dabei ist, wenn Aufträge diskutiert und vergeben werden, wird womöglich häufiger berücksichtigt. Hilfreich ist auch, sich auf Schwerpunktthemen zu konzentrieren oder ein gefragtes Spezialgebiet zu bedienen. Generell gilt: Den Schreibtisch so oft es geht verlassen. Auf Fachkonferenzen und Branchenevents kann man sich mit Kolleg*innen und potenziellen Auftraggeber*innen vernetzen. Auch auf sozialen Netzwerken aktiv zu sein oder sich gelegentlich auf Festanstellungen zu bewerben, kann Türen öffnen.

Der Austausch mit Kolleg*innen

Frei zu arbeiten heißt, oft allein zu arbeiten. Wer sich einen Austausch mit Kolleg*innen wünscht, kann sich Büros mit anderen teilen. Beim Media Lab Bayern in München und Ansbach können selbstständige Medienschaffende kostenlos Co-Working-Spaces nutzen. Austauschmöglichkeiten gibt es auch in der BJV-Fachgruppe Freie Journalist*innen, die regelmäßig Veranstaltungen und Online-Treffen wie die „FREIstunde“ anbietet.

Diese Versicherungen sind wichtig

Wer freiberuflich arbeitet, muss sich selbst um Versicherungen und Vorsorge kümmern. Eine Mitgliedschaft in der Künstlersozialkasse (KSK) lohnt sich nicht nur, sondern unter bestimmten Voraussetzungen besteht Sozialversicherungspflicht. Ähnlich wie bei Arbeitnehmer*innen wird etwa die Hälfte der Beiträge für die gesetzliche Kranken-, Pflege- und Rentenversicherung übernommen. Voraussetzung ist, dass die journalistische Tätigkeit hauptberuflich, selbstständig und nicht nur vorübergehend ausgeübt wird. Das ist auch für Berufsanfänger*innen möglich, selbst wenn sie noch nicht die Schwelle des Mindestarbeitseinkommens überschreiten. Wichtig ist ebenso eine Berufshaftpflichtversicherung, die bei Schäden haftet, die durch die eigene Berichterstattung entstehen. Auch eine Mitgliedschaft in der Berufsgenossenschaft kann sinnvoll sein, die bei Arbeitsunfällen schützt.

Finanzen planen

Um mit schwankenden Honoraren umgehen zu können, ist es wichtig, Fixkosten zu berechnen und zwei bis drei Monatsgehälter für unregelmäßige Monate und größere Anschaffungen zurückzulegen. Finanzielle Sicherheit und Planbarkeit können etwa Schichtdienste bei Medienhäusern geben, die man an ein paar Tagen im Monat übernimmt. Auch wenn es nicht leicht ist, sollte man von Anfang an über Honorare sprechen. Wie hoch ist das Honorar und wann wird es gezahlt? Wie man über Honorare verhandelt, kann man lernen, zum Beispiel beim Institut für publizistische Ausbildung (ifp).

So nutzt man die VG Wort richtig

Die Verwertungsgesellschaft (VG Wort) treibt Urheberabgaben ein und verteilt das Geld an Autor*innen. Sie müssen sich selbst darum kümmern, dass ihre Texte gemeldet werden. Für Online-Texte übernehmen das zum Teil die Redaktionen, dafür brauchen sie die Karteinummer der Urheber*in. Freie sollten nachfragen, ob der Verlag das macht, da nachträgliche Zuordnungen aufwändig sind. Printtexte meldet man über die passende Rubrik im Online-Meldeportal T.O.M. Auch Rundfunkbeiträge werden vergütet, für sie gilt ein Punktesystem. Wieviel Geld ein Stück bringt, hängt von der Länge und dem Genre ab. Für Podcasts gibt es noch keinen Verteilungsplan, aber die Vorbereitungen laufen. Wieviel Geld man in einem Jahr bekommt, ist nicht planbar. Es hängt von den Einnahmen der VG Wort in der jeweiligen Sparte ab. Webinare der VG Wort helfen bei Fragen. Zu den Neuerungen, die ab 2026 gelten, sind Webinare für Februar geplant. Die Voraussetzung, um an den Ausschüttungen der VG Wort teilzunehmen, ist der Wahrnehmungsvertrag. Das Formular ist in T.O.M. hinterlegt. Dort registriert man sich und reicht den Vertrag ein – möglichst vor Weihnachten. Für alle Meldungen gelten Stichtage, der wichtigste ist der 31. Januar.

Tantiemen über die VG Bild-Kunst

Was für Autor*innen die VG Wort, ist unter anderem für Pressefotograf*innen, Filmschaffende oder Karikaturist*innen die Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst (VG Bild-Kunst). Auch hier gilt: Unbedingt einen Wahrnehmungsvertrag abschließen und die jeweiligen Meldefristen beachten. Eine wichtige Neuerung: Ab dem kommenden Jahr 2026 wird der Meldeschluss für Mitglieder und Berechtigte der VG Bild-Kunst vom 30. Juni auf den 31. März vorverlegt, um der gesetzlichen Pflicht zur Ausschüttung bis zum Ende des dritten Quartals Genüge zu tun.

Annika Karoline Schleithoff

Unsere Experten

Die Informationen und Tipps in diesem Beitrag stammen von Johannes Michel (Vorsitzender der Fachgruppe Freie Journalisten im BJV), Michael Hirschler (Referent für Freie und Bildjournalist*innen im DJV) und Ulf J. Froitzheim (für den BJV im Verwaltungsrat der VG Wort vertreten). Mehr auch unter *djv.de/freie*.

Die Medienbranche wandelt sich rasant – und Veränderung kann auch Chancen mit sich bringen. In einer kleinen Serie wollen wir uns im *BJVreport* mit neuen Berufsbildern und Aufgabenfeldern im Journalismus beschäftigen.

So optimiert der *BR* sein Programm

Immer öfter setzen große Verlage und Sender auf Audience Development und eine zielgerichtete Portfoliosteuerung

Von Curdt Blumenthal

Julian Wenzel kennt das Programm des *Bayerischen Rundfunks* in und auswendig. Der 32-Jährige arbeitet als Portfoliomanager am *BR*-Campus in München-Freimann und analysiert mithilfe von hunderten Indikatoren die Ausrichtung verschiedenster Formate. „Wir versuchen, unser Portfolio so aufzustellen, dass möglichst viele Menschen in Bayern ein gutes Angebot von uns bekommen, bei dem sie sagen: Das will ich nutzen", beschreibt Wenzel seine Arbeit.

Julian Wenzel kommt bei seiner Arbeit als Portfoliomanager beim *Bayerischen Rundfunk* zugute, dass er bis vor wenigen Jahren selbst als Redakteur arbeitete. Foto: Curdt Blumenthal

Der Portfoliomanager bewegt sich in einem Spannungsfeld, das viele Redaktionen zunehmend beschäftigt: Wie lässt sich das Programm konsequent am Publikum ausrichten, ohne dass journalistische Entscheidungen von Quoten und Klicks abhängen? Und wie weit darf eine datenbasierte Steuerung gehen, bevor sie in die Nähe von Marketing gerät? „Du darfst dich nicht blind von der Reichweite treiben lassen", beschreibt Wenzel den Ritt auf der datenbasierten Rasierklinge.

Eine seiner Aufgaben ist das Zusammenstellen von Analysen für die Programmdirektoren, Programmbereichs- und Redaktionsleitungen beim *Bayerischen Rundfunk*. In Folge wird auch entschieden, ob Formate fortgeführt, abgesetzt oder weiterentwickelt werden. „Das sorgt definitiv für eine Gewissenhaftigkeit. Da fragt man sich oft, ob vielleicht noch eine andere Interpretation der Zahlen möglich ist oder wir schauen als Team noch einmal zusammen drauf", erklärt Wenzel.

Regionale Vielfalt, gesellschaftliche Interessen

Er und seine Kollegen arbeiten dabei unter anderem mit dem sogenannten *BR*-Score. Dieser soll eine Basis liefern, um unterschiedlichste Formate aus dem Programm zu vergleichen. Dabei werden laut dem Portfoliomanager mehr als 14 verschiedene Kriterien unter die Lupe genommen. „Natürlich geht es um Reichweite und Kosteneffizienz, aber auch genauso sehr um regionale Vielfalt oder gesellschaftliche Interessen", erzählt Wenzel. Ausgearbeitet haben den „*BR*-Score" Experten aus der Medienforschung, dem Finanzcontrolling, aber auch Mitarbeitende aus dem redaktionellen Umfeld.

Wenzels Arbeit mit den Redaktionen verläuft gänzlich unterschiedlich. Mal schlagen die Redaktionsleitungen eine Idee für ein neues Angebot vor, mal geht das Portfoliomanagement selbst auf die Redaktionen zu. „Wir haben keine Automatismen, dass bei uns eine rote Lampe angeht, wenn ein Post schlechter performt. Uns interessiert das Gesamtbild", betont der *BR*-Datenanalyst.

Als ein klassisches Beispiel für zielgruppenoptimierte Entwicklung nennt Wenzel die Fußball-Dokuserie „Rise and Fall". Der *Bayerische Rundfunk* erzählt in diesem Format die Leidensgeschichte von 1860 München. „Die Zielgruppe in diesem Format liegt bei 25 bis 49 Jahren. Wenn ich denen etwas von den 60er-Jahren erzähle, haben sie keinerlei Beziehung zu dieser Zeit.

Also wird die Geschichte für die Doku-Serie vor allem ab den Neunzigern erzählt“, erklärt der Portfolioexperte.

Wenzel kommt bei seiner Arbeit zugute, dass er bis vor wenigen Jahren selbst als Redakteur für den *Bayerischen Rundfunk* arbeitete. Erst nach einigen Jahren im Social-Media- und Podcast-Team von „Puls“ ging es für den Journalisten aus der Region Würzburg ins Portfoliomanagement. Die Reaktionen auf das neue Berufsbild seien im redaktionellen Umfeld komplett verschieden. „Die meisten Kollegen finden es total spannend, weil es ihnen hilft, nach vorne zu denken. Aber wie immer gibt es auch diejenigen die sagen: Entscheidungswege, die wir bisher hatten, gilt es zu bewahren“, resümiert Wenzel.

> *„Du darfst dich nicht blind von der Reichweite treiben lassen.“*
>
> Julian Wenzel, *Bayerischer Rundfunk*

Künstlicher Intelligenz rechnet der Datenanalyst in Zukunft eine immer wichtigere Rolle in seinem Arbeitsfeld zu. „Ich hoffe sogar darauf, dass die KI mir bei der Datensammlung und der Datenauswertung einiges von meiner Arbeit abnimmt. Vielleicht kann sie mir sogar Datenhinweise geben in der Analyse. Dafür ist KI prädestiniert“, erklärt er. Dann könnte sich Wenzel ganz auf die Deutung der Daten konzentrieren. Dass dieser Job auch irgendwann von Maschinen übernommen wird, kann sich der 32-Jährige nicht vorstellen. „Da gibt es momentan nichts, was mir irgendwelche Anzeichen gibt, dass das auch an die KI geht“, sagt der *BR*-Mitarbeiter.

Kopfschmerzen bereiten Wenzel hingegen die großen Tech-Konzerne, welche schon heute mit ihren Algorithmen bestimmen, was bei den Nutzern ankommt. „Ich glaube eher, dass die Gefahr für den Journalismus allgemein ist, dass wir uns von Plattformen abhängig machen, die bestimmen, was Aufmerksamkeit bekommt und was nicht“, meint der Portfoliomanager.

Hoffnung macht ihm, dass bei der Nutzung von sozialen Netzwerken scheinbar der Höhepunkt erreicht scheint. „Wir beobachten, dass zurzeit eine Sättigung einsetzt – gerade bei den jüngeren Alterskohorten. Da steigt die Nutzung nicht mehr so stark an“, berichtet Wenzel. Umso wichtiger seien nun langfristige Erfolgsstrategien, statt kurzfristig auf gute Quoten oder Klicks zu schauen. „In fünf Jahren wird niemand sagen: Vor vier Jahren hat sich mein Rundfunkbeitrag für diese Serie oder diesen Account richtig gelohnt, in fünf Jahren wird schon wieder was kommen. Es muss immer das Ziel sein, dass man das dauerhaft schafft“, resümiert Wenzel.

Der Autor
Curdt Blumenthal arbeitet als freier Journalist in München mit dem Schwerpunkt Sport. Im BJV engagiert er sich u. a. für die Interessen junger Mitglieder.

Foto: Michaela Schneider

Anzeige

2025

akadem!e
der bayerischen presse

Seminare für Journalist:innen und PR-Profis

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

Aus unserem Programm

Präsenz-Seminare (ganztägig)

Politikjournalismus – mit Kommunalwahl-Special (14.-16. Januar)
Souverän auftreten (20.-21. Januar)
Kreativer schreiben mit KI (29.-30. Januar)
Starke Fotos mit dem Smartphone (12. Februar)
KI-Intensivkurs: In 5 Tagen zum Profi (16.-20. Februar))

Webinare

Designs mit Canva – einfach und kostenlos (8. Januar, ein Vormittag)
Gehirngerechtes Schreiben (8.-9. Januar, zwei Tage)
Crashkurs KI-Kompetenz – nach EU AI Act (13. Januar, ein Vormittag)
Mehr Geld auf dem Konto – dank VG Wort (20. Januar, 90 Min.)
True Crime – für Podcast (16.-18. Februar, 3 Tage)

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

Neue Töne im Lokalen

Das Münchner Start-up Articly erleichtert Zeitungen den Einstieg in Podcasts, um neue Einnahmequellen und Zielgruppen zu erschließen

Von Thomas Mrazek

Articly hat bereits die Spitze erreicht – zumindest räumlich. Die Start-up Gründer Lukas Paetzmann und Wolf Weimer arbeiten im höchsten Bürogebäude Bayerns, dem Uptown München (auch O2-Tower genannt), im 34. Stockwerk. Dort nutzen sie für drei Jahre mit weiteren Start-ups das „Innovation Hub" für Tech-Start-ups von O2 Telefónica – Wayra. Articly (*articly.de*) vertont unter anderem für Lokal- und Regionalzeitungen bereits vorhandene Inhalte. Mithilfe von KI werden diese in Audioform verwandelt. RSS-Feeds, Artikel, Blog-Einträge oder Newsletter werden automatisiert zu Podcasts, um neue Zielgruppen zu erreichen.

Wolf Weimer (links) und Lukas Paetzmann (rechts) haben mit dem Lokaljournalismus ihr Ding entdeckt. Foto: Verena Kathrein

Nach vier Jahren beim Wirtschaftsprüfer PwC wechselte Weimer 2020 in die Medienbranche. Während der Pandemie hörte er gerne Hörbücher und wuchs als Sohn des heutigen Staatsministers für Kultur und Medien Wolfram Weimer und der Verlegerin Christiane Götz-Weimer in einem „Journalisten-Haushalt" auf. Mit dem Media Startup Fellowship des Media Lab Bayern stieg er in die Medien ein. Dort stellte man sich zu Beginn des Programms vor allem die Frage: „Was braucht die Branche gerade?". Weimer antwortete: „Audio". So entwickelte er Articly – die App fürs Zeitungshören.

Sie bietet ausgewählte Artikel von Zeitungen und Magazinen wie unter anderem *Die Zeit* und *Focus* in hochwertigen Hörversionen an. Die App richtet sich an Endnutzer und ist kostenpflichtig (8,99 Euro monatlich/69,99 Euro jährlich). Für Menschen, die Schwierigkeiten haben, geschriebene Texte zu lesen, gibt es Sonderkonditionen; man lege großen Wert auf Barrierefreiheit, „um qualitativ hochwertigen Journalismus für alle zugänglich zu machen", sagt Weimer. Er absolvierte zwei weitere Programme im Media Lab Bayern. Seit 2023 ist Lukas Paetzmann als Co-Founder und CEO dabei. Die beiden kennen sich aus dem Studium. Paetzmann arbeitete vier Jahre für Google in Dublin. Articly richtet sich inzwischen auch an Unternehmen, Kommunikatoren und Medienhäuser. Die Hörinhalte sind unter anderem in Audi-Fahrzeugen und im ICE-Portal der deutschen Bahn verfügbar.

Derzeit unterstützt das Start-up Lokalmedien mit KI-Podcasts. Das zur *Main-Post* gehörende Portal „Würzburg Erleben" bietet mit Articlys Hilfe den Podcast „Blaulicht-Update Würzburg" an (wuerzburg-erleben.de). Die KI-Stimmen von Julius und Lexa berichten alle paar Tage über Unfälle und Einsätze in der Region. Die Inhalte werden von Menschen ausgewählt und geprüft. Der Podcast erscheint auf allen gängigen Plattformen und enthält kurze Werbeunterbrechungen. Für die *Pforzheimer Zeitung* wird mit „*PZ* am Abend" ein automatischer „Feierabend-Podcast" mithilfe von KI generiert. Das achtköpfige Articly-Team, überwiegend Entwickler, zeigt Medien mit seiner Technologie, wie sie aus statischen Inhalten ohne großen Aufwand „Liquid Content" für Podcasts oder für WhatsApp erstellen können.

Weimer betont, dass so neue Zielgruppen erreicht werden – sowohl unter Nutzer*innen als auch im Werbemarkt. Laut dem Medien-Trendmonitor 2025 von *news aktuell* werden KI-Tools für Audio-Produktionen derzeit kaum genutzt. Da bietet sich noch viel Potenzial: „Wir haben unendlich viele Ideen", sagt Weimer. Ein Höhepunkt für ihn war der Auftritt in der *VOX*-Gründershow „Die Höhle der Löwen" im April 2022. Investor Carsten Maschmeyer beteiligte sich mit 70.000 Euro. Es gab auch Rückschläge wie verlorene Kooperationspartner oder bessere Konkurrenten, erwähnt Weimer. Inzwischen ist Articly gut vernetzt in der Medienbranche. Auch im 34. Stock bleibt man bodenständig und will nachhaltig aus eigenen Mitteln wachsen. Lokaljournalismus ist mittlerweile Articlys „Steckenpferd", sagt Weimer.

Haben Sie Fragen an die Gründer?

BJVwissen bietet BJV-/DJV-Mitgliedern am Donnerstag, 6. Februar um 18 Uhr online die Möglichkeit mit Lukas Paetzmann und Wolf Weimer ins Gespräch zu kommen. Mehr dazu, weitere Tipps und Einblicke in die Arbeit der Kollegen unter *bjv.de/articly*.

Drohende Morgenröte

Bis Ende 2027 sollen im Rahmen des Effizienzprogramms „Aurora“ bei *Augsburger Allgemeine, Main-Post* und *Südkurier* 350 Arbeitsplätze wegfallen

Von Michaela Schneider

Die Mediengruppe Pressedruck bündele Kräfte, kündigt der Augsburger Konzern am 23. Oktober an. Damit verbunden: Der Abbau von 350 Arbeitsplätzen bis 2027 in den Häusern der regionalen Tageszeitungen *Augsburger Allgemeine, Main-Post* und *Südkurier*, dies entspricht zirka zehn Prozent der Belegschaft. Davon betroffen sein werden wohl auch Redakteursstellen, erstrecken werde sich der Abbau „über alle Standorte und alle Fachbereiche“, lässt die Unternehmenskommunikation auf Nachfrage des *BJVreports* wissen. Einzelheiten würden bis Mitte 2026 erarbeitet, von daher seien zum jetzigen Zeitpunkt keine weiteren Detailinformationen möglich.

Am Tag, bevor die Konzernmeldung rausgeht, werden die rund 3400 Mitarbeitenden zu einem Townhall Meeting – sprich einer digitalen Versammlung – geladen. Kommuniziert wird wohl sehr offen, bis dato unter Verschluss gehaltene Unternehmenszahlen zu Gewinnen und Verlusten inklusive. Offiziell heißt es gegenüber dem *BJVreport*: Zahlen kommuniziere man grundsätzlich nicht in der Öffentlichkeit, der Gewinn sei in den vergangenen fünf Jahren aber deutlich zurückgegangen bei konzernweit nahezu stabilen Umsätzen. „Dies vor allem aufgrund gestiegener Personalkosten. Entsprechend müssen wir effizienter arbeiten, das heißt in der Folge auch mit weniger Personal“, so Unternehmenssprecher Kai Löbert.

> *„Es ist derzeit nicht geplant, weitere Redaktionen zu schließen.“*
>
> Kai Löbert, Unternehmenssprecher der Mediengruppe Pressedruck

„Natürliche Fluktuation“ beschleunigen

Beim „Townhall“ besteht die Möglichkeit, Fragen zu stellen, diese wird wohl rege genutzt. Eine Altersteilzeit-Regelung wird angeboten, mit dem Ziel, die „natürliche Fluktuation“ zu beschleunigen. Allerdings hört auch der Betriebsrat am 22. Oktober davon zum ersten Mal, die Konditionen orientieren sich an gesetzlichen Mindestvorgaben und der Betriebsrat fordert Nachverhandlungen. Regulär werden bis Ende 2027 wohl etwas mehr als 100 Kolleginnen und Kollegen im Konzern in den Ruhestand gehen und es sind gruppenweit mehr als 85 Stellen unbesetzt. „Wir prüfen aktuell, wie wir hiervon möglichst viele Stellen sozialverträglich abbauen können“, so Unternehmenssprecher Kai Löbert. Angedeutet wurde beim „Townhall“ wohl auch, dass der Fokus in weiteren Sparrunden auf Tochterfirmen erweitert werden könnte, dies könnte dann auch Bereiche wie Fernsehen oder Druckerei treffen.

Die Zeitungsredaktionen rücken schon jetzt in den Stellenabbau-Fokus. In welcher Form und in welchem Umfang – all dies soll in den nächsten Monaten erarbeitet werden. Die Verunsicherung innerhalb der Belegschaften ist entsprechend groß und die Stimmung gedrückt, zeigen Gespräche mit Redakteur*innen an den Standorten Augsburg und Würzburg. Recht schwammig äußert sich der Konzern mit Blick auf die Frage, ob Volontär*innen weiterhin übernommen werden sollen: „Wir legen auch in Zukunft großen Wert auf die Ausbildung unseres Nachwuchses – nicht nur im redaktionellen Bereich. Übernahmen sind bisher auch schon Einzelentscheidungen: Es gibt weder eine pauschale Übernahme noch einen Einstellungsstopp.“ Sehr gut aufgestellt – und darauf schaut man in Mitarbeitenden-Reihen durchaus kritisch – ist der Konzern redaktionell in Führungspositionen mit 18 Personen in (erweiterten) Chefredaktionsfunktionen.

Vor allem kritisiert der Augsburger Betriebsratsvorsitzende Josef Karg, dass der Konzern nicht schon deutlich früher, doch dafür über einen längeren Zeitraum die Möglichkeiten einer natürlichen Fluktuation wie auch Einsparpotenziale vor allem im Dienstleistungsbereich genutzt habe. Vom Effizienzprogramm „Aurora“ – zu Deutsch Morgenröte – war vor rund zwei Jahren erstmals die Rede. Die Übernahme der Mediengruppe *Main-Post* war jedoch bereits 2010 erfolgt. Im November 2011 kaufte die Mediengruppe Pressedruck dann zunächst 51 Prozent der Anteile am Südkurier Medienhaus und Ende 2013 die restlichen 49 Prozent. Die *Allgäuer Zeitung*, an der die Mediengruppe Pressedruck 50 Prozent der Anteile hält, ist nicht Teil des Effizienzprogramms. „Der angekündigte Stellenabbau betrifft alle Mehrheitsbeteiligungen der Mediengruppe Pressedruck und hier vornehmlich die Standorte Augsburg, Konstanz und Würzburg“, lässt Löbert wissen.

Fest steht: Die Dienstleistungsbereiche IT, Finance & Controlling, HR, Einkauf und Nachhaltigkeit inklusive Facility Management und Fuhrpark werden im Zuge von Aurora zum 1. Januar 2026 in die in Augsburg bereits bestehende Dienstleistungsgesellschaft überführt. Dies erfolgt laut Unternehmenssprecher Kai Löbert im Rahmen von Betriebsübergängen – und in Zusammenhang mit der Integration der Dienstleistungsbereiche werde die

Reichweite der Mediengruppe Pressedruck

Aktuell erreicht die Mediengruppe Pressedruck eigenen Angaben zufolge bei einer täglich gedruckten Auflage von rund 450.000 Exemplaren rund 1,3 Millionen Leser*innen. Ihre digitalen Nachrichtenportale erzielten monatlich rund 50 Millionen Visits und 80 Millionen Seitenaufrufe.

Gesellschaft in „pd.Service & Technology“ umbenannt. In dieser werden rund 300 Mitarbeitende für die gesamte Gruppe tätig sein. Axel Wüstmann, Geschäftsführer der Mediengruppe Pressedruck, sieht darin einen „wichtigen Meilenstein auf dem Weg zur Gruppe“. Mit rund 450 Millionen Euro Umsatz an drei Standorten habe man eine Größe, die es ermögliche, Effizienzen in internen Prozessen zu ermöglichen, verkündet er im Unternehmenssprech. Aus rund 160 GmbHs sollen mittelfristig um die 40 werden, hieß es wohl gegenüber Mitarbeitenden.

Sowohl die *Main-Post* als auch ganz frisch der *Südkurier* sind inzwischen an die zentrale Publishing-Plattform der Mediengruppe Pressedruck angeschlossen. „Vier Verlage (*Augsburger Allgemeine, Allgäuer Zeitung, Main-Post, Südkurier*) mit insgesamt sieben Nachrichten-Angeboten und rund 500 Redakteurinnen und Redakteuren produzieren ihre Inhalte nun in den gemeinsamen Systemen“, verkündet der Konzern am 6. November in einer Pressemeldung. „Insbesondere die redaktionelle Zusammenarbeit heben wir damit auf ein völlig neues Level“, beurteilt dies David Lämmel, Geschäftsführer der Südkurier Medienhaus GmbH.

Seit Mai 2024 erfolgt die Mantelproduktion der *Main-Post* von Augsburg aus. Diese beschränke sich auf nationale und internationale Inhalte, lässt der Würzburger Chefredakteur Ivo Knahn wissen: „Alle lokalen und regionalen Inhalte verantwortet bisher und künftig bei Auswahl und Gewichtung die Redaktion der *Main-Post*.“ Wo die technische Produktion von Seiten stattfinde, sei für eine regionale Ausrichtung nicht entscheidend. Aus Mitarbeitenden-Reihen heißt es allerdings gleichzeitig, dass in Würzburg Artikel- und Seitenumfänge deutlich reduziert wurden. Sieben Redaktionsstellen sind laut Knahn durch die Zentralisierung in den letzten fünf Jahren bereits weggefallen, aktuell seien 105 Vollzeitstellen bei der *Main-Post* ohne das *Obermain-Tagblatt* journalistisch, also mit Redakteur*innen besetzt, diese 105 Stellen verteilten sich auf rund 130 Menschen.

Die kleine Lichtenfelser Tochtergesellschaft Obermain-Tagblatt MPO Medien GmbH soll aufgelöst werden und im Konzern der Mediengruppe Pressedruck aufgehen. Auf die Frage, was dies faktisch für die dort beschäftigten Kolleg*innen wie auch für das journalistische Produkt bedeute, antwortet Konzernsprecher Löbert: Die Redaktion des *Obermain Tagblatts* werde eine vollwertig Lokalredaktion der *Main-Post* und in deren Strukturen und Abläufe eingebunden. Die Produkte blieben erhalten und würden – wie die Produkte der *Main-Post* – weiterentwickelt.

Das Ende des *Ammersee Kuriers*

Härter treffen wird es den *Ammersee Kurier*, der bisher noch zweimal pro Woche erscheint. Er habe in seiner ursprünglichen Form in den vergangenen Jahren keine positive wirtschaftliche Entwicklung mehr vorweisen können, heißt es von Konzernseite, und weiter: „Zum Januar 2026 wird das eigenständige Printprodukt *Ammersee Kurier* daher eingestellt und in das *Landsberger Tagblatt* integriert. Der Standort in Dießen wird geschlossen. Die Maßnahme ist auch mit dem Abbau von Arbeitsplätzen verbunden.“ Die Marke „Ammersee Kurier“ soll laut Löbert erhalten bleiben, Redaktion, Verlag und Lesermarkt arbeiteten an den Details des Überführungskonzepts. Auf Nachfrage bestätigt er: „Es ist derzeit nicht geplant, weitere Redaktionen zu schließen.“

Der Mantel des *Konstanzer Südkuriers* wird seit April 2025 in Augsburg produziert. Dadurch könne man sich noch stärker auf lokale und regionale Inhalte konzentrieren, sagt dessen Chefredakteur Stefan Lutz und konkretisiert gegenüber dem *BJVreport*: „Beispielsweise haben wir die Berichterstattung aus dem Bundesland Baden-Württemberg im Druckprodukt auf vier Seiten ausgebaut, das war uns vorher aus Kapazitätsgründen nicht möglich und das kann uns Augsburg auch nicht liefern.“ Aktuell sind rund 95 Vollzeitstellen beim *Südkurier* mit Redakteur*innen besetzt, diese Stellen verteilen sich auf etwa 115 Menschen.

Mantelzulieferung als Geschäftsmodell

Dass die Mediengruppe Pressedruck ein zukünftiges Geschäftsmodel in „einer soliden, guten Mantelzulieferung“ sehen könnte, berichteten wir im *BJVreport* schon Ende 2023. Über eine Ausweitung wird konzernintern zwar spekuliert, Konkretes aber ist nicht bekannt. Betriebsratsvorsitzender Josef Karg schaut auf entsprechende Entwicklungen recht sachlich: Zeitungsmäntel müssten standardisiert werden, anders ließen sich die steigenden Kosten bei niedrigeren Erträgen in Zukunft nicht mehr stemmen. Verlagsplayer, die es nicht schafften zu wachsen, gingen früher oder später in anderen Mediengruppen auf, ist er überzeugt. Wie recht er damit hat, bestätigt sich wenig später, als eine weitere Hiobsbotschaft Bayerns Medienlandschaft erschüttert: Die Mediengruppe Oberbayern will ihren Expansionskurs fortsetzen mit der Übernahme der Mediengruppe Oberfranken. (*Bericht auf Seite 27*).

„Jeder Mensch mehr (...) ist gut“

Der *BJVreport* wollte von Ivo Knahn, Chefredakteur der *Main-Post*, sowie Stefan Lutz, Chefredakteur des *Südkuriers*, wissen, ob sie in ihren Redaktionen noch Einsparpotenzial sehen – und wenn ja wo. Der Würzburger und der Konstanzer antworten gemeinsam in einer schriftlichen Stellungnahme. Diese drucken wir hier im Wortlaut ab:

„Technologie und noch bessere Abläufe können uns helfen, Arbeitsschritte effizienter zu gestalten, beispielsweise bei der Bearbeitung von E-Mails oder in der Planung für Print. Auch aus der Zusammenarbeit in der Gruppe kann man Kosteneffekte ziehen, ohne Qualität zu verlieren. Prinzipiell kann man immer auch weniger oder andere journalistische Inhalte erstellen, muss aber sehr genau abwägen, welche Folgen das hat – für die Produkte, für die Leserinnen und Leser und am Ende für die demokratische Gesellschaft. Wenn Redaktionen kleiner werden, zwingt das auch zum Fokus auf das Wesentliche. Im besten Fall führt das zu relevanterem Journalismus – die Frage ist, wieviel davon können wir uns mengenmäßig in der Zukunft leisten? Unterm Strich ist es gut, mit möglichst vielen Journalistinnen und Journalisten berichterstatten zu können. Sprich: Jeder Mensch mehr, der als Reporterin oder Reporter im Einsatz ist, ist gut.“

Bald kein Zeitungsarchiv und keine Editoren mehr

In einer Betriebsversammlung erfährt die Belegschaft des Verlags Nürnberger Presse (VNP), wie der Abbau von 190 Vollzeitstellen konkret über die Bühne gehen soll

Von Michaela Schneider

Anfang August war der Verlag Nürnberger Presse (*Nürnberger Nachrichten* und *Nürnberger Zeitung*) mit der Hiobsbotschaft an die Öffentlichkeit gegangen, dass man in den kommenden Jahren den „aktiven sozialverträglichen Abbau von insgesamt rund 110 Vollzeitstellen" und einen weiteren Stellenabbau über die „natürliche Fluktuation" plane (siehe *BJVreport* 04/2025, Seite 31). Fest steht nun: Die Belegschaft des Traditionsunternehmens wird bis Ende 2028 um 190 volle Arbeitskräfte reduziert – und zwar quer durch alle Unternehmensbereiche. In einer hybriden Betriebsversammlung kurz vor Andruck des *BJVreport* erfuhren die Mitarbeitenden Ende November nach monatelanger Ungewissheit, wo konkret gespart werden soll und wie ein freiwilliges Abfindungsprogramm, aber auch der Sozialplan zum Stellenabbau aussehen werden.

Schmerzende Einschnitte

Die eineinhalb Stunden seien emotional gewesen und unter die Haut gegangen, ist aus Belegschaftsreihen zu hören. Die Verlegerinnen Bärbel Schnell, Sabine Schnell-Pleyer und Sigrun Albert hätten nachdrücklich betont, dass die Fortführung des Familienunternehmens oberstes Ziel sei; gleichzeitig sei dies in Zukunft aber ohne massive Kostensenkungen nicht mehr möglich. Innerhalb der Belegschaft heißt es: Die geplanten Maßnahmen schmerzten ungemein – und gleichzeitig rechne man den Verlegerinnen die Kampfansage an, sich als Familienunternehmen im Markt behaupten zu wollen.

Schon im Sommer hatte der Verlag einen sofortigen Einstellungsstopp verhängt. Indem soweit möglich auf Nachbesetzungen verzichtet wird, sollen 80 Stellen abgebaut werden. Doch wo plant man nun konkret weitere Streichungen? Ein Blick auf die Redaktionen und redaktionsnahen Bereiche: Hier erhofft sich der Verlag Einsparungen in Höhe von drei Millionen Euro, dafür sollen 29,9 Vollzeitstellen gestrichen werden. Das komplette Zeitungsarchiv wird bis Ende 2026 schließen, dadurch fallen fünf Vollzeitstellen weg. Das Sekretariat soll deutlich verkleinert werden. Und: Das zwölfköpfige Editoren-Team soll bereits bis 30. Juni 2026 aufgelöst werden; voraussichtlich nur drei bis vier der Kolleg*innen sollen wohl in anderen Bereichen weiter beschäftigt werden. Betroffene BJV-Mitglieder können sich an die Rechtsberatung des Verbands wenden (Telefon: 089/5450418-0; E-Mail: *rechtsberatung@bjv.de*).

Umgestaltet werden soll wohl der Bereich Kultur, Regionale Zuständigkeiten wird es dort dann in Zukunft keine mehr geben, das Kulturteam wird fürs gesamte Verbreitungsgebiet zuständig sein. Im Bereich Sport geht man beim Verlag Nürnberger Presse schon jetzt einen ähnlichen Weg.

Andere Bereiche im Verlag trifft es ebenfalls und teilweise noch deutlich härter, wie ein langer Maßnahmenkatalog zeigt. Komplett geschlossen werden sollen im Laufe des Jahres 2026 die eigenen Werkstätten, der Empfang im Cube, die Pforte in der Blumenstraße, die Poststelle, die eigenen Service-Center und die Kfz-Werkstatt. Der Buchverlag, die eigenen Shops und das eigene Ticketing werden eingestellt sowie ein Teil des Leserservices ausgelagert. 2027/2028 wird dann mit Eröffnung des neuen Druckzentrums die schon im Sommer angekündigte dortige Stellenreduzierung umgesetzt.

Ein kurzfristiges Freiwilligenprogramm, das einer beidseitigen Zustimmung von Arbeitnehmer und Arbeitgeber bedarf, mit einer Laufzeit vom 1. Dezember bis 31. Januar ist wohl recht üppig ausgestattet. Die Abfindungshöhe berechnet sich über einen Altersfaktor, die Jahre der Betriebszugehörigkeit und das Bruttomonatsentgelt. Prämien kommen hinzu bei unterhaltsberechtigen Kindern, einer Behinderung, einer raschen Vertragsangebotsunterzeichnung wie auch bei vorzeitigem Austritt noch während der Freistellungsphase. Die Verlegerinnen-Schwestern Schnell und Schnell-Pleyer legen in der Tradition ihres Vaters, des langjährigen Verleger-Patriarchen Bruno Schnell (1929 bis 2018), Wert auf eine soziale Abfederung des Stellenabbaus mit doch recht weitreichenden Maßnahmen dank einer durchaus üppigen Ausstattung - und dies sind wohl nicht nur plakative Worte, sondern wird innerhalb der Belegschaft so auch wahr genommen.

Transfergesellschaft als Übergang

Über eine Transferagentur können Mitarbeitende Unterstützung bei der beruflichen Neuorientierung in Anspruch nehmen mit Angeboten wie etwa Qualifizierungsmaßnahmen, Workshops, Einzelcoachings oder auch einer Steuer- und Rentenberatung. Außerdem ist eine Übergangsbeschäftigung in einer Transfergesellschaft nach Austritt beim VNP möglich für eine Laufzeit von mindestens sechs und maximal zwölf Monaten. Angeboten werden etwa eine Berufsberatung, Coachings, Weiterbildungs- und Umschulungsmaßnahmen und auch bei der Vermittlung in neue Arbeitsverhältnisse will die Gesellschaft unterstützen. Das Transferkurzarbeitergeld will der Verlag auf 80 Prozent des letzten Nettogehalts aufstocken.

Einsparungen auf der einen Seite, eine Unternehmensneuausrichtung auf der anderen: Im „In eigener Sache"-Artikel im Sommer hatten die Verlegerinnen betont, dass es das oberste Ziel sei, die Unabhängigkeit und Zukunftsfähigkeit des Familienunternehmens zu sichern. Dabei setze der VNP auf drei zentrale Hebel – die Ausschöpfung des bestehenden Print-Geschäfts, Wachstum im Digitalbereich sowie die Erschließung neuer Märkte. Unter anderem war von Live-Journalismus mit innovativen Dialog- und Erlebnisformaten die Rede, um die Leserbindung zu stärken. Auf zusätzliche Einnahmen hofft man als größter Druckanbieter in Nordbayern mit Eröffnung des neuen Druckzentrums auch übers Drittgeschäft.

„Ich möchte das Hochglanzprodukt“

Drei Fragen an den neuen Vorsitzenden der FG Print Hans von Draminski

Hans von Draminski aus Fürth, Redakteur beim Verlag Nürnberger Presse und BJV-Bezirksvorsitzender Franken/Nordbayern, ist jetzt auch Vorsitzender der BJV-Fachgruppe Print.

In den Vorstand der Fachgruppe Print gewählt (von links): Dirk Walter, Redakteur im Bayernteil des *Münchner Merkur*, Stefanie Heckel, Redakteurin der *Allgäuer Zeitung* und Vorsitzende des BJV-Bezirksverbands Augsburg-Schwaben (digital zugeschaltet), der Würzburger Journalist Stefan W. Römmelt, die *Merkur*-Redakteurin und Dozentin an der Akademie des Bayerischen Presse Katrin Woitsch sowie Hans von Draminski. Mehr zur Wahl unter www.bjv.de/fg-print25

Foto: Ulf J. Froitzheim

Die Fachgruppe Online hat sich aufgelöst. Ihr startet noch einmal durch. Haben die Printmedien doch noch eine Zukunft?

Ja, auf jeden Fall. Wer sagt, er muss das Totenglöckchen für Print läuten, dem widerspreche ich entschieden. Bei den *Nürnberger Nachrichten* kommen über 90 Prozent der Erlöse immer noch über die gedruckte Zeitung. Viele Zeitschriften mag ich, ehrlich gesagt, nicht online lesen. Ich möchte das Hochglanzprodukt, das auf Tiefdruck setzt, auf tolle Farben, auf wirklich in die Tiefe gehende Bilder.

Was sind eure Pläne – auch im Blick auf Bayerns Zeitschriftenredaktionen?

Wir werden in den Zeitschriftenredaktionen ein bisschen Druck ausüben müssen, dass da endlich mal die Honorare angepasst werden. Manche Zeitschriftenverleger bewegen sich in einer Parallelwelt. Verdienen die nicht genug oder möchten sie einfach nur mehr für sich selbst abzweigen? Ich sehe bei Zeitschriften ganz unterschiedliche Gagen. Da gibt es ähnliche Gefälle bei den Honoraren wie zwischen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk und der Tageszeitung. Und wir müssen auch die Branche als solche wieder interessanter machen. Ich sage nach wie vor: Print hat Charme, Print ist sexy, Print ist toll.

Was plant ihr für die Mitglieder? Mehr Networking?

Anfang des Jahres werden wir uns erst einmal physisch den Leuten vorstellen. Da mit mir und Steffi Heckel ja schon zwei Bezirksvorsitzende im Team sind, werden wir außerdem die Fachgruppe Print zu Terminen unserer Bezirksverbände mit einladen, die für sie relevant sind. So schauen wir im Februar beim Tessloff-Verlag hinter die Kulissen, der ja nicht nur Kinderbücher herausgibt, sondern auch Wissenschaft für Normalsterbliche. Ich denke auch an Veranstaltungen, die wir für die Allgemeinheit öffnen – wie kürzlich „80 Jahre freier Journalismus in Franken“, zu der fast 60 Menschen in den Marmorsaal kamen. Das Interesse an Journalismus ist auch jenseits unserer Gewerkschaft ganz offensichtlich groß. *Ulf J. Froitzheim*

FREIstunden zum Thema Rente

Die Fachgruppe Freie hat für die kommenden beiden Monate wieder verschiedene FREIstunden via Zoom im Angebot. Zunächst steht die Frage „Weiterarbeit als Freie/r Journalist/in trotz Rentenbezugs – Was ist bei der KSK zu beachten?“ im Mittelpunkt. Termin für die Veranstaltung mit Andreas Kißling von der KSK ist Donnerstag, 15. Januar, ab 18 Uhr. Und das Thema wird mit „Was ist bei der Deutschen Rentenversicherung zu beachten?“ noch weitergeführt. Die zweite Veranstaltung mit einer Expertin der Deutschen Rentenversicherung findet am Donnerstag, 5. Februar, ab 13 Uhr statt.

Johannes Michel

Am „Runden Tisch“ mit der Polizei

Ein weiterer Round Table zur „Sicherheit für Journalist*innen“ mit dem BJV, dem Medien-Netzwerk Bayern, dem Bayerischen Staatsministerium des Innern, für Sport und Integration (StMI) und unterstützt von der Bayerischen Staatskanzlei ist in Planung – und zwar am 26. Februar. Die genaue Uhrzeit, Konkretes zum Ort und Anmeldemöglichkeiten werden noch bekannt gegeben unter *www.bjv.de*. Insgesamt viermal haben sich Journalist*innen und Polizei bis dato am runden Tisch getroffen, um miteinander ins Gespräch zu kommen. Vor allem Demonstrationen werden immer mehr zur Gefahrenzone für Journalist*innen. Gleichzeitig ist für eine Demokratie essenziell, dass Medienschaffende immer und überall frei berichten können. Einen Bericht zum jüngsten „Round Table“ hatte das Mediennetzwerk Bayern veröffentlicht: www.bjv.de/rt0925 (*mic*)

So stimmt‘s

Im *BJVreport* 4/2025 schrieben wir im Artikel über die *BISS* auf Seite 30 den Nachnamen von Anneliese Welther versehentlich mit „a“ statt „e“ am Anfang. Wir bitten den Fehler zu entschuldigen. (*tm*)

„Zweitwohnsitz Weltall“

BJV-Mitglieder trafen sich zum Rundgang durchs Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR)

Neue Mondmissionen rücken wieder verstärkt in den Fokus der Raumfahrt. Das erfuhren rund 25 Mitglieder der BJV-Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und des Bezirksverbandes München-Oberbayern im Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) am Standort Oberpfaffenhofen-Weßling. Organisiert hatte den Rundgang unter dem Motto „Zweitwohnsitz Weltall“ der Fachgruppenvorsitzende Volker Figura.

Überdies berichtete Bernadette Jung aus der Pressestelle des DLR über die Kommunikationspolitik in Oberpfaffenhofen und darüber hinaus. Mit rund 50 Mitarbeitenden in der Gesamtkommunikation entfallen sechs auf den Standort Oberpfaffenhofen. Zuständig sind diese auch für die Standortkommunikation, sprich die Betreuung von Besuchergruppen.

Alle drei Wochen treffen sich „Thementeams“ aus anderen Bereichen des Hauses, um sich übergreifend abzustimmen; einmal pro Jahr setzt sich der gesamte Kommunikationskreis zusammen. Pressemeldungen werden zumeist nach dem Vier-Augen-Prinzip verfasst, da viel Fachjargon aus Wissenschaft und Technik einfließt, das verständnisgerecht aufgearbeitet werden muss. Agenturen werden so gut wie nicht benötigt: „Wir machen das Gros inhouse“, sagt Jung. Dazu zählen auch die Social Media-Kanäle, die – abgesehen von TikTok – allesamt von Teams bespielt werden. Beliebt sei auch der Podcast „Raumzeit“. Mehr zum DLR-Besuch unter *www.bjv.de/dlr*

Christine Elbel

BJV-Mitglieder schauen sich Infos zur Columbus-Raumkapsel an. Foto: Christine Elbel

Neue Attenkofer-Akademie will Rolle der Medien reflektieren

Sie solle ein „Möglichkeitsraum“ für Begegnung und Diskurs sein: die neue Attenkofer-Akademie in Straubing. Unter den drei Leitworten „Menschen, Werte, Medien“ sind hier Vorträge, Seminare und Workshops geplant, die eine Reflexion über die Rolle der Medien in Demokratie und Gesellschaft anstoßen sollen. Hinter dem Projekt steht Verleger Martin Balle (Zeitungsgruppe *Straubinger Tagblatt / Landshuter Zeitung*). Der Akademie-Einweihung ging eine Stiftungsgründung voraus. Das Stiftungsvermögen sei gut angelegt – für die Allgemeinheit, zur Stärkung der Demokratie, für die Stadt und die Belegschaft der Mediengruppe Attenkofer, betonte Balle. *(mic)*

Kündigungen beim Stadtblatt *Hallo München*

Die bisher eigenständige Redaktion des kostenlosen Stadtblatts *Hallo München*, hinter dem die Mediengruppe Ippen steht, wird aufgelöst. Alle Inhalte wird in Zukunft die Zentralredaktion von *Münchner Merkur* und *tz* liefern, die Marke soll bestehen bleiben. Die Gesamtauflage liegt laut Unternehmensangaben bei 600.000 Exemplaren. Für die Mitarbeitenden von *Hallo München* bedeutet die veränderte Organisation allerdings die Kündigung zum 28. Februar. Betroffene Mitglieder können sich an die Rechtsabteilung des BJV wenden. (*mic*)

Mehr Zeit für KI-Kompetenz, Diskurs und Recherche

Die Deutsche Journalistenschule (DJS) verlängert die Ausbildung auf 18 Monate

Die Deutsche Journalistenschule (DJS) erweitert ihre Ausbildungszeit ab 2026 auf 18 Monate und setzt dabei neue Schwerpunkte im Curriculum. Darüber informierte sie jetzt in einer Pressemitteilung. Getragen wird die Deutsche Journalistenschule von 60 Medien, Verbänden, Organisationen, Unternehmen und Stiftungen – darunter auch dem Bayerischen Journalisten-Verband. BJV-Geschäftsführer Dennis Amour ist Vorstandsmitglied im gemeinnützigen Trägerverein DJS e.V.

„Beitrag zur Stärkung der Demokratie“

Zusätzliche Kurseinheiten zielen der DJS-Mitteilung zufolge auf den souveränen Umgang mit künstlicher Intelligenz und die Stärkung der Diskursfähigkeit in einer zunehmend fragmentierten Gesellschaft ab. “Die neuen Inhalte sind unverzichtbar, damit Journalistinnen und Journalisten ihre Arbeit in einer von Umwälzungen geprägten Zeit so gut machen können wie irgend möglich”, sagt Schulleiterin Henriette Löwisch und spricht von einem „Beitrag zur Stärkung der Demokratie”. Die zusätzliche Recherchezeit könnten die Schülerinnen und Schüler sehr gut brauchen „für ihre ehrgeizigen Podcasts, Magazingeschichten und Videoreportagen“.

Bisher dauerte der Unterricht rund zehn Monate, hinzu kamen zwei dreimonatigen Pflichtpraktika in unterschiedlichen Redaktionen, das ergab eine Ausbildungsdauer von 16 Monaten. Masterstudierenden verbringen zusätzlich drei Studienphasen am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München. (*pm*)

Über die Deutsche Journalistenschule

Deutschlands älteste Journalistenschule besteht seit 1949. Ihre Unabhängigkeit von Einzelinteressen sichern 60 Trägerinstitutionen, darunter Verlage, Sender, Unternehmen, Gewerkschaften und Verbände, Parteien und Stiftungen. Die DJS schult jedes Jahr 45 Nachwuchsjournalist*innen im Recherchieren, Schreiben, Berichten und Erzählen für Online-, Print-, Audio-, Video-, Social-Media- und Entwicklungsredaktionen. Der Redakteursabschluss wird von den Tarifparteien anerkannt. (*pm*)

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

Die Junge-Menschen-Stärkerin

Lea Thies leitet die Günter-Holland-Journalistenschule in Augsburg – und glaubt an die Superpower des journalistischen Nachwuchs

Von Senta Krasser

Als Lea Thies für die Kinderseite Capito der *Augsburger Allgemeine* verantwortlich war, wagte sie ein „höchstverrücktes Experiment" mit branchenweitem Aufsehen: In einer Samstagsausgabe erschien im Mantelteil kein einziges Foto, dafür malten über 40 Kinder Bilder in Echtzeit. Zum Glück gab es keine Breaking-News an dem Abend, die das Konzept verhagelt hätten. Die Zeichnungen in ihrem Büro stammen von ihrem eigenen Kind.

Fotos (2): Bernhard Weizenegger

Hätte ihr in ihrem eigenen Volontariat jemand gesagt, dass sie einmal für die Volo-Ausbildung zuständig sein werde, hätte Lea Thies ungläubig reagiert: „Echt jetzt? Was ist mit Schreiben?" Inzwischen weiß die Journalistin, die über Jahre die Seiten der *Augsburger Allgemeinen Zeitung* (*AZ*) als Lokalredakteurin, Polizei- und Kulturreporterin sowie als Impressionistin der Kinderseite mit Geschriebenem füllte: „Es gibt Dinge, die noch schöner sind. Nämlich junge Menschen stärken." Und das tut sie seit Dezember 2021 als Leiterin der hauseigenen Günter-Holland-Journalistenschule.

„Kreativität braucht Freiraum."
Lea Thies

Die Mediengruppe Pressedruck leistet sich diesen besonderen Lernort seit den 1970ern, als flächendeckend und gut organisierte journalistische Ausbildung noch unüblich war. Die Deutsche Journalistenschule (DJS) in München gab es zwar schon (seit 1949). Aber in den Zeitungshäusern selbst war learning by writing die Praxis. Was fehlte, war der theoretische Unterbau. Beides kombinierten Gernot Römer und Günter Holland – der eine Chefredakteur, der andere Verleger der *AZ* – im „Augsburger Modell". Es hatte bald so einen guten Ruf, dass 1976 DJS-Leiter Jürgen Frohner einem ungeduldigen Bewerber, der einen freien Platz nicht abwarten wollte, riet: „Gehen Sie nach Augsburg." Dieser Mann war Stefan Hilscher, ist heute BDZV-Vorsitzender – und wird von Lea Thies neckisch als „unser Ehren-Volo" betitelt. Mit diesem anekdotischen Rückblick empfängt die Augsburger Schulleiterin den *BJVreport* zum „Officestory"-Gespräch. Lässt man den Blick durch ihr Büro am Verlagssitz in Lechhausen kreisen, fällt schnell auf: Lea Thies erzählt nicht nur mitreißend Geschichten aus der Geschichte. Ihr Faible für alles, was Retro ist, findet sich auch in der Dekoration: eine mechanische Schreibmaschine, ein Faksimile des Pressekodex und Oldtimer-Modelle.

Aber bevor hier der falsche Eindruck entsteht: Ihr Konzept für die GHJS abgekürzte Ausbildungsstätte ist alles andere als rückwärtsgewandt. Lea Thies möchte das Erbe von Römer/Holland „ins neue Jahrtausend weitertragen und anpassen". Denn natürlich beinhaltet

die journalistische Ausbildung heutzutage ein Vielfaches mehr als bei der Schulgründung und auch noch zu ihrer eigenen Volo-Zeit Ende der 1990er Jahre. Coding, Mobile Reporting, Factchecking, Augmented Reality, Design Thinking, KI, Moderationstraining und so weiter: Das alles lernen Volos in Augsburg neben den klassischen Basics. Allerdings, das ist Lea Thies wichtig zu betonen, bekommen nicht alle das gleiche Ausbildungsprogramm. Jeder und jede darf sich nach Neigung und Talent einige Kurse und Stationen (darunter auch externe bei *Spiegel* oder „Tagesschau") aussuchen.

Tolle Kurvenlage, leider reparaturanfällig: Retro-Fan Lea Thies besaß einen „Volkswagen-Porsche", bis sie einsah, dass sie als Journalistin ein verlässliches Auto braucht.

Wer Lea Thies zuhört, hört Null bairisch-schwäbische Sprachfärbung. Sie ist eine Zugewanderte, stammt aus dem niedersächsischen Hameln. Dort wurde sie auch journalistisch stark geprägt. Ins Jugendmagazin *Unkraut* der lokalen *Deister- und Weserzeitung* (*DEWEZET*) rutschte sie nach dem Abi über freie Mitarbeit und Anzeigenverkauf rein, volontierte anschließend. In Erinnerung geblieben ist ihr eine großartige Zeit mit Freiraum, um „echt wilde Sachen" machen zu können. Festgesetzt hat sich seither bei ihr, was sie auch an ihre Volos in Augsburg weitergibt: „Kreativität braucht Raum, braucht Vertrauen, braucht Mut, braucht Rückhalt. Junge Menschen müssen ausprobieren können, müssen lernen dürfen."

Wie es bei ihr selbst nach dem *DEWEZET*-Volo weiterging? Mit einem Ortswechsel. Erstmal zwei Jahre Berufserfahrung sammeln, dann vielleicht studieren, war der Plan. Bei der *Augsburger Allgemeine* wurde um den Jahrtausendwechsel durch Altersteilzeit ein Schwung Stellen frei. Privat passte es mit Bayern auch gut. Und so stieg sie als Redakteurin bei der Lokalausgabe *Aichacher Nachrichten* ein. Aus den zwei Jahren wurden zehn. Unter anderem konzipierte Thies die Jugendseite „Klartext", die daraufhin in allen Lokalredaktionen eingeführt wurde. Auch eine Trainerausbildung absolvierte sie.

Fürs Sabbatical nach London

Der kürzlich verstorbene, damalige *AZ*-Chefredakteur Rainer Bonhorst ermöglichte ihr (nach dem Abstecher als Polizei- und Gesellschaftsreporterin in der Lokalredaktion Augsburg), was es in der Firmengeschichte noch nie gegeben hatte: ein Sabbatical, um in London den Master in Global Politics zu machen. Ihre zehnjährige Berufserfahrung in der Redaktion wurde ihr glücklicherweise am Birkbeck College als Bachelor angerechnet. Für den Master nahm Lea Thies unbezahlten Urlaub. Sie spürte den Druck, „bloß nicht durchzurasseln", hatte aber auch das Signal aus der Chefredaktion, dass sie zur *AZ* zurückkehren und in den Mantel wechseln könne. 2010 bekam sie tatsächlich eine Stelle im Ressort Journal und Kultur und einen Chef, der dem Team – so wie zu *DEWEZET*-Zeiten – Freiheiten für wildes Denken ließ. Einmal brauten sie sogar Bier und schrieben darüber. Es war Thies zufolge aber „untrinkbar".

Als Reporterin im Journal-Ressort war sie zusätzlich für die tägliche Kinderseite „Capito" verantwortlich – und anfangs „nur so semi-begeistert", weil sie damals noch kein Kind hatte. Sie habe auch nicht auf dem Schirm gehabt, wie wichtig diese Seite eigentlich ist: „Sie ist nicht nur die beliebteste im ganzen Blatt und hat eine tolle Zielgruppe. Sie ist auch die beste Schule für andere Ressorts." Hier lerne man, Dinge einfach zu erklären und auf die „User Needs" einzugehen, als dieses Schlagwort noch nicht durch die Newsrooms geisterte. Im Journal wuchs auch ihr Interesse für nutzerorientierte Formatentwicklung – bis sich die Gelegenheit ergab, dieses Wissen in die Nachfolge von GHJS-Leiterin Stefanie Sayle mitzunehmen.

„Ich hatte Lust, jungen Menschen Türen zu öffnen, die bei mir nicht so leicht aufgingen", sagt Lea Thies über das Motiv für ihren Wechsel auf die Ausbilderseite. Eine ihrer ersten Maßnahmen war: Sie öffnete das zweijährige Volo auch für Quereinsteiger in Teilzeit, für Mütter und Studierende, und sie achtet bei der Auswahl generell auf Diversität. So sind im aktuellen Jahrgang Arbeiterkinder dabei, Menschen mit Migrationsgeschichte, auch eine vierfache Mutter. „Diese Perspektivenvielfalt tragen wir damit auch in die Redaktionen hinein", sagt die Schulleiterin, die inzwischen selbst Mutter eines Grundschulkindes ist.

Da es in der Medienwelt nicht viele Mütter in Führung gibt, hofft sie, mit ihrem Muttersein vielleicht ein Signal für junge Frauen auszusenden, „dass Familie und Beruf kombinierbar sind". Das ist auch der Grund, warum sich Lea Thies im noch relativ jungen Frauennetzwerk *INNEN engagiert. Überhaupt ist sie viel auf Reisen, um zu netzwerken und für die Ausbildung in Augsburg zu werben. Ihre Kolleginnen Paula Binz, Verena Wengert und sie gehen in Schulklassen, sind auf Messen und Podien und erzählen, was Journalisten machen und wie wichtig Journalismus für die Demokratie ist.

Heuer arbeitete Thies auch an der verlagsübergreifenden Imagekampagne „Volo werden" mit, die vom BDZV mit dem Nova Innovation Award ausgezeichnet wurde und auch als handliches Taschenbüchlein zu haben ist, demnächst sogar im deutschsprachigen Ausland. Und sollte sich jemand fragen: Was macht Lea Thies eigentlich, wenn keine Seminare sind? Voilà, sie ist auf „Pre-Recruiting"-Tour, wie sie es nennt – und hört nicht auf, auch Optimismus zu verbreiten. „Bei all dem Genöle in der Branche wünschte ich mir, dass wir mehr auf die positiven Dinge schauen", sagt die GHJS-Leiterin. Da wachse eine „Journalistengeneration mit einer Superpower" heran. Sie zu stärken, heiße nicht, sie mit Wissen vollzutanken, sondern ihnen den Raum zu geben, dieses Wissen anzuwenden und Zukunft zu gestalten. „Volos sind am nächsten an den jungen Zielgruppen dran, die Medienhäuser erreichen wollen. Hören wir ihnen doch einfach zu und lassen sie Neues ausprobieren. Die können das."

Warum ich im BJV bin

„Ich finde es wichtig, in einer Arbeitnehmervertretung zu sein, die faire Gehälter aushandelt, aber nicht nur das. Neben den vielen Netzwerkmöglichkeiten gibt es beim BJV das juristische Backup. Ein so großes Unternehmen wie die Mediengruppe Pressedruck hat natürlich den Riesenvorteil einer eigenen Rechtsabteilung. Aber für freie Journalistinnen und Journalisten grenzt es meiner Meinung nach an Harakiri, den Beruf ohne verlässlichen Rechtsbeistand auszuüben."

Auf der Suche nach der Zukunft

„WTFuture?!“war das Motto der diesjährigen Medientage München

Von Thomas Mrazek

Journalist*innen sind angesichts der aktuellen Medienumbrüche verunsichert. Sie müssen deshalb konkret fragen, wie die Zukunft der Medien, des Journalismus und der demokratischen Öffentlichkeit gestaltet werden kann – so lässt sich „WTFuture?!“ interpretieren. Der BJV war entsprechend vielfältig auf Europas führender Medienfachkonferenz präsent. Im Bereich Media For You, der der Berufsorientierung in den Medien dient, informierten BJV-Kolleg*innen an allen drei Tagen über den Journalismus. Besonders bewährt hat sich, dass neben erfahrenen BJV-Kräften auch drei Volontär*innen der Mediengruppe Oberfranken (MGO) mit den jungen Besucher*innen sprechen konnten. Michael Busch, Ausbildungsredakteur der MGO und BJV-Ehrenvorsitzender, machte dies möglich. Busch engagierte sich zudem in mehreren Seminaren. Er und seine Volo-Kolleg*innen beantworteten Fragen zum journalistischen Alltag, wobei die Bedeutung der KI immer häufiger thematisiert wurde. Auch der BJV-Vorsitzende Harald Stocker führte zahlreiche Gespräche. Beliebt war erneut das interaktive BJV-Medienquiz, entworfen von der BJV-Hochschulbeauftragten Anette Kolb und Kommunikationsreferent Benedikt Frank.

Bunte Medienwelt bei Media for you: (von links) Lea Kiehlmeier, Moderator Huebi, Felix Rieger KI-Kompetenzzentrum Medien (KI.M) und Sofia Soto (Serviceplan Group) Foto: Harald Stocker

Fotograf*innen durch KI bedroht

Lea Kiehlmeier, Mitglied des BJV-Landesvorstands, berichtete in der Diskussionsrunde „Umgang mit KI im Medien-Job: Feind, Freund oder Future-Skill?“ über ihren Umgang mit der KI. Die freie Journalistin ist experimentierfreudig („Ich muss up-to-date sein!“) und nutzt KI-Angebote für Audio-, Video- und Textproduktion „als Helferlein“. Sie kann die Tücken und den Nutzen der Technologie inzwischen gut einzuschätzen. Massiv bedroht sieht sie die Arbeit von Fotograf*innen. Für den Journalismus müsse es immer „eine menschliche Komponente geben“. Kiehlmeier und ihr Landesvorstandskollege Curdt Blumenthal diskutierten außerdem am BJV-Stand mit Besucher*innen.

Sicherheit für Journalist*innen

Der BJV ist ein gefragter Ansprechpartner für Sicherheitsfragen bei der journalistischen Arbeit. In einem Panel des Mediennetzwerks Bayern diskutierten die stellvertretende BJV-Vorsitzende Andrea Roth, der freie Fotograf Sachelle Babbar, Tobias Bönte vom *Bayerischen Rundfunk* und Tobias Uschold von der Bayerischen Polizei über eine verbesserte Zusammenarbeit zwischen Polizei und Medien. Vier Round-Table-Gespräche mit kurzen Übungen zeigen, dass sich der Austausch für alle Beteiligten auch in der Praxis bewährt, darüber waren sich die Diskutanten einig. Roth erwähnte, wie der BJV Berichterstatter*innen mit Presseausweis bei der Dokumentation von Demonstrationen unterstützen kann. Journalist*innen seien seit der Corona-Zeit „eindeutig zur Zielscheibe von Aggressionen“ geworden. Babbar stellte fest, dass die Free-Palestine-Demonstrationen derzeit eine große Gefahr für das journalistische Arbeiten bergen. Mehr unter: *bjv.de/sicher*.

Bewährtes und Innovationen

Mit Alexandra Haderlein, *Relevanzreporter*, und dem Regensburger Stefan Aigner, *Regensburg Digital*, waren weitere BJV-Kolleg*innen auf einem Panel vertreten. Ein Bericht zu „Lokaljournalismus neu gedacht“ findet sich im Blog der Medientage (*bjv.de/lokal*). Im Veranstaltungsformat Masterclass präsentierte Alexander von Streit als Teilnehmer im Programm „Future of News Fellowship“ des Media Lab Bayern seine Erkenntnisse von „Media Rewilding – Neue Orte für Journalismus“ (*media-rewilding.de*). Die Leitfrage seiner Arbeit lautet dabei: „Wie kann Journalismus in Zeiten digitaler Überforderung, KI-generierter Content-Flut und Plattform-Algorithmen wieder ein Publikum finden?“. In der Masterclass zeigten elf Teilnehmer*innen, „Neue Ideen für Journalismus und Social Media“.

An den diesjährigen Medientagen München nahmen 350 Referent*innen und rund 5000 Fachbesucher*innen teil, das entspricht dem Vorjahresniveau. Die 40. Medientage München (MTM) finden vom 21. bis 23. Oktober 2026 statt, vorab gibt es am 21. und 22. April 2026 ein MTM Special AI & Media in der HFF München.

Pressemitteilungen der Medientage: *medientage.de/pressemitteilungen*
XPLR:MEDIA in Bavaria, Studie Gen Z und Gen Alpha Decoded: *xplr-media.com/reports-und-studien*
Doku zu „10 Jahre Media Lab Bayern“ mit Geburtsmagazin zum Download: *bjv.de/medialab10*

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!

Francesca Polistina,

39 Jahre, Autorin im Landkreis Freising, DJV-Mitglied seit 1. Oktober 2025

Foto: Philipp Kiosze

Beruflicher Werdegang: Aufgewachsen in Borgomanero im Piemont. Bachelor-Studium der Italianistik im italienischen Pavia mit einem Auslandssemester als Erasmusstudentin in München, Doppelmasterprogramm in Romanistik und Germanistik als Kooperation der Universitäten Dresden und Trient sowie Masterstudium Journalismus in Brüssel. Von 2019 bis 2021 Volontariat bei der *SZ*, nun Pauschalistin im Landkreis Freising. Zudem immer wieder tätig für *taz*, *Spiegel online* und andere.

Deshalb wurden Sie Journalistin: Zwar hatten meine Eltern kein Zeitungs-Abo, aber *La Stampa* als überregionale Zeitung lag oft bei uns zuhause herum. Ich las viel darin und idealisierte den Beruf. Ich liebte die Bücher des italienischen Journalisten Tiziano Terzani, der zwar aus Italien kam, aber als Asien-Korrespondent für den *Spiegel* arbeitete und ein sehr abenteuerliches Leben führte. Während des Studiums bekam ich die Möglichkeit zum Praktikum in der Trienter Lokalredaktion der *Corriere della Sera*, der auflagenstärksten und meistgelesenen Tageszeitung in italienischer Sprache weltweit. Dort blieb ich zwei Jahre als feste Mitarbeiterin. Die Arbeit war spannend, aber ich wollte noch Auslandserfahrung sammeln. Deshalb bewarb ich mich für den Master in Journalismus in Brüssel – ein Studium mit Fokus auf der Europäischen Union.

Von Italien nach Deutschland: Mein Praktikum im Zuge des Masterstudiums machte ich 2013 bei einem Berliner Radiosender, danach blieb ich in Deutschland. Ich zog nach Köln, schrieb nebenher für italienische Medien und arbeitete weiter an meinem Deutsch. 2014 schrieb ich einen ersten Text für die *taz*.

Ihre thematischen Schwerpunkte: Für die *SZ* arbeite ich klassisch als Lokaljournalistin. Für andere Zeitungen schreibe ich über Italien. Hier habe ich Kenntnisse und Einblicke, die andere vielleicht nicht haben. Zudem ist es mir persönlich ein Bedürfnis, über mein Herkunftsland zu schreiben. Es geht häufig um Geschichte, Gesellschaft, Medien und Kultur. Kürzlich schrieb ich etwa einen Artikel über Berlusconi Junior und das Medienimperium.

Die größten Herausforderungen als Freiberuflerin: Nach meinem Master im Journalismus kam für mich ein Tiefpunkt, als ich merkte, was für schlechte Bedingungen in der Branche herrschen. Ich realisierte: Ich kann vom freien Journalismus nicht leben. Italienische Zeitungen bezahlen sehr schlecht und es ist schwierig, dort reinzukommen. Deutsche Zeitungen sind offener. Ich suchte mir einen Vollzeitjob in einer anderen Branche, probierte es aber weiter, Artikel zu platzieren, schrieb auf Italienisch über Politik und arbeitete bei einem Factchecking-Portal mit. Heute idealisiere ich den Job weniger als früher. Ich wollte aber nie aufgeben – und dann klappte es plötzlich mit dem Volontariat bei der *SZ*.

Schreiben in der Zweitsprache: Die ersten Texte auf Deutsch zu schreiben, war brutal schwierig, ohne die Hilfe von Bekannten hätte ich es nicht geschafft. Ich recherchierte Sätze im Internet, arbeitete mit Online-Wörterbüchern. Ich bin auch heute noch langsamer als viele Kolleg*innen und muss mehr Abendarbeit in meine Texte stecken, weil ich viel Zeit investiere, um wirklich jede Wendung noch einmal genau zu prüfen. Ich habe mich oft gefragt, warum ich mir das antue – aber die italienische Zeitungsbranche ist für mich gerade keine Alternative.

So stellen Sie sich Ihre berufliche Zukunft vor: Am liebsten würde ich in Vollzeit über Italien schreiben.

Ihre sonstigen Leidenschaften: Meine Familie, ich lese gerne und ich liebe es zu verreisen. Außerdem mag ich Fremdsprachen, ich lerne seit ein paar Jahren Arabisch.

Deshalb sind Sie BJV-Mitglied: Das stand seit langem auf meiner To-Do-Liste. Wichtig ist auf jeden Fall der Rechtsschutz. Und: Die deutsche Medienlandschaft ist für mich im Vergleich zur italienischen zwar stabiler, trotzdem wird es schwieriger. Umso wichtiger werden eine Vernetzung und die gewerkschaftliche Organisation.

Michaela Schneider

Per Planwirtschaft zur freien Presse

Vor 80 Jahren verhalfen die USA Bayerns Zeitungslandschaft zu neuer Blüte – für den BJV ein Anlass zum Rückblick mit „mixed feelings“

Von Ulf J. Froitzheim

Melissa Eddy diskutierte in der Panorama-Lounge des *SZ*-Hochhauses mit dem neuen *SZ*-Politikchef Nicolas Richter (rechts) und BJV-Vize Max Muth. Foto: Ulf J. Froitzheim

Totgesagte leben länger? Auf die Tageszeitung trifft der Spruch anscheinend zu, selbst wenn sie – wie das gleichnamige Berliner Blatt – kein Printmedium mehr sein will. Wer Redaktionen hochbetagter Titel zum runden Geburtstag gratulieren wollte, konnte dies im Oktober in München, Garmisch-Partenkirchen, Nürnberg, Hof, Regensburg, Rosenheim und Augsburg tun, im November in Würzburg und Aschaffenburg, im Dezember in Ingolstadt, Kempten und Bayreuth. Im Januar bieten sich Gelegenheiten in Bamberg, Landshut und Coburg. Passau folgt im Februar, Ansbach im April, Weiden im Mai, Schweinfurt im Juli. 80 Jahre war beziehungsweise ist es dann her, dass die US-Militärregierung in diesen Städten handverlesenen Journalist*innen die Chance gab, etwas Neues aufzubauen. Zu den Kindern dieser Zeit gehört auch der BJV. Im Februar 1946 konstituierte er sich als „Verband der Berufsjournalisten in Bayern“.

Klopfte sich die Zunft früher alle zehn Jahre bei Festakten und in Sonderausgaben selbstzufrieden auf die Schulter, ist beim Achtzigsten von Feierlaune, die über ein „Hurra, wir leben noch“ hinausgeht, nicht mehr viel zu spüren. Spätestens seit Beginn von Donald Trumps zweiter Amtszeit ändert sich auch in deutschen Zeitungshäusern der Blick auf die eigene (Erfolgs-) Geschichte, die untrennbar mit den Alliierten verbunden ist. Nicht einmal notorische Optimisten sehen den Fortbestand des demokratischen Rechtsstaats, der die Pressefreiheit garantiert, weil sie für ihn konstituierend ist, noch als selbstverständlich an. Sogar Bayerns Ministerpräsident Markus Söder, dessen Partei sich den US-Republikanern immer freundschaftlich verbunden fühlte, warnte in einem Interview zum 80. der *Süddeutschen Zeitung*: „Die Demokratie ist bedroht.“ Was in den USA passiere, sei besorgniserregend.

Beim BJV kam es nun zur Neuauflage eines kleinen Event-Formats, das im vorigen Jahr so gut angekommen war, dass Landesvorsitzender Harald Stocker es gerne zur Tradition werden lassen möchte. Damals hatte der BJV den Verbandstags-Ehrengast Sergiy Tomilenko nach München eingeladen. Der Präsident der ukrainischen Journalistenunion referierte im Rahmen des Besuchsprogramms vor Studierenden über die Bedingungen, unter denen Lokalredaktionen in umkämpften Regionen die Stellung zu halten versuchen, und war Hauptperson eines Networking-Abends.

Melissa Eddy zu Gast beim BJV

Dieses Mal hatte Stocker die Vorsitzende des Vereins der Ausländischen Presse in Deutschland (VAP), Melissa Eddy, aus Berlin nach Bayern geholt. In einem Hörsaal des *BR* in Freimann gab die Wirtschaftskorrespondentin der *New York Times* deutschen und ausländischen Studierenden der Kommunikationswissenschaft Einblick in die Arbeitsweise ihrer Zeitung, die nach wie vor strikt zwischen Newsroom und Opinions unterscheide, aber auch zwischen den Berufsbildern „Reporter“ und „Editor“. Am ersten

Abend diskutierte Eddy in der fast vollbesetzten Panorama-Lounge des *SZ*-Hochhauses – nach einer Keynote von Harald Stocker über „80 Jahre freier Journalismus in Bayern“ – mit dem neuen Politikchef Nicolas Richter und BJV-Vize Max Muth, ebenfalls *SZ*-Redakteur, vor allem über den Journalismus von heute, der von MAGA und AfD, Plattformen und ihren Algorithmen bedrängt wird. Am zweiten Abend stand wieder Networking auf dem Programm – unter anderem mit Henriette Löwisch, der Leiterin der Deutschen Journalistenschule.

Wie passend ein Erfahrungsaustausch mit einer Kollegin von der fast 100 Jahre älteren *Times* in genau diesem Rahmen war, zeigt ein Blick in die Gründungsgeschichte der *Süddeutschen*. Ihr hatte die amerikanische Militärregierung die Rolle des publizistischen Flaggschiffs zugedacht, das mit der Lizenz Nr. 1 in der früheren „Hauptstadt der Bewegung“ vom Stapel laufen durfte. Von ihrer Redaktion wünschte sich Presseoffizier David Davidson nichts Geringeres als Journalismus auf dem Qualitätsniveau der *New York Times*. In einer symbolbeladenen Zeremonie fütterten schließlich Oberst Bernard McMahon und der frisch ernannte Interims-Ministerpräsident Wilhelm Hoegner den Schmelzofen mit Druckplatten einer Ausgabe von „Mein Kampf“.

Was damals in Bayern geschah, liest sich wie ein Plot, den jedes Filmstudio heutzutage als absurd abtun würde: Unter dem Label „Psychologische Kriegsführung“ stampfen idealistische, intellektuelle US-Offiziere mit frischem Migrationshintergrund und ausgesprochen linkslastigen Biografien planwirtschaftlich eine hierarchisch strukturierte Medienlandschaft (Großstadt vor Land) aus dem Boden, um in einem von Nazityrannei und Krieg ruinierten Land die Basis für den Aufbau einer pluralistischen Demokratie zu legen. Der generalstabsmäßig geplante Weg zur Pressefreiheit beginnt mit offener Zensur durch militärische Dienststellen, die an den beflissenen Texten selten etwas zu beanstanden haben. Beim Screening der Lizenzträger übersehen die Amerikaner allerdings braune Flecken auf scheinbar weißen Westen – etwa bei Franz Josef Schöningh, dem dritten Lizenzträger der *SZ*. Bei den beauftragten Autoren schaut auch niemand allzu genau hin.

Als wäre das alles nicht widersprüchlich genug, schickt der Oberbefehlshaber der Alliierten Expeditionsstreitkräfte (SHAEF) und deutschstämmige Texaner Dwight D. „Ike“ Eisenhower parallel zur Lizenzvergabe *Die Neue Zeitung* an den Start, ein Instrument der Militärregierung zur Umerziehung (Re-Education) der Deutschen im Besatzungsgebiet der US Army. Für die vom austro-amerikanischen Schriftsteller Hans Habe alias János Békessy geleitete Redaktion arbeiten unter anderem Erich Kästner, Stefan Heym, Robert Lembke, Hildegard Brücher, Egon Bahr und Peter Boenisch. Das im konfiszierten Verlagshaus des *Völkischen Beobachters* in der Schellingstraße produzierte Organ soll die Lizenzzeitungen eigentlich nur ergänzen und anspornen. Es ist aber so interessant gemacht, dass es bald eine siebenstellige verkaufte Auflage erreicht – unberührt von dem Papiermangel, der in den privaten Verlagen noch Umfang und Verbreitung limitiert. Im Geleitwort der Erstausgabe verdammt ausgerechnet der siegreiche General den Militarismus: „Für alle Kulturvölker der Erde ist Krieg etwas an sich Unmoralisches, die Deutschen aber müssen zu dieser selbstverständlichen Wahrheit erst erzogen werden.“

> *„Für alle Kulturvölker der Erde ist Krieg etwas an sich Unmoralisches, die Deutschen aber müssen zu dieser selbstverständlichen Wahrheit erst erzogen werden.“*
>
> Dwight D. Eisenhower in *Die Neue Zeitung*

Fakt ist, dass die Nachfahren der bayerischen Lizenziaten ihr Erbe der pragmatischen Missachtung marktwirtschaftlicher Grundsätze verdanken. Der Vorsprung der 21 Zeitungen, die bis Ende 1946 dem US-kontrollierten Medien-Inkubator entstiegen waren, blieb uneinholbar. Die meisten erscheinen noch heute. Einzelne wurden nach Ende der Lizenzpflicht von wiederbelebten Alt-Titeln verdrängt (wie Josef Felders *Südost-Kurier* in Bad Reichenhall) oder geschluckt (*Niederbayerische Nachrichten, Volkswille*). Andere änderten ihren Namen: Die *Augsburger Allgemeine* begann als *Schwäbische Landeszeitung*, der *Münchner Merkur* als *Münchner Mittag*.

Bayerns Verlage haben sogar eine kleine Gemeinsamkeit mit der *New York Times*, die ihre Pole Position als Weltstadtblatt clever für eine global ausgerichtete Digitalstrategie nutzte: Sie haben – obschon sie gerne andere Zeitungen zusammenkaufen – durch die Bank noch den Status von Familienunternehmen. Das muss nicht gutgehen. Doch Melissa Eddy hält große Stücke auf ihren Arbeitgeber Arthur Gregg „A.G.“ Sulzberger, Verleger in vierter Generation: „Er hat das zu tragen – wie schon sein Vater, sein Großvater, sein Urgroßvater – egal, wer im Weißen Haus sitzt. Er ist sehr stark, Gott sei Dank.“

Podiumsblick nach Franken

Eine Woche nach der Münchner Veranstaltung lud der BJV zudem zur Podiumsrunde „80 Jahre freier Journalismus in Franken“, moderiert von Sebastian Schmidt von *Franken Fernsehen,* ein. Deutlich wurde, wie stark sich die Medienwelt verändert hat. Michael Husarek, Chefredakteur der *Nürnberger Nachrichten*, sprach vom „Hunger nach Informationen“. Anja Miller, Leiterin Studio Franken des *Bayerischen Rundfunks*, erinnerte daran, dass Radio vor 1945 überwiegend zu Unterhaltungs- und Propagandazwecken gedient habe, Information als Auftrag sei neu gewesen. Alexandra Haderlein, Gründerin der *Relevanzreporter*, warnte, wie fragil das Gut eines freien Journalismus sei. Funkhaus Nürnberg-Geschäftsführer Alexander Koller hob die Rolle lokaler Berichterstattung hervor. Den Schlusspunkt markierte Professor Markus Kaiser mit einem Blick in die Zukunft des Journalismus. Avatare als Moderatoren, Podcast-Generatoren, keine Grenzen zwischen den Medien mit fließenden Übergängen zwischen Text, Audio und Video – vieles sei keine Vision mehr, sondern Realität. Mehr im Artikel von Johannes Michel: bjv.de/franken80

Keine mediale Sippenhaft

Die Bayerische Polizei nennt in Pressemeldungen und auf Social Media seit Oktober die Nationalität von Tatverdächtigen und Opfern

Von Maria Goblirsch

„Anwohner in Fürth alarmierten Freitagnacht über Notruf die Polizei, nachdem ein Mann mehrere Gegenstände aus dem Fenster einer Wohnung warf. Der Mann konnte vor Ort durch die Polizei festgenommen werden. (…). Es handelte sich um einen 47-jährigen Tschechen, der sich zu Besuch in der Wohnung aufhielt. Der Tatverdächtige warf ein etwa 15 Zentimeter langes Küchenmesser aus dem Fenster. Dieses verfehlte einen 24-jährigen Bulgaren (…)."

Ein Ausschnitt aus der Pressemitteilung des Polizeipräsidiums Mittelfranken vom 11. November 2025. Meldungen wie diese, aus denen man die Herkunft der Tatbeteiligten erfährt, wird es nun häufig geben. Denn das Bayerische Innenministerium hat die Polizei angewiesen, vom 1. Oktober an in Pressemeldungen und auf Social Media „grundsätzlich aktiv" die Nationalität von Tatverdächtigen und Opfern zu nennen.

„In der Abwägung wird künftig eine stärkere Gewichtung des öffentlichen Informationsinteresses für notwendig gehalten", sagt Florian Kraku, stellvertretender Pressesprecher des Bayerischen Staatsministeriums für Inneres, Sport und Integration. In den vergangenen Jahren sei die Nationalität von Tatverdächtigten zunehmend in den öffentlichen Fokus gerückt. Er verweist gegenüber dem *BJVreport* auf den Vorwurf aus der Bevölkerung, dass die Nationalität bewusst verheimlicht werde und auf die Polizeiliche Kriminalstatistik für Bayern. Danach hätten Nichtdeutsche 2024 einen Anteil an allen Tatverdächtigten von 41 Prozent ausgemacht (2019: 25,5 Prozent; 2015 von 31,5 Prozent), so der Pressesprecher. In Relation dazu ist aber auch der Anteil ausländischer Mitbürger*innen in Deutschland in diesem Zeitraum angestiegen, wie Zahlen des Statistischen Bundesamtes zeigen. Er lag 2015 bei 10,5 Prozent, vier Jahre später bei 12,5 Prozent, Ende 2024 waren es 14,8 Prozent.

„Wichtig ist der fundamentale Unterschied zwischen öffentlichem Interesse und bloßer Neugier."

Manfred Protze, Sprecher Deutscher Presserat

Gewaltkriminalität unter Ausländern werde medial verzerrt dargestellt: Das ist das Ergebnis einer aktuellen Studie des Journalistik-Professors Thomas Hestermann auf Basis bundesweiter Daten aus 2025. Medien benannten demnach ausländische Tatverdächtige überproportional häufig. Zu Beginn des laufenden Jahres hat dies nach der Studie ein Ausmaß erreicht „wie noch nie": Berichte das Fernsehen über Gewaltkriminalität und nenne die Herkunft der Verdächtigen, gehe es in 94,6 Prozent der Berichte um Ausländer – aber in „nur" 34,4 Prozent der Fälle seien tatsächlich Ausländer tatverdächtig (amtliche Kriminalstatistik). Am stärksten sei die Verzerrung bei Verdächtigten aus muslimisch geprägten Ländern.

„Nun wird das Thema noch politisch aufgeladen, indem die Polizei in einigen Bundesländern angewiesen wird, Nationalitäten verpflichtend zu nennen", sagt der DJV-Vorsitzende Mika Beuster auf Anfrage des *BJVreports*. Oft komme der Vorwurf an die Medien, das angebliche wahre Ausmaß an Kriminalität, das durch Ausländer verübt werde, nicht angemessen darzustellen. „Es gibt Menschen, die werfen dem Journalismus in Deutschland vor, er verschweige oder unterdrücke Wahrheiten, vor allem, wenn es um Migration geht." Das Gegenteil sei der Fall.

Mika Beuster stellt klar: Die Herkunftsnennung in den Pressemeldungen und in Social Media durch die Polizei ändere nichts an der Verantwortung der Redaktionen und entbinde Journalist*innen nicht vom Pressekodex. Beuster: „Polizeiberichte sind nicht mehr als ein Hilfsmittel journalistischer Recherche. Am Ende bedeutet das, dass journalistisches Handwerk angewandt werden muss. Einfach so die Pressemeldung übernehmen, das geht auf keinen Fall – jetzt erst recht nicht."

Manfred Protze, Sprecher des Deutschen Presserates, sieht die

Das sagt der Pressekodex

Rechtfertigt das öffentliche Interesse das Risiko einer Stigmatisierung? Das müssen Redaktionen anhand der Richtlinie 12.1. des Deutschen Presserates in jedem einzelnen Fall abwägen und entscheiden. Stets hilfreich sei es, wenn Leser*innen die Entscheidung der Redaktion aus dem Beitrag selbst heraus nachvollziehen können, so der Deutsche Presserat.

Der Pressekodex sagt dazu: „In der Berichterstattung über Straftaten ist darauf zu achten, dass die Erwähnung der Zugehörigkeit der Verdächtigen oder Täter zu ethnischen, religiösen oder anderen Minderheiten nicht zu einer diskriminierenden Verallgemeinerung individuellen Fehlverhaltens führt. Die Zugehörigkeit soll in der Regel nicht erwähnt werden, es sei denn, es besteht ein begründetes öffentliches Interesse. Besonders ist zu beachten, dass die Erwähnung Vorurteile gegenüber Minderheiten schüren könnte."

Wann ist eine Nennung der Nationalität gerechtfertigt? Dafür nennt die Richtlinie Beispiele: Die Biografie eines Täters oder Verdächtigen ist für die Berichterstattung über die Straftat von Bedeutung. Eine besonders schwere oder in ihrer Art oder Dimension außergewöhnliche Straftat liegt vor. Oder: Ein Straftäter oder Tatverdächtiger hat die eigenständige Struktur seiner Herkunftsgruppe für die Tatausführung benutzt wie etwa besondere Clanstrukturen. (Richtlinie im Wortlaut unter *bjv.de/richtlinie12.1*). (*mgo*)

Anweisung des Bayerischen Innenministeriums zur Nennung der Nationalität von Tatverdächtigen und Opfern kritisch. Der Pressekodex verbiete Journalist*innen nicht, die Herkunft zu nennen. Aber er verpflichte sie, in jedem einzelnen Fall verantwortungsbewusst zu entscheiden, ob für die Nennung ein begründetes öffentliches Interesse vorliegt oder aber die Gefahr der diskriminierenden Verallgemeinerung überwiegt. „Wichtig ist aus meiner Sicht, den fundamentalen Unterschied zwischen öffentlichem Interesse und bloßer Neugier zu beachten", sagt Protze. Öffentliches Interesse bedeute, dass es für die Allgemeinheit von Bedeutung sein muss, ein Ereignis unter Nennung von Gruppenzugehörigkeiten zu erörtern. „Es reicht nicht aus, wenn sich viele Leute für eine Tat oder einen Sachverhalt interessieren."

Um am oben gezeigten Beispiel aus Fürth zu bleiben: Worin liegt konkret das Interesse der Bevölkerung, zu wissen, dass es ein Tscheche war, der ein Messer und andere Gegenstände aus dem Fenster wirft? Und dass er damit fast einen Bulgaren getroffen hätte? Welchen sachlichen Zusammenhang hat das mit der Tat, welche zusätzliche Information stellt die Nennung der Nationalität? Trägt das wirklich zum besseren Verstehen der Tat bei? Überspitzt gefragt: Ist das Verhalten etwa typisch für Menschen aus diesen Herkunftsländern?

Das Risiko, Vorurteile zu schüren

Eine routinemäßige Nennung der Nationalität birgt nach Überzeugung des Presserat-Sprechers zudem das Risiko, Vorurteile gegenüber ganzen Gruppen zu schüren oder zu verstärken. „In den Regeln des Pressekodex spiegelt sich auch eine wichtige Lehre der Nazizeit. Die Nazis waren die ersten, die ganz offen und gezielt das Instrument der ‚medialen Sippenhaft' eingesetzt haben", erinnert Protze. Sie hätten die Nennung der Gruppenzugehörigkeit von Tätern und Tatverdächtigen in den Massenmedien genutzt, um diese Gruppen kollektiv abzuwerten. „Mit der Herkunftsnennung sollte die jeweilige Gruppe für das Fehlverhalten einzelner ihrer Mitglieder ohne rechtsstaatliche Verfahren in Mithaftung gezogen werden." Diesen Hintergrund dürfe man im Zusammenhang mit der Herkunftsnennung nicht aus den Augen verlieren. „Und da stehen alle, auch die bayerische Landesregierung, in einer Verantwortung von historischem Gewicht", so Manfred Protze.

Die Kernfrage lautet: Geht es um eine Straftat, die von jedem begangen werden könnte? Ist die Nennung der Nationalität also nur eine Zusatzinformation, die in keinem Zusammenhang mit der eigentlichen Tat steht? Oder existiert ein Sachbezug zur Herkunft wie beispielsweise bei einem Mafiamord nach deren typischen Clanstrukturen?

Im ersten Fall sieht Prof. Christine Horz-Ishak, Professorin für transkulturelle Medienkommunikation an der Hochschule Köln, die Gefahr der Ethnisierung von Straftaten. Werde häufig in dieser Weise berichtet, entstünden Berichterstattungsmuster, die bei den Menschen etwas bewirken und deren Einstellung diesen Gruppen gegenüber verändern" (*mehr dazu im Interview auf Seite 46*).

Anzeige

Medienpreis

Wettbewerb für Printmedien, Audio, Video und Multimedia

Zugelassen sind Beiträge junger Journalistinnen und Journalisten bis einschließlich 35 Jahre zu den Themen Gesundheit und Soziales, die zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember 2025 in einer in Bayern erscheinenden Zeitung oder Zeitschrift veröffentlicht oder von einem Rundfunksender mit redaktionellem Sitz bzw. einem Landesstudio in Bayern ausgestrahlt worden sind. Zugelassen sind in der Kategorie Multimedia Beiträge mit mindestens drei digitalisierten Medienformaten, wobei Text und Bild als ein Format gelten. In der Kategorie Video werden Beiträge aus TV, Mediatheken sowie Webvideos berücksichtigt. Beiträge aus den elektronischen Medien außerhalb Bayerns müssen thematisch relevant für den Freistaat und frei zugänglich sein.

Im Printbereich wird zudem ein bundesweiter Sonderpreis ohne Altersbeschränkung vergeben.

Der Medienpreis ist mit insgesamt 30.500 Euro dotiert.

Informationen und Anmeldung:
- www.aok-medienpreis.de
- e-mail: medienpreis@by.aok.de
- Tel.: 089 62730-184

AOK Bayern, Zentrale ● z. Hd. Frau Andrea Winkler-Mayerhöfer ● Carl-Wery-Str. 28, 81739 München

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

njb

AOK
AOK Bayern
Die Gesundheitskasse.

DJS.

„Im Kopf bildet sich eine eigene Erzählung“

Expertin Christine Horz-Ishak erklärt die Mechanismen des Framings

Von Maria Goblirsch

Auch Journalist*innen setzen mit immer gleichen Symbolbildern Suggestivtechniken ein, sagt Professorin Christine Horz-Ishak. Die Kommunikationsexpertin der TH Köln erklärt, wie Frames das Denken und Handeln beeinflussen, ohne dass wir es merken.

Kommunikationswissenschaftlerin Christine Horz-Ishak
Foto: Picture People/Fotograf verzichtet auf Namensnennung

Sie warnen, dass die wiederholte Nennung der Nationalität in Verbindung mit Gewaltdelikten zu Diskriminierung führen kann. Welche Mechanismen laufen ab?

Christine Horz-Ishak: Zunächst wird eine bestimmte gesellschaftliche Gruppe markiert, zum Beispiel als Asylbewerber. Danach wird die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit geweckt und wie mit einer Taschenlampe auf ein Schlagwort oder ein Ereignis gelenkt. Wiederhole ich diese Verbindung immer wieder, verknüpfe ich diese Gruppe mit bestimmten Begriffen und Verhaltensweisen. Das erzeugt in unserem Kopf ein bestimmtes Bild. Dabei werden oft Themen verknüpft, die per se nichts miteinander zu tun haben, wie etwa der Status des Ausländers mit dem der sexualisierten Gewalt. Sie werden so lange in einem Atemzug genannt, bis diese Dinge in der Interpretation zusammenfließen. Lese ich später irgendetwas über Migranten, kann sich unbewusst und quasi selbstverständlich ein negatives Bild dieser sozialen Gruppe in der öffentlichen Wahrnehmung festsetzen.

Das klingt recht kompliziert. Was geht da in unserem Kopf vor sich?

Die Wissenschaft spricht hier von Sinn-Induktion. Damit ist gemeint, dass Fotos, Videos oder Texte in einem bestimmten Kontext präsentiert werden und dieser Kontext sie erst zu dem macht, was sie schließlich aussagen. Von einer Beobachtung leite ich eine allgemeine Regel ab wie „Ausländer sind krimineller als Deutsche“. Zusätzlich werden dem Konsumenten gedankliche Deutungsrahmen vermittelt, so genannte Frames. Im Ergebnis bekomme ich nicht nur ein Thema angeboten, sondern es wird mir auch vermittelt, wie ich es zu interpretieren habe.

Welche Rolle spielt dabei die Sprache?

Frames werden durch Sprache im Gehirn aktiviert und geben Fakten eine selektive Bedeutung. Einzelne Worte werden dabei mit unseren visuellen Erfahrungen, Gefühlen oder unserem Wissen verbunden und geben so einen Rahmen vor, wie wir Sachverhalte deuten. Dieses Framing kann etwa dazu genutzt werden, unsere politische Einstellung zu beeinflussen oder politische Maßnahmen zu rechtfertigen. Und das geschieht alles in der Regel, ohne dass wir uns dessen bewusst sind.

Sind alle Menschen für Framing gleich empfänglich?

Wie empfänglich wir für solche Denkmuster sind, ist von Mensch zu Mensch verschieden und hat etwas mit der politischen Einstellung, aber auch mit der Fähigkeit eines Menschen zur Selbstreflexion zu tun, sowie damit, wie wir mit Medieninhalten umzugehen gelernt haben. Informiere ich mich breit oder sehe ich mir nur die lautesten Headlines an? Gehe ich damit auch kritisch um und hinterfrage sie oder sage ich: Das stand doch so in der Zeitung oder im Internet. In Deutschland haben wir das Problem, dass es keine institutionalisierte Medienbildung in den Schulen gibt. Die Diskrepanz zwischen der hohen Nutzungsdauer vor allem der Sozialen Medien und nur geringen Kenntnissen darüber, wie journalistische Medien und Social Media funktionieren, sehe ich als großes Problem.

Gibt es auch im Journalismus Framing?

Ja natürlich, darum geht es ja hier. Die punktuelle Berichterstattung und die Fokussierung auf einen Aspekt führt dazu, dass es in den Medien immer weniger Langzeitberichte gibt. Mit immer gleichen Symbolbildern in Kombination mit Text setzen Journalisten Suggestivtechniken ohne Ende ein. Machen Sie mal den Test: Geben Sie bei der Google Bildersuche „Muslimische Frau mit Kopftuch und Einkaufstüten“ ein. Sie werden hunderte Fotos finden, die immer das gleiche Denkschema auslösen. Wenn tausende in dieser Weise berichten, dann schafft das eine kritische Masse an weichen Informationen, die genau die Wirkung hervorrufen, die wir in der Politik oft kritisieren.

Fakten, Fakten, Fakten liefern

Christine Horz-Ishak sagt: „Auch im Journalismus wird Framing eingesetzt.“ Sie rät:

1. Informieren Sie sich, wie Framing funktioniert. Werden Sie sich bewusst, welche Narrative Sie wo einsetzen. Achten Sie auf Deutungsmuster, die Sie mit Bildern und Texten schaffen.
2. Berichten Sie nicht nur ereigniszentriert.
3. Achten Sie auf Ausgewogenheit, beziehen Sie unterschiedliche Perspektiven ein und liefern Sie Fakten, Fakten, Fakten! Heben Sie sich von der Masse ab, indem Sie qualitativer berichten.
4. Der Zeitaufwand für Recherche und Hintergrund ist nicht zu groß, wenn Sie Plattformen und Informations-Services wie etwa den *mediendienst.integration.de* zu den Themen Flucht, Migration und Diskriminierung nutzen.
5. Achten Sie darauf, das Schlaglicht in der Berichterstattung nicht nur auf eine Seite zu richten wie etwa die Kriminalität von Nichtdeutschen oder die illegale Einwanderung. Genauso wichtig ist es beispielweise, zu rechtsextremen Straftaten und Themen investigativ zu recherchieren und zu berichten. (*mgo*)

Briefwahl ist nur noch bei weiten Distanzen erlaubt

Für die Betriebsratswahl 2026 gelten neue und einfachere Regeln

Von Maria Goblirsch

Im Frühjahr 2026 werden nach vier Jahren Amtszeit die Betriebsräte in den bayerischen Medienhäusern neu gewählt. Es gibt keinen einheitlichen Wahltermin. Der Zeitpunkt der Wahl richtet sich vielmehr danach, wann jeweils die konstituierende Sitzung im Jahr 2022 regulär stattfand, also wann der letzte Betriebsrat gewählt wurde. Die Wahlvorstände vor Ort errechnen den Termin für die Betriebsratswahl 2026 und legen ihn fest. In großen Häusern wird an mehreren Tagen gewählt.

Wie viele Betriebsräte das Gremium hat, richtet sich nach der Zahl der Beschäftigten (unbedingt vorher zählen und dokumentieren!). Spannend wird es, wenn diese Zahl um 200 pendelt. Denn in einem Betrieb mit mindestens 201 Beschäftigten hat der Betriebsrat einen Anspruch auf die ständige Freistellung eines oder mehrerer seiner Mitglieder (§ 38 Betriebsverfassungsgesetz, BetrVG). Die Entscheidung, wer freigestellt werden soll, trifft der Betriebsrat in geheimer Wahl. Der/Die freigestellte Kolleg*in (oft die oder der Vorsitzende) genießt besonderen Schutz vor Nachteilen. Es ist auch möglich, die Freistellung auf mehrere Betriebsrät*innen zu verteilen, etwa zu je 50 Prozent.

Seit das BetrVG im Jahr 2021 geändert wurde, gelten einige Vereinfachungen für die Wahl. Das aktive Wahlrecht wurde auf 16 Jahre herabgesetzt, dabei ist es unerheblich, wie lange die Mitarbeiter*in im Betrieb ist. Das passive Wahlrecht liegt bei 18 Jahren. Um gewählt werden zu können, muss man seit mindestens sechs Monaten im Betrieb beschäftigt sein.

Besserer Schutz vor Kündigung

Kandidatenlisten brauchen Unterstützerunterschriften, deren Zahl wurde reduziert. In Betrieben mit bis zu 100 Beschäftigten ist seit der Reform das vereinfachte Wahlverfahren vorgeschrieben (§14a BetrVG). Es zeichnet sich vor allem durch verkürzte Fristen aus.

Die Wahlberechtigten geben ihre Stimme im Rahmen einer Wahlversammlung ab. Wer wegen Krankheit oder Urlaub verhindert ist, kann nachträglich per Briefwahl abstimmen. Dies hat sie/er spätestens drei Tage vor der Wahlversammlung beim Wahlvorstand zu beantragen. Weiß der Vorstand von Beschäftigten, die etwa wegen Außendienst, Telearbeit oder Arbeitsunfähigkeit nicht im Betrieb sein werden, so muss er diesen die Briefwahlunterlagen unaufgefordert zusenden.

Zur Briefwahl entschied das Bundesarbeitsgericht im Januar 2025, dass Arbeitnehmer im normalen Wahlverfahren im Hauptbetrieb in Präsenz zu wählen haben. Der Wahlvorstand habe in dem vorliegenden Fall nicht alle Wahlberechtigten zur Briefwahl einladen dürfen. Daher durfte die Wahl angefochten werden (Az.: 7 ABR 23/23). Eine Briefwahl als Ausnahme von der Regel sei nur für Betriebsteile zulässig, die räumlich weit vom Hauptbetrieb entfernt sind. Das könnte etwa für eine Außenredaktion gelten.

Positiv sind nach der Reform des BetrVG die neuen Regeln zum Kündigungsschutz von Betriebsräten. Diese sind vor ordentlichen Kündigungen sicher und das bis ein Jahr nach dem Ende ihrer Amtszeit. Dieser Schutz gilt jetzt auch für Beschäftigte, die eine Betriebsratswahl in Unternehmen initiieren wollen, wo es kein solches Gremium gibt, allerdings nur bis zur Bekanntgabe des Wahlergebnisses. Kandidat*innen, die aufgestellt, aber nicht gewählt wurden, sind bis zu sechs Monate nach der Wahl vor einer ordentlichen Kündigung geschützt.

Wo werden bei der Vorbereitung der Betriebsratswahlen häufig Fehler gemacht? Zum Beispiel bei der Bestellung des Wahlvorstandes, dafür ist der noch existierende Betriebsrat verantwortlich. Der Wahlvorstand muss mindestens drei Mitglieder haben (auch wahlberechtigte, amtierende Betriebsräte), deren Anzahl muss immer ungerade sein.

Mindestquote für das minder vertretene Geschlecht

Nur, wer auf der Wählerliste als Kandidat*in oder als Wahlberechtige*r steht, darf an der Betriebsratswahl teilnehmen. Kündigungen oder Neueinstellungen müssen berücksichtigt werden. Um die Richtigkeit kontrollieren zu können, muss diese Wählerliste vom Wahlvorstand zusammen mit der Ausschreibung veröffentlicht, das heißt, bis zur Wahl an geeigneter Stelle im Betrieb zur Einsicht ausgelegt werden. Wer in der Wählerliste einen Fehler entdeckt, hat 14 Tage nach der Ausschreibung Zeit zum Einspruch.

Damit Frauen und Männer gleichberechtigt im Betriebsrat ihre Stimme geltend machen können, wird das Geschlecht, das im Betrieb in der Minderheit ist, durch eine Mindestquote geschützt (§15 BetrVerfG). Das bedeutet: Es muss mindestens entsprechend seinem zahlenmäßigen Verhältnis im Betriebsrat vertreten sein. Sind beispielsweise nur 30 Prozent der Beschäftigten Männer, so müssen mindestens 30 Prozent der Betriebsräte männlich sein. Ausnahme: Es haben sich nicht genügend Vertreter*innen aufstellen lassen.

Der Arbeitgeber unterliegt während des Wahlvorgangs der Neutralitätspflicht und darf die Wahl nicht durch die Androhung von Strafen oder durch das Versprechen einer Belohnung beeinflussen, sonst macht er sich strafbar. Er darf aber seine Wunschkandidat*innen ermuntern, sich auf die Wählerliste setzen zu lassen und sie auch empfehlen.

Für die Arbeit im Betriebsrat ist viel Wissen unter anderem im Arbeitsrecht oder zum Betriebsverfassungsgesetz nötig. Daher rät Josef Schäfer vor allem Kolleg*innen, die neu ins Gremium kommen, sich schulen zu lassen. Der Vorsitzende der Fachgruppe Betriebsräte im BJV weist darauf hin, dass der Arbeitgeber die Betriebsrät*innen für Schulungen freistellen und auch die Kosten übernehmen muss. „Dazu zählen die Kursgebühren, die Fahrt- und Hotelkosten oder die für Verpflegung“, sagt Schäfer. Der DJV bietet regelmäßig Schulungen für Betriebsräte an, auch aktuell zur Wahl 2026.

Der KI-Tipp

Verschiedene Bots mit einer Anfrage

Nicht sicher, welche KI für eine ganz bestimmte Aufgabe die besten Ergebnisse liefert? Dann ist Duck.ai, ein Angebot der alternativen Suchmaschine DuckDuckGo, vielleicht einen Blick wert. Zur Auswahl stehen die Sprachmodelle ChatGPT, Llama, Claude und Mistral – hier oft die Basisversionen oder ältere Versionen, fortschrittlichere Modelle können über ein Abo gebucht werden. Dieses Abo kostet zehn Euro monatlich oder 100 Euro pro Jahr. Der Vorteil im Vergleich zur Verwendung einer KI über den eigentlichen Anbieter liegt auf der Hand: Die Preise sind deutlich niedriger, obwohl gleichzeitig mehrere Angebote enthalten sind. Und Duck.ai zeichnet keine Chats auf und speichert sie nicht. Unterhaltungen werden weder durch DuckDuckGo noch vom zugrundeliegenden KI-Modellanbieter zum Trainieren von Chatmodellen verwendet. Die Anfragen und Verläufe liegen lediglich auf dem eigenen Computer, werden aber natürlich webbasiert verarbeitet. Damit ist der Chatbot zwar nicht ganz so datenschutzfreundlich wie solche, die offline funktionieren und lokal auf dem PC installiert werden können, die Antworten stehen dafür aber deutlich schneller zur Verfügung. Auch eine Recherchefunktion ist mit dabei. Wer Duck.ai ausprobieren möchte, muss sich dafür nicht einmal anmelden. *Johannes Michel*

Der Buchtipp

Wütender Rufer aus der Wüste

Der Kölner Medienwissenschaftler Martin Andree kann seinen Frust nicht verbergen. Schon 2012 hatte er in der *Welt* die Naivität gegeißelt, in der Journalist*innen immer noch das Silicon-Valley-Narrativ vom Internet als moderner Sherwood Forest nachbeteten, in dem die kleinen Leute als Nerd-Versionen von Robin Hood dem Establishment ein Schnippchen schlagen. Andree hingegen richtete den Scheinwerfer auf die Konzerne, denen das Ammenmärchen von der digitalen Selbstermächtigung nützte. Dafür wurde er mitleidig belächelt. Er blieb der Rufer in der Wüste. Doch Andree gibt nicht auf. Zuletzt hatte er vor zwei Jahren ein „Manifest zur Befreiung des Internets" mit dem Titel „Big Tech muss weg" geschrieben. Und da die „digitalen Feudalisten" (Evgeny Morozov) Alphabet, Meta & Co. natürlich noch da sind, legt er eine Schippe drauf und nennt sie nun „Dark Tech". Seine neue Streitschrift über den kalten Krieg um Macht und Milliarden, in dessen Mittelpunkt die Medien stehen, ist eine pralle Synopse all dessen, was halbwegs vernunftbegabte Menschen in Politik, Medien und Zivilgesellschaft insgeheim wissen über die „Darth-Vaderisierung" der kalifornischen „Do no evil"-Heuchler. Was sie aber lieber verdrängen, weil sie sich dann ihre auch persönliche Abhängigkeit von Firmen eingestehen müssten, deren CEOs im Weißen Haus ein- und ausgehen. Andree beschreibt den Weg der westlichen Demokratien in die „digitalokratische Apokalypse" plakativ, unterhaltsam, allgemeinverständlich und süffig ohne Scheu vor Flapsigkeiten. Deprimierend ist, dass solche Bücher nötig sind – und wahrscheinlich trotzdem nicht dazu führen, dass sich Europa endlich um seine digitale Souveränität kümmert.

Ulf J. Froitzheim

Martin Andree, Krieg der Medien – Dark Tech und Populisten übernehmen die Macht, Campus, Frankfurt 2025, 256 Seiten, 28 €

Der Techniktipp

USB-Sticks: Praktische Datenträger im Hosentaschenformat

USB-Sticks gehören zu den bekanntesten Speichermedien. Kaum größer als eine Münze, speichern sie heute große Datenmengen und lassen sich mühelos in die Hosentasche stecken. Während sie früher vor allem zum Transport einzelner Dokumente dienten, sind sie inzwischen vielseitige Werkzeuge für Arbeit, Freizeit und Datensicherung. Durch die standardisierte USB-Schnittstelle funktionieren sie an PCs, Notebooks, Smart-TVs oder Autoradios. Beim Kauf lohnt ein Blick auf den USB-Standard: Ältere Sticks mit USB 2.0 sind langsam. Für Fotos, Videos oder Backups sollten Modelle mit USB 3.0 oder höher gewählt werden, oft am blauen Stecker erkennbar. Auch USB-C-Sticks sind verbreitet und eignen sich für viele neuere Geräte. Die Speichergröße reicht heute von 16 bis über 512 Gigabyte. Für Bürodateien reichen 16 oder 32 Gigabyte, für Fotos und Videos sind 128 oder 256 Gigabyte die bessere Wahl. Beim Kauf sollte auch die Verarbeitungsqualität eine Rolle spielen: Ein robustes Gehäuse oder ein Schutz für den Stecker erhöht die Haltbarkeit. Wer sensible Daten speichert, sollte Modelle mit Passwort- oder Verschlüsselungsfunktion nutzen. Für sehr große Datenmengen oder regelmäßige Backups eignet sich jedoch eher eine externe Festplatte. Sie bietet mehr Speicherplatz, ist aber größer und empfindlicher. USB-Sticks bleiben ideal für den schnellen Datenaustausch unterwegs. *Johannes Michel*

Der Finanztipp

Aktivrente: 2000 Euro steuerfrei im Monat

Ab 1. Januar 2026 sollen Rentner*innen, die im Ruhestand weiter beruflich aktiv sein wollen, bis zu 2000 Euro im Monat steuerfrei dazuverdienen können. Dies gilt allerdings nur für Beschäftigte, die im Ruhestand sozialversicherungspflichtig angestellt werden (Nichtselbständige). Rund zehn Prozent der Aktivrente werden für die Kranken- und Pflegeversicherung fällig, der Arbeitgeber zahlt 50 Prozent dazu. Die Aktivrente gilt für alle, die die gesetzliche Regelaltersgrenze erreicht haben. Wer vorzeitig mit Abschlägen in Rente geht, profitiert nicht davon. Und die Regelung soll nach bisheriger Planung nicht für Freiberufler*innen gelten. Eine Aktivrente ist aber für arbeitnehmerähnliche Freie („12a-ler") an Rundfunkanstalten wie dem *BR* denkbar, da sie sozialversichert werden (Änderung § 3 EstG abwarten!). Der DJV hat den Gesetzgeber aufgefordert, die Aktivrente auf Einkünfte aus freier Mitarbeit auszudehnen. Nach der jüngsten Umfrage des DJV liegt die Durchschnittsrente Freier bei 1000 Euro im Monat, viele müssen dazuverdienen. Aber: Bei freien Journalist*innen wird die Steuer auf das gesamte Einkommen – also auf Rente plus den Gewinn aus der freiberuflichen Tätigkeit – erhoben. Bis 2004 waren gesetzliche Renten steuerfrei, das wurde geändert. Aktuell müssen also auch Alters-, Erwerbsminderungs- und Hinterbliebenenrenten nach Abzug des Grundfreibetrags (2025 für Ledige 12.096 Euro, für Verheiratete das Doppelte) und eines weiteren Freibetrags (Höhe je nach Jahr des Renteneintritts) versteuert werden. Geltend gemacht werden können vorab Pauschalen für Werbungskosten und Vorsorge.

Maria Goblirsch

Der Studientipp

Verständlicher berichten – so geht's

Rund 6,2 Millionen Erwachsene in Deutschland hätten Schwierigkeiten mit komplexen Texten und seien auf Texte und audiovisuelle Beiträge in leichter und einfacher Sprache angewiesen, schreibt die Otto Brenner Stiftung in ihrer Studie. Diese entstand aus vier Lehrforschungsprojekten des Masterstudiengangs Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt (*lesj.ku.de*). In Zusammenarbeit mit den Redaktionen von *DLF* und „tagesschau" untersuchten sie leicht verständlichen Journalismus. Die Studie erklärt prägnant die Grundlagen leichter und einfacher Sprache und bezieht die Zielgruppen ein. Jedes Kapitel enthält interessante Werkstattberichte aus Medienhäusern. Kritisch aber durchaus konstruktiv beleuchtet wird der Einsatz von KI. Praktische Tipps und Erkenntnisse lassen sich direkt anwenden. Das Werk schließt mit einem Fazit und Empfehlungen für die journalistische Praxis. Die Studie zeigt, welchen Nutzen auch der Journalismus durch leichte oder einfache Sprache gewinnen kann. Den Wissenschaftler*innen, Studierenden und Journalist*innen gelang eine motivierende Publikation.

Steffen Grütjen, Friederike Herrmann und Milan Skusa (Hrsg.): Journalismus leicht verständlich. Berichterstattung für Menschen mit eingeschränkter Literalität. Otto Brenner Stiftung (OBS), 2025, 88 Seiten.

Die Studie ist kostenlos als Download und in der Printversion erhältlich: *bjv.de/leichter*

Thomas Mrazek

IMPRESSUM

Herausgeber:
Max Muth
Bayerischer Journalisten-Verband e.V.
Aschauer Str. 26, 81549 München
Tel. 089 5450418-0, Fax -18
muth@bjv.de – www.bjv.de

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:
Max Muth
muth@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), Matthias Schrader (F), Thomas Mrazek (T), Senta Krasser (T), Mica Zeitz (F), David-Pierce Brill (F), Thomas Kost (F), Alicja Gola (F), Benedikt Frank (T, F), Jim Albright (F),Bernd Feil (F), Alexander Hassenstein (F), Marcus Schlaf (F), Thomas Vonier (F), Anna Szilágyi (F), Angelika Warmuth (F), Maximilian Beck (F), Harald Stocker (T, F), Knut Karger (T), Dominik Bartl (T), Itje Kleinert (T), Maria Goblirsch (T), Johannes Michel (T), Anna Cavelius (F), Stefan Gregor (F), Curdt Blumenthal (T, F), Anna Gojowsky (F), Jana Margarete Schuler (T), Heike Rost (F), Barbara Weidmann (T), Senta Krasser (T), Enric Mammen (F), Thomas Geiger (F), Christian Klenk (F), Annika Karoline Schleithoff (T, F), Heike Rüder (F), Philipp Kiosze (F), Barbara Deller-Leppert (F), Jennifer Schetter (F), Verena Kathrein (F), Christine Elbel (T,F), Markus Mauritz (T), Josef Lamber (F), Bernhard Weizenegger (F).

FSC www.fsc.org MIX Papier | Fördert gute Waldnutzung FSC® C128922

..

Gestaltung: Mediaservice Rudi Stix
Titelbild: Matthias Schrader

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 1/2026: 25. Januar 2026
Erscheinungstermin: 24. Februar 2026

ISSN: 0947-8337
Copyright 2025 by BJV & Autoren
Druckerei:
Himmer GmbH Druckerei & Verlag
Steinerne Furt 95
86167 Augsburg / www.himmer.de

„Zwischen *SZ* und *Zeit* zu klemmen, fühlt sich gut an“

Das Beste aus dem *Postillon* gibt es jetzt jeden Monat auch gedruckt – das ist diesmal keine Satire von Stefan Sichermann

Von Senta Krasser

Er knistert, er duftet, er sieht gut aus – ja, schon. Aber wie ernst meint es Stefan Sichermann, Gründer und Chefredakteur des *Postillon* aus Fürth, mit Print tatsächlich, wo andere aufgeben (wollen)?

Sagen Sie mal, Herr Sichermann, wollen ausgerechnet Sie den Beweis antreten, dass Print lebt?

Stefan Sichermann: Ja, wir sehen das schon so. Unser Gefühl, dass das jetzt ein gutes Timing ist, um eine gedruckte Zeitung zu starten, wurde nicht enttäuscht.

17 Jahre gab es den Postillon *nur im Netz. Läuft es Online nicht mehr, dass Sie es auf Papier probieren?*

Da kann ich beruhigen: Online läuft es bei uns nach wie vor sehr gut. Der *Postillon* in Print war eine Wunschvorstellung, die ich schon bei der Gründung hatte. Wir machen Satire auf klassische Zeitungen. Da lag eine Papierzeitung nahe. All die Jahre hat es aber nie so richtig gepasst.

Warum passt es jetzt?

Was ich so mitbekomme, hat sich bei den Leuten eine kleine Online-Müdigkeit eingestellt. Die Social-Media-Nutzung geht zurück. Gerade durch das Auftreten von KI scheint Online für viele ein bisschen an Wert zu verlieren – das trifft natürlich nicht auf den *Postillon* zu (*lacht*). Es gibt ein wachsendes Bedürfnis, eine Zeitung in der Hand zu halten und nicht nur durch irgendwelche komischen Memes zu scrollen. Das versuchen wir gerade zu befriedigen.

Auf Grundlage solider Marktforschung?

Nein. Eine solche Studie hätte uns wahrscheinlich davon abgeraten, also haben wir es sicherheitshalber gelassen und sind jetzt selbst erstaunt, wie gut es funktioniert.

Die nackten Zahlen, bitte.

Wir sind mit einer Auflage von 25.000 Zeitungen gestartet. Noch vor Druck der ersten Ausgabe konnten wir 3.000 Abonnenten einsammeln. Inzwischen stehen wir bei 6.500. Das wächst täglich. Spannend war, wie wir uns bundesweit an den Kiosken verkaufen. Die einzige vorläufige Zahl, die wir bekommen haben, ist mindestens 3.000. Aber das dürfte weit unter dem realen Ergebnis sein. Viele Leute schrieben uns verzweifelt, dass der *Postillon* vielerorts ausverkauft ist, und wollten wissen, wo es noch welche gibt.

Die Konkurrenz ist praktisch tot – lang lebe der *Postillon*? Stefan Sichermann ist zuversichtlich, dass seine „überregionale Zeitung für Politik, Wirtschaft, Kultur und Gulasch“, wie es im Zeitungskopf steht, Zukunft hat. Online oder gedruckt? Am besten beides. Langfristig strebt er, natürlich, die Weltherrschaft an. Foto: Jennifer Schetter

Einmal zwischen Süddeutsche, Focus *und* Brigitte *ausliegen – war das der Ehrgeiz?*

Durchaus, das hat es sehr attraktiv gemacht. Wir haben Fotos aus ganz Deutschland zugeschickt bekommen. Es sieht lustig aus: Manche Kioske haben uns Platz neben der *Titanic* eingeräumt, aber viele andere haben uns tatsächlich zu den Tages- und Wochenzeitungen gepackt. Zwischen der *Süddeutschen* und der *Zeit* zu klemmen, fühlt sich gut an. Wir sehen uns ja auch sehr ähnlich.

Stimmt. In der Optik täuschend echt, inhaltlich völliger Schmarrn. Trotzdem fällt eine beträchtliche Zahl von Menschen offenbar auf jeden Blödsinn rein und schimpft in Leserbriefen. Erschreckend, nicht wahr?

Das ist nur zum Teil erschreckend. Ich muss dazu sagen: Wir suchen die Leserbriefe, auch die mit den größten Beschimpfungen, gezielt aus und sehen das als eine Art Bildungsauftrag, um hoffentlich Medienkompetenz zu schärfen. Die überwältigende Mehrheit, die uns liest, versteht uns richtig.

Ein Leser schrieb: „Da stehen mehr wahre Geschichten drin als in der Bild*-Zeitung.“ Was stimmt daran?*

Ja. Ok. Aber das ist auch echt kein Kunststück, wenn die Messlatte so niedrig hängt.

Hat der Postillon *irgendwas mit der* Bild *gemein – außer, dass man ebenso darin Fisch einwickeln könnte?*

Ich bezweifle, dass wir viel gemein haben. Wir haben vor, die *Bild*-Zeitung vom Kiosk zu verdrängen. Die sind dann weg und wir noch da. Ein Teil von ihr wird bei uns überleben, in unserer Rubrik „Post von Watschner“. Die ist angelehnt an „Post von Wagner“. Dass der *Bild*-Kolumnist Franz Josef Wagner kurz vor unserem ersten Erscheinen gestorben ist, tat uns leid und wir überlegten kurz, die Rubrik rauszunehmen. Wir entschieden uns dann aber dafür, dass er bei uns weiterschreibt.

Sagen Sie mal … Herr Sichermann

Stefan Sichermann
wurde 1980 geboren und wuchs in einem Dorf bei Ansbach auf. In Erlangen studierte er Alte und Mittlere Geschichte und englische Linguistik und wollte Journalist werden. Außer einem Praktikum bei den *Lübecker Nachrichten* kam nichts herum. Notgedrungen ging er in die Werbebranche, nach Hamburg, und wurde Werbetexter. Nebenbei zog er ab 2008 das satirische Webblog *Der Postillon* hoch. Werbespruch: „ehrliche Nachrichten seit 1845." Das Portal heimste Preise ein (unter anderem Grimme Online Award, 2013) und kommt inzwischen auf monatlich über zehn Millionen Seitenaufrufe. Am 25. Oktober erschien die erste gedruckte Ausgabe des *Postillon*. Redaktionssitz ist Fürth, wo Sichermann mit seiner Familie lebt. Foto: Fotograf will namentlich nicht genannt werden

Wen man wochentags am Kiosk nicht mehr bekommt, ist die taz. *Sie hat im Oktober als erste Tageszeitung den täglichen Druck quittiert. Eine Woche drauf kam der* Postillon *ins Regal. Absicht oder Zufall?*

Eher Zufall. Wir fanden es lustig, dass wir es vom Timing so hinbekommen haben, dass die *taz* ihre gedruckte Ausgabe einstellt und wir direkt quasi in die Fußstapfen treten. Gerne auch hier der Aufruf an alle *taz*-Abonnentinnen und -Abonnenten: Ihr könnt euch gerne den *Postillon* holen. Wir nehmen euch gerne mit.

Die taz *steigt aus, weil ihr Druck- und Vertriebskosten zu teuer geworden sind. Sind Sie Krösus? Oder treibt Sie Mitleid mit Papierindustrie und Druckereien, die immer mehr Aufträge verlieren?*

Mitleid ist es weniger. Man kann momentan einfach günstig drucken. Es gibt viele Kapazitäten. Wir können in Lücken stoßen, die andere hinterlassen so wie die *taz*. Als wir in die Planung für den gedruckten *Postillon* gingen, hatten wir schon eine Druckerei in Konstanz an der Seite. Und während unserer Abo-Kampagne meldeten sich ungelogen drei weitere Druckereien, um uns zu sich zu holen. Damit hatte ich nicht gerechnet.

Als wir vor 12 Jahren für den BJVreport *sprachen, war der* Postillon *eine One-Man-Show. Inzwischen gibt es eine vielköpfige Redaktion. Noch mal gefragt: Ist das Journalismus, was Sie da machen?*

Meine Antwort ist nach wie vor: Nein. Es gibt natürlich Parallelen, erstens in der Aufmachung und Darreichung. Auch arbeiten wir zum Teil journalistisch in dem Sinne, dass wir Dinge zu recherchieren versuchen, bevor wir uns darüber lustig machen. Aber der *Postillon* ist kein Ersatz für echten Journalismus. Ohne berichtete Tatsachen könnten wir gar nicht arbeiten.

In der Comedy gehört es inzwischen zum guten Ton, so eine Art lustigen Journalismus zu betreiben und damit die Welt mitzugestalten. Was ist Ihr Anspruch?

Das ist gar nicht mal so sehr unser Ding. Wir wollen vor allem, dass unsere Leser Spaß haben. Wenn Leute nach dem Konsum unserer Nachrichten mit ein bisschen mehr Skepsis und Vorsicht an andere Nachrichten rangehen, haben wir schon viel erreicht.

Ihre Reaktion auf Kritik, der Postillon sei nach links abgedriftet?

So was lässt mich kalt. Viele sagen: Früher wart ihr lustig, jetzt seid ihr links-grün-versifft. Meiner Meinung nach sind wir genau da, wo wir immer waren. Manche Leute haben seitdem ihren Blickpunkt verschoben. Von deren sehr weit rechter Warte sieht halt alles irgendwie links aus.

Finden Sie, dass die Welt humorloser geworden ist?

Eigentlich nicht. Vielleicht sind die Reaktionen auf unseren Humor unerbittlicher geworden, was die Kulturkampfthemen betrifft. Ich merke schon, dass es mehr Leute gibt, die ihr radikales Weltbild verfechten. Wenn jemand humorlos mit den Inhalten im *Postillon* umgeht, dann kommt das von rechts.

Der garantiert nicht-rechte Kabarettist Siggi Zimmerschied sagte unlängst in der Süddeutschen Zeitung, *dass ihm „die jungen, woken, katechetischen Sprach- und Lebenshaltungswärter" mehr zu schaffen machen als der Ansturm der Rechtspopulisten. Und Ihnen?*

Vielleicht sind auch wir zu woke, das kann ich nicht beurteilen. Ich habe allerdings nicht den Eindruck, dass es in der aktuellen Zeit ein Problem mit zu viel Wokeness gibt. Wir erleben einen beispiellosen Rechtsruck der letzten Jahre, wo rechtsextreme Parteien 25 Prozent plus holen. Da sehe ich nicht das Problem auf der linken oder woken Seite.

Die US-Satirezeitung The Onion, *die Sie sich seinerzeit für den* Postillon *zum Vorbild nahmen, wird nach einer Pause wieder gedruckt. Es gibt dazu den hochfahrenden Plan, die rechtslastige Website* Infowars *aufzukaufen, um „von Desinformation dominierte Räume mit Satire zurückzuerobern" und „Verschwörungen in Comedy zu transformieren". Haben Sie schon daran gedacht, Julian Reichelt ein Angebot für* Nius.de *zu unterbreiten?*

Nee, danke, nein. Ich bin nicht scharf drauf, Julian Reichelt an der Backe zu haben. Außerdem gehört *NIUS* einem Milliardär. Ich glaube, der hat mehr Geld als wir.

Was sind Ihre Pläne und Visionen für 2026?

Kurz- und mittelfristig wollen wir, dass alles weiter gut läuft, was wir machen und haben. Das ist für uns schon eine große Leistung, das immer hinzukriegen. Langfristig wollen wir natürlich die Weltherrschaft.

Bleiben Sie bei Ihrer Prognose: Das Internet wird sich nicht durchsetzen, Print ist die Zukunft?

Ja, ich bin da sehr optimistisch. Sollte Online kaputt gehen, haben wir die Zeitung. Falls das mit der Zeitung doch nicht läuft, haben wir Online. Insofern fühlen wir uns echt ziemlich sicher.

Toi toi toi und danke für das Gespräch.

Gerne. Bis in 12 Jahren dann wieder, ne?

Die Autorin
Senta Krasser arbeitet frei als Medienjournalistin.
@sentakrasser, senta@krasserjournalismus.de
Foto: Enric Mammen

Medien brauchen Freiheit

Rainer Reichert Preis

Zum Tag der Pressefreiheit

Foto: Stefan Gregor / Grafik: Christian Petrovits

Bundesweiter Wettbewerb

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

Eine demokratische Gesellschaft funktioniert nur mit einer freien Presse.
Deshalb vergibt der **Bayerische Journalisten-Verband (BJV)** den
Rainer-Reichert-Preis zum Tag der Pressefreiheit 2026
Ausgezeichnet werden journalistische Werke (Audio, Text/Multimedia, Video/TV),
die sich herausragend mit dem Wert der Pressefreiheit auseinandersetzen.

Infos zur Einreichung demnächst unter **bjv.de/pressefreiheit2026**

AFAG-Termine
2026

Netzwerke für Geschäftserfolge!

Fachmessen

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

17. – 20. Juni 2026
Stone+tec Nürnberg
Internationale Fachmesse Naturstein und Steintechnologie mit **Tile+tec** – Die Designmesse für Fliesen & Technik
www.stone-tec.com

1. + 2. Juli 2026
SicherheitsExpo München
Sicherheitstechnik
www.sicherheitsexpo.de

21. – 23. September 2026
The Elevator Show Dubai
Dubai World Trade Centre
www.elevatorshowdubai.com

31. Oktober – 2. November 2026
iENA Nürnberg
Internationale Fachmesse
„Ideen – Erfindungen – Neuheiten“
www.iena.de

2. November 2026
Innovationskongress Nürnberg
Innovationen erfolgreich managen
www.iena.de/innovationskongress

Special Interest Messen

7. + 8. Februar 2026
Whisk(e)y-Messe Nürnberg THE VILLAGE
Pre-Opening am 6. Februar 2026
www.whiskey-messe.de

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

8. – 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

6. – 8. November 2026
RETRO CLASSICS BAVARIA® Nürnberg
Messe für Fahrkultur
www.retro-classics-bavaria.de

Publikumsmessen

4. – 8. März 2026
Freizeit Touristik & Garten Nürnberg
Caravaning, Sport, Outdoor, Mein Haus
www.freizeitmesse.de

31. Oktober – 8. November 2026
Consumenta Nürnberg
Süddeutschlands große Publikumsmesse
für Lifestyle, Bauen & Wohnen
www.consumenta.de

AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Messezentrum 1 · 90471 Nürnberg
T +49 911 98833-7000
info@afag.de · www.afag.de

Änderungen vorbehalten! Stand: 13.11.2025