Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

BJV report

Ausgabe 2/2013

BJV wählt neuen Vorsitzenden

2. Mai: Pressefreiheit auf dem Prüfstand

Tablets werden zu Mini-Ü-Wagen

Montenegro: Journalisten als Staatsfeinde

www.bjv.de / www.djv.de

Der Druck wächst

Leserforen beschäftigen die Justiz, helfen aber dem Journalismus

Recht schaffen.

Der VdK bietet kompetente Sozialberatung bei Rechtsfragen zu Rente, Behinderung und Pflege.

Profitieren Sie von 65 Jahren Erfahrung.
Allein in Bayern vertrauen 600.000 Menschen dem VdK.

SOZIALVERBAND
VdK
BAYERN

Jetzt Mitglied werden.

www.vdk-bayern.de

Zukunft braucht Menschlichkeit.

Viel Unkraut auf der „gmahten Wiesn“

Dr. Wolfgang Stöckel
ist Vorsitzender des Bayerischen Journalisten-Verbands
Foto: Thomas Geiger

Der Kreis schließt sich in Unterfranken: Vor zwanzig Jahren in Würzburg wählte mich die Mitgliederversammlung des *BJV* zu ihrem Vorsitzenden und Mitte Mai in Aschaffenburg ist es nun an der Zeit, tschüss zu sagen. Oder mit Trappatoni: „Ich habe fertig!“ Im November werde ich 65 Jahre alt, und einer, der im Verband immer laut gesagt hat, dass an der Spitze keine Rentner stehen sollen, der sollte seinen eigenen Worten nicht untreu werden und sich unglaubwürdig machen. Dass meine Amtszeit mit dem Interimsjahr nach Erich Geiersbergers Rücktritt in Passau gar 21 Jahre währen sollte und ich damit sogar mein Vorbild, den legendären Ernst Müller-Meiningen, noch übertrumpfe, war 1993 in Würzburg wahrlich so nicht abzusehen.

Aber nun ist die Zeit gekommen, aufzuhören, und das ist Anlass genug, Bilanz zu ziehen. Ich konnte den BJV-Vorsitz in einer Zeit übernehmen, in der der journalistische Berufsstand boomte. Die rasante Entwicklung der neuen Medien ließ die Mitgliederzahl in etwa fünfzehn Jahren hochschnellen bis auf knapp 9000 und sie verdreifachte sich somit. Personell und finanziell konnte der BJV aus dem Vollen schöpfen und eine Vielzahl der Mitgliederwünsche vom Pressefotowettbewerb bis hin zum eigenen Bildungswerk oder zum Mentoring-Projekt erfolgreich realisieren. Der BJV war als fairer Partner bei Medienunternehmen, Verlegerverbänden und politischen Parteien stets akzeptiert und respektiert.

Doch in den letzten Jahren sind Medienmarkt und journalistische Gefühlslagen sehr viel schwieriger geworden. Die Gratis-Mentalität im world wide web bringt Vermarkter und Urheber gleichermaßen in die Bredouille, der Umbruch weg von der gedruckten Zeitung hin zur Online-Gazette und die Entwicklung des digitalen Rundfunks hin zum Connected TV stürzte die Branche in eine zum Teil hausgemachte Krise. Wir merken das an den wieder sinkenden Mitgliedszahlen. Tarifverträge gelten nichts mehr, Arbeitsbedingungen verändern und verschlechtern sich dramatisch, das Ansehen des journalistischen Berufsstandes ist im Sinkflug begriffen und das Wort Solidarität unter Kolleginnen und Kollegen ist nur noch eine leere Hülse.

Kein Wunder, dass Deutschland auch im Ranking der Pressefreiheit abrutscht. Beschäftigte in Krisenbranchen sind immer lästig – das äußert sich dann in Redaktionsdurchsuchungen und Beschlagnahmen, in Gerichtsverfahren, in Informationsverweigerung oder in unverhohlener Kritik an einer nicht genehmen Berichterstattung wie zuletzt hierzulande von Sozialministerin Haderthauer oder gar vom Ministerpräsidenten Seehofer. Zu unserem Glück halten die Gerichte die Pressefreiheit noch für ein schützenswertes Grundrecht und schlugen sich zumindest bei der Kachelmann-Prozessberichterstattung oder der Durchsuchungsaktion bei der *Augsburger Allgemeinen* auf unsere Seite. Doch von der EU droht mit dem Ruf nach einer generellen Medienaufsicht neues Ungemach. Über diese Angriffe werden wir am Tag der Pressefreiheit reden.

Meinen Nachfolgern hinterlasse ich also keine „gmahte Wiesn“, wie der Oberbayer sagt, sondern auf dem satten Grün des prosperierenden Journalismus gibt es manchen Wildwuchs, den es zu bekämpfen, und viel Unkraut, das es zu vernichten gilt. Am sinkenden Image unseres Berufsstandes tragen wir leider halt auch selbst ein wenig Mitschuld. Neben der Solidarität tritt nämlich auch die journalistische Ethik immer mehr in den Hintergrund. Investigativer Journalismus wird mit einem Hau-Drauf und Mach-Tot-Arbeitsverständnis verwechselt, wir wehren uns zu wenig gegen die Zwänge des Konkurrenzdruckes und der Schnelligkeit um jeden Preis, wir reden dem Kampagnen-Journalismus das Wort und verlieren mit dem Verzicht auf saubere Recherche unsere Seriosität. Wir brauchen keine Eiferer und Missionare, wir brauchen solide Berichterstatter und engagierte Kommentatoren der demokratischen Entwicklung in Politik und Gesellschaft. Wir brauchen, auch wenn das hochgestochen klingen mag, dringend eine Diskussion um die uns eigenen journalistischen Werte.

Ein Verband wie der BJV muss diese Diskussion anstoßen und führen, denn sonst werden die Medien als Regulativ der Demokratie bald nicht mehr ernst genommen. Meinen Nachfolgern bleibt also viel zu tun. Ich beneide sie nicht um ihre Aufgabe. In meiner langen Funktionärslaufbahn, die mir meistens und überwiegend Spaß gemacht hat, bin ich mit Sicherheit manchem/mancher auf die Füße getreten, einigen bewusst und absichtlich, vielen unabsichtlich. Bei denen entschuldige ich mich. Sehr viele, ob Angestellte der Geschäftsstelle oder Ehrenamtliche aus dem Verband haben mich in diesen 21 Jahren tatkräftig unterstützt und kritisch begleitet. Bei denen bedanke ich mich. Und dem BJV wünsche ich unter neuer Führung für die nächsten 20 Jahre eine erfolgreiche Weiterentwicklung als Gewerkschaft und Interessensvertretung aller hauptberuflichen Journalistinnen und Journalisten in Bayern.

Dr. W. Stöckel

Beständig ist nur der Wechsel

Michael Anger
Leitender Redakteur
Foto: Thomas Geiger

Wenn sich etwas ändert, schauen die Betrachter oft mit unterschiedlichen Gefühlen darauf. Das dürfte auch beim Wechsel an der Spitze des BJV der Fall sein. Wolfgang Stöckel tritt bei der Mitgliederversammlung in Aschaffenburg nach zwei Jahrzehnten nicht mehr an. Im Abschiedskommentar des Vorsitzenden **(Seite 3)** klingen Dankbarkeit und ein bisschen Wehmut an. Letzteres dürfte auch auf Schatzmeister Peter Nützel zutreffen, obgleich er selbst nur Erleichterung zur Schau zu stellen versucht. Stöckel hat den BJV zum größten und wichtigsten Landesverband im DJV geformt, Nützel gegen alle Widrigkeiten die Kasse in Ordnung gehalten. Beide hinterlassen große Schuhe. Wer da als Nachfolger hineinschlüpfen will, braucht angesichts der Probleme unseres Berufes vor allem eins: Zuversicht. Und wir Chronisten empfinden vor allem Neugierde. Wieviele JournalistInnen werden zur Mitgliederversammlung kommen, um den Wechsel mitzugestalten und nach hoffentlich lebhaften Diskussionen Anträge zu verabschieden, die zugleich Aufträge für die Neuen sind? **Seiten 8 – 9**

Nicht nur Menschen wechseln, auch ihr Umgang miteinander. Als nach 1945 wieder unabhängige Zeitungen entstanden in Deutschland, betrachteten sie ihre Leserschaft oft als Menschen, denen man Demokratie beibringen und sowieso die ganze Welt erklären musste. Es dauerte Jahrzehnte, bis Verleger und Journalisten erkannten, dass da Kunden für eine Dienstleistung bezahlen. Die endgültige Emanzipation brachte das Internet. Dort begegnen sich alle auf Augenhöhe. Manche Zeitungsforen-User scheinen diese Gleichberechtigung nicht zu verkraften. Mit unbändiger Lust gehen sie auf ihre Mitmenschen virtuell los. Und mit einem Wortschatz, gegen den auch harscheste Print-Leserbriefe diplomatische Dokumente waren. Statt die Welt dem Leser, müssen die Redakteure jetzt sich selbst erklären – gegenüber Staatsanwälten und Gerichten, die von den Geschmähten eingeschaltet werden. Ganz neue Varianten des Begriffs Pressefreiheit scheinen möglich. **Seiten 10 – 17**

Nicht ganz so aufregend erscheint der Wechsel bei den technischen Hilfsmitteln zur Berichterstattung. Solange man nicht der arme Korrespondent ist, der inmitten einer hin und her wogenden Menge mit seiner Handykamera so agieren muss, dass die Zuschauer im ruhigen Deutschland wenigstens erahnen können, aus welcher Richtung die Schüsse der Regierungssoldaten kommen. Vorbei die Zeiten, als öffentlich-rechtliche Teams mit Fahrer, Kameramann, Batterieträger und Redakteur aufkreuzten. Der VJ war der Anfang des Einzelkämpfertums. Bald gilt womöglich überall die Parole: Hauptsache schnell. **Seiten 22 – 23**

Inhalt

Verband

Aufträge für den Neuen 8
BJV-Mitgliederversammlung wählt Nachfolger von Wolfgang Stöckel

Titel

Keine Angst vor Leserkommentaren 10
Nach der Polizeiaktion in Augsburg grübeln Online-Redaktionen: Lohnt sich der Aufwand mit der Leserbeteiligung überhaupt? Und wie gehen wir mit den Äußerungen der User um?

„Ein Schatz, den man heben muss“ 14
Sascha Borowski: Leserpartizipation bringt den Journalismus weiter
Online-Redakteure unter Druck 17
Beschlagnahme von Nutzerdaten in der Augsburger Allgemeine war rechtswidrig

Verband

Ohne Moos nix los 18
Die BJV-Kassenprüfer versuchen, hinter die Zahlen zu schauen
Abwärts mit der Meinungsvielfalt ? 19
Podium zum Tag der Pressefreiheit am 2. Mai will nach Wegen aus der Krise suchen
„Wir sind Staatsfeinde, die man ausschalten will!“ 20
BJV lud Chefredakteure aus Montenegro zur Diskussion ein
400 beim Journalistentag 21

Medienszene

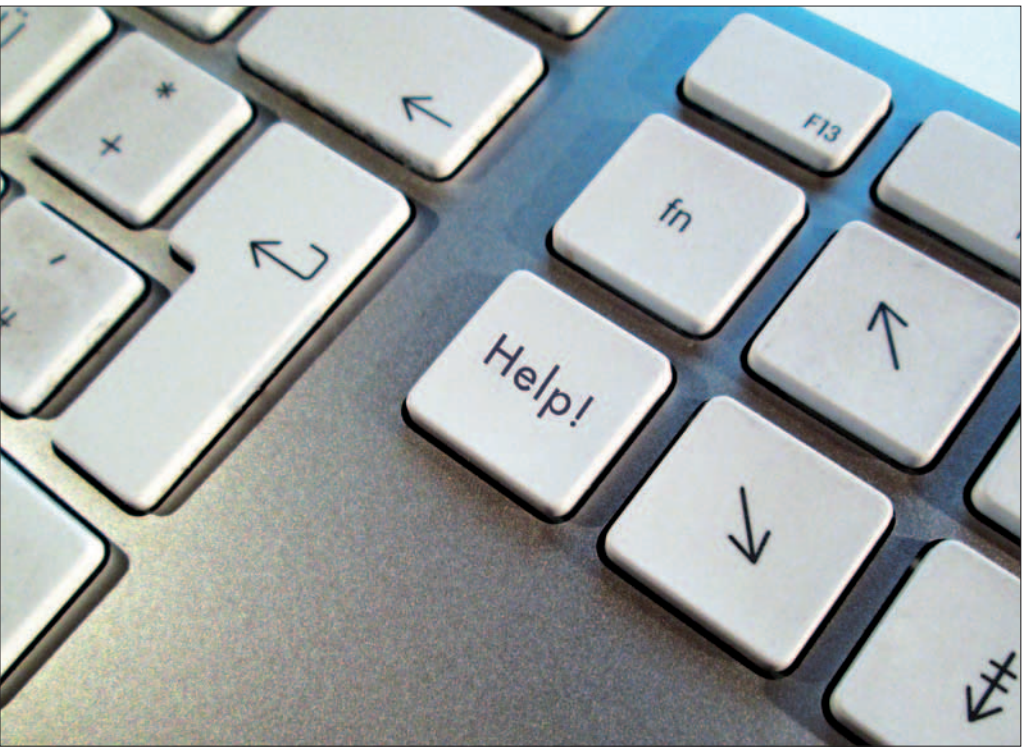
„Hallo Mini-Ü-Wagen!“ 22
Smartphones und Tablets drängen in den redaktionellen Alltag

Service

Technik 24
Windows 8: Gewöhnungssache
Netzschau 26
Nützliches aber auch Nerviges über Journalismus
Rezensionen 27
Sprachglosse 28
Kurse der ABP 28

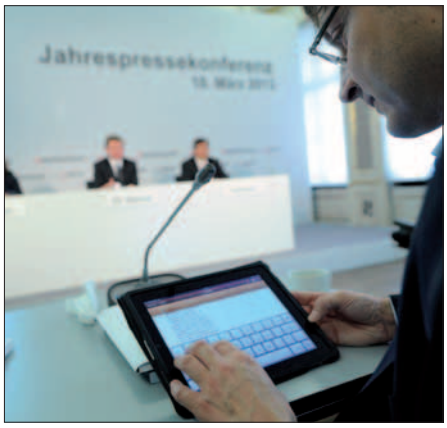
Wir im BJV

Niederbayern-Oberpfalz setzt auf Frauenpower 42
Daniela Albrecht hat nun vier Stellvertreterinnen
Neuer Vorstand für Augsburg-Schwaben 42
Richard Mayr folgt auf Alois Knoller
Seit sechs Jahren ohne Gewinn 43
Bezirksverband besucht Funkhaus Nürnberg



Die Foren und die Gürtellinie

Keine Zeitung kann es sich länger erlauben, die Leser nicht in Foren zur Meinungsäußerung einzuladen. Dabei vergessen die Gäste aber bisweilen die Etikette. Wirr und unter der Gürtellinie seien viele Kommentare, klagen Redakteure. Die Methoden, Beschimpfungen und damit im Extremfall den Aufmarsch der Staatsgewalt zu verhindern, sind unterschiedlich. Ein Trost bleibt den vom Meinungsansturm Geplagten: Die Community kontrolliert sich größtenteils selbst **Seite 10**



iPad statt Kameramann

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunksender halten sich viel auf ihren Qualitätsanspruch zugute. Zu Recht. Der Anspruch galt bisher auch für die technische Qualität von Übertragungen, mit dem entsprechenden Personalaufwand. Das ändert sich. Nicht aus Kostengründen, sondern um im Wettbewerb aktuell zu bleiben. Smartphones und Tablets ersetzen immer öfter den Ü-Wagen. **Seite 22**

Fotos: Andreas Gebert; Eberhard Wolf

Ein Wegweiser für Gerichte 43
DJV-Justiziar Benno Pöppelmann erläutert Gemeinsame Vergütungsregeln für Fotos
Bildung als Schlüssel zum Frieden 44
Hintergrundgespräch mit Bayerns Israel-Repräsentant Godel Rosenberg
Nürnberg: Beke Maisch im Amt bestätigt 44
„Zeitschriftenjournalismus ist nachhaltiger" – und muss auch so vergütet werden 45
Fazit von zehn Jahren Verhandlungen über Gemeinsame Vergütungsregeln
Mobilisierte Motorwelt 46
Onliner informieren sich über die Digitalstrategie des ADAC
Eine Plattform für Freie 46

Zur Person

Jubilare 47
Termine 47
Nachrufe 48

Sagen Sie mal

„@Mahlzeit_BY ist eine Fingerübung" 49
Journalistenschüler Maximilian Zierer twittert Verstöße gegen das bayerische Lebensmittelrecht – und zeigt, wie Datenjournalismus funktionieren kann

IMPRESSUM

Herausgeber:
Bayerischer Journalisten-Verband e.V.
– Dr. Wolfgang Stöckel, 1. Vorsitzender –
Seidlstraße 8/VI, 80335 München
Tel. 089 545 04 18-0, Fax -18
info@bjv.de – www.bjv.de

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:
Michael Busch, Stellvertretender Vorsitzender, busch@bjv.de
Tel. privat 09135 727 98 60
Tel. Büro 09132 745 022
Fax Büro 09132 745 029

Anschrift der Redaktion:
Michael Anger, Albert-Preu-Straße 12
95444 Bayreuth
Tel. 0921 515 018, mobil 0160 964 575 18
m.anger@t-online.de
Leitender Redakteur:
Michael Anger, m.anger@t-online.de
Stellvertreter:
Alois Knoller, alois.knoller@t-online.de
Tel. 0821 777 2155, privat Tel. 0821 741 000
Redaktionsmitglied:
Senta Krasser, info@krasserjournalismus.de
Tel. 0174 1799 682

Autoren dieser Ausgabe:
Wolfgang Stöckel (T), Thomas Geiger (F), Maria Goblirsch (T,F), Thomas Mrazek (T), Eduard Weigert (F), Ronald Wittek (F), Silvio Wyszengrad (F), Thomas Schumann (F), Veronika Vogelsang (F), Barbara Weidmann (T,F), Andreas Gebert (F), Phillip Coulter (F), Johannes Michel (T), Daniela Albrecht (T), Konrad Kellermann (F), olly/fotolia (F), Eberhard Wolf (F) Sylvia Schaab (T), Ulf Froitzheim (F), Alexandra Haderlein (T,F), Heiko Trurnit (F), Wolfgang Seemann (T,F), Stefanie Hattel (T,F), Ralph Beuth (T), Rupert Dodell (F)

Gestaltung: Eberhard Wolf
Titelbild: Eberhard Wolf

Anschrift des Verlags:
W. Tümmels
Buchdruckerei und Verlag GmbH & Co. KG
Gundelfinger Straße 20, 90451 Nürnberg
Tel. 0911 64 19 70, Fax 0911 64 19 75 0,
info@tuemmel.de

Verantwortlich für Anzeigen:
Peter&Werbung
Allersberger Straße 185/F
90461 Nürnberg
Tel. 0911 4245930, Fax 0911 424 59 59,
info@pundwag.de

Der Bezugspreis ist im Mitgliedsbeitrag des BJV enthalten.

Anzeigenvorlagen bitte per Mail (PDF) an info@pundwag.de
oder per Post direkt an die Verlagsanschrift, bitte stets mit dem Vermerk „*BJVreport*"

Auflage: 10.000 Exemplare
Erscheinungsweise: zweimonatlich

Redaktions- und Anzeigenschluss
für Ausgabe 3/2013: 17. Mai
Erscheiunungstermin: 15. Juni
ISSN: 0947-8337
Copyright 2013 by BJV & Autoren

ISSN: 0947-8337

Druckerei: W. Tümmels
Buchdruckerei und Verlag
GmbH & Co. KG
Gundelfinger Straße 20
90451 Nürnberg

Vorstand unterwegs

6. Februar
Vorbereitung Bayerischer Journalistentag in Aschaffenburg
25. Februar
Report-Optimierung (Nürnberg)
Mitgliederversammlung Presseclub München
1. – 2. März
Mitgliederversammlung DJV-Thüringen
4. – 6. März
Lobbyarbeit Brüssel
14. März
Ortsversammlung mit Wahlen in Nürnberg
16. März
Süddeutscher Journalistentag in Mainz/Diskussionsleitung und Standbetreuung
23. März
Wahlen Ortsverband Passau/Ost und Jahresversammlung Bezirk Niederbayern/Oberpfalz mit Wahlen

Wolfgang Stöckel Vize des Programmbeirats von ARTE

Seit fünf Jahren vertritt der BJV-Vorsitzende und *BR*-Rundfunkrat Wolfgang Stöckel die *ARD* im Programmbeirat der Straßburger Zentrale von *ARTE G.E.I.E.* Jetzt wählte ihn das Gremium zu seinem Vizepräsidenten. Er tritt die Nachfolge des früheren bayerischen Kultusministers Hans Zehetmair an. Die Amtszeit beträgt drei Jahre. Nach 15 Monaten wird Stöckel turnusmäßig den Vorsitz übernehmen. Der Beirat tagt vierteljährlich und berät den Vorstand und die Mitgliederversammlung in Programmfragen. Deutschland und Frankreich entsenden je acht Persönlichkeiten aus Kultur, Wissenschaft und Politik in das Gremium. Seine Aufgabe ist die Beurteilung eigener und zugekaufter Programme. Dazu zählen vor allem Themenabende mit kulturellem Schwerpunkt oder Dokumentationen. *mgo*

An der blauen Wand

BJV-Delegation führte Gespräche in Brüssel

Vor der nachtblauen Wand mit dem Emblem des Europäischen Parlaments stellt sich normalerweise Präsident Martin Schulz mit Staatsmännern aus aller Welt den Pressefotografen. Anfang März hatte dort eine BJV-Delegation ihren Auftritt (Foto: Maria Goblirsch). Die 14 Journalisten hatten gemeinsam mit Presseattaché Jens Pottharst an einem zweitägigen Presseseminar teilgenommen und unter anderem Gespräche mit den Europaabgeordneten Jorgo Chatzimarkakis (FDP), Ismail Ertug (SPD), Angelika Niebler (CSU), Doris Pack (CDU), Helga Trüpel (Grüne) und Manfred Weber (CSU) geführt.

Dabei machte BJV-Vorsitzender Wolfgang Stöckel deutlich, dass die Journalisten bei der Gestaltung der Medienzukunft nicht außen vor gelassen werden dürften: „Pressefreiheit und Medienvielfalt hängen nicht nur vom wirtschaftlichen Wohlergehen derjenigen ab, die für den finanziellen und organisatorischen Rahmen sorgen.“ Die gesellschaftlich wichtige Aufgabe der Medien werde entscheidend von den Journalisten wahrgenommen. Sie schafften mit ihren Texten und Bildern erst die Basis für den wirtschaftlichen Erfolg der Verlage. „Deshalb muss es das vorrangige Ziel auf europäischer Ebene sein, Rahmenbedingungen für den Qualitätsjournalismus zu setzen und die soziale Situation vor allem der Freien zu verbessern“, forderte der BJV-Vorsitzende beim Meinungsaustausch im EU-Parlament. *mgo*

Wie steht es um den Zeitungsmarkt in Bayern?

Der jüngste Medienbericht der Staatsregierung lobt zwar den Standort Bayern in höchsten Tönen – vom Schwund der Auflagen oder den prekären Arbeitsbedingungen für Freie ist dort freilich ebenso wenig zu lesen wie etwa vom Wandel der Aufgaben in den Redaktionen.

Dies hat die SPD im Landtag zum Anlass genommen, eine Anfrage zur Entwicklung des Zeitungsmarktes im Freistaat zu stellen. Nach dem Vorbild von Nordrhein-Westfalen, wo eine Interpellation ausführlich beantwortet wurde, haben die Abgeordneten 85 Fragen eingebracht. So sollen verlässliche Daten gesammelt und die Rahmenbedingungen für die Medien überprüft werden.

Die Staatskanzlei hat Organisationen, Verbände und Gewerkschaften um Mithilfe gebeten. Auch der *BJV* wird zu Fragen wie der Personalsituation und den Arbeitsbedingungen in den Redaktionen Auskunft geben. Die Interpellation soll bis zum Sommer beantwortet werden. *mgo*

Wächterpreise an Süddeutsche

„Abgesahnt“ hat die *Süddeutsche Zeitung* bei der Verleihung des Wächterpreises der Tagespresse. Zusammen mit zwei weiteren Kollegen erhielt Christina Berndt den mit 12.000 Euro dotierten ersten Preis für die Berichterstattung über die Deutsche Stiftung Organtransplantation und die Manipulationen eines Transplantationsmediziners. Für die Recherche zum Justizskandal um Gustl Mollath, der in eine geschlossene Psychiatrie eingewiesen wurde, erhielten Uwe Ritzer und Olaf Przybilla den dritten Preis (6000 Euro). Der Preis für Volontäre (4000 Euro) geht an 14 Nachwuchsjournalisten der SZ, die eine Wochenend-Beilage über Waffen und ihre Bedeutung für Deutschland erstellt hatten.

Neuer Preis „Jagd hautnah“

Der Bayerische Jagdverband lobt heuer erstmals einen Journalistenpreis aus. Der Verband hat rund 47.000 Mitglieder. Der Preis soll Journalisten motivieren, „sich mit der Thematik Jagd fair, aber durchaus kritisch auseinander zu setzen und Leser und Zuhörer über das älteste Handwerk der Welt umfassend zu informieren“, heißt es in einer Mitteilung. Zugelassen sind Beiträge aller Stilformen, die zwischen dem 1. Mai und dem 31. Oktober 2013 in bayerischen Printmedien erschienen sind. Die Fachpresse ist ausgenommen. Berücksichtigt werden zudem Online- und Hörfunk-Beiträge, wobei der Beitrag aus einer Redaktion in Bayern stammen beziehungsweise thematischen Bezug zu Bayern haben muss. Es werden drei Preise in Höhe von 3000, 2000 und 1000 Euro vergeben. Anmeldung beim Bayerischen Jagdverband, Hohenlindner Straße 12, 85 622 Feldkirchen.
Einsendeschluss ist der **31. Oktober 2013.**

Herwig-Weber-Preis

Der PresseClub München vergibt heuer wieder den Herwig-Weber-Preis. Diese Auszeichnung wird alle drei Jahre an drei Preisträger verliehen und ist mit insgesamt 10.000 Euro dotiert. Größter Einzelsponsor ist der Bayerische Journalisten-Verband. Die stellvertetende BJV-Vorsitzende Hilde Stadler ist Mitglied der Jury.

Der PresseClub zeichnet damit hervorragende journalistische Arbeiten in Wort, Ton und Bild aus, die von Zeitungen, Zeitschriften oder Rundfunkanstalten in und außerhalb Münchens verbreitet wurden. Sie sollen das Münchener Leben treffend darstellen. Benannt ist der Preis nach dem 1969 verstorbenen langjährigen ersten Vorsitzenden des PresseClubs, Herwig Weber, 20 Jahre Korrespondent der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* in München. Einsendeschluss ist der 17. Juni. Einsendungen an die Geschäftsstelle des PresseClubs München e.V., Marienplatz 22, 80331 München, info@presseclub-muenchen.de.

Einladung zum
Bayerischen Journalistentag
Mitgliederversammlung 2013
in Aschaffenburg 11. / 12. Mai 2013
Stadthalle am Schloss

Aufträge für den Neuen

BJV-Mitgliederversammlung wählt Nachfolger von Wolfgang Stöckel

Von Maria Goblirsch und Michael Anger

In der Aschaffenburger Stadthalle (rechts) gegenüber von Schloss Johannis kommen die BJV-Mitglieder zum Bayerischen Journalistentag zusammen.
Foto: © Kongress- und Touristikbetriebe der Stadt Aschaffenburg

Einen harmonischen Generationenwechsel erhoffen sich die Mitglieder des Bayerischen Journalisten-Verbandes von der Mitgliederversammlung am 11./12. Mai in Aschaffenburg. Sie wünschen sich richtungsweisende Beschlüsse, mehr Einbeziehung der Mitglieder und Solidarität unabhängig von Alter oder Tarifsituation.

Wichtigster Punkt der Tagesordnung sind die Wahlen des geschäftsführenden Vorstands, der Beisitzer und weiterer BJV-Gremien. Dabei steht ein Generationenwechsel an: Wolfgang Stöckel, der seit 1993 den Verband als Vorsitzender leitet, wird nicht mehr kandidieren. Auch Schatzmeister Peter Nützel, der den Verband viele Jahre vor wirtschaftlichen Untiefen bewahrte, will sein Amt einem Nachfolger übergeben.

Dazu Ralph Bauer, Bezirksvorsitzender „vor Ort“ in Mainfranken, gegenüber dem *BJVreport*: „Mit dem Ende der Ära Wolfgang Stöckel und Peter Nützel steht der BJV vor einer Art Neuanfang. Der Verband muss und wird sich wandeln: organisatorisch, personell und auch von den Sachpositionen her. Ich wünsche mir, dass wir hier beim Journalistentag die richtigen Weichen stellen. Und das gemeinsam über alle Grenzen hinweg, ohne Lagerdenken zwischen Jung und Alt oder fest und frei.“

Recht genaue Vorstellungen vom „Neuen“ hat ein „alter Kämpe“, der sich jahrzehntelang in BJV-Ehrenämtern engagiert hat. Gernot Brauer: „Das neue ‚Gesicht‘“ des BJV sollte crossmedial firm sein, für seinen Verbandsauftrag genügend Zeit aufbringen, für die Mitglieder und die Öffentlichkeit erkennbare, vom Willen der Mitglieder getragene Themenschwerpunkte setzen und in seinem Handeln nachvollziehbare Schlüsse daraus ziehen, dass er/sie im Auftrag der Mitglieder handelt. Also sollte er/sie Meinungen von der Basis nicht nur einmal pro Jahr auf einem Verbandstag einholen und nicht nur einmal pro Jahr dort über seine Aktivitäten berichten. Leitartikel im *Report* sind ein Anfang, aber die Elektronik bietet genügend Möglichkeiten, sich regelmäßig an der Basis zu orientieren, sie einzubinden (ein Stichwort von etlichen: liquid democracy), sich häufig rückzukoppeln und die Mitglieder „mitzunehmen“.

An die vielen Probleme denkt Andreas Schantz, Betriebsrat beim Aschaffenburger *Main-Echo*: „Ich hoffe auf klare Mehrheiten bei der Besetzung der Vorstandsposten, weil das die Arbeit des neuen Vorsitzenden erleichtern dürfte. Weitaus wichtiger könnte aber ein Signal sein, wie der Verband den Herausforderungen der sich wandelnden Medienwelt begegnen will – in der Frage der Tarifpolitik, aber auch in der Frage der Unterstützung der Freien, deren Bedeutung in der Informationsgesellschaft zunimmt.“

Erfreulich hohe Erwartungen hat Alexandra Haderlein, Vize der Fachgruppe junge Journalisten: „Die Mitgliederversammlung in Aschaffenburg wird meine erste Veranstaltung dieser Art sein. Ich bin daher sehr gespannt, wie sie ablaufen wird. Von dem Wochenende verspreche ich mir viele interessante Gespräche mit mir bereits bekannten sowie unbekannten Journalistenkollegen. Außerdem freue ich mich auf die verschiedenen Schwerpunktthemen und möchte davon möglichst viel neuen Input mitnehmen. Gleichzeitig wird ja der Landesvorstand neu gewählt. Hierfür wünsche ich mir eine Spitze, die unsere Belange, auch die der jungen Journalisten, weiterhin tatkräftig nach außen vertritt und für uns einsteht.“

Auf der kostenlosen App Mainlimes mobil kann man sich informieren, welche Strapazen einst die Römer an gleicher Stelle auf sich nahmen, um den „nassen Limes“ zu verteidigen. Römisches Dolce Vita vermittelt heute das Pompejanum als Nachbau einer Villa in Pompeji. Partner und Familie besichtigen römische Kunstwerke beim Besuch des Pom-

pejanums während der samstäglichen Stadtführung. Die Teilnehmer der Mitgliederversammlung haben dazu erst am Sonntag (bis 18 Uhr) Gelegenheit.

Der Journalistentag beginnt um 11 Uhr. Nach der Begrüßung durch Wolfgang Stöckel geht es zunächst um die „Lokale Leidenschaft“ und darum, „wie sich Journalisten und Zeitungen behaupten können“. In Impulsreferaten mit anschließender Diskussion präsentieren die Chefredakteure Joachim Braun *(Nordbayerischer Kurier,* Bayreuth) und Frank Förtsch *(Mediengruppe Oberfranken,* Bamberg) ihre „Rezepturen“, wie der Weg aus der Zeitungskrise womöglich zu schaffen ist.

In der Antragsdebatte geht es vor allem um das Verbandklagerecht, das es dem DJV erlauben würde, Mindesthonorare für seine Mitglieder zu erstreiten, damit diese nicht einzeln klagen müssen. Hintergrund: Fast alle Zeitungsverlage ignorieren die Gemeinsamen Vergütungsregeln für Freie. Der Gesetzgeber weigert sich, durch eine Nachbesserung des Urhebervertragsrechts Abhilfe zu schaffen. So bleibt nur der Weg der Klage, was aber den Verlust von Aufträgen bedeuten kann.

Die Versammlung muss auch die Strategie bei den Tarifverhandlungen für die Redakteurinnen und Redakteure bei Tageszeitungen diskutieren. In einem Leitantrag wird der *BJV* zur Zukunft der Medien Stellung beziehen. Im innerverbandlichen Bereich soll eine Neustrukturierung und Straffung des DJV-Verbandstages diskutiert werden.

Bei den satzungsändernden Anträgen geht es unter anderem darum, dem künftigen BJV-Vorsitzenden neben seiner hauptberuflichen journalistischen Tätigkeit eine Freistellung für die BJV-Arbeit zu ermöglichen. Das Vereinsrecht erfordert, dass dies in der Satzung verankert wird, was auf DJV-Ebene bereits der Fall ist.

Der Muße und dem Austausch ist der Samstagabend gewidmet. *Main-Echo* und Sparkasse Aschaffenburg-Alzenau laden zur Vernissage der Ausstellung Pressefoto Bayern in die Kundenhalle der Sparkasse. Im Anschluss daran treffen sich alle in den Schlossweinstuben auf Schloss Johannisburg.

Die Mitgliederversammlung wird am Sonntag ab 9 Uhr fortgesetzt.

Die Geschäftsordnung – für jeden nützlich

Diese Situation kennen Teilnehmer einer Tagung nur allzu gut: Es ist alles zum Thema gesagt, da meldet sich ein Mitglied zum x-ten Mal, um seine Argumente noch einmal in wohlfeile Worte zu kleiden. Seinem Kollegen reicht es jetzt. Bevor der bereits am Mikrofon wartende Redner erneut ausholen kann, steht er auf, hebt beide Arme.

Diese Geste sagt aus, dass er einen Antrag zur Geschäftsordnung stellen will. Der Kollege erhält vom Tagungspräsidenten das Wort und beantragt das Ende der Debatte. Das Plenum stimmt dem Antrag nach einer kurzen Gegenrede zu. Das Thema ist vom Tisch. Das Beispiel zeigt: Wer die Geschäftsordnung genau kennt, kann den Ablauf der Beratung mitbestimmen. Für das Prozedere verweist die BJV-Satzung (Artikel 12 Abs. 4) auf die Geschäftsordnung des DJV-Verbandstages.

Hier die wichtigsten Regeln:

Was bewirkt ein Antrag zur Geschäftsordnung?

In der Beratung dürfen die Mitglieder in der Reihenfolge der Rednerliste sprechen. Hebt jemand beide Arme und signalisiert damit einen Antrag zur Geschäftsordnung, ist ihm sofort das Wort zu erteilen. Zu diesem Antrag ist eine Gegenrede erlaubt, aber nur eine. Unmittelbar danach muss über den Geschäftsordnungs-Antrag abgestimmt werden. Zur Annahme reicht die einfache Mehrheit. Der Antragsteller darf nicht zum gerade debattierten Thema Stellung nehmen. Tut er es trotzdem, darf der Tagungsleiter ihm das Wort entziehen.

Wann kann der Übergang zur Tagesordnung beantragt werden?

Jederzeit. Wird er angenommen, sind weitere Wortmeldungen zur Sache nicht möglich. Der nächste Tagesordnungs-Punkt wird aufgerufen. Das gerade diskutierte Thema ist ohne Abstimmung erledigt.

Wann ist der Antrag auf Nichtbefassung möglich?

Die Antragskommission empfiehlt beispielsweise die Nichtbefassung, wenn ein Antrag bereits in den Vorjahren wortgleich gestellt und abgelehnt wurde. Ein solcher Antrag ist nur möglich, solange nicht inhaltlich zur Sache gesprochen wurde. Geht der Antrag auf Nichtbefassung durch, wird der Punkt auch nicht behandelt.

Wer darf die Schließung der Rednerliste beantragen?

Nur, wer sich bisher nicht an der Debatte beteiligt hat und auch noch nicht in der Rednerliste eingetragen ist. Spricht sich die Mehrheit für die Schließung der Rednerliste aus, darf der Tagesleiter keine weiteren Wortmeldungen mehr annehmen. Die in die Liste eingetragenen Redner kommen aber noch zu Wort.

Was erreicht man mit dem Antrag auf Schluss der Beratung?

Dieser Antrag schafft die Möglichkeit, eine Debatte zu beenden, die sich zu sehr in die Länge zieht oder die sich gegen die Interessen des Antragsstellers richtet. Denn geht der Antrag durch, muss sofort die Abstimmung beginnen. Schluss der Beratung darf nur beantragen, wer sich nicht an ihr beteiligt hat.

Wann ist ein Dringlichkeitsantrag erlaubt?

Während ordentliche Anträge spätestens drei Wochen vor der Mitgliederversammlung eingereicht sein müssen, kann ein Dringlichkeitsantrag sogar erst während der Mitgliederversammlung eingereicht werden. Denn damit soll die Chance eingeräumt werden, auf aktuelle Ereignisse oder auf Punkte der Tagesordnung reagieren zu können.

In dem Antrag muss vermerkt sein, warum er „besonderer Eile“ bedarf und man nicht bis zur nächsten Mitgliederversammlung warten kann. Bestätigt das Plenum durch Abstimmung die Dringlichkeit, wird der Antrag nach Erledigung der übrigen Anträge oder im Kontext mit anderen Tagesordnungspunkten aufgerufen. *mgo*

Alle Anträge sind ab dem 2. Mai 2013 in der BJV-Geschäftsstelle einzusehen und stehen auf der Website www.bjv.de. Erstmals können Sie über eine Twitterwall live dabei sein.

Nutzer Claudio kann im Forum der *Augsburger Allgmeinen* „einem seit lange gehegten Wunsch nachkommen: der Meinungsbildung und der Meinungsverbreitung im Sinne zweier klassischer Formen, Leserbrief und, ab und zu, auch „Stammtisch“. Besonders gut gefällt ihm „die Einbindung der User in die Plattform, die Art der Moderation, die gesellschaftliche Bandbreite der Diskutanten“. Claudio hat rund 6000 Beiträge seit 2007 verfasst. In dieser Zeit habe er mehr „über die Zwänge des heutigen Medienbetriebs, denn über die Freiheiten“ erfahren. Claudio betreibt auch ein Blog auf der Zeitungs-Website.

Keine Angst vor Leserkommentaren

Nach der Polizeiaktion in Augsburg grübeln Online-Redaktionen: Lohnt sich der Aufwand mit der Leserbeteiligung überhaupt? Und wie gehen wir mit den Äußerungen der User um?

Von Thomas Mrazek

Illustration: Eberhard Wolf

Ende Januar beschlagnahmte die Polizei auf Beschluss des Amtsgerichts Nutzerdaten in den Redaktionsräumen der *Augsburger Allgemeinen*. Vorangegangen war eine Strafanzeige des städtischen Ordnungsreferenten, der sich durch die Äußerung eines Users beleidigt fühlte. In Stuttgart wurde in einem Forum ein Sportler indirekt zum Suizid aufgefordert. Immer wieder stehen Redaktionen vor der Frage, wie sie mit den Kommentaren in den Foren umgehen. Die Augsburger übergaben die Daten unter Protest, in Stuttgart wurden die Foren offline gestellt.

Die Polizeiaktion in Augsburg löste eine bundesweite Debatte aus. BJV-Geschäftsführerin Jutta Müller kritisierte die Aktion als „völlig überzogen“. Die Juristen der *Allgemeinen* legten Beschwerde ein. Mitte März entschied das Landgericht, dass die Beschlagnahme der Nutzerdaten rechtswidrig war. Die Äußerungen des Forennutzers seien nicht strafbar gewesen. Dem Argument, dass Forennutzer Redaktionen heute auch als Informanten dienen und ihre Daten deshalb vom Redaktionsgeheimnis besonders geschützt sein sollen, folgte das Landgericht allerdings nicht (siehe auch Online-Redakteure unter Druck, Seite 16).

Von so spektakulären Fällen rund um die Leserpartizipation blieben die meisten Medien bislang verschont. Dabei können Redaktionen und der Journalismus durchaus von der Teilnahme ihrer Leser profitieren (siehe auch „So ein Forum ist nie ganz unumstritten“, Seite 14). Dennoch gestaltet sich der Umgang mit der Nutzerkommunikation auch nach 20 Jahren Online-Journalismus immer noch schwierig.

Seit 2000 betreiben die Online-Angebote der *Stuttgarter Zeitung* und der *Stuttgarter Nachrichten* gemeinsame Foren. Seit Anfang Dezember 2012 ist allerdings kein einziger dieser rund 350.000 Kommentare mehr online. Alle Foren wurden geschlossen und offline gestellt. Nach einer verbalen Entgleisung im VfB-Forum gegen den Torwart des Bundesligisten, Sven Ulreich, machten die Stuttgarter ihr Forum dicht. Ein Nutzer hatte dort dem Fußballer nahegelegt: „Ulreich, mach’s wie Enke!“ Der Ex-Nationaltorwart Robert Enke hatte im November 2009 Suizid begangen. Auf *www.stuttgarter-zeitung.de* heißt es dazu: „Vorfälle wie dieser sind durch keine Moderatoren und keine Forensoftware zu vermeiden.“ Mit dem Posting gegen Ulreich sei eine rote Linie überschritten worden, „wir können es leider nicht garantieren, dass Ähnliches nicht noch einmal geschieht.“ Freilich habe man sich immer wieder intensiv bemüht, die schon jahrelang schwelenden Konflikte in

den Foren zu befrieden, berichtet Achim Helbig, Redaktionsleiter der für beide Zeitungen zuständigen Stuttgart Internet Regional GmbH: „Als ich 2009 Redaktionsleiter wurde, wollten wir unsere Netiquette konsequenter durchsetzen, verteilten gelbe Karten und sprachen auch zeitweise Sperren aus. Darauf prasselte der erste Shitstorm auf uns nieder.“ Der Versuch, im Gespräch mit Forumsnutzern Moderatoren aus diesem Umfeld zu engagieren, führte zu einem weiteren Fäkalgewitter. Helbig resümiert: „Eine Lehre dieser Zeit: Wie man es macht, macht man es falsch.“ Das Posting gegen den Fußballer war der Auslöser, das Angebot nach zwölf Jahren endgültig zu schließen: „In letzter Zeit hatte sich das Niveau in den Foren massiv gesenkt. Zuletzt zeigten sich User gegenseitig bei der Polizei an und die Anwaltsschreiben prominenter Fußballer nahmen zu“, schildert Helbig die Situation Ende 2012.

Für die beiden Blätter, die wegen ihrer Berichterstattung zum Projekt Stuttgart 21 massiv in der Kritik standen, war es sicher keine leichte Entscheidung. Zumindest aus dem Umfeld von Stuttgart 21 habe es „keinerlei Beschwerden“ gegeben, sagt Helbig. In Fußballforen schimpfen die Nutzer indes über die vermeintliche Unfähigkeit der Online-Redaktion, die Foren in den Griff zu bekommen. Nicht auszuschließen, dass die Zeitungen durch die Querelen einige Leser print wie online verloren haben, dass die Marken unter dem schlechten Niveau leiden. Doch das Online-Leben geht weiter. Debattieren können die Leser jetzt im Leserkommentar-Bereich der einzelnen Artikel. Das mag manchen stören, weil hier keine umfangreichen Diskussionsstränge entstehen können. Laut Helbig nähmen die

Kümmern sich um Foren (von links): Matthias Oberth, Katharina Ritzer und Stefan Primbs.
Fotos: Eduard Weigert, Ronald Wittek

Leser diese Möglichkeit „sehr gut“ an. Täglich von 8 bis 20 Uhr werden die Leserbeiträge nach redaktioneller Prüfung freigegeben. Drei freie Mitarbeiter seien dafür zuständig. Zum wichtigsten Thema in der Region, Stuttgart 21, gebe es eine „sachliche Debatte“, resümiert der Online-Chef.

Katharina Ritzer, Redaktionsleiterin Online und Digitales beim *Nordbayerischen Kurier* in Bayreuth, berichtet von ähnlich anstrengenden Erfahrungen mit den Nutzern: „Viele der Kommentare auf unserer Homepage und in unserem Forum sind wirr, im Ton harsch, manchmal unter der Gürtellinie. Ja, es artet manchmal aus bis zu dem Punkt, an dem sich User gegenseitig oder den *Kurier* wüst beschimpfen.“ Mehrere Kollegen – darunter auch Chefredakteur Joachim Braun – hätten die Diskussionen im Blick und schalteten sich immer wieder ein, „um zur Mäßigung aufzurufen, Fakten klarzustellen, die eigene Berichterstattung zu erläutern oder im schlimmsten Fall um Kommentare zu löschen“, sagt Ritzer. „Ja, es macht Arbeit, die Aktivitäten der Leser zu verfolgen, auch abends und am Wochenende.“ Das schreckt Ritzer allerdings nicht ab: „Die Menschen diskutieren, am Stammtisch, im Bus, am Arbeitsplatz. Wir wollen dass sie es auch und gerade auf unserer Internet-Seite tun. Wir wollen als Lokalzeitung die Themen liefern, über die sie reden, und die Plattform sein, auf der sie ins Gespräch kommen.“

Zum wichtigsten Kanal für die Kommunikation mit den Lesern sei inzwischen das Facebook-Angebot der Zeitung geworden. „Wir reden dort mit den Leuten. Wer an unsere Pinnwand postet oder uns eine persönliche Nachricht schickt, bekommt innerhalb weniger Stunden eine Rückmeldung“, erzählt Ritzer. Und manchmal sind es eben kleine, banale Dinge: „Wir machen uns schlau, ob die Geschäfte am Faschingsdienstag geöffnet haben, posten das Regenbogen-Foto, das ein User gemacht hat, oder erklären, warum wir eine Geschichte so und nicht anders geschrieben haben“. Für Ritzer sei genau dies das „altbekannte Kerngeschäft einer Lokalzeitung: So wie die Menschen mit ihren Anliegen einst im Redaktionsbüro im Ortzentrum vorbeischauten, tun sie es heute im virtuellen Raum bei Facebook.“

Der *Nordbayerische Kurier* sei für die Nutzer „nach wie vor Informationslieferant, Kummerkasten, Sparringspart-

Der Stadtwanderer betont, dass unter seinen 20.000 Posts seit 2007 auf *www.augsburger-allgmeine.de* auch „viele kurze Responds auf Beiträge anderer Foristen“ seien. Er äußert sich sowohl zu „leichten Themen“ aus dem „Boulevard-, Medien- und Unterhaltungsbereich“, aber auch die Lokalpolitik sei für ihn von Interesse. Lobend hebt er hervor, „dass durch das Fachwissen anderer Foristen die Klärung eigener Fragen, welche sonst nur schwer beantwortet werden können“, erfolge. Für ärgerlich hält er „persönliche Auseinandersetzung von Forumsteilnehmern untereinander, die nichts mit dem Thread zu tun haben“. Die Redaktion gehe im Forum angemessen auf Kritik an ihrer Arbeit ein. Die Wahrung der Anonymität sei für ihn sehr wichtig: „Ich bin keine Person des öffentlichen Lebens, daher beanspruche ich im Rahmen der Forumsregeln das Recht auf Anonymität!“

ner, Entertainer und Infoschalter – und genau das wollen wir sein."

Von letztlich „weitgehend positiven" Erfahrungen beim Thema Leserbeteiligung berichtet auch Matthias Oberth, Leiter *NN-Online* und *nordbayern.de*. Bei den Nürnbergern können die Leser auf dem gesamten Online-Angebot ohne Registrierung kommentieren. Allerdings gebe es bei Berichten über Menschen mit Migrationshintergrund und Asylbewerber immer wieder Versuche, ausländerfeindliche Parolen in den Leserkommentaren zu veröffentlichen. Da aber alle Kommentare von einem Redakteur freigegeben werden müssen, passiere es nur „sehr selten", dass ein solcher Kommentar „durchrutscht", schildert Oberth die Situation. Rund 300 bis 700 Kommentare werden täglich auf den Angeboten der Norisstädter abgegeben, die Online-Redaktion schalte diese an sieben Tagen in der Woche frei. Was bringt's? „Im Sportbereich bringt es bei Themen zum 1. FC Nürnberg und Greuther Fürth vornehmlich eine Erhöhung der Nutzerzahlen und ebenso erhöht sich die Nutzerbindung", erläutert der Online-Chef und ergänzt: „Bei einem Thema wie die flächendeckende Einführung von Tempo 30 in Nürnberg ist uns der Dialog mit den Nutzern wichtig und der ‚Rückpass' in die Print-Redaktion." Ob es bei all den Mitmachmöglichkeiten keine Anzeichen für Ermüdung bei den Nutzern gebe? Oberth verneint: „Wir glauben, dass wir hier unsere Möglichkeiten bei weitem noch nicht ausgereizt haben und dieses Segment in der Zukunft sogar noch an Bedeutung gewinnen wird."

Beim *Bayerischen Rundfunk* verfährt man mit Leserkommentaren ähnlich wie bei den Franken: Es gibt keine Registrierungspflicht für Nutzer, jeder Kommentar wird vor der Veröffentlichung gelesen und dann erst freigeschaltet. „So setzen wir die Hürde für Menschen, die sich äußern wollen, so niedrig wie möglich", sagt der Social Media-Beauftragte des Senders, Stefan Primbs. Ob es überhaupt Kommentarmöglichkeiten zu Inhalten gibt, entscheiden die Redaktionen selbst: „Nur diese sind in der Lage, auch inhaltlich einen Dialog mit dem Nutzer zu führen", sagt Primbs. Bei „absoluten Streit-Themen" in Magazinsendungen wie *quer* oder *Report München* seien die Kommentarzahlen schon mal im dreistelligen Bereich: „Wir stellen aber auch fest, dass die ‚Prämoderation' – die Nutzer sehen Kommentare erst nach der Moderation – den Dialog bremst", berichtet Primbs. Wesentlich dynamischer gestalte sich beim *Bayerischen Rundfunk* die Nutzerbeteiligung im Social TV. „Wir setzen immer öfter auf neue Kommentar-Formate wie Social TV, die einen viel direkteren Diskurs über die Inhalte und eine bessere Einbindung in die Sendung erlauben", erzählt Primbs. So hatte der BR beispielsweise bei seiner Nockherberg-Sendung binnen zwei Stunden mehr als 1200 Social-TV-Nutzerkommentare zu verzeichnen gehabt, sagt Primbs, „Teilweise liefen die Kommentare – beispielsweise via Twitter – schneller ein, als sie zu lesen gewesen wären." Mittlerweile unterhält der Münchner Sender über 30 Facebook-Seiten, einige Google+-Angebote und 17 Twitter-Accounts – auf allen Kanälen können die Nutzer mitmachen. Die Altersstruktur der Nutzer dort sei von Marke zu Marke unterschiedlich, sagt Primbs: „Mal ist der ‚Peak' der Fans bei 25, mal bei 30 und mal bei 40 Jahren."

Überwiegend positiv beurteilt der Eichstätter Journalistik-Professor Klaus Meier das Engagement der Medien in Sachen Publikumseinbindung. Dies könne auch zur Qualitätsverbesserung beitragen. Medien, die noch geringe Erfahrung bei der Leserkommunikation haben, rät er, eine Art Scout zu installieren, der sich intensiv um dieses Thema kümmert und die anderen Redaktionsmitglieder dabei unterstützt. Diese Person sollte in Newsdesk-Nähe sitzen und an Planungen und Entscheidungen beteiligt werden. Diese Rolle könnte sich „überleben, wenn die Journalisten den Umgang mit Nutzern in ihren Arbeitsalltag integriert haben".

Der Schienenfreund hat seit 2007 knapp 7000 Beiträge auf der Website der *Augsburger Allgemeine* verfasst, bis zu 30 Minuten nehme er sich täglich dafür Zeit. Besonders fasziniert ihn an diesem Forum „die schnelle Öffentlichkeit, die Reaktion der anderen User und dass die Sache manchmal Spuren hinterlässt". Lieblingsthema des Schienenfreunds ist der Augsburger Nahverkehr, sein Hobby ist nämlich „die Förderung eines attraktiven ÖPNV in Augsburg". Er ist „überzeugt, dass die Augsburger Innenstadt ohne das *AZ-Forum* heute ganz anders aussehen würde". Nicht zufrieden ist er damit, dass die Redakteure auf Kritik aus dem Forum offenbar nicht genügend eingehen: „Mir scheint, da ist einerseits ein erheblicher Zeitdruck im Arbeitsalltag da und zum anderen eine Redaktionsleitung, die immer wieder die Richtung vorgibt." Mehr unter: www.bjv.de/leserkommentare

Auf BJV.de geht's weiter

Auf unserer Website finden Sie noch weitere Informationen zum Thema.
Links zu Artikeln der *Augsburger Allgemeine* zu der Beschlagnahmeaktion, ausgewählte Links anderer Medien zum Thema Nutzerbeteiligung und drei Interviews mit Forennutzern der *Augsburger Allgemeine*.
www.bjv.de/leserkommentare

„Ein Schatz, den man heben muss“

Sascha Borowski: Leserpartizipation bringt den Journalismus weiter

Von Thomas Mrazek

Sascha Borowski leitet die Online-Redaktion der *Augsburger Allgemeine* seit 2009. Zuvor war er unter anderem zehn Jahre lang als Polizeireporter für die Zeitung tätig. Borowski betreibt privat auch das Portal Computerbetrug.de mit.

Die Polizeiaktion Ende Januar bei Ihrer Zeitung: Haben Sie mit so etwas überhaupt mal gerechnet?

Aufgrund der Erfahrung der letzten Jahre konnte man nie ganz ausschließen, dass es mit den Forenkommentaren mal Probleme geben würde. Es gab auch früher schon Anfragen von Anwälten oder von Betroffenen, die sagten, dass sie gegen einen Forennutzer – beispielsweise wegen Beleidigung – zivilrechtlich vorgehen möchten und die forderten: „Gebt mir den Namen raus!“

Gab es unmittelbar nach diesem scharfen Eingriff bei Ihnen Konsequenzen im Umgang mit den Nutzerkommentaren?

Nein, wir haben daraus ganz bewusst keine Konsequenzen gezogen. Wir kontrollieren unsere Foren auch weiterhin nicht proaktiv, dann wären wir nämlich nach dem Telemediengesetz in der Haftung für die Inhalte. Wenn uns jemand auf eventuelle Verstöße hinweist, reagieren wir und prüfen die fraglichen Beiträge natürlich. Das haben wir aber schon immer so gemacht.

Wie läuft das denn ab, wenn ich auf Ihrem Forum kommentieren möchte? Ich muss mich registrieren, ich wähle einen einigermaßen seriös klingenden Nickname, der womöglich nicht mein richtiger Name ist, ich gebe eine E-Mail-Adresse an und dann kann ich loslegen?

So funktioniert es. Die Registrierung ist dazu da, dem einfachen Missbrauch vorzubeugen. Unsere Moderatoren nehmen dann eine Plausibilitätsprüfung vor. So wird etwa das missbräuchliche Nutzen von Prominentennamen verhindert. Wenn sich beispielsweise jemand mit dem Namen eines Stadtrats anmeldet, prüfen wir nach, ob es sich wirklich um diese Person handelt.

Sie betreiben das Forum seit 2007. Wie viele Kommentare und Beschwerden gibt es derzeit täglich?

Wir haben zwischen 500 und 700 Kommentare von 25.000 registrierten Mitgliedern. Grob geschätzt kommen fünf Meldungen, Hinweise oder Beschwerden am Tag herein. Das ist für uns gut machbar, wir haben als Moderatoren drei Werkstudenten und freie Mitarbeiter beschäftigt, die das Forum für uns mitbetreuen.

Worüber beschweren sich die Nutzer?

Oft geht es darum, dass sich Leute von anderen beleidigt fühlen. Auch Spammer, also Leute, die Werbemüll ins Forum stellen, werden uns gemeldet. Es kommt auch mal vor, dass jemand ausländerfeindliche Parolen hinausposaunt. Wir schauen uns das dann an und editieren es entsprechend.

Die Community unterstützt Sie also bei Ihrer Arbeit?

Ja, die Community kontrolliert sich in vielen Bereichen selbst. Wobei wir bei Diskussionsthemen, von denen wir wissen, dass sie kritisch werden könnten, auch selbst stichprobenartig mitlesen.

Ist es manchmal nicht sehr schwierig für Sie, mit den Leserkommentaren umzugehen? Während Ihrer Berichterstattung zum Prozess um den Augsburger Polizistenmord nannten immer wieder Nutzer den vollen Namen der Angeklagten, andere forderten gleich die Todesstrafe.

In einer offenen Zeitungs-Community muss man von ein paar Mechanismen ausgehen. Wenn man es zum Beispiel erlaubt, tödliche Unfälle zu kommentieren, heißt es spätestens im dritten Kommentar: „Der war selber schuld“. Oder bei Sexualstraftaten, da wird schnell die Todesstrafe gefordert. Das weiß man. Entsprechend muss man sein Community-Management sensibilisieren. Wenn unsere Moderatoren von so etwas Kenntnis bekommen, wissen sie, was zu tun ist.

Schließen Sie bei bestimmten Themen, wie etwa tödlichen Unfällen, die Kommentarmöglichkeiten?

Wir lassen aus Erfahrung bei tödlichen Unfällen keine Kommentierung zu. Bei Themen wie dem Islam müssen wir oft nach zwei, drei Tagen die Diskussion schließen. Weil das dann häufig derart abdriftet, dass es schwierig für uns wird, das unter unserer Marke zu dulden. Natürlich wird uns dann gerne mal „Zensur“ vorgeworfen, aber damit muss man als Betreiber einer Diskussionsplattform im Internet immer leben.

Das Forum sorgt also mitunter für viel Arbeit und

Ärger. Die Polizeiaktion hat vermutlich die internen Kritiker dieses Angebotes bestätigt.

So eine Plattform ist nie ganz unumstritten, das ist wohl in allen Redaktionen so. Schließlich darf hier jedermann unter dem guten Markennamen unseres Hauses frei seine Meinung publizieren. Und natürlich bot dieser Fall für uns intern Anlass zu Diskussionen. Aber Fakt ist: Wir stehen dazu, dass wir unseren Lesern und Nutzern die Möglichkeit geben wollen, mit und bei uns zu diskutieren. Das ist eine Herausforderung. Aber ich meine, es gehört zu einem modernen Medienhaus dazu, sich solchen Kommunikationsformen zu stellen. Zumal wir ja immer wieder Nutzen aus den Diskussionen mit unseren Lesern ziehen.

Wenn die Arbeit von Journalisten Ihres Hauses im Forum kritisiert wird, sei es wegen möglicher Fehler oder aus anderen Gründen – wie stark greifen die Kollegen dann dort ein und kommunizieren mit den Lesern?

Es kommt durchaus vor, dass sich Kollegen dort äußern, wenn auch nicht so oft, wie man sich das wünschen würde. Das hat verschiedene Gründe, wie etwa die hohe Produktionsbelastung, die jeder Kollege hat. Aber ich weiß, dass viele Kollegen zumindest regelmäßig im Forum nachlesen, ob und wie ihre Geschichten dort aufgegriffen wurden und ob sie aus den Leser-Reaktionen Anstöße für ihre weitere Arbeit bekommen können. Daneben setzen gerade die Lokalredaktionen auch gezielt selbst Themen in der Community und arbeiten dann mit den Reaktionen weiter.

Nennen Sie doch bitte Beispiele.

Die Deutsche Bahn muss aufgrund eines Urteils Bahnhöfe sanieren. Also stellten wir bei Facebook die Frage: „Fallen Euch Bahnhöfe in der Region ein, bei denen was getan werden muss?“ Mit den Hinweisen, die daraufhin eingingen, konfrontierten wir den Bahnsprecher. Wir sammeln im Forum auch regelmäßig Meinungen von Fußballfans zum FC Augsburg. Auch sonst ist unheimlich viel Wissen in der Community vorhanden. Wir haben dort zum Beispiel Experten zum Thema Flugzeuge, Flughäfen und wir wissen, bei jedem Flugzeugunglück kommen diese Experten und fangen an, über Flugschreiber und Piloten mitzudiskuteren. Das ist ein Schatz, den muss ich einfach bloß heben.

Sie haben schon Facebook erwähnt, welche Rolle spielt dieses Netzwerk neben Ihren eigenen Foren?

Eine große Rolle. Wir finden bei Facebook Menschen, die wir vielleicht über das Print-Produkt nicht mehr oder noch nicht bekommen. Und es gibt viele Menschen, die sich über soziale Netzwerke mit Nachrichten versorgen. Da wollen wir einfach der regionale Player sein. Wir haben bei Facebook rund 25.000 Fans, die wir mit Informationen bespielen, mit denen wir aber auch interaktiv agieren. Und zwar nicht nur die Online-Redaktion. Bei uns hat jede Lokalredaktion einen eigenen Facebook-Auftritt. Facebook dient uns nicht als Linkschleuder, dort findet Kommunikation und Diskussion statt. Wir holen Meinungen herein, bekommen Hinweise von Lesern. Das funktioniert gut. Gefördert haben wir das Ganze, indem wir die Kollegen zum Thema Facebook in der Redaktionspraxis geschult haben.

Brauchen Journalisten bei der Nutzerkommunikation im Netz nicht ein „dickes Fell“?

Doch, und das ist eine Sache, die viele von uns noch lernen müssen. Ich kann heute nicht mehr filtern, indem ich den Leserbrief, in dem ich beschimpft werde, einfach nicht veröffentliche. Heute steht der Brief im Forum oder bei Facebook, Google+ oder Twitter. Wir sind als Journalisten „angreifbarer“ und transparenter geworden. Wir und unsere Leistungen sind „öffentlicher“ geworden. Das ist für manche nicht einfach.

Geradezu paradox wirkt es für manchen Kollegen sicherlich, dass Ihr Medium wegen des Beitrages eines anonym agierenden Forumsteilnehmers in die Bredouille geraten ist und diesen nun schützen muss.

(Borowski zögert) Ja, es ist natürlich schwierig,

„Jagd hautnah!“

Journalistenpreis 2013 des Bayerischen Jagdverbandes e.V.

Drei Preise in Höhe von 3.000, 2.000 und 1.000 Euro

Der Bayerische Jagdverband (BJV) lobt 2013 erstmals einen Journalistenpreis aus. Der BJV vertritt die Interessen von bayernweit rund 47.000 Jägerinnen und Jägern. Er fördert als anerkannter Naturschutzverband die freilebende Tierwelt und setzt sich für deren Schutz und Artenreichtum ein.

Mit dem Journalistenpreis, der jährlich verliehen werden soll, will der Bayerische Jagdverband (BJV) Journalistinnen und Journalisten auszeichnen, die die komplexen Themen der Jagd vermitteln und eine breite Öffentlichkeit für die Arbeit der Jägerinnen und Jäger in Bayern und darüber hinaus interessieren. Der Preis soll Journalisten motivieren, sich mit der Thematik Jagd fair aber durchaus kritisch auseinander zu setzen und Leser und Zuhörer über das älteste Handwerk der Welt umfassend zu informieren.

Wir helfen gerne bei der Recherche! Wer weder Jäger noch Jägerin kennt, aber einmal auf die Pirsch oder den Ansitz gehen will, kann sich mit dem Verband in Verbindung setzen. Wir vermitteln gerne die Teilnahme an einem Pirschgang oder einem Revierbesuch, bei dem die Jagd hautnah erlebt werden kann.

Kategorie: Zugelassen sind alle Beiträge, die in der Zeit vom 1. Mai bis 31. Oktober 2013 in Printmedien (Zeitungen/Zeitschriften) veröffentlicht wurden, die in Bayern erscheinen. Die Fachpresse ist ausgenommen. Berücksichtigt werden zudem Online- und Hörfunk-Beiträge, wobei der Beitrag aus einer Redaktion in Bayern stammen bzw. einen thematischen Bezug zu Bayern haben muss.

Darstellungsformen: Zugelassen sind Einzelbeiträge, Serien oder Serienteile in sämtlichen journalistischen Varianten wie Nachricht, Kommentar, Interview, Reportage, Glosse und Feature in deutscher Sprache.

Einsendeschluss: 31. Oktober 2013

Bayerischer Jagdverband e.V.
Hohenlindner Straße 12
85622 Feldkirchen
Telefon 089 990234-0
www.jagd-bayern.de

Die Community kontrolliert sich in vielen Bereichen selbst, stellt Sascha Borowski fest.
Foto: Silvio Wyszengrad

wenn man jetzt für die Rechte eines Menschen kämpfen muss, der jemand anderen womöglich in seiner Ehre gekränkt hat. Im konkreten Fall stellte sich die Frage, ob es sich tatsächlich um eine Beleidigung handelte oder um eine Äußerung, die ein Politiker, der im öffentlichen Diskurs steht, aushalten muss. Insofern ist es aber wichtig, dass man die Meinungsfreiheit in weitestgehender Form beschützt. Das mag paradox sein, so jemanden zu schützen, aber es geht um ein höheres Ziel.

Es gibt sicherlich auch bei Ihnen im Haus Kollegen, die sagen: „Forum schön und gut – bitte aber nur mit echten Namen." Warum praktizieren Sie das nicht?

Wir wollen Menschen ermöglichen, uns wichtige Informationen zu geben, ohne dies öffentlich unter Klarnamen zu tun. Ich sehe Forennutzer als Quellen an, die wir ganz konkret nutzen. Und da kommt es nun einmal vor, dass jemand nach außen hin anonym bleiben möchte, weil er anderenfalls Schaden für sich befürchtet.

Nutzer als Informanten – gibt es Beispiele?.

Wir wurden zum Beispiel schon von Beschäftigten auf Missstände in Firmen hingewiesen, oder bekamen Fotos einer illegalen Deponie übermittelt. Es gibt immer wieder Hinweisgeber aus dem juristischen Bereich, die uns sagen: Schaut euch mal diesen oder jenen Fall an, da wurde gemauschelt. Das geschieht entweder über private Mails in der Community oder eben als Forenbeitrag. Vieles davon erweist sich im Laufe der Recherche als sehr subjektive Einschätzung, ist für die Berichterstattung nicht relevant genug, eignet sich nicht oder ist einfach falsch. Aber es sind auch immer wieder wichtige Impulse für die redaktionelle Arbeit dabei.

Ihre Zeitung beschwerte sich wegen der Polizeiaktion. Das Landgericht Augsburg entschied Mitte März, dass die Beschlagnahme rechtswidrig gewesen sei. Ihrem Argument, dass Forennutzern Redaktionen heute auch als Informanten dienen und ihre Daten deshalb vom Redaktionsgeheimnis besonders geschützt sein sollen, folgte das Landgericht allerdings nicht. Wie schätzen Sie das ein, hinkt die Justiz da der journalistischen Realität hinterher?

Ich fürchte ja. Moderner Online-Journalismus funktioniert eben nicht so, dass ich heute einen Artikel schreibe und übermorgen einen Leserbrief dazu veröffentliche. Berichte werden stattdessen sofort von Lesern in Foren und sozialen Netzwerken kommentiert und diskutiert. Über sie bekommen wir auch Informationen und Hinweise, können dort recherchieren. Ich meine, wenn solche Diskussionsplattformen von Redaktionen betrieben werden, müssen deren Mitglieder auch vom Redaktionsgeheimnis geschützt sein.

Nutzer „berndi", wegen dessen Posting die Beschlagnahme erfolgte, kann nun weiter anonym in Ihrem Forum agieren – ein Sieg für die Meinungsfreiheit?

Natürlich war es gut, dass das Landgericht die Daten-Beschlagnahme in unserer Redaktion im konkreten Fall für rechtswidrig erklärt hat. Aber ich hätte mir gewünscht, dass die Richter die Chance nutzen und auch die Rolle von Communities für die redaktionelle Arbeit würdigen.

Online-Redakteure unter Druck

Beschlagnahme von Nutzerdaten in der *Augsburger Allgemeine* war rechtswidrig

Von Maria Goblirsch

Wie heißt „berndi" mit echtem Namen? Um das herauszufinden, rückte die Polizei am 28. Januar in der Redaktion der *Augsburger Allgemeine* an und verlangte die Herausgabe seiner Nutzerdaten. Der Grund: Der Augsburger Ordnungsreferent Volker Ullrich (CSU) hatte sich durch einen mit „berndi" unterzeichneten Kommentar im Online-Forum der Zeitung beleidigt gefühlt und Strafanzeige erstattet.

Nachdem sich die Redaktion zunächst weigerte, präsentierten die Polizeibeamten einen Beschluss des Amtsgerichts, der die Durchsuchung der Redaktionsräume und die Beschlagnahme der Nutzerdaten erlaubte. Um die Durchsuchung zu verhindern, gaben die Redakteure schließlich die Daten freiwillig heraus – legten aber sofort Beschwerde gegen die Polizeiaktion ein.

Der User hatte sich im Herbst 2012 im Leser-Forum zu Ullrichs Plänen geäußert, gegen eine Vergrößerung des Sperrbezirks vorzugehen und ein Verkaufsverbot alkoholischer Getränke an Tankstellen durchzusetzen. Dabei hatte er dem Ordnungsreferenten „Rechtsbeugung" vorgeworfen.

Wie bei anderen Foren auch werden in Augsburg zwar die Nutzer des Leserportals mit ihren echten Daten registriert. Sie müssen zudem versichern, dass sie sich mit ihren Kommentaren an das geltende Recht halten. Veröffentlicht werden die Meinungen aber im Allgemeinen unter Pseudonym. Rechtfertigt eine angebliche Beleidigung im Internet eine derartige Polizeiaktion? Nein, entschied das Landgericht Augsburg am 19. März (Aktenzeichen 101 U Js 215997/12) und erklärte, die Durchsuchung der Redaktion und die Beschlagnahme der Daten seien rechtswidrig gewesen.

Die Äußerung „Dieser X… verbietet sogar erwachsenen Männern ihr Feierabendbier ab 20 Uhr, indem er geltendes Recht beugt und Betreiber massiv bedroht!" stelle lediglich eine subjektive Bewertung der Haltung des Ordnungsreferenten durch den Nutzer berndi dar.

Auch wenn der Kommentar „in herabwürdigender Form erfolgte", begründe das nicht den Verdacht einer strafbaren Beleidigung, entschieden die Richter und beriefen sich dabei auf das Bundesverfassungsgericht. Gerade bei Äußerungen zu politischen Themen in der Öffentlichkeit sei der straffreie Bereich im Hinblick auf die Meinungsfreiheit weiter zu fassen als bei Äußerungen in der Privatsphäre.

Die Augsburger Richter betonten, es stehe außer Frage, dass die Herausgeberin der Zeitung das Zeugnis verweigern dürfe. Doch können sich die User eines Forums wie Journalisten auf das Zeugnisverweigerungsrecht berufen? Das hätte zur Folge, dass ihre Nutzerdaten nicht beschlagnahmt werden dürfen (§ 97 Abs. 5 Strafprozessordnung).

„Der Schutzbereich des § 53 StPO ist nur dann eröffnet, soweit es sich um Beiträge, Unterlagen, Mitteilungen und Materialien für den redaktionellen Teil oder redaktionell aufbereitete Informations- und Kommunikationsdienste handelt", heißt es in der Begründung. Auch die in einer Zeitung gedruckten Leserbriefe seien nach der Rechtsprechung der obersten Verfassungsrichter dem redaktionellen Bereich zuzuordnen.

Die User eines Leserforums fallen allerdings nach Überzeugung des Gerichts nicht in den Schutzbereich der Pressefreiheit. Eine redaktionelle Überarbeitung, die Leserbriefe in den redaktionellen Bereich rücke, finde bei Beiträgen in einem Onlineforum gerade nicht statt. Vielmehr stelle der Nutzer seine Beiträge selbst ein, ohne dass sie durch die Redaktion überarbeitet, geprüft oder „aufbereitet" würden. Nach den Nutzungsbedingungen der *Augsburger Allgemeinen* sei der Nutzer für die von ihm eingestellten Beiträge selbst verantwortlich (Wortlaut der Entscheidung unter *http://www.tinyurl.com/beschluss-landgericht*).

Im Streit um die Herausgabe von Nutzerdaten eines Forum-Teilnehmers hat das Landgericht Duisburg im Februar 2013 sogar fünf Tage Beugehaft gegen einen Online-Redakteur verhängt. Auch hier ging es um eine angebliche Beleidigung. Eine Therapeutin der Reha-Klinik Bad Hamm hatte Anzeige wegen übler Nachrede durch eine anonyme Bewertung im Portal Klinikbewertungen.de gestellt.

Der beanstandete Beitrag wurde auf ihren Wunsch hin zwar gelöscht. Aber der Portalbetreiber und der zuständige Onlineredakteur weigerten sich gegenüber Polizei und Staatsanwaltschaft, die Nutzerdaten preiszugeben. Sie beriefen sich dabei auf das Zeugnisverweigerungsrecht als Journalisten. Doch das ließ das Amtsgericht nicht gelten und verurteilte den Redakteur zu einem Ordnungsgeld.

Der Journalist ging in die nächste Instanz, blitzte aber auch vor dem Landgericht ab. Daraufhin erhob er am 14. Dezember 2012 Verfassungsbeschwerde. Die Duisburger Richter schien das freilich nicht zu beeindrucken, denn sie verhängten gegen den Mann am 1. Februar 2013 Beugehaft. Ob der Online-Redakteur wirklich fünf Tage in den Knast musste, ist nicht bekannt. Wie im Augsburger Fall argumentierten die Richter, dass es bei dem Posting eines Users keinen direkten Zusammenhang mit der journalistischen Arbeit gebe.

Grundlage für die Herausgabe der Bestanddaten ist Paragraf 14 des Telemediengesetzes (TMG). Er verpflichtet die Anbieter von Mediendiensten, diese Informationen zum Zweck der Strafverfolgung an die Behörden zu übergeben. Freilich hat das Duisburger Gericht nicht den Website-Betreiber im Visier, sondern geht gegen den verantwortlichen Online-Redakteur vor. Bis das Verfassungsgericht über den Fall entscheidet, dürften noch einige Monate vergehen.

Mit Blättern bedeckt ist der Tisch in der BJV-Geschäftsstelle, wenn Schatzmeister Peter Nützel (2. von links), den Kassenprüfern den Etat vorlegt. Seine Kontrolleure sind (von rechts) Markus Hack, Markus Mauritz und Barbara Deller-Leppert.

Foto: Thomas Schumann

Ohne Moos nix los

Die BJV-Kassenprüfer versuchen, hinter die Zahlen zu schauen

Von Michael Anger

Es ist kein Widerspruch, wenn Kassenprüfer Markus Hack sein Ehrenamt mit den Worten beschreibt „Eigentlich schieben wir eine relativ ruhige Kugel“, um über den 27. März zu sagen: „Das ist eine tagfüllende Veranstaltung.“ Zu Frühlingsbeginn ließen der Wirtschaftsredakteur Hack und seine Mitrevisoren Barbara Deller-Leppert und Markus Mauritz in der BJV-Geschäftsstelle die Kassenbücher aus dem Winterschlaf holen und gingen die schier endlosen Zahlenkolonnen durch. Mit Argusaugen? „Früher hat man mal jeden Cent gezählt“, so Deller-Leppert, „heute müssen wir Prüfer uns fragen, hat diese oder jene Summe einen Sinn.“ Hack ergänzt: „Wir suchen nach auffälligen Bewegungen und versuchen, hinter die Zahlen zu schauen. Wo kam das Geld her, wofür wurde es ausgegeben.“

Bei der alljährlichen Prüfung kurz vor der Mitgliederversammlung werden alle Zahlen vorgelegt, Schatzmeister, Geschäftsführerin und Buchhaltung stehen für Auskünften bereit. Die Ausgaben reichen vom Kaffee bei der Mitgliederversammlung bis zum Fotowettbewerb. Auffälliges wurde erklärt: 10.000 Euro mehr als geplant für Büromöbel, weil des Datenschutzes wegen vieles jetzt verschlossen aufbewahrt werden muss. Relaunch des *BJVreports* und neues Design auf der Homepage ließen diese Ausgaben besonders stark steigen. Was das ganze Trio erstaunt, wenn auch alles nachvollziehbar ist: Die Abführung an den *DJV* ist inzwischen höher als die Bruttogehälter der Geschäftsstelle des *BJV*.

Meinungsunterschiede zwischen den Revisoren gibt es nicht, betont Markus Mauritz, Pressesprecher des Bezirks Unterfranken: „Da liegen Zahlen vor, und Zahlen sind entweder richtig oder falsch.“ Einig sind sie sich auch in der Ansicht, dass Kassenprüfer nicht nur einmal im Jahr Zahlen anschauen, sondern zwölf Monate lang mitdenken sollen. Mauritz: „Wir alle engagieren uns ja seit langem im Verband und kennen die Knackpunkte, wenn wir zur Prüfung anreisen.“ Natürlich fragt man auch bei Mehrreinnahmen, etwa durch höhere Mitgliedsbeiträge, wofür diese in welchem Zeitraum ausgegeben werden sollen. Einheitlich auch das Lob für den scheidenden Schatzmeister. „Peter Nützel kann hervorragend Voranschläge abschätzen. Und wie er während der allgemeinen Finanzkrise Verluste verhindert hat, das ist schon zu bewundern“, stellt Barbara Deller-Leppert fest. Sie ist seit zehn Jahren Kassenprüferin. Es gebe nicht nur Nachfragen, sondern auch Empfehlungen. „Als die Erträge aus den Pressebällen in Verluste kippten, haben wir Prüfer dem Vorstand gesagt: Lasst es bleiben, das hat keinen Sinn mehr.“

Wir wird man Kassenprüfer ? Deller-Leppert sinniert: „Irgendjemand muss erfahren haben, dass ich die Meisterprüfung für Fotografen besitze. Da lernt man zwangsläufig auch Buchführung.“ Markus Mauritz freut sich über die Auszeichnung: „Das heißt ja, dass die Mitglieder großes Vertrauen in uns haben.“ Markus Hack drückt die Bedeutung dieses Ehrenamts volkstümlich aus: „Die Finanzen sind die Grundlagen der Verbandstätigkeit. Ohne Moos nix los.“

Abwärts mit der Meinungsvielfalt?

Podium zum Tag der Pressefreiheit am 2. Mai will nach Wegen aus der Krise suchen

Auf der weltweiten Rangliste der Pressefreiheit von Reporter ohne Grenzen (ROG) ist Deutschland 2013 auf Platz 17 abgestiegen. Damit rangiert es hinter Ländern wie Estland, Jamaica oder Tschechien – und nur einen Platz vor Costa Rica und Namibia. „Ins Auge sticht vor allem die abnehmende Vielfalt der Presse“, heißt es in der Begründung.

Auch in Bayern stecken die Zeitungen in der Krise. Immer weniger Blätter arbeiten mit eigener Vollredaktion, konkurrierende Printmedien sind in den meisten Regionen inzwischen rar. Am 29. September 2012 erschien in Nürnberg die letzte Ausgabe der Abendzeitung, eine der ältesten Boulevardzeitung Deutschlands. Wie sehen die Zeitungslandschaft und die Besitzverhältnisse heute in Bayern aus? Welche Konsequenzen hat die wachsende Medienkonzentration auf die Meinungsvielfalt? Und welche Wege könnten aus der Krise führen? Ist etwa die Bevorzugung des Lokaljournalismus ein „Rezept“? Über diese und andere Fragen diskutieren Experten bei einer Podiumsdiskussion, die der Bayerische Journalisten-Verband gemeinsam mit dem Bayerischen Rundfunk, der Deutschen Journalistenschule und dem Münchner Presseclub zum Tag der Pressefreiheit veranstaltet.

Reporter ohne Grenzen werden dabei aus ihrer jüngsten „Nahaufnahme Deutschland“ zur Pressefreiheit berichten. Der Dortmunder Zeitungsforscher Horst Röper beleuchtet mit aktuellen Zahlen die Anbieter- und Angebotsstruktur in den bayerischen Medienregionen und die Folgen der fehlenden Konkurrenz auf lokaler Ebene. Wie die Verlegerseite dazu steht, will der BJV von Medienunternehmer Dirk Ippen erfahren, der unter anderem den Münchner Merkur und die TZ herausgibt.

Neben dem BJV-Vorsitzenden Wolfgang Stöckel diskutiert auf dem Podium der freie Journalist Hubert Denk aus Passau. Seit 2005 sorgt er mit seinem Magazin *Bürgerblick* online und in einer Printausgabe für frischen Wind in der monopolistischen Medienlandschaft Ostbayerns. Denk führte, unterstützt vom BJV, mehrere Prozesse, weil ihm Persönlichkeiten der Passauer Politszene den Mund verbieten wollten. Moderator ist Jörg Sadrozinski, Leiter der Deutschen Journalistenschule. *mgo*

Termin: Donnerstag, 2. Mai um 19 Uhr im PresseClub München.
Mehr Informationen dazu auf www.bjv.de

„Wir sind Staatsfeinde, die man ausschalten will!"

BJV lud Chefredakteure aus Montenegro zur Diskussion ein

Von Maria Goblirsch

Auf Seite Eins der Online-Ausgabe der montenegrinischen Tageszeitung Dan (deutsch: Der Tag) ist in der rechten oberen Ecke das Foto von Dusko Jovanovic zu sehen. Daneben steht auf Serbokroatisch die Frage: Wer hat Dusko Jovanovic ermordet? Der damalige Dan-Chefredakteur wurde am 27. Mai 2004 aus einem vorausfahrenden Auto heraus erschossen. Er verblutete auf der Straße vor dem Redaktionsgebäude.

Jovanovic hatte den starken Mann Montenegros, Regierungschef Milo Djukanovic, im Blatt immer wieder in die Nähe zur organisierten Kriminalität sowie zur Zigaretten- und Drogenmafia gerückt. Sein Mörder oder dessen Auftraggeber wurden nie gefasst.

In Sachen Pressefreiheit steht Montenegro in der weltweiten Liste von „Reporter ohne Grenzen" auf Platz 113, noch hinter Uganda und dem Libanon. Grund für den BJV, die Chefredakteure der oppositionellen Medien nach München einzuladen, um mehr über ihre Arbeitsbedingungen zu erfahren.

Mit ihnen diskutierten im Presseclub drei Kenner der Szene: BR-Hörfunkdirektor Johannes Grotzky, der mehrere Jahre als Korrespondent auf dem Balkan gearbeitet hat, Eberhard Sinner, Mitglied im Landtagsausschuss für Bundes- und Europaangelegenheiten, und Wolfgang Stöckel. Der BJV-Vorsitzende pflegt seit mehreren Jahren einen intensiven Austausch mit den Kolleginnen und Kollegen in Montenegro.

Das Land ist etwa so groß wie Schleswig-Holstein und hat mit 650.000 halb so viel Einwohner wie München. Mit der DPS (deutsch: Demokratische Partei der Sozialisten Montenegros) regiert dort seit 20 Jahren dieselbe Partei, zieht ein Mann alle Fäden: Milo Djukanovic. Seit 2006 ist Montenegro unabhängig, seit 2010 Beitrittskandidat zu EU und Nato.

Klagen sollen die Blätter finanziell ausbluten

Der im Oktober 2012 wieder gewählte Djukanovic brandmarke die oppositionellen Medien „als Staatsfeinde, die es auszuschalten gilt. Als Ratten, die beseitigt werden müssen", berichtete Milka Tadic-Mijovic, Chefredakteurin des Wochenmagazins Monitor, in München. „Weil wir seit 24 Jahren in jeder Ausgabe über seine Machenschaften schreiben und diese auch beweisen."

Redakteure seien verprügelt worden, Autos auf dem Redaktionsparkplatz in Flammen aufgegangen. „Übergriffe, die nicht verfolgt und aufgeklärt werden", wie Zeljko Ivanovic, Chefredakteur der Tageszeitung Vijesti, schilderte.

Zum anderen gehe es dem Regime Djukanovic darum, die unabhängigen Zeitungen auszubluten. „Uns stehen Klagen über 15 Millionen Euro ins Haus. Phantasiesummen, die auf erfundenen Beschuldigungen beruhen." Neue staatsnahe Tageszeitungen würden von unbekannten Herausgebern gegründet, und andere oppositionsfreundlichen Medien über Dumpingpreise das Wasser abgraben. Ivanovic beklagte einen Anzeigenboykott gegen Vjestja und andere oppositionsfreundliche Medien.

Tonband belegt Wahlbetrug

Mladen Milutinovic, Chefredakteur von Dan, berichtet von Tonaufnahmen, die seiner Redaktion zugespielt wurden und die er im Netz zum Download bereitgestellt habe. „Auf diesen Aufnahmen sind die Stimmen von führenden Funktionären der Regierungspartei, von Ministern und dem Premierminister zu hören. Es wird geschildert, wie sie tausende Menschen aus den Wählerlisten gestrichen haben. Wie sie europäische Fonds für Stimmenkäufe und Bestechungen verwendet haben", erklärt er. Für den Chefredakteur von Dan ist dies ein eindeutiger Beweis dafür, wie sich „das System Djukanovic rücksichtslos und mit allen Mitteln an der Macht hält".

Sorgen sich die Journalisten nicht um ihr eigenes Wohlergehen und das ihrer Familien? „Die Hoffnung auf Veränderungen und die Aufgabe, unser Land zu retten, ist uns das Opfer wert", sagt Milka Tadic-Mijovic von Monitor. Aber dazu bräuchten sie die Hilfe und Veröffentlichungen der ausländischen Medien. Djukanovic fürchte nichts so sehr wie negative Schlagzeilen über Missstände in seinem Land. „Deshalb ist es für uns oppositionelle Zeitungen wie eine Lebensversicherung, wenn möglichst viel über uns und die Zustände bei uns berichtet wird."

400 beim Journalistentag

Ein voller Erfolg war der Süddeutsche Journalistentag auf dem *ZDF*-Gelände am Mainzer Lerchenberg. Ein Jahr Pause hatte die Attraktivität womöglich noch gesteigert. Rund 400 Kolleginnen und Kollegen folgten dem Ruf der DJV-Landesverbände Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und Hessen und dem des Bayerischen Journalisten-Verbandes zum Netzwerken und Diskutieren. In acht Foren erörterten sie die aktuellen Probleme und mögliche Lösungen, von der Lokalberichterstattung über Fotomanipulation bis zum Wahlkampf per Twitter. Unsere Impressionen: Stellvertretender *ZDF*-Chefredakteur Elmar Theveßen begrüßt die Gäste (unten); DJV-Vorsitzender Michael Konken stellt dem Lokaljournalismus als Gesamtkunstwerk darbietenden Chefredakteur Joachim Braun aus Bayreuth deutliche Fragen zu Honoraren (Mitte unten); darüber: BJV-Vorsitzender Wolfgang Stöckel diskutiert über Medien und Religion mit (von links) dem Regensburger Blogger Stefan Aigner, dem Moslem Kamran Safiarian und dem Protestanten Detlev Bierbaum; viele Fragen beantworteten Sekretärin Judith Zinkann und BJV-Vize Michael Busch am Stand des BJV (rechts unten); darüber: *Report*-Gestalter und Design-Professor Eberhard Wolf forderte von Bildjournalisten, wieder mehr über Inhalte statt Technik zu diskutieren – siehe auch www.bjv.de.

Fotos: Veronika Vogelsang

„Hallo Mini-Ü-Wagen!“

Smartphones und Tablets drängen in den redaktionellen Alltag

Von Barbara Weidmann

Es hagelt Steine, Benzinbomben und Feuerwerkskörper. Barrikaden brennen. Der Belfaster Stadtrat entzweit sich darüber, ob die britische Flagge über dem Rathaus wehen soll. Seit Tagen berichtet die *BBC*. In der Nacht vom 14. Januar aber steht kein Übertragungswagen vor dem Rathaus. Der könnte in Flammen aufgehen, fürchtet das Team der Nachrichtensendung „Newsline“. Politikredakteur Mark Devenport geht trotzdem live auf Sendung – mit seinem iPad. Via Skype stellt er den Kontakt ins Sendezentrum her. Sein Smartphone versorgt ihn über einen Knopf im Ohr mit dem Studioton. Ein externes Mikrofon sei nicht nötig, meldet die Technik. Die Verbindung sei gut.

Eine Schalte vom Hightech-Brett ist auch für die *BBC* keine Routine. Aber schon seit einigen Jahren testen angelsächsische Medien mit wachsender Begeisterung das, was sie „mobile reporting“ nennen. Berichterstattung mit mobilen Endgeräten. Die bieten schließlich nicht nur eine Telefonverbindung. Mit ihnen lassen sich Texte tippen oder Radiobeiträge schneiden, Videos produzieren oder eben live senden und noch vieles mehr.

Auch Mark Stone, seit Kurzem China-Korrespondent von *Sky News,* baut auf ihre Möglichkeiten. Im Sommer 2011 sorgte er mit iPhone-Reportagen von den Jugendkrawallen in London für Aufsehen. „Sind sie stolz auf das, was sie hier tun?“, rief er Plünderern entgegen, die Elektrogeräte aus einem Laden schleppten. Die Fernsehzuschauer waren unmittelbar dabei. Eine knappe Million mal wurde der Clip in den folgenden 24 Stunden im Netz geklickt. Vor wenigen Wochen machte Stone wieder von sich reden, als er und sein Kameramann Andy Portch erstmals ein Smartphone-Interview transkontinental und live aus China übertrugen. Sie berichteten über Bürgerproteste zur Pressefreiheit in Guangzhou.

Der „Mini-Ü-Wagen“ punktet im Aktuellen. Wo aufwändige Technik alles ausbremst, liefert ein smartes Handy wichtige Bild- und Tondokumente in Echtzeit. Das soll die klassische Berichterstattung nicht ersetzen, sondern verbessern und ergänzen. Die Qualität des Materials tritt in den Hintergrund. Der Zuschauer verzeiht Grieselbilder und verrauschten Ton, wenn er hautnah an breaking news teilhaben kann. Aber auch nur dann.

Serviert Wirtschaftsberichte direkt vom Tablet: Axel Höpner, Münchner Büroleiter beim *Handelsblatt*. Foto Andreas Gebert

„Bisher hat das Institut für Rundfunktechnik die Standards vorgeschrieben und keiner war bereit, davon abzuweichen“, versucht Elmar Theveßen die Berührungsängste der deutschen Sender zu begründen. Der stellvertretende Chefredakteur des *ZDF* gesteht: „Vielleicht haben wir nicht intensiv genug geschaut.“ Das Zweite hatte nach dem Einsturz der Eishalle von Bad Reichenhall seine Studios mit Handys mit Videofunktion ausgestattet, diese dann aber so gut wie nie eingesetzt. Jetzt wird getestet, reichlich spät.

Die Tagesschau-Konkurrenz prescht gerade vor, mit der Redaktions-App „Mobile Reporter“. Sie gestattet handverlesenen *ARD*-Reportern eine Liveverbindung per Knopfdruck zur Zentrale. Die Server dort zeichnen auf, was der Journalist vor Ort filmt. Die Software fügt gleich noch eine „Bauchbinde“ mit dem Namen des Berichtenden ein. Die *BBC* nutzt eine solche App schon länger. *ARD* Aktuell hofft damit „flexibel genug für den schnellen Einsatz“ zu sein. Über Details will die Chefredaktion derzeit aber nicht reden. Die App ist ein Politikum.

Der *Bayerische Rundfunk* sendet noch nicht live vom Smartphone, ist aber ebenfalls „im Begriff, ein System einzuführen, mit dem dies möglich werden könnte“, erklärt Roland Scheble, der Leiter der neuen Hauptabteilung „Strategie und Innovationsmanagement“. „Der Anteil der Mediendateien, die per Smartphone zugeliefert werden, steigt: Innerhalb des letzten Jahres hat sich der Einsatz verdoppelt.“ Der *BR* nutzt eine eigene App (iOS und Android) für den Datentransfer zum Sender. Redakteure tadeln sie allerdings als „unkomfortabel“. Mehr und mehr Kolleginnen und Kollegen würden derzeit gezielt für die Video- und Audioproduktion mit Smartphones geschult, so Scheble.

Innovationen werden im „Vielvölkerstaat“ *ARD* besonders kritisch beäugt. Das erfuhr auch der *MDR*, als er vor einiger Zeit einen Testballon startete: „Netzreporter“, ausgestattet mit iPhone, Funkmikrofon, Licht und Laptop. Fotos der sehenswerten Konstruktion sind auf den Facebook-Seiten der Sportschau zu finden (tinyurl.com/mdr-netzreporter). Offiziell herausgeben mag der *MDR* die nicht. Man will Ängste vor technischer Abrüstung wohl nicht noch zusätzlich schüren.

Kameraleute hätten den Untergang des Abendlandes ausgerufen, stöhnt Georg Maas, Hauptabteilungsleiter Telemedien beim *MDR*. Die Widerstände in den Häusern sind beachtlich. „Mit dem iPhone dürfen die Freien wahrscheinlich gleich noch ein paar Fotos für die Bilderstrecke machen, ein paar Audio-Interviews fürs Radio aufnehmen und den Online-Artikel schreiben“, fürchtet ein Onlinekommentator. Zu Recht?

Interkontinentale iPhone-Reportagen live aus China: Sky News-Korrespondent Mark Stone.
Foto: Screenshot Sky News

Sicherheitshalber via Skype und iPad: *BBC*-Redakteur Mark Devenport beim Schaltgespräch.
Foto: Phillip Coulter, BBC

Nicht lange her, da tauchte der VJ auf – als geniales Sparmodell.

Lediglich „punktuelles Zuschauerinteresse" befriedigen wolle er, versichert Maas. „Dinge, die wir sonst nicht haben." So bleiben die Zugriffe auf die Webvideos zur Hallenhockey-EM auch überschaubar. Mehr Zuspruch fanden Blitz-Interviews vom Roten Teppich der Bambi-Verleihung. Aber selbst online goutiert nicht jede Zuschauerstimme den minimalistischen Look. „Zum Glück hat beim Kameramann keiner angerufen."

Radioleute sind pragmatischer. Offiziell rümpfen sie die Nase. Praktisch laufen schon Smartphone-Aufnahmen im Programm – und keiner merkt`s. *BR*-Reporter Andreas Mack nutzt schlicht die Gunst der Stunde, wenn er beispielsweise den Politiker Hubert Aiwanger nach Feierabend vor dem Bierzelt erwischt. „Da geht`s nur noch drum: Hab`ich den oder hab` ich den nicht." Auch Ralf Zinnow, Chefredakteur von *Antenne Bayern,* bestätigt, dass seine Reporter „in sehr hoher Qualität" via Smartphone on air gehen können. In aller Regel machen sie das aber per Laptop mit UMTS/LTE-Stick. „Früher haben wir dazu ein Musik-Taxi bestellen oder unser Sat-Mobil in Position bringen müssen. Heute können wir dank dieser Technik fast von jedem Winkel Bayerns senden." Kitzlig wird es nur in Gebieten, in denen der Breitbandausbau stockt.

Aber auch weit ab vom Schuss lässt sich mobil berichten. Bettina Blass packte im vergangenen Jahr ihr Multimedia-Equipment und zog vier Wochen von Köln ins tiefste Tansania. Strom tanken erwies sich für die freie Journalistin trotz Solarpanel als größeres Problem als die Funkverbindung. Eine Stunde Upload für 20 Sekunden Video. Aber die Bilder kamen an. Nicht nur beim Sender, auch beim Publikum. Bettina Blass hat über ihre Zeit im tansanischen Busch unter *www.projektusambaraveilchen.de* geblogt.

Gefragt ist etwas Mut, viel Improvisation und Spaß am Spielen. Passend zum Thema etwa informierte das *Wall Street Journal* komplett mobil vom Mobile World Congress 2013 aus Barcelona. Beweisen, was geht. Auch im Printbereich geht eine Menge. Axel Höpner, Münchner Büroleiter beim *Handelsblatt*, ist längst komplett aufs iPad umgestiegen. Er hat sich an das Tippen auf der Glastastatur gewöhnt, schätzt die Akkulaufzeit, das leichte Gewicht und das schnelle Hochfahren.

Woher also stammen die weit verbreiteten Ressentiments? Thomas von Seckendorff, Programmleiter beim niederbayerischen *Radio Trausnitz,* hat eine Erklärung: „Früher sind wir mit einem teuren Aufnahmegerät und einer tollen Kamera rausgegangen. Man war etwas Besonderes. Heute fragt man sich: Wodurch unterscheide ich mich? Und vor allem: Was macht das für einen Eindruck auf meinen Gesprächspartner?" Auch Cornelia Wolf, die zu Mobilkommunikation und Crossmedia an der Uni Passau forscht, erkennt den Versuch einer Abgrenzung vom Bürgerjournalisten. Die Gesprächspartner reagieren übrigens meist positiv. Die Geräte gestatten mehr Nähe, eine schnelle Reaktion und flexiblen Einsatz.

Mitte März wurden Stone und Portch während einer Reportage vom Tiananmen-Platz kurzzeitig von der Polizei festgesetzt – wieder live zu sehen auf *Sky News.* Sie sendeten diesmal nicht per Handy, sondern von einem Camcorder, aber direkt aus dem Polizeiwagen und aus einem Verhörraum. Ihre chinesischen Bewacher hatten keine Ahnung, was heutzutage möglich ist.

Windows 8: Gewöhnungssache

Dennoch lässt sich mit dem neuen Microsoft-Betriebssystem effizient arbeiten – Nutzer von Geräten ohne Touchscreen müssen aber umdenken

Von Johannes Michel

Ein halbes Jahr Windows 8. Wer sich heute einen neuen Laptop kauft und in der Microsoft-Welt zu Hause ist, kommt an Windows 8 nicht mehr vorbei. Nur noch wenige Anbieter haben Geräte mit Windows 7, dem Vorgänger, im Angebot. Der Grundgedanke von Microsoft: Sowohl auf PCs, Laptops als auch Tablets soll der Nutzer nun das gleiche Betriebssystem verwenden können. Das hat natürlich seine Vorteile – allerdings verlangt der Konzern dafür seinen Kunden einiges ab. Taugt Windows 8 auch im Alltag?

Über Jahre gingen die Marktanteile von Microsoft bei den Betriebssystemen steil nach oben, um seit dem Boom der Tablets und Smartphones wieder geringer zu werden. Aber auch der Rivale aus Cupertino, Apple, hat Microsoft zuletzt zugesetzt und konnte mit den Mac-Books neue Kunden gewinnen. Daher war es für Microsoft Zeit, neue Wege zu beschreiten. Herausgekommen ist ein Betriebssystem, das es in dieser Form noch nicht gab – und das sowohl per Touchscreen als auch per Maus und Tastatur bedient werden kann.

Und hier beginnt zunächst die Verwirrung. Bisher erschien nach dem Windows-Start der gewohnte Desktop mit Verknüpfungen, dem Startmenü und einer Leiste der gerade geöffneten Programme. Windows 8 hingegen präsentiert sich anders: Nach dem Einloggen bauen sich große Kacheln auf, die Verknüpfungen zu Programmen sind. Eine davon heißt: „Desktop“. Und damit wird klar: Windows 8 beinhaltet eigentlich zwei vollwertige Betriebssysteme: Ein etwas aufgepepptes Windows 7 mit einem Desktop, der allerdings kein Startmenü mehr mitbringt. Und eine Kacheloberfläche, die sich ganz leicht mit den Fingern bedienen lässt und auf der Programme laufen, die über einen App-Store erworben werden können. Das kommt von Android, iOS und Windows Phone doch sehr bekannt vor .

Windows 8 läuft nicht nur auf PCs und Laptops, sondern auch auf Tablets. Hier im Bild: Ein Sony Vaio Tap 20 mit Touchscreen und Tastatur. Foto: Microsoft

Wischen, Ziehen, Klicken

Wirklich sinnvoll nutzen lässt sich Windows 8, insbesondere in Bezug auf die Kacheln, nur mit einem Microsoft-Konto. Wer noch keines hat, sollte daher vor dem ersten Start eines anlegen. Verwenden Sie bereits eine live.de- oder hotmail.de-E-Mail-Adresse, verfügen Sie bereits automatisch über ein solches Konto. So wird es möglich, sich auf einem Windows-8-PC mit diesem Konto zu registrieren – und wichtige Einstellungen werden „in der Cloud“ gespeichert. Bei einem Festplattendefekt lassen sich zum Beispiel Einstellungen ganz leicht wiederherstellen.

Bedient wird Windows 8 mit Wischgesten, oder alternativ mit Rechts- beziehungsweise Links-Klicks einer Maus in die jeweiligen Bereiche. Das Wechseln zwischen geöffneten Programmen ist mit einem Wischen von links nach rechts möglich, eine Leiste mit wichtigen Funktionen wie Einstellungen oder auch einem Zurück-Button zur Kacheloberfläche erscheint mit einem Wischen von rechts nach links. Aber auch Gesten von oben nach unten (etwa für Tabs im Browser) oder von unten nach oben (zum Beispiel für weitere Optionen der gerade geöffneten App) sind möglich. Auch die Maus kann diese Funktionen übernehmen. Dann wird allerdings nicht gewischt (oder mit gedrückter linker Maustaste „gezogen“, wie sich vermuten ließe), sondern einfach mit dem Mauszeiger in die linke oder rechte obere Ecke gefahren oder im oberen oder unteren Bereich des Bildschirms ein Rechtsklick ausgeführt. Klingt kompliziert? Das ist es zunächst auch, allerdings machen die Gesten (und Klickfunktionen) nach einer

gewissen Eingewöhnungszeit durchaus Sinn. Unverständlich nur, warum Microsoft nicht nach dem ersten Einschalten eine Art Tutorial anbietet.

Eine Stärke der Kacheloberfläche ist ihre Multitasking-Fähigkeit. Während auf vielen Tablet-Computern immer nur eine App geöffnet sein kann und etwa zum Abruf neuer E-Mails ein anderes Programm verlassen werden muss, können in Windows 8 zwei Apps nebeneinander angezeigt werden. Auch das Abspielen eines Videos ist so möglich, während gleichzeitig das Textverarbeitungsprogramm geöffnet ist. Auf der klassischen Desktop-Oberfläche ist dies natürlich auch möglich, hier hat sich im Vergleich zu Windows 7 nichts geändert.

Direkt nach dem Start erscheint eine Oberfläche mit großen Kacheln, die nichts anderen sind als Verknüpfungen zu Programmen.

Windows 8 mit Maus und Tastatur: Tastenkürzel nutzen

Computer-Spezialisten schwören auf so genannte Tastenkürzel. Bei Windows 8 erhöhen sie die Arbeitsgeschwindigkeit im Vergleich zu Mausklicks deutlich. Einige Beispiele: Das Drücken der Windows-Taste auf der Tastatur führt direkt zur Kacheloberfläche. Dann ist es möglich, einfach einen Suchbegriff einzutippen, ohne eine weitere Aktion mit der Maus durchführen zu müssen. Sofort nach der Eingabe des ersten Buchstabens öffnet sich die so genannte Charmbar (so heißt die rechts ausklappbare Leiste offiziell) mit ihrem Suchfeld. Nach Eingabe des Suchbegriffs lässt sich auswählen, wo gesucht werden soll: In Dateien, Programmen, Einstellungen oder gleich im Internet?

Und noch viele andere „Shortcuts“ sind verfügbar. Windows-Taste plus „i“ öffnet das Menü Einstellungen, das sonst über die Charmbar zu erreichen ist, Windows plus „d“ zeigt aus jeder Situation heraus direkt den Desktop an, Windows plus „Druck“ erzeugt einen Screenshot und legt ihn unter „Eigene Bilder“ ab. Auf dem Desktop gelten die Tastenkürzel, die auch schon unter Windows 7 und älteren Windows-Versionen funktioniert haben.

App-Store: Angebot noch mangelhaft

Wie Apple verfolgt auch Microsoft das Ziel, dass zusätzliche Programme, die der Nutzer installieren möchte, vermehrt aus dem eigenen App-Store stammen. Der Kauf einer CD oder DVD würde damit überflüssig, der Umweg über den Handel ebenso. Dies soll nicht nur für Apps für die Kacheloberfläche, sondern vermehrt auch für Desktop-Programme gelten. Das Angebot an Programmen für Windows ist nach wie vor riesig. Denn auch unter Windows 8 laufen alle Programme, die für frühere Versionen geschrieben worden sind. Sie müssen sich daher nicht mit dem vorinstallierten Musikplayer oder pdf-Reader zufrieden geben. An für die Kacheloberfläche optimierten Apps fehlt es aber noch, auch wenn der App-Store wächst. Dass der Start von Windows 8 nicht so ganz gelungen ist, zeigt sich allein daran, dass das weltweit größte soziale Netzwerk Facebook keine eigene App für Windows 8 anbietet. Hier muss Microsoft also noch Überzeugungsarbeit leisten.

Schnellstes Windows aller Zeiten

In Sachen Geschwindigkeit ist Windows 8 zumindest eine kleine Revolution. Noch nie kam ein neues Betriebssystem auf den Markt und forderte die gleichen Systemvoraussetzungen wie sein einige Jahre alter Vorgänger – und nicht exorbitant höhere. Und der positive Eindruck bestätigt sich auch beim ersten Start. Microsoft hat sich bei der Programmierung einiger Tricks bedient, die einen kompletten Neustart des Computers, je nach Hardware, in weniger als 15 Sekunden möglich machen. Auch Standby und der von vielen Anwender genutzte Ruhezustand arbeiten unter Windows 8 deutlich schneller als gewohnt. Gut ist, dass mit Windows 8 keine abgespeckte Version mehr für langsamere und damit günstigere Computer notwendig wird. Für die zeitweise sehr beliebten Netbooks hatte Microsoft bei Windows 7 noch eine Starter-Edition eingeführt.

Fazit: Zunächst scheint bei der Bedienung mit Maus und Tastatur immer ein Mausklick mehr nötig zu sein als unter Windows 7. Wer sich etwas mit Windows 8 auseinandersetzt, wird aber sehr schnell merken, dass es sich durchaus effektiv bedienen lässt. Dennoch werden viele Nutzer das klassische Startmenü vermissen. Dafür arbeitet Windows 8 nicht nur auf dem Papier, sondern auch gefühlt flinker als jedes Windows zuvor. Und: Es ist nicht mehr nur auf den heimischen PC oder Laptop beschränkt, die gewohnte Oberfläche verbreitet sich damit auf mehr Geräte.

Vorsicht: Windows 8 ist nicht gleich Windows 8

Wie bei den Vorgängern verkauft Microsoft von Windows 8 mehrere Editionen. Die kleinste heißt schlicht „Windows 8“ und entspricht den bisherigen „Home Editions“. Für Freiberufler empfiehlt sich besonders „Windows 8 Pro“, es kann zum Beispiel mit einem Server zusammen arbeiten. Unternehmen setzen auf „Windows 8 Enterprise“. Und dann gibt es noch „Windows RT“. Das ist die Variante, die auf Tablets zum Einsatz kommt und KEINEN Desktop mitbringt. Damit ist auf Windows RT die für bisherige Windows-Versionen programmierte Software nicht lauffähig. Aus diesem Grund ist Windows RT bislang kein Verkaufsschlager – einige Hersteller statten daher auch ihre Windows-Tablets mit einer vollwertigen Windows-8-Version aus.

Darf's noch etwas mehr sein?

Im Netz gibt es jede Menge Nützliches, aber auch Nerviges über Journalismus

Von Thomas Mrazek

Wir sollen uns gut und intensiv über das eigene Metier informieren, wir sollen vielleicht selbst mitdebattieren über den Medienwandel, wir sollen – so denn auch dafür noch Zeit und Raum bleibt – möglichst auch experimentieren. Dieses „wir sollen" kommt nicht nur aus dem Mund von Netzgurus, Theoretikern aus dem Elfenbeinturm oder vermeintlichen Internet-Verstehern, sondern erfolgreiche Kollegen empfehlen uns diese „Strategien", um den Journalismus voran zu bringen.

Am leichtesten beginnen können wir beim ersten Punkt: Wir informieren uns über unser Geschäft. Eine gute Anlaufstelle sind hierfür die professionell betriebenen Mediendienste. Einen davon – Meedia – habe ich Ihnen hier schon mal in einer früheren Ausgabe empfohlen. Seit Juli 2008 bieten die Hamburger unter *www.meedia.de* täglich eine Vielzahl von aktuellen Informationen und Analysen – es entgeht einem fast nix. So weit, so gut. Manchmal ist es aber zu viel des Guten: Der „Sondernewsletter" mit dem Betreff „Die meistverkauften Playboys des Jahres" mag ja noch angehen – wozu gibt's eine Löschtaste. Richtig ärgerlich wurde es aber Anfang März: Da meldete der Sondernewsletter „dapd muss offenbar Betrieb einstellen" und im Twitter-Account wurde dann gleich für vollendete Fakten gesorgt: „Nach MEEDIA-Infos muss die abermals insolvente Agentur dapd ihre Arbeit einstellen." Getreu der Sentenz des Spruchdichters Freidank „Böse Nachricht nimmt immer zu. Gute Nachricht kommt bald zur Ruh", verbreitete sich dieser vermeintliche Fakt in Windeseile im Netz. Ein Bärendienst für alle Beteiligten. Stunden später teilte Meedia dann via Twitter mit: „Für Irritationen durch unsere Berichterstattung zur dapd möchten wir uns entschuldigen. Kommentar in eigener Sache" (siehe auch: tinyurl.com/dapd-meedia). Die Mediendienste im Web liefern sich ein Wettrennen um Nachrichten aus der Branche. „Analyse und Einordnung bleiben dadurch häufig auf der Strecke", so analysierte der Autor dieser Zeilen vor zwei Jahren für die Zeitschrift Message den Medienjournalismus im Netz, der insgesamt freilich nicht schlecht ist (siehe Message-Artikel: tinyurl.com/medienjournalismus-netz).

Böse Nachricht nimmt immer zu. Gute Nachricht kommt bald zur Ruh.

Aus Freidanks „Bescheidenheit", zwischen 1215 und 1230

Und es informieren ja auch immer wieder Kollegen selbst über empfehlenswerte und hilfreiche Fundstücke aus dem Netz. „In unserer Rubrik Breaking Stories weisen wir gemeinsam auf gute Geschichten und Recherchen aus anderen Zeitungen und Medien hin. Die Auswahl ist völlig willkürlich und durch nichts objektiv belegt", schreiben etwa die Kollegen des WAZ-Rechercheblogs *DerWesten* (derwesten-recherche.org). Was sich unverbindlich anhört, liefert immer wieder gute handverlesene Hinweise. So wies Daniel Drepper kürzlich etwa auf den PDF-Download des 80-seitigen Handbuchs „Story-based inquiry: a manual for investigative journalists" eines der besten investigativen Reporter, Mark Lee Hunter, hin (tinyurl.com/hunter-tipp). Pro domo veröffentlichte Drepper auf diesem Blog das Rechercheprotokoll seiner – zusammen mit Niklas Schenck – mit dem Wächterpreis ausgezeichneten Artikelserie zur deutschen Sportförderung (tinyurl.com/rechercheprotokoll).

Apropos Preise: Die Macher der werktäglich erscheinenden Medienkolumne Altpapier, Christian Bartels, Matthias Dell, René Martens und Klaus Raab, erhielten im Februar den Bert-Donnepp-Preis für Medienpublizistik. Sie ordneten das aktuelle Mediengeschehen ein und tauchten nicht nur nach Perlen, sondern dokumentierten auch „die Fehlleistungen einer oft und gern von sich selbst überzeugten Branche", begründet die Jury diese Wahl. Eine sehr gute Wahl: *http://weblogs.evangelisch.de/weblogs/d/Altpapier*

Zu schätzen gelernt hat der Autor auch das seit rund einem Jahr angebotene Blog Voll auf die Presse. Hier findet kein plumpes Bashing statt, die Macher dokumentieren hier vielmehr ihre Liebe zum Gedruckten: „Voll auf die Presse stellt sie vor; die Neuen und die Klassiker, die Abwegigen und die Lieblinge. Wir berichten von der Passion der Macher und dem guten Gefühl, ein Heft in der Hand zu halten." *(www.vollaufdiepresse.de).*

Vom heimischen Zeitschriftenmarkt ein Blick in die USA: Die in Seattle lebende Medienjournalistin Ulrike Langer liefert seit kurzem wieder regelmäßig ihre Linktipps vom Pazifik im Magazin *Vocer (tinyurl.com/langer-tipps).* New kids on the blog sind die beiden Journalisten Martin Giesler und Konrad Weber mit ihrem Anfang März gestarteten Social Media Watchblog – Ein Watchblog für Social Media und Big Data *(www.socialmediawatchblog.de).* Giesler, im Brotjob Onliner bei *heute.de,* betreibt außerdem das Blog 120sekunden.com, in welchem es unter anderem um die Digitalisierung des Journalismus geht, sehr empfehlenswert und seit kurzem auch mit einem wöchentlichen Newsletter im Angebot. Gieslers Schweizer Mitstreiter Konrad Weber arbeitet im Onlinebereich von Schweizer Radio und Fernsehen und bietet auf seiner Website unter anderem fundierte Anleitungen und Tipps zu Twitter, Storify und Journalismus 2.0: *www.konradweber.ch.*

Zum Schluss noch etwas „Abgehobenes": Mit 10.000 Flies hat im Januar Jens Schröder, Journalist unter anderem für Meedia, Autor und Daten-Analyst, ein neues Portal gestartet. 10.000 Flies soll zeigen, über welche Themen und Artikel deutschsprachiger Medien in den sozialen Netzwerken diskutiert wird. So entstehe ein „Ranking der Themen und Artikel, die die Nutzer bewegen, aufregen oder erfreuen" (www.10000flies.de). Wir werden uns auch an diesem Angebot erfreuen, davon darf's gerne etwas mehr sein.

Buchtipps

* Mit der ISBN-Suche der Wikipedia können Sie das entsprechende Werk in Bibliotheks- und Verbundkatalogen sowie im Buchhandel schnell finden.

Vielfalt, die fragmentiert

Vielfalt ist die Möglichkeit, aus mehreren verschiedenen Alternativen auswählen zu können. Wer viele Auswahlmöglichkeiten zur Verfügung hat, also zwischen mehreren Zeitungen, Radio- und TV-Programmen wählen kann, der kann sich ein rationales Urteil bilden und am politischen Leben teilnehmen. Soweit das Ideal. Die Realität sieht anders aus. Tageszeitungen werden von der Konkurrenz aufgekauft *(Frankfurter Rundschau)* oder mangels eigener Redaktion von Wettbewerbern mit Inhalten beliefert *(Westfälische Rundschau)*. Dem Leser werden diese Vorgänge unbeirrt als Beitrag zum Erhalt der publizistischen Vielfalt verkauft. Doch was bedeutet „publizistische Vielfalt" eigentlich? Ist sie strukturell oder inhaltlich gemeint? Von welchen Faktoren wird sie beeinflusst? Thomas Zerbacks Doktorarbeit gibt Antworten. Er durchpflügt bestehende Theorien zum Vielfaltsbegriff und empirische Studien. Und er erstaunt mit dem Ergebnis, „dass größtmögliche Vielfalt nicht notwendigerweise größtmöglichen Nutzen erbringt", weil sie die Gesellschaft fragmentiert. Zerback arbeitet theoretisch, weniger empirisch. Was also in Frankfurt und Dortmund gerade geschieht, werden Empiriker in Fallstudien aufschreiben müssen. Aber bitte mit korrekter Interpunktion, deren Regeln der Münchner Kommunikationswissenschaftler Zerback erschreckenderweise nicht beherrscht.

Senta Krasser

Thomas Zerback: Publizistische Vielfalt. Demokratischer Nutzen und Einflussfaktoren, UVK 2013, 373 Seiten, 49 Euro, ISBN 978-3-86764-405-1.
ISBN-Suche der Wikipedia*: tinyurl.com/vielfalt-isbn. Verlagsinformationen zum Buch: tinyurl.com/vielfalt-buch

Entdeckungstour in hyperlokale Welten

Die Medienjournalistin Ulrike Langer lebt seit dem Sommer 2011 in Seattle und ist bestens mit den Entwicklungen und Trends im amerikanischen Online-Journalismus vertraut. Kostproben von Langer, die unter anderem für das Bildungs- und Sozialwerk des BJV Seminare zur Blog-Selbstvermarktung hält, finden Sie unter: *www.medialdigital.de*. Das vorliegende Werk verwundert zunächst aufgrund der Ausrichtung – was hat der Verlegerverband denn mit hyperlokalen Modellen am Hut? Doch hier wird schon weitergedacht: „Auf dem US-Medienmarkt werden kooperative hyperlokale Modelle ausprobiert. Wenn sie funktionieren, können sie für Verlage, unabhängige Portale und Nutzer zu einer Win-win-win-Situation führen." Eine wohlklingende Option, die auch für den hiesigen Markt erstrebenswert erscheinen könnte. Langer beschreibt, wo und wie ganz verschiedene hyperlokale Experimente funktionieren und worauf es ankommt. Er nennt Beispiele aus den USA, aber auch deutsche wie die *Tegernseer Stimme* und *MyHeimat*. Besonders interessant und gut nachvollziehbar sind auch die Kapitel rund um die Vermarktung solcher lokaler Seiten. Sowohl für Zeitungskollegen, die ihr Online-Angebot weiterentwickeln müssen, als auch für Betreiber von Lokalblogs ist diese Entdeckungstour sehr zu empfehlen.

Thomas Mrazek

Ulrike Langer/Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.): Hyperlocal 2.0 – Trends, Strategien und erfolgreiche Fallbeispiele. Berlin 2012, BDZV, Berlin, 2012, 84 Seiten, 98 Euro (Sonderkonditionen für die BDZV-Mitgliedsverlage: Printfassung: 38 Euro, PDF-Datei: 38 Euro, Studenten erhalten das PDF für ebenfalls 38 Euro).
Informationen zum Buch: tinyurl.com/hyperlocal20

Wegweiser zur Neuorientierung

Die Herausgeber dieses Grundlagenwerks wissen gut Bescheid über den gegenwärtigen Zustand des Journalismus und den immer noch im Gange befindlichen Medienwandel. Klaus Meier lehrt an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt Journalistik, Christoph Neuberger ist Professor für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Medienwandel an der Universität München – beide Hochschulen bilden auch Journalisten aus. In vier Kapiteln (Politische und ökonomische Voraussetzungen; Qualität, Management und Verantwortung; Der Journalismus und sein Publikum; Vergleiche und Entwicklungen) referieren hierzu 15 Journalismusforscher vorwiegend zu ihren Spezialgebieten. Das ist mitunter recht lehrreich für den Praktiker, wie zum Beispiel Ralf Hohlfelds „Journalistische Beobachtungen des Publikums". Manchmal ist es allerdings auch „Knäckebrot" wie etwa in Armin Scholls Aufsatz „Theorien des Journalismus im Vergleich" – sicherlich fundiert, aber doch etwas abstrakt für Journalisten. „Nicht nur der Journalismus ist dabei sich neu zu erfinden", auch die Forschung, die sich mit ihm beschäftigt, muss sich neu orientieren, schreiben die Herausgeber. Mit diesem Werk ist eine gute Basis dafür gelegt, möge es auch viele kritische Leser aus der Praxis finden.

Thomas Mrazek

Klaus Meier, Christoph Neuberger (Hg.): Journalismusforschung. Stand und Perspektiven. Nomos, Baden-Baden, 2013, 245 Seiten, 34 Euro, ISBN 978-3-8329-7542-5, ISBN-Suche der Wikipedia*: tinyurl.com/journalismusforschung-isbn.
Verlagsinformationen zum Buch: tinyurl.com/journalismusforschung

„Die Vorglüher“

Von Alois Knoller

„Erst der Skandal ums Pferdefleisch, dann der Wirbel um falsch ausgezeichnete Bio-Eier, am Freitag nun der nächste Aufreger . . .“ Wo war das zu lesen? In der Boulevardpresse? In einem Kommentar? Mitnichten. Es ist der Beginn des Titel-Aufmachers der *Augsburger Allgemeinen* am 2. März 2013. Lieber Leser, sagt dieser Einstieg, halt deinen Adrenalinspiegel hoch. Noch weißt du nicht Bescheid, aber aufregen darfst du dich schon mal. Die aufgezählten Vorgänge hatten zwar keinen wirklichen Zusammenhang, außer dass sie irgendwie Lebensmittel betrafen und kurz nacheinander aufgedeckt wurden. Aber wir, die Redaktion, gaukeln dir Kausalitäten vor, damit du in deinen immer schon gehegten Vorurteil aufs Neue bestätigt wirst, dass es immer schlimmer wird bei uns und überhaupt.

Gab es da nicht mal Regeln für die Nachricht als journalistischer Stilform? Das Neue, Wichtige und Interessante sollte im ersten Satz stehen, der praktischerweise auch die W-Fragen beantwortet nach Wer, Was, Wann, Wo. Das Ganze in einer sachlichen, präzisen Sprache. So nachzulesen in „Das neue Handbuch des Journalismus“ (2012). Von Stimmungsmache steht dort nichts.

Genau selbige feiert indes fröhliche Urständ in Berichten und Nachrichten vieler Regionalzeitungen. Bedenkenlos schlendern sie auf dem Boulevard, suchen das Grelle, Schreiende und scheuen auch die plumpe Anmache nicht. Der Leser möchte unterhalten sein, möchte an der Hand genommen und bestätigt werden, sagen die Redaktionen. Deswegen braucht es einen möglichst emotionalen Einstieg in die Zeitungsartikel, gewissermaßen ein Vorglühen des Lesers, bevor er die nackten, kalten Tatsachen zur Kenntnis nimmt. Erst einmal die Leute ordentlich in Stimmung bringen, vielleicht sogar ein bisserl beschwipsen. Das hebt die Laune, die frühmorgens bei der Zeitungslektüre eh noch nicht die beste ist. Früher mussten die redaktionellen Inhalte für sich sprechen. Einige altmodische, oft ältere Leser schätzen solche journalistische Kargheit heute noch. Das galt dann aber als zu amtlich, zu kühl und zu nüchtern.

Tatsächlich gab es die Zeit, als die Nachrichtenagenturen geradewegs aus dem Polizeiprotokoll, aus der offiziellen Verlautbarung und dem behördlichen Bescheid zitiert hatten, dass es nur so „ungte“. Als die „Verschiebung der Anpassung“ vermeldet und eine baldige „Verwirklichung einer Nachfolgeregelung“ gefordert wurde. Weil es im Wettlauf um den redaktionellen Kunden schnell gehen musste, war die Nachrichtensprache der Agentur aus Floskeln gestanzt und wichtigtuerisch geschachtelt. Wolf Schneider hatte sich schon in seinem Klassiker „Deutsch für Profis“ (1984) darüber mokiert und darum gebeten, bitteschön keine Wortwürste mehr zu stopfen. Inzwischen ist bei den Agenturkollegen ein deutlicher Lernerfolg eingetreten. Ihre Leadsätze sind richtig lesbar geworden, mitunter sogar normales, gutes Deutsch. Zum Beispiel (am selben 2. März in der Zeitung): „Die deutschen Landbesitzer müssen in ihren Wäldern keine Jagd mehr in Kauf nehmen.“ Geht doch.

Ach wäre doch mancher Lokalberichterstatter stilistisch auch schon so weit! Aus bramarbasierendem Wortgewürge, aufgeblasenem Bombast und angeberischem Pseudo-Expertentum wird auch in lustig-lockerer Verkleidung noch kein lesenswerter Text. Es geht nichts über die Demut vor den Fakten, die in geduldigem Nachforschen mit präzisen Fragen erhoben werden. Genaue Kenntnis der Vorgänge, ihrer Ursachen und Folgerungen bewahrt vor voreiligen Urteilen und Parolen. Dieses edle Material lässt sich dann auch in einer unterhaltsamen Form aufbereiten. Seriosität und Witz bilden keine Gegensätze, solange sich der Leser nicht an der Nase herumgeführt oder unter seinem Niveau angesprochen fühlt.

Grundkurse und Seminare der Akadamie der Bayerischen Presse

Februar

Mobile Publishing II – Praxis 22. - 24. April
Investigative Recherche I + II 29. - 30. April
Presserecht und Medienethik 29. - 30. April

Mai

Sprechen fürs Radio 2. - 3. Mai, Kulmbach
Politikjournalismus 2013 2. - 3. Mai
Boulevardjournalismus 6. - 8. Mai
Der Gerichts- und Polizeireporter 6. - 8. Mai
Fernsehmoderation I 13. - 17. Mai
MiR - der Chefredakteur als Unternehmer 15. - 17. Mai
Reportage I + II 21. - 24. Mai
Interview für Hörfunk und Fernsehen 21.- 24. Mai
Stimmbildung 23. - 24. Mai, Kulmbach
Texten fürs Radio 27. - 29. Mai, Kulmbach
Photoshop CS6 27. - 29. Mai

Juni

Titel, Vorspann, BU – Zeitschrift 3. - 4. Juni
Homepage bauen mit Wordpress 3. - 4. Juni
Fotojournalismus 3. - 7. Juni, Kulmbach
Redigieren – Zeitschrift 5. - 7. Juni
Bloggen 5. - 7. Juni
Bücher schreiben - Belletristik I + II 8. - 9. Juni
Reden schreiben I + II 10. - 11. Juni
Crossmedia für Fachzeitschriften 10. - 12. Juni
FJ - Crossmedial arbeiten 13. Juni
Suchmaschinenoptimierung - SEO I 13. - 14. Juni
FJ - Urheber- und Verwertungsrecht 14. Juni
Der Videoreporter I 17. - 21. Juni, Kulmbach
Erzählender Journalismus 17. - 21. Juni
Magazinlayout und -design 17. - 21. Juni
Online-Videos I 24. - 28. Juni
FJ - Themen- und Textmarketing 24. - 25. Juni
Kundenzeitschriften 26. - 28. Juni

Pressestellen-Information von A bis Z

Hier finden Sie die Einträge von Pressestellen aus den Bereichen Bildung/Wissenschaft (BW), Medien (M), Messen/Ausstellungen (MA), Finanzen (F), Versicherungen (V), Energie (E), Verkehr (VK), Unternehmen (U), Kammern (K), Verbände(VB), Soziales/Kirche (SK) sowie Dienstleister/Service (DS):

A
AFAG Messen und Ausstellungen (MA)
AGCO FENDT (U)
AOK Bayern (V)
AUDI (U)

B
Bauindustrie Bayern / Bayerischer Bauindustrieverband (VB)
Bayerische Börse / Börse München (F)
Bayerische Landesärztekammer (K)
Bayerische Landeszahnärztekammer (K)
Bayerischer BauernVerband (VB)
Bayerischer Jagdverband (VB)
Bayerngas (E)
Bayernhafen Gruppe (VK)
Bayern Innovativ (W)
Bayern LB (F)
BayWA (U)
Berufliche Fortbildungszentren (bfz) der Bayerischen Wirtschaft (BW)
Bischöfliche Aktion Adveniat (SK)
BMW Group (U)

C
Caritasverband der Erzdiözese München und Freising (SK)
Caritasverband für die Erzdiözese Bamberg (SK)

D
Das Bayerische Baugewerbe / LV Bayerischer Bauinnungen (VB)
DIEHL Diehl Stiftung (U)
Dräxlmaier Group (U)

E
E.ON Bayern (E)
Erdgas Schwaben (E)
ESB Energie Südbayern (E)
E-T-A Elektrotechnische Apparate (U)

F
Fachverband Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik Bayern (VB)
Flughafen München (VK)
Fraunhofer-Einrichtung für Systeme der Kommunikationstechnik ESK (BW)
Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS (BW)
Fraunhofer-Zentrale (BW)

G
Generali Versicherungen (V)
GfK Grow from Knowledge (U)
GMC-I Messtechnik (U)
GVB Genossenschaftsverband Bayern (F)

H
Handwerkskammer für München und Oberbayern (K)
Hanns-Seidel-Stiftung (BW)
Hochschule Hof (BW)

I
IHK Nürnberg für Mittelfranken (K)
Interhyp Baufinanzierung (F)

L
Landesvereinigung der Bayerischen Milchwirtschaft (VB)
LBS Bayerische Landesbausparkasse (F)
LEW Lechwerke (E)
LfA Förderbank Bayern (F)
Linde Material Handling (U)
Littmann Bürodienstleistungen (DS)
LMU Ludwig-Maximilians-Universität München (BW)
LOEWE (U)

M
Messe München (MA)
MR Maschinenfabrik Reinhausen (U)
MTU Aero Engines (U)

N
N-ERGIE (E)
NÜRNBERGER Versicherungsgruppe (V)

O
OMV Deutschland (U)
OSRAM (U)

P
Porsche (U)

R
RMD Rhein-Main-Donau (E)

S
SIEMENS Region Bayern (U)
Sparkassenverband Bayern (F)
Stadtsparkasse München (F)
StWN Städtische Werke Nürnberg (U)
Süddeutscher Verband reisender Schausteller und Handelsleute (VB)
swa Stadtwerke Augsburg (E)

T
Thüga (E)
TK Techniker Krankenkasse (V)
TÜV Rheinland (U)
TUM Technische Universität München (BW)

V
VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft (VK)
VBEW Verband der Bayerischen Energie- und Wasserwirtschaft (VB)
VdK Bayern Sozialverband (SK)
Verband der Chemischen Industrie LV Bayern (VB) / Verein der Bayerischen Chemischen Industrie (VB)
Versicherungskammer Bayern (V)
VGN Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VK)

W
WBG Nürnberg Gruppe (U)

Dank auch an folgende Inserenten:
Akademie der Bayerischen Presse
HypoVereinsbank – Member of UniCredit
Landesjagdverband Bayern – Bayerischer Jagdverband
LBS Bayerische Landesbausparkasse
Presse-Versorgung (Versorgungswerk der Presse)
Sozialverband VdK Bayern

Kontaktbörse „Pressestellen"

Die Rubrik „Pressestellen" im *BJVreport* ist ein gern genutzter „Treffpunkt" für Kammern, Verbände, Organisationen, Dienstleister und Unternehmen aus vielen Bereichen, die regelmäßige und fundierte Pressearbeit betreiben. Nutzen Sie diese Plattform ein ganzes Jahr lang (sechs Ausgaben) für nur 1.300,- € inkl. Gestaltung nach Ihren Vorgaben und zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6x jährlich,** jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** ca. vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter www.bjv.de • **Planung/Abwicklung:** PETER & WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer, Allersberger Str. 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

BILDUNG/WISSENSCHAFT

Bayern Innovativ

Leiterin Unternehmenskommunikation
Dr. Petra Blumenroth
Tel. +49 911-2 06 71-116
Fax +49 911-2 06 71-792
blumenroth@bayern-innovativ.de

Pressereferent
Christoph Kirsch
Tel. +49 911-2 06 71-151
Fax +49 911-2 06 71-766
kirsch@bayern-innovativ.de

Bayern Innovativ · Gesellschaft für Innovation und Wissenstransfer mbH
Gewerbemuseumsplatz 2 · 90403 Nürnberg · www.bayern-innovativ.de

Wir eröffnen Perspektiven

Berufliche Fortbildungszentren der Bayerischen Wirtschaft (bfz) gemeinnützige GmbH
Unternehmenskommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Almuth Baron-Weiß
Infanteriestraße 8, 80797 München
Telefon: 089 44108-216, Telefax: 089 44108-388
E-Mail: baron-weiss.almuth@zentrale.bfz.de

www.bfz.de

Fraunhofer

Franz Miller

Leiter Presse und Öffentlichkeitsarbeit
Fraunhofer-Zentrale

Hansastraße 27c | 80686 München
Telefon +49 89 1205-1301
presse@zv.fraunhofer.de
www.fraunhofer.de

Fraunhofer ESK

Susanne Baumer

Leiterin Presse und Öffentlichkeitsarbeit
Fraunhofer-Einrichtung für
Systeme der Kommunikationstechnik ESK

Hansastr. 32 | 80686 München
Telefon +49 89 547088-353 | Mobil +49 151 12160404
susanne.baumer@esk.fraunhofer.de
www.esk.fraunhofer.de

akademie
der bayerischen presse

- **Videoreporter-Kurs ?**
- **Fernsehmoderation ?**
- **Selbstmarketing für freie Journalisten ?**
- **Mobile Publishing ?**
- **Facebook, Twitter, Google+ ?**
- **Kreatives Schreiben ?**

Über 250 Workshops, Kurse und Seminare für journalistische Einsteiger und Profis.
Das **Akademie-Programm 2013** ganz einfach zu buchen im Web: **www.a-b-p.de**

Akademie der Bayerischen Presse
Rosenheimer Straße 145c • 81671 München • Telefon 089 4999920
Do you like it? http://www.facebook.com/Akademie.der.Bayerischen.Presse

BILDUNG/WISSENSCHAFT

Fraunhofer IIS

Thoralf Dietz

Leiter Presse und Öffentlichkeitsarbeit
Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS

Am Wolfsmantel 33 | 91058 Erlangen
Telefon +49 9131 776-1630 | Mobil +49 171 7632048
thoralf.dietz@iis.fraunhofer.de
www.iis.fraunhofer.de

Hanns Seidel Stiftung

www.hss.de

Hanns-Seidel-Stiftung e.V.

Hubertus Klingsbögl
Pressesprecher

Lazarettstraße 33 | 80636 München
Tel. +49 (0) 89 12 58-253 | Fax: -363

E-Mail: presse@hss.de

hochschule hof
University of Applied Sciences

Kirsten Broderdörp
Pressesprecherin

Alfons-Goppel-Platz 1
95028 Hof

Tel. 09281 / 409 3081
Fax 09281 / 409 55 3081
Mobil 0172 / 6767154

www.hof-university.de

kirsten.broderdoerp@hof-university.de

LMU LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN

Luise Dirscherl
Kommunikation und Presse
Leitung

Leopoldstr. 3
80802 München

Tel: 089 / 2180 - 2706
Fax: 089 / 33 82 97

www.lmu.de

E-Mail: dirscherl@lmu.de

Technische Universität München

Dr.
Ulrich Marsch

Pressesprecher des Präsidenten
Leiter Presse & Kommunikation

Arcisstr. 21
80333 München

Tel + 49.89.289.22778
Fax + 49.89.289.23388

marsch@zv.tum.de
www.tum.de

Bitte beachten Sie die aktuellen Termine

Ausgabe *BJVreport*	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
3/2013	17. Mai	5. Juni	15. Juni
4/2013	19. Juli	7. August	17. August
5/2013	20. September	9. Oktober	19. Oktober
6/2013	15. November	4. Dezember	14. Dezember

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Buchungen und Druckvorlagen an Anzeigenmarketing *BJVreport*:
PETER&WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer
Telefon 0911/4245930, Fax 0911/4245959, info@pundwag.de

MESSEN/AUSSTELLUNGEN

AFAG WIR MACHEN MESSEN

Wolfgang Heinrich
Presse und Öffentlichkeitsarbeit

AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Messezentrum 1 · 90471 Nürnberg
Telefon (0911) 9 88 33 - 145 · Fax (0911) 9 88 33 - 245

www.afag.de · E-Mail: wolfgang.heinrich@afag.de

Messe München International

MESSE MÜNCHEN GmbH

Dirk Sturny
Leiter Zentralbereich Unternehmenskommunikation

Messegelände, D-81823 München
Tel.: +49 (0)89 9 49 - 2 07 30
Fax: +49 (0)89 9 49 - 9 72 07 30
E-Mail: dirk.sturny@messe-muenchen.de
www.messe-muenchen.de

FINANZEN

Bayerische Börse AG, Träger der
börse münchen

Ulrich Kirstein
Pressereferent

Karolinenplatz 6
80333 München
Telefon 089 549045-25
Fax 089 549045-55
kirstein@boerse-muenchen.de
www.bayerische-boerse.de

Kommunikation & Presse

Brienner Straße 18
80333 München
Telefon +49 89 2171-27176
mailto: presse@bayernlb.de
www.bayernlb.de

Matthias Priwitzer *Leiter*
Matthias Lücke *Pressesprecher*

Sie haben Fragen zur BayernLB? Wir geben Ihnen die Antworten!
Selbstverständlich erreichen Sie uns rund um die Uhr.

BayernLB

GVB
Genossenschaftsverband Bayern

Dr. Jürgen Gros • Pressesprecher
Chefredakteur „Profil - das bayerische Genossenschaftsblatt“
Türkenstraße 22 - 24 • 80333 München
Tel. 0 89/28 68-34 02 • Fax 0 89/28 68-34 05
E-Mail presse@gv-bayern.de
www.gv-bayern.de

Ihre Ansprechpartner:

Christian Kraus
Leiter Unternehmenskommunikation

Telefon: 089 - 20 30 7 13 01
Telefax: 089 - 20 30 75 13 01
christian.kraus@interhyp.de

Heidi Müller
Leiterin Public Relations

Telefon: 089 - 20 30 7 13 05
Telefax: 089 - 20 30 75 13 05
heidi.mueller@interhyp.de

Interhyp AG
Parkstadt Schwabing
Marcel-Breuer-Str. 18
80807 München
www.interhyp.de

interhyp
Baufinanzierung

LBS

LBS Bayerische Landesbausparkasse
Zentralbereich Unternehmenskommunikation

Alexandra Fritsche
Joachim Klein (Ltg.)
Dominik Müller
Christiane Stiller
Dorothea Ziegler

Arnulfstraße 50
80335 München
Telefon (089) 21 71 - 4 62 24
Telefax (089) 21 71 - 4 70 18
presse@lbs-bayern.de
www.lbs-bayern.de

Wir geben Ihrer Zukunft ein Zuhause.
Sparkassen-Finanzgruppe

LfA FÖRDERBANK BAYERN

Florian Albert
Vorstandsbüro / Presse

Königinstraße 17
80539 München

Telefon: 089 / 2124 - 22 26
Telefax: 089 / 2124 - 23 22

www.lfa.de

florian.albert@lfa.de

Sparkassenverband Bayern

Eva Mang
Dipl.-Volkswirtin

Pressesprecherin
Bereich
Presse- & Öffentlichkeitsarbeit, Gremien

Karolinenplatz 5, 80333 München
Telefon 089 2173-2009
Telefax 089 2173-2118
Mobil 0170 2208491
E-Mail Eva.Mang@svb-muc.de

Dr. Joachim Fröhler
Pressesprecher
Leiter Abteilung Presse | Interne Kommunikation

Sparkassenstraße 2 · 80331 München
Tel. 089 2167-47301 · Fax 089 2167-947301
presse@sskm.de · www.sskm.de/presse

facebook.com/Stadtsparkasse.Muenchen
xing.com/companies/sskm
blog.sskm.de

Stadtsparkasse München

GESUNDHEIT IN BESTEN HÄNDEN

In allen Fragen der Gesundheitspolitik und der Krankenversicherung sind wir gerne auch Ihr Ansprechpartner.

Michael Leonhart M.A.
Pressesprecher

AOK Bayern - Die Gesundheitskasse
Zentrale
Carl-Wery-Straße 28 / 81739 München
Tel.: 089/62730 146 / Fax 089/62730 650099
www.aok.de / Email: presse@by.aok.de

AOK Die Gesundheitskasse.

Generali Versicherungen
Ihre Ansprechpartner

Dr. Kerstin Bartels
Bereichsleiterin Presse/
Unternehmenskommunikation
Telefon (089) 5121-8700
Telefax (089) 5121-1045
kerstin bartels@generali.de

Björn Collmann
Pressesprecher Leben/Altersvorsorge
Telefon (089) 5121-2268

Christian Krause
Pressesprecher Komposit
Telefon (089) 5121-2283

Generali Versicherungen
Adenauerring 7
81737 München
www.generali.de

GENERALI Versicherungen

VERSICHERUNGEN

Ulrich Zeidner
Abteilungsleiter Medien

NÜRNBERGER VERSICHERUNGSGRUPPE

Generaldirektion Nürnberg
Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg
Telefon 0911 531-6221, Fax 0911 531-816221
ulrich.zeidner@nuernberger.de
www.nuernberger.de

Techniker Krankenkasse
Landesvertretung Bayern
Pressestelle

Oberbayern und Schwaben
Kathrin.Heydebreck@tk.de
Tel. 089 - 490 69-632

Niederbayern, Oberpfalz
Stephan.Mayer@tk.de
Tel. 089 - 490 69-621

Franken
Peter.Schieber@tk.de
Tel. 09 11 - 23 66-302

Techniker Krankenkasse
Gesund in die Zukunft.

VERSICHERUNGSKAMMER BAYERN
Finanzgruppe

Claudia Scheerer
Pressesprecherin

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de

Tel. 089/2160-3050
Fax 089/2160-3009
Claudia.Scheerer@vkb.de

Ist Ihr Eintrag noch aktuell?

Bitte prüfen Sie Ihren Pressestellen-Eintrag in jeder Ausgabe. Text- und Farbkorrekturen, Logo-Änderungen erledigen wir gerne für Sie – nach Ihren Vorgaben und kostenlos!

Ihr BJV Kontakt für Anzeigen und Pressestellen-Einträge:
PETER & WERBUNG, Manfred Peter/Sabrina Sporer,
Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg,
Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

bayerngas
Energiepartnerschaft mit Zukunft

Dirk Barz
Pressesprecher

Tel.: +49 (0) 89. 72 00 - 339
Fax: +49 (0) 89. 72 00 - 448

Bayerngas GmbH
Poccistraße 9
80336 München

dirk.barz@bayerngas.de
www.bayerngas.de

E.ON Bayern
Ihre Ansprechpartner

Josef Schönhammer
Leiter Unternehmenskommunikation/
Vorstandsangelegenheiten
Tel. 0941 / 201-7020, Fax 0941 / 201-7023
Mobil 0179 / 123 83 27
josef.schoenhammer@eon-bayern.com

E.ON Bayern AG
Lilienthalstr. 7, 93049 Regensburg

www.eon-bayern.com

e·on | Bayern

ENERGIE

ENERGIE

erdgas schwaben

Dipl.-Journ.
Cornelia P. Benesch
Leiterin Mediale Kommunikation

erdgas schwaben gmbh
Bayerstr. 43 · 86199 Augsburg
Telefon +49 821 9002-360
Telefax +49 821 9002-365

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

Mit **Energie** im Dialog.

Bettina Gaebel
Leitung Marketing & Unternehmenskommunikation

Energie Südbayern GmbH
Ungsteiner Straße 31
81539 München
Telefon: 089/680034-61
Telefax: 089/680035-19
E-Mail: bettina.gaebel@esb.de
Internet: www.esb.de

ESB
IDEEN. INNOVATIONEN. ENERGIE.

LEW
Lechwerke

Ansprechpartner für die Presse

Dr. Thomas Renz
Leiter Kommunikation
T +49 (0)821/328-1862
F +49 (0)821/328-1660
thomas.renz@lew.de

Ingo Butters
Pressesprecher
T +49 (0)821/328-1673
F +49 (0)821/328-1660
ingo.butters@lew.de

VORWEG GEHEN

Lechwerke AG ▪ Schaezlerstraße 3
86150 Augsburg ▪ www.lew.de

N-ERGIE
AKTIENGESELLSCHAFT

Melanie Söllch
Leiterin Unternehmenskommunikation
Pressesprecherin

Am Plärrer 43
90429 Nürnberg

Telefon 0911 802-58050
Telefax 0911 802-58053

E-Mail: melanie.soellch@n-ergie.de
www.n-ergie.de

RMD
RHEIN-MAIN-DONAU

Jan Kiver
Pressesprecher

Leiter
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
Vorstandsbüro

Rhein-Main-Donau AG
Blutenburgstraße 20
80636 München
T +49 89 99222-105
F +49 89 99222-106
M +49 171 2369982
jan.kiver@rmd.de
www.rmd.de

Stadtwerke Augsburg Holding GmbH
Konzernmarketing und Kommunikation/PR
Jürgen Fergg
Pressesprecher
Hoher Weg 1 - 86152 Augsburg
Tel. 0821 / 6500-8046
Fax. 0821 / 6500-8097
presse@stawa.de

swa
Stadtwerke Augsburg

Carmen Meinhold
Pressesprecherin

Thüga Aktiengesellschaft
Nymphenburger Straße 39 | 80335 München
Fon +49 (0)89 381 97-15 42
Fax +49 (0)89 381 97-15 35
carmen.meinhold@thuega.de | www.thuega.de

thüga
Das große Plus für alle

Bitte beachten Sie die aktuellen Termine

Ausgabe *BJVreport*	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
3/2013	17. Mai	5. Juni	15. Juni
4/2013	19. Juli	7. August	17. August
5/2013	20. September	9. Oktober	19. Oktober
6/2013	15. November	4. Dezember	14. Dezember

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Buchungen und Druckvorlagen an Anzeigenmarketing *BJVreport*:
PETER&WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer
Telefon 0911/4245930, Fax 0911/4245959, info@pundwag.de

VERKEHR

Bayernhafen GmbH & Co. KG
Linzer Straße 6 · D-93055 Regensburg

Karin Moro
Unternehmenskommunikation
Tel.: +49 (0) 941 / 7 95 04-10
k.moro@bayernhafen.de

www.bayernhafen.de

bayernhafen Gruppe

Aschaffenburg – Bamberg – Nürnberg – Roth – Regensburg – Passau

Flughafen München

Unternehmenskommunikation
Hans-Joachim Bues
Postfach 23 17 55
85326 München
Telefon: (0 89) 9 75-4 10 00
Fax: (0 89) 9 75-4 10 06
E-Mail: achim.bues@munich-airport.de
www.munich-airport.de

VAG
Verkehrs-Aktiengesellschaft Nürnberg

Melanie Söllch
Leiterin Unternehmenskommunikation
Elisabeth Seitzinger
Pressesprecherin
Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg
Telefon 0911 271-3613
Telefax 0911 271-3152
E-Mail: elisabeth.seitzinger@stwn.de
www.vag.de

Verkehrsverbund Großraum Nürnberg GmbH

VGN • Rothenburger Str. 9 • 90443 Nürnberg
Tel. 0911 27075-43 • Fax 0911 27075-50
Internet: http://www.vgn.de
E-Mail: manfred.rupp@vgn.de

Manfred Rupp
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Menschen wie du und ich

Auch Redakteure, Journalisten und Medienmitarbeiter haben ihre Hobbies, arbeiten in Haus und Garten, treiben Sport, fahren Auto (oder suchen ein neues), investieren in die Zukunft, versorgen sich im Alltag, machen Urlaub und verreisen und, und, und. Mit einem Satz – auch sie sind Verbraucher wie du und ich, die sich gerne informieren und „(ver)führen“ lassen.

Anzeigen im *BJVreport* sind imagebildend und verkaufsfördernd, sprechen starke Zielgruppen an – und unterstützen die Arbeit im BJV Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

***BJVreport* Anzeigenkontakt:** PETER **&** WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer, Allersberger Str. 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax 4245959, info@pundwag.de

UNTERNEHMEN

fendt.com

FENDT

AGCO/Fendt

Fendt bietet ein innovatives und ganzheitliches Produktprogramm. Mit den Fendt Traktoren und Erntemaschinen arbeiten professionelle Landwirte und Lohnunternehmer weltweit profitabel und wirtschaftlich. Weitere Informationen: **www.fendt.com/Presse**

AGCO GmbH (Fendt), Johann-Georg-Fendt-Str. 4, D- 87616 Marktoberdorf

Kontakt:

Sepp Nuscheler
Tel.: +49 (0) 8342/77-343
Fax: +49 (0) 8342/77-98598
pressestelle.fendt@AGCOcorp.com

Manja Morawitz
Tel.: +49 (0) 8342/77-271
manja.morawitz@AGCOcorp.com

AUDI AG
Kommunikation
85045 Ingolstadt

Telefon: +49 841 89-0
Telefax: +49 841 89-44040
E-Mail: audi-kommunikation@audi.de
Internet: www.audi-mediaservices.com

Toni Melfi
Leiter Kommunikation
Telefon: +49 841 89-92033
E-Mail: toni.melfi@audi.de

Jürgen De Graeve
Unternehmen
Telefon: +49 841 89-34084
E-Mail: juergen.degraeve@audi.de

Christian Bangemann
Produkt und Technologie
Telefon: +49 841 89-32260
E-Mail: christian.bangemann@audi.de

HANDELN MIT PERSPEKTIVE

BayWa AG
PR/Unternehmens-
kommunikation
Pressesprecherin:
Marion Danneboom

Arabellastraße 4
81925 München
Telefon 089 9222-3680
Telefax 089 9222-3698
www.baywa.com

BayWa

BMW GROUP

Rolls-Royce Motor Cars Limited

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

Bill McAndrews
Kommunikationsstrategie,
Unternehmens- und Marktkommunikation
Telefon: +49(0)89-382-22332
E-Mail: Bill.McAndrews@bmw.de

Ulrich Knieps
Produkt-, Technologie-, Sportkommunikation,
Dienstleistungen
Telefon: +49(0)89-382-24712
E-Mail: Ulrich.Knieps@bmw.de

Postanschrift
BMW AG
D-80788 München

Hausanschrift
BMW Haus
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

Verw.-Betriebswirt (VWA)
Michael Prymelski
Leiter Zentrale Öffentlichkeitsarbeit

Diehl Stiftung & Co. KG
Stephanstraße 49, 90478 Nürnberg
Telefon +49 911 947-2493, Telefax +49 911 947-3643
info@diehl.de

Dräxlmaier

Dräxlmaier Group

Pia-Maria Görner
Leitung
Unternehmenskommunikation

Dräxlmaier Group
Landshuter Straße 100
84137 Vilsbiburg | GERMANY

Telefon +49 8741 47-2760
Telefax +49 8741 47-1960
E-Mail: presse@draexlmaier.com

www.draexlmaier.com

MOVING AHEAD THE AUTOMOTIVE FUTURE

E-T-A®
ENGINEERING TECHNOLOGY

Thomas Weimann
Leiter Unternehmenskommunikation

E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH
Industriestraße 2-8, D-90518 ALTDORF
Telefon 09187 10-0
Telefax 09187 10-397
www.e-t-a.de

Telefon 09187 10-227
Telefax 09187 10-448
E-Mail Thomas.Weimann@e-t-a.de

GfK

Marion Eisenblätter
T +49 911 395 2645
marion.eisenblaetter@gfk.com

Corporate Communications
www.gfk.com
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Growth from Knowledge

UNTERNEHMEN

GOSSEN METRAWATT

Walter Liebers
Leiter MarketingKommunikation

GMC-I Messtechnik GmbH

Telefon +49 911 8602-572
Telefax +49 911 8602-674
Mobil +49 170 5654057
walter.liebers@gossenmetrawatt.com

Südwestpark 15
D-90449 Nürnberg
Telefon +49 911 8602-0
www.gossenmetrawatt.com

Linde Material Handling

Carl-von-Linde-Platz · 63743 Aschaffenburg · Telefon 06021 99-1409

Detlef Sieverdingbeck
Leiter Unternehmenskommunikation
detlef.sieverdingbeck@linde-mh.de

Heike Oder
Externe Kommunikation
heike.oder@linde-mh.de

Marcus Rügamer
Externe Kommunikation
marcus.ruegamer@linde-mh.de

Susanne Schmidtchen
Interne Kommunikation
susanne.schmidtchen@linde-mh.de

Alexandra Popp
Interne Kommunikation
alexandra.popp@linde-mh.de

LOEWE.

Loewe AG

Dr. Roland Raithel
Pressesprecher

Industriestraße 11
Postfach 15 54
96305 Kronach
Telefon: 0 92 61 / 9 92 17
Telefax: 0 92 61 / 99 444

Maschinenfabrik Reinhausen GmbH

Otmar Reichmeyer
Head of Communications

Falkensteinstraße 8
93059 Regensburg

Tel 0941/4090-648
Fax 0941/4090-666

www.reinhausen.com

o.reichmeyer@reinhausen.com

MTU Aero Engines

Deutschlands führender Triebwerkshersteller

MTU Aero Engines GmbH
Dachauer Straße 665
80995 München

www.mtu.de

Ihre Ansprechpartner:

Melanie Wolf
Leiterin Presse & PR
Tel.: +49 (0)89 1489 2698
Mail: Melanie.Wolf@mtu.de

Martina Vollmuth
Pressesprecherin
Fachpresse & Standorte
Tel.: +49 (0)89 1489 5333
Mail: Martina.Vollmuth@mtu.de

Eva Simon
Pressesprecherin Finanzen
Tel.: +49 (0)89 1489 4332
Mail Eva.Simon@mtu.de

Leiter Communications

Thomas Bauer
OMV Deutschland GmbH
Haiminger Str. 1
84489 Burghausen

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

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

Mehr bewegen. OMV

PUNKT-LANDUNG

Ihr Eintrag in der Rubrik PRESSESTELLEN verschafft übers ganze Jahr Kontakt zu Journalisten, Redakteuren und Mitarbeitern in den Medien, zu Pressesprechern in nahezu allen Bereichen, präsentiert Sie auf den Punkt in der Wirtschaft und bei Behörden, erreicht Politik und Kirche, Soziales und Bildungswesen – und mehr.

Zeigen auch Sie Flagge im Medienmagazin *BJVreport*: 1/8 Seite (86 x 60 mm) in allen sechs Ausgaben pro Jahr = 1.300,- €, auf Wunsch auch inklusive Gestaltung.

Der nächste *BJVreport* (alle 2 Monate) erscheint am 15.06.2013, Anzeigenschluss ist am 17.05.2013.
BJV Anzeigenannahme: PETER & WERBUNG, Manfred Peter/ Sabrina Sporer, Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

UNTERNEHMEN

Ihre Ansprechpartner. Wir stehen gerne zu Ihrer Verfügung

Dr. Constantin Birnstiel
Leiter Unternehmenskommunikation
c.birnstiel@osram.com
T: +49 89 6213-3600

Philipp Grontzki
Wirtschafts- und Finanzpresse
p.grontzki@osram.com
T: +49 89 6213-2129

Marion Reichl
OSRAM Opto Semiconductors
marion.reichl@osram-os.com
T: +49 941 850-1693

Stefan Schmidt
Leiter Media Relations
stefan.schmidt@osram.com
T: +49 89 6213-4680

Christian Bölling
Fachpresse und Technologiethemen
c.boelling@osram.com
T: +49 89 6213-2597

Julia Klostermann
j.klostermann@osram.com
T: +49 89 6213-4966

OSRAM

PORSCHE

Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
Öffentlichkeitsarbeit und Presse

Porscheplatz 1
70435 Stuttgart

Hans-Gerd Bode
Leiter Öffentlichkeitsarbeit und Presse
Tel.: 0711 911-27072
E-Mail: hans-gerd.bode@porsche.de

Achim Schneider
Leiter Unternehmenspresse
Tel.: 0711 911-27941
E-Mail: achim.schneider@porsche.de

Thomas Becki
Leiter Produkt- und Technikpresse
Tel.: 0711 911-24628
E-Mail: thomas.becki@porsche.de

SIEMENS

Bernhard Lott
Pressesprecher Siemens Region Bayern

Von-der-Tann-Str. 30
90439 Nürnberg
Tel. +49 (911) 654-3561
Fax +49 (911) 654-163561
Mobil +49 (174) 1560693
Mail: bernhard.lott@siemens.com

Richard-Strauss-Str. 76
81679 München
Tel. +49 (89) 9221-2312

StWN
Städtische Werke Nürnberg GmbH

Melanie Söllch
Leiterin Unternehmenskommunikation
Elisabeth Seitzinger
Pressesprecherin
Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg
Telefon 0911 271-3613
Telefax 0911 271-3152
E-Mail: elisabeth.seitzinger@stwn.de
www.stwn.de

TÜVRheinland®
Genau. Richtig.

Rainer Weiskirchen
Pressesprecher

Tillystr. 2, 90431 Nürnberg
Telefon: (0911) 6 55-4230, Mobil 0170 7 64 67 33
Telefax: (0911) 6 55-4235, rainer.weiskirchen@de.tuv.com

wbg
Nürnberg
Immobilien

Wohnen ist unser Produkt

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

Dieter Barth
Leiter Unternehmenskommunikation

Telefon 0911 8004-139
Telefax 0911 8004-201
barth@wbg.nuernberg.de

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

Wir gestalten LebensRäume.

BAYERISCHE LANDESÄRZTEKAMMER

Pressestelle

Dagmar Nedbal
Leiterin der Pressestelle,
Bayerisches Ärzteblatt,
Internet

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

BLZK
Bayerische LandesZahnärzte Kammer

Isolde M. Th. Kohl
Leiterin Geschäftsbereich Kommunikation
Tel.: 089 72480-102
Fax: 089 72480-444
Mail: ikohl@blzk.de

Bayerische Landeszahnärztekammer
Körperschaft des öffentlichen Rechts
Fallstraße 34, 81369 München
Internet: www.blzk.de

KAMMERN

Handwerkskammer für München und Oberbayern

Handwerkskammer für München und Oberbayern
Max-Joseph-Straße 4 · 80333 München · www.hwk-muenchen.de

Rudolf Baier
Telefon: 089 5119-121 · rudolf.baier@hwk-muenchen.de

Jens Christopher Ulrich
Telefon: 089 5119-122 · jens-christopher.ulrich@hwk-muenchen.de

Bitte beachten Sie die aktuellen Termine

Ausgabe *BJVreport*	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
3/2013	17. Mai	5. Juni	15. Juni
4/2013	19. Juli	7. August	17. August
5/2013	20. September	9. Oktober	19. Oktober
6/2013	15. November	4. Dezember	14. Dezember

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Buchungen und Druckvorlagen an Anzeigenmarketing *BJVreport*:
PETER&WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer
Telefon 0911/4245930, Fax 0911/4245959, info@pundwag.de

IHK Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken

Dr. Kurt Hesse	Geschäftsbereich Kommunikation
Hartmut Beck	Presse
Gunther Brieger	Internet

Hauptmarkt 25/27 | 90403 Nürnberg
Telefon 0911 1335 386, Fax -300

presse@nuernberg.ihk.de
www.ihk-nuernberg.de

DIRECTVERBINDUNG IM NETZWERK DER WIRTSCHAFT

VERBÄNDE

BAUINDUSTRIE BAYERN

Dr. Josef Wallner

Öffentlichkeitsarbeit und Volkswirtschaft
Bayerischer Bauindustrieverband e.V.

Oberanger 32
80331 München
Telefon 0 89/23 50 03-33
Telefax 0 89/23 50 03-71
j.wallner@bauindustrie-bayern.de
www.bauindustrie-bayern.de

Bayerischer BauernVerband

Brigitte Scholz
Leitung Kommunikation

Tel. 089/55873-210
Brigitte.Scholz@BayerischerBauernVerband.de

Max-Joseph-Str. 9 - 80333 München
Fax: 089/592311 - www.BayerischerBauernVerband.de

Kontaktbörse „Pressestellen"

Die Rubrik „Pressestellen" im *BJVreport* ist ein gern genutzter „Treffpunkt" für Kammern, Verbände, Organisationen, Dienstleister und Unternehmen aus vielen Bereichen, die regelmäßige und fundierte Pressearbeit betreiben. Nutzen Sie diese Plattform ein ganzes Jahr lang (sechs Ausgaben) für nur 1.300,- € inkl. Gestaltung nach Ihren Vorgaben und zzgl. MwSt.

Das Medienmagazin *BJVreport* erscheint **6x jährlich,** jeweils zur Monatsmitte im Februar, April, Juni, August, Oktober und Dezember • **Anzeigenschluss** ca. vier Wochen vorher • **Mediadaten** unter www.bjv.de • **Planung/Abwicklung:** PETER & WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer, Allersberger Str. 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

VERBÄNDE

Bayerischer Jagdverband e.V.

Thomas Schreder (Dipl. Biol.)
Leiter Kommunikation
Pressesprecher

Hohenlindner Str. 12 · 85622 Feldkirchen
Tel. 089 990 234 77 · Fax 089 990 234 35
Mobil 0160 72 11 369
E-mail: t.schreder@jagd-bayern.de
www.jagd-bayern.de

DAS BAYERISCHE BAUGEWERBE

Holger Seit
Fachgruppen, Öffentlichkeitsarbeit

Bavariaring 31
80336 München
Tel.: 089 / 76 79 - 133
Fax: 089 / 76 85 62
Mobil: 0172 / 595 59 59
seit@lbb-bayern.de
www.lbb-bayern.de

sanitär heizung klima

Fachverband Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik Bayern

Dr. Wolfgang Schwarz
Hauptgeschäftsführer

Pfälzer-Wald-Straße 32
81539 München

Telefon: +49 (0)89 54 61 57-15
Telefax: +49 (0)89 54 61 57-19

www.haustechnikbayern.de

presse@haustechnikbayern.de

Claudia Eberl
Öffentlichkeitsarbeit/Presse

Milch und Käse aus Bayern

Landesvereinigung der
Bayerischen Milchwirtschaft e.V.

Kaiser-Ludwig-Platz 2
80336 München

Telefon 089 / 54 42 25-25
Telefax 089 / 53 45 95

www.milchland-bayern.de
c.eberl@milchland-bayern.de

Nürnberger Volksfest
Bayerns zweitgrößtes Volksfest
Frankens Erlebnisvolksfest

Süddeutscher Verband reisender
Schausteller und Handelsleute e.V.
– Sitz Nürnberg
Dieter Germann – Pressesprecher

Bayernstraße 100
90471 Nürnberg
T 0049.911.46 86 00
F 0049.911.46 57 67
info@sueddeutscher-schaustellerverband.de

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

VBEW

Verband der Bayerischen Energie- und Wasserwirtschaft e.V.

Jessica Hövelborn
Referentin für Kommunikation
und Internet

Akademiestraße 7
80799 München
www.vbew.de
Tel. 089/38 01 82-45
Fax 089/38 01 82-29
E-Mail: j.hoevelborn@vbew.de

Energie. Wasser. Leben.

PUNKT-LANDUNG

Ihr Eintrag in der Rubrik PRESSESTELLEN verschafft übers ganze Jahr Kontakt zu Journalisten, Redakteuren und Mitarbeitern in den Medien, zu Pressesprechern in nahezu allen Bereichen, präsentiert Sie auf den Punkt in der Wirtschaft und bei Behörden, erreicht Politik und Kirche, Soziales und Bildungswesen – und mehr.

Zeigen auch Sie Flagge im Medienmagazin *BJVreport*: 1/8 Seite (86 x 60 mm) in allen sechs Ausgaben pro Jahr = 1.300,- €, auf Wunsch auch inklusive Gestaltung.

Der nächste *BJVreport* (alle 2 Monate) erscheint am 15.06.2013, Anzeigenschluss ist am 17.05.2013.
BJV Anzeigenannahme: PETER & WERBUNG, Manfred Peter/Sabrina Sporer, Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg, Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

VERBÄNDE

Verband der Chemischen Industrie e.V.
Landesverband Bayern
Verein der Bayerischen Chemischen Industrie e.V.

Elementar für unsere Zukunft

Die Bayerische Chemie

Presse-und Öffentlichkeitsarbeit

Franz X. Völkl
Geschäftsführer

Postfach 86 08 29
81635 München

Telefon: (089) 9269-132
Telefax: (089) 9269-1832

www.die-bayerische-chemie.de

email: weiss@chemie-kvi-bayern.de

Ist Ihr Eintrag noch aktuell?

Bitte prüfen Sie Ihren Pressestellen-Eintrag in jeder Ausgabe. Text- und Farbkorrekturen, Logo-Änderungen erledigen wir gerne für Sie – nach Ihren Vorgaben und kostenlos!

Ihr BJV Kontakt für Anzeigen und Pressestellen-Einträge:
PETER & WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer,
Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg,
Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

SOZIALES/KIRCHE

Caritas

Ihr Kontakt zur Pressestelle

Caritasverband der Erzdiözese München und Freising e.V.
Pater-Rupert-Mayer-Haus
Hirtenstraße 4
80335 München
Telefon: 089 55 169-228
Telefax: 089 55 169-577
www.caritasmuenchen.de

Adelheid Utters-Adam
Leiterin der Pressestelle
Mobil: 0175 2650399
Adelheid.Utters-Adam@caritasmuenchen.de

Marion Müller-Ranetsberger
Referentin
Mobil: 0171 5545965
Marion.Mueller-Ranetsberger@caritasmuenchen.de

Antonie Mousavi
Sekretariat
Tel. 089 55 169-260
Antonie.Mousavi@caritasmuenchen.de

caritas

Bei uns in guten Händen

www.caritas-bamberg.de

Caritasverband für die Erzdiözese Bamberg e.V.
Dr.-Philipp-Kröner-Haus
Obere Königstraße 4b
96052 Bamberg
Telefon 0951 8604-0
Telefax 0951 8604-199
info@caritas-bamberg.de

Dr. Klaus-Stefan Krieger
Referent für Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 0951 8604-120
Telefax 0951 8604-33 120
klaus.krieger@caritas-bamberg.de

Sekretariat Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 0951 8604-131 oder -102

Wir nehmen uns gerne Zeit für Sie!

SOZIALVERBAND VdK BAYERN

Zukunft braucht Menschlichkeit.

Ob Rente, Behinderung, Gesundheit oder Pflege, Fachkompetenz in allen sozialpolitischen Fragen.

Dr. Bettina Schubarth, Pressesprecherin
Schellingstraße 31 • 80799 München • Tel. 089 / 2117-289
Fax 089 / 2117-280 • b.schubarth@vdk.de • www.vdk-bayern.de

DIENSTLEISTER / SERVICE

Bitte beachten Sie die aktuellen Termine

Ausgabe *BJVreport*	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
3/2013	17. Mai	5. Juni	15. Juni
4/2013	19. Juli	7. August	17. August
5/2013	20. September	9. Oktober	19. Oktober
6/2013	15. November	4. Dezember	14. Dezember

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Buchungen und Druckvorlagen an Anzeigenmarketing *BJVreport*:
PETER&WERBUNG, Manfred Peter / Sabrina Sporer
Telefon 0911/4245930, Fax 0911/4245959, info@pundwag.de

Erika Littmann
Bürodienstleistungen | Transkriptions- & Schreibservice
your private office

für die **professionelle Transkription** von Interviews, Veranstaltungsaufzeichnungen.

An der Stadtmarter 2 | D-97228 Rottendorf
Fon: 09302-52 44 06 | Fax: 09302-52 43 17
www.your-private-office.de

Niederbayern-Oberpfalz setzt auf Frauenpower

Daniela Albrecht hat nun vier Stellvertreterinnen

Bezirksvorsitzende Daniela Albrecht mit ihren Stellvertreterinnen Claudia Grimsmann und Sabine Süß (von links) und den Kollegen Bernhard Stuhlfelner und Hans Hubersberger, die für ihre jahrzehntelange Treue zum BJV ausgezeichnet wurden. Foto: Konrad Kellermann

In der Jahreshauptversammlung in Plattling haben die Mitglieder des Bezirksverbandes Niederbayern-Oberpfalz eine neue Vorstandschaft gewählt. Fünf Frauen führen den knapp 530 Mitglieder starken Verband. An der Spitze bestätigt wurde die 36 Jahre alte Tageszeitungsredakteurin Daniela Albrecht. Die meisten Stimmen bei der geheimen Wahl für die vier Vizes konnten unter den sechs Kandidaten Claudia Grimsmann, Astrid Hahne, Emerenz Magerl-Ziegler und Sabine Süß auf sich vereinen.

Auf der Tagesordnung standen auch Ehrungen. Bezirksvorsitzende Daniela Albrecht bedankte sich im Namen des BJV bei 13 Kolleginnen und Kollegen für ihre langjährige Treue. Geehrt wurden Hans Hubersberger (40 Jahre), Bernd Kellermann und Harm Schumacher (beide 30 Jahre) sowie Heinrich Walling, Elmar Franz, Bernhard Stuhlfelner, Gabrielle Lössl, Richard Tischler, Ursula Lindl, Stephan Schneider, Peter Christian Schröder, Stefan Schlott und Fred Winkler (alle 25 Jahre).

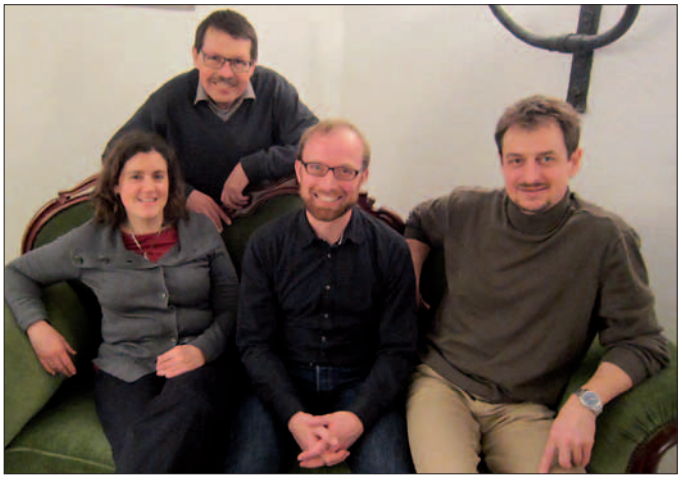
Vorerst ruhen wird der Regionalverband Passau/Ost. In der Jahreshauptversammlung fanden sich keine Kandidaten für die neu zu vergebenden Vorstandsämter. *da*

Neuer Vorstand für Augsburg-Schwaben

Richard Mayr folgt auf Alois Knoller

Neuwahlen und verbandsinterne Informationen standen auf dem Programm der Mitgliederversammlung des Bezirksverbands Augsburg-Schwaben im Presseclub Augsburg. Der aus gesundheitlichen Gründen scheidende Bezirksvorsitzende Alois Knoller, der das Amt seit mehr als zehn Jahren bekleidet hatte, berichtete von den bewegten zurückliegenden zwei Jahren. Geprägt waren sie vor allem vom Streik der Zeitungsredakteure 2011. Außerdem machte der Bezirksverband mit der nächtlichen Licht-Aktion „Worte sind wertvoll“ auf dem Ulrichsplatz in Augsburg, die von Karin Seybold organisiert worden war, von sich reden. Gedankt wurde auch dem langjährigen Vorstandsmitglied Sepp Steinbrenner, der sich in den Ruhestand verabschiedete.

Als neuen Vorsitzenden wählten die Anwesenden einstimmig Richard Mayr, der sich während des Streikes als feuriger Redner erwiesen hatte. Er will mit dafür sorgen, dass die Weichen im Journalismus wieder auf Qualität und Wertschätzung der Arbeit gestellt werden. Dabei unterstützen ihn die Vertreter Fridtjof Atterdal, Alois Knoller, Stefan Puchner und Sylvia Schaab. Auch die lokalen Stammtische „Facebook analog“ sollen weitergeführt werden. BJV-Justiziar Stefan Marx informierte anschließend über die anstehenden Tarifverhandlungen, die medienübergreifenden Kürzungen der Honorare sowie die gemeinsamen Vergütungsregeln für Fotografen. *sys*



Das neue Schwaben-Team mit (vorne) Sylvia Schaab, Richard Mayr (Vorsitzender), Fridtjof Atterdal, hinten Alois Knoller. Foto: Ulf Froitzheim

Das neue Domizil des Funkhauses erklärt Pressesprecher Stefan Grundler (2. von links) den Besuchern vom BJV. Foto: Alexandra Haderlein

Seit sechs Jahren ohne Gewinn

Bezirksverband besucht Funkhaus Nürnberg

Das Funkhaus Nürnberg geriet in letzter Zeit öfters in die Schlagzeilen: erst der Umzug, dann die Entlassungen. Der Bezirksverband Franken-Nordbayern hat sich deshalb vor Ort umgesehen.

Mehr als ein Dutzend Mitglieder waren der Einladung in die neuen Räume in der Ulmenstraße im Nürnberger Süden gefolgt. Seit Oktober 2012 senden die unter einem Dach vereinten Radiosender Das Neue *Charivari 98.6, Radio F, Gong 97.1, Hit Radio N1* und *Pirate Gong* aus dem Obergeschoss des Bürokomplexes. „Auch wenn es nicht so aussieht, der Umzug ist eine Sparmaßnahme“, sagt der Pressesprecher des Funkhauses, Stefan Grundler.

Auf der Betriebsversammlung im Januar wurde die Entlassung von acht Mitarbeitern angekündigt. Die Begründung: „Seit Mitte 2007 haben wir keinen Gewinn mehr gemacht.“ Zwar blieben die Hörerzahlen gleich, doch die Werbeeinahmen sinken und auch von den Gesellschaftern (den Verlagen Hubert-Burda-Media, Müller Medien und den Nürnberger Nachrichten) könne man laut Grundler kein Geld mehr erwarten.

So müssen nun acht Mitarbeiter aus den Bereichen Redaktion, Verwaltung, Technik, Promotion und Verkauf gehen. „Da es sich auch um Teilzeitkräfte und geringfügig Beschäftigte handelt, sind es effektiv 3,5 Stellen“, erklärt Grundler und verweist auf die Dringlichkeit der Maßnahme: „Wenn wir jetzt nicht anfangen, sind wir im Herbst pleite.“ Alexandra Haderlein

Ein Wegweiser für Gerichte

DJV-Justiziar Benno Pöppelmann erläutert Gemeinsame Vergütungsregeln für Fotos

Maria Goblirsch

Noch sind sie nicht unterschrieben. Aber die Chancen für eine Einigung stehen gut. Nach mehr als zehn Jahren zäher Verhandlungen mit den Verlegern stehen die Gemeinsamen Vergütungsregeln für Fotos im Bereich Tageszeitungen vor dem Abschluss. Die neue Berechnungsgrundlage könnte im Zeitungsgeschäft schon bald zu deutlich höheren Bildhonoraren führen.

„Die Gemeinsamen Vergütungsregeln sind kein Allheilmittel. Aber der notwendige Versuch, für die Branche, an Hand von Mindestbedingungen festzulegen, welches Honorar als angemessen gilt“, sagt Benno Pöppelmann. Der DJV-Justiziar war am 19. März nach München in die BJV-Geschäftsstelle gekommen, um mit den Mitgliedern der Fachgruppe Bild das Schlichtungsergebnis zu diskutieren.

Dabei wurde deutlich, dass die neuen Vergütungsregeln, anders als etwa ein Tarifvertrag, nicht automatisch für jeden Verlag und alle freien Fotografen gelten. Nur 22 bayerische Verlagshäuser haben mit den Journalistengewerkschaften DJV und dju die Mindesthonorare erarbeitet.

Ob diese und andere Zeitungen im Freistaat künftig tatsächlich die deutlich höheren Honorarsätze zahlen, ist noch offen. Die Erfahrungen mit den Vergütungsregeln im Bereich Text haben gezeigt, dass die meisten Verlage die gemeinsamen Vergütungsregeln schlicht ignorieren. Oder erst reagieren, wenn ein Freier diese höheren Honorare ausdrücklich verlangt – was freilich dann mit weniger Aufträgen oder Kürzungen im gleich bleibenden Etat für freie Mitarbeiter ausgeglichen wird.

„So werden die Gemeinsamen Vergütungsregeln künftig ihre Wirkung vor allem dann entfalten, wenn Gerichte entscheiden müssen, ob sie ein bezahltes Honorar für redlich halten oder nicht“, erklärte Pöppelmann. Und er verwies auf noch eine Neuerung: Wurde das Fotohonorar von den Zeitungen bisher zum Einheitspreis pro Bild gezahlt, sollen diese künftig nach Größe und Platzierung im Blatt bewertet werden. Für ein Aufmacherfoto soll es also deutlich mehr geben als für die „Briefmarke“ mitten im Text.

Die neuen Vergütungsregeln gelten für alle hauptberuflichen Journalisten. Die neuen Mindestsätze lägen deutlich über den bisher von den Zeitungen bezahlten Bildhonoraren, bestätigte Pöppelmann, aber auch ein gutes Stück unter den Empfehlungen der Mittelstandsvereinigung Foto-Marketing (MFM). Mehr sei in den Verhandlungen nicht drin gewesen, ohne einen noch niedrigeren Schlichterspruch zu riskieren.

Wer sich für die Honorarsätze einzelner Verlage interessiert oder dazu Fragen hat, kann sich an die Fachgruppe Bild im BJV wenden.

Kontaktdaten unter
http://tinyurl.com/BJV-FG-Bild

Foto: Heiko Trurnit

Godel Rosenberg und Verena Nierle sprachen über den Nahostkonflikt.
Foto: Wolfgang Seemann

Bildung als Schlüssel zum Frieden

Hintergrundgespräch mit Bayerns Israel-Repräsentant Godel Rosenberg

Von Wolfgang M. Seemann

Godel Rosenberg ist ein Fan von Landkarten. Auf einer großen Wandkarte bei sich daheim habe er nachgemessen: Israel sei gerade einmal zwei Zentimeter breit, die Strecke bis Isfahan betrage hingegen einen Meter. „Warum beschäftigt sich die ganze Welt mit Israel und so wenig mit den Arabern?“, fragt Rosenberg. So stolz der Journalist auch auf seine zweite Wahlheimat Israel ist – stets bemüht er sich darum, die arabischen Nachbarn mit einzubeziehen. Bei einem Hintergrundgespräch mit Verena Nierle vom *Bayerischen Rundfunk,* auf Einladung der BJV-Fachgruppe Rundfunk, gewährte Rosenberg im Presseclub München Einblicke in seine persönliche Sicht der komplexen israelischen und arabischen Welt.

Lange Jahre arbeitete er als Nahost-Korrespondent beim *Bayerischen Fernsehen,* leitete die Konzernrepräsentanz von DaimlerChrysler in Israel und ist seit vier Jahren „Bayern-Botschafter“ in Tel Aviv. In Israel hat der ehemalige Pressesprecher von Franz-Josef Strauß tiefe Einblicke in die palästinensische Seele gewinnen können. Für ihn gibt es nur einen Weg für die Aussöhnung von Juden und Arabern: „Bildung, Bildung und Bildung! Das hat etwas mit Ehre zu tun“, so Rosenberg. Denn dadurch könne der Araber bessere Arbeit finden. Mit der Zeit wachse Vertrauen.

In Bezug auf seine Aufgabe als Leiter der bayerischen Repräsentanz in Israel lobte Rosenberg vor allem die heutige Deutschfreundlichkeit der Israelis: „Sogar die beliebteste Kochshow im israelischen Fernsehen hat gerade erst ein Deutscher gewonnen, Thomas Franz aus dem rheinländischen Erftstadt. Angesichts unserer Vergangenheit ist die Deutschfreundlichkeit Israels wirklich bemerkenswert.“

Nürnberg: Beke Maisch im Amt bestätigt

Beke Maisch (Foto) heißt die neue alte Vorsitzende des BJV-Ortsvereins Nürnberg. Mit absoluter Mehrheit wurde die *NN*-Redakteurin bei der Jahreshauptversammlung in ihrem Amt bestätigt. Ihre drei Stellvertreter im Ortsvorstand wurden en bloque gewählt: Zu den bisherigen Vorstandsmitgliedern Dieter Germann (Pressesprecher des Süddeutschen Schausteller Verbands) und Werner Wunder tritt eine Neue hinzu: Stefanie Hattel, freie Journalistin.

Der Nürnberger Ortsverein gelte als einer der aktivsten im Verband, sagte Wahlleiter und stellvertretender Landesvorsitzender Michael Busch. Dass man bei BJV-Veranstaltungen vor Ort auch kritische Seitenblicke auf den Berufsalltag von Journalisten wirft, gehöre dabei zum Selbstverständnis. Diesmal konfrontierte Gesundheitscoach Simone Ahrendt die Essgewohnheiten der Kollegen mit der Ernährungslehre des Ayurveda. In ihrem Vortrag „Kurkuma, Koriander, Kardamom statt Kaffee, Kippen, Konferenzen“ zeigte sie, wie man mit kleinen Konzessionen an die gesundheitliche Konstitution Balance hält: Vier Stunden Verdauungspause zwischen den Mahlzeiten und viel trinken – das genügt für den Anfang und der Stoffwechsel läuft wieder rund.

Sha

Foto: Rurik Schnackig

„Zeitschriftenjournalismus ist nachhaltiger“ – und muss auch so vergütet werden

Fazit von zehn Jahren Verhandlungen über Gemeinsame Vergütungsregeln

Von Stefanie Hattel

„Foxtrott in 45 Schritten“, mit der Metapher des Gesellschaftstanzes fasste Lothar Hausmann, Vorsitzender des DJV-Bundesfachausschusses Zeitschriften, zehn Jahre Verhandlungen über Gemeinsame Vergütungsregeln für Freie bei Zeitschriften zusammen. Zwei Schritte vor, zwei Schritte zur Seite, einen Schritt zurück. Der Foxtrottgrundschritt gab Stil und Tempo von 45 Verhandlungsrunden vor. „Die Verleger spielen bewusst auf Zeit“, resümierte Hausmann. Sie hofften, dass der Markt sich selbst reguliert, bevor juristische Maßnahmen greifen können.

Runde 46 ist bereits eingeläutet: In den Verhandlungen für Bildhonorare an Zeitungen liegt ein Schiedsspruch vor. Durch Verweis auf diese Verhandlungen versuchte der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) in den Verhandlungen für Zeitschriften abzulenken. Auf einen Schiedsspruch in diesen Gesprächen will sich Lothar Hausmann, neben DJV-Justiziar Benno Pöppelmann Verhandlungsführer des DJV, aber nicht einlassen. „Wir haben nichts gewonnen, wenn wir die Verhandlungen abbrechen und uns auf einen Schiedsspruch einlassen. Denn der setzt voraus, dass die Verlegerseite zustimmt. Danach sieht es aber nicht aus“, erläuterte er auf zwei Infoabenden der BJV-Fachgruppe Zeitschriften in den Presseclubs Nürnberg und München.

390 Euro als durchschnittlichen Tagessatz, darauf wollen die Journalistenverbände DJV und dju hinaus. Dem Eckwert zugrunde liegt eine Zeitschriftendruckseite à 3000 Zeichen, recherchiert, strukturiert, geschrieben und redigiert an einem durchschnittlichen achtstündigen Arbeitstag. Variieren dürfe der Eckwert nur nach Auflagenstärke und Zeitschriftengattung. Hausmann plädierte dafür, ein einheitliches „Rechtspaket zu schnüren und standardmäßig zu verkaufen“. Dazu gehöre dann auch, Online- und App-Rechte für einen Beitrag miteinzuräumen. Doch auch dann dürfe man nicht einfach die Arbeitstage eines Redakteurs mit 390 multiplizieren, griff Hausmann einem häufigen Einwand festangestellter Kollegen vor. Vom Honorar eines Freiberuflers gingen schließlich noch Kosten für Investitionen, Infrastruktur, Steuern, Urlaub und Krankheit ab.

Mit einem T-Shirt bedankte sich FG-Vorsitzender Klaus Meßenzehl (links) bei Lothar Hausmannn für dessen Erläuterungen der Gemeinsamen Vergütungsregeln. Das Trikot für den Gast aus Dortmund gab´s natürlich in schwarz-gelb, den Farben der Borussia.
Foto: Stefanie Hattel

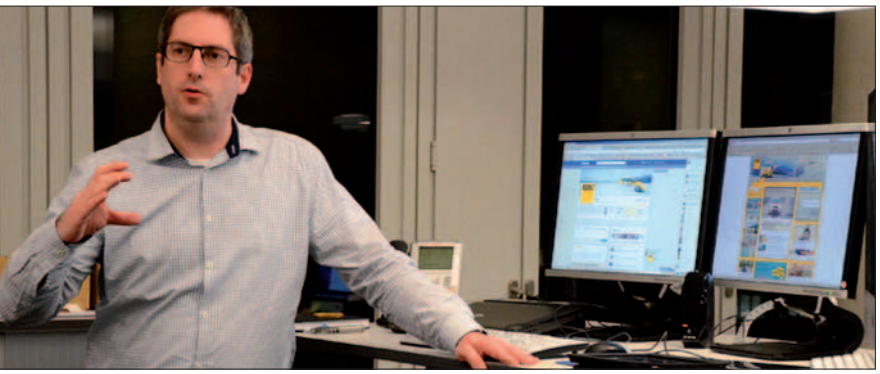
„Die Verleger wollen nicht die niedrigen Tageszeitungshonorare für Freie subventionieren“, fasst Lothar Hausmann den Standpunkt der Gegenseite zusammen. Der VDZ versuche deshalb, die Tageszeitungshonorare auf Zeitschriften hochzurechnen. Der Springer-Verlag, der Zeitungen und Zeitschriften verlegt, will sogar nur einheitliche Honorare zahlen. „Bei Springer sieht man nicht ein, weshalb man für einen Beitrag, der in Impulse erscheint, mehr zahlen soll als für einen, der in der *FTD* erscheint.“ „Wir wollen aber nicht auf Tageszeitungsniveau abschließen“, fasst Hausmann die Position des Verbands zusammen. Auch das Verleger-Angebot „Tageszeitungssatz mal Faktor zwei“, das derzeit noch im Raum stehe, sei nicht akzeptabel. Denn, beharrte der DJV-Vertreter, für Zeitschriften zu arbeiten, bedeute „nachhaltiger zu arbeiten“. Hausmann führt aus: „Der Terminjournalismus bei Tageszeitungen ist mit dem nächsten Tag erledigt. Ein Zeitschriftenauftrag bedeutet dagegen, über Wochen an einem Thema dranzubleiben.“ Und: „Ein Magazinbeitrag hat Nachschlage-Wert.“

Bis zu einer Einigung handelt jeder Freiberufler das Honorar für seinen Beitrag weiterhin selbst aus. Foxtrott tanzt der Verleger also auch mit dem freien Autor. Wer führt, ist klar: „Die Verleger sitzen am längeren Hebel“, sagte Hausmann. Verlagern ließe sich die Hebelkraft nur in einem Mannschaftsspiel, „und Festangestellte müssten für Freie wieder streiken“, ergänzte Hausmann. „Wir können nur für guten Journalismus werben, der ohne Freie nicht mehr machbar ist.“

Mobilisierte Motorwelt

Onliner informieren sich über die Digitalstrategie des ADAC

Von Barbara Weidmann



Jongliert mit Smartphones, Tablets und PC: Jochen Krauß

Foto: Barbara Weidmann

Die schwarzen Ränder stören ihn noch etwas, bei der Android-Version. „Aber die kriegen wir auch noch weg." Mobile Plattformen haben ihre Tücken. Auf dem iPad laufe alles bestens, versichert Jochen Krauß, stellvertretender Chefredakteur der *ADAC Motorwelt.* Er ist sichtlich stolz auf sein jüngstes Baby: die Tablet-Ausgabe von Europas größter Zeitschrift, jetzt offiziell gestartet. Mitglieder der Fachgruppe Online nahmen nicht nur die neue App bei einem Redaktionsbesuch unter die Lupe.

Mobiles bietet der ADAC schon in Fülle, von Straßenkarten, Staumeldern und Pannenhelferlein bis zur kompletten Autodatenbank. Die *ADAC Motorwelt* fürs iPhone gibt es seit April 2012. Im Dezember kam eine lang ersehnte Android-Smartphone-App hinzu. Seither hätten sich die Abrufe glatt verdoppelt, konstatiert Krauß, der die zentrale Redaktion Online leitet. Rund 200.000 Downloads insgesamt seit dem Start.

Auf dem Tablet erhalten die Mitglieder ein aufgeräumtes Printprodukt, digital aufgepeppt durch ein paar Multimedia-Features. Videos, interaktive Grafiken oder Bildergalerien. „Es blinkt nicht überall", beschwichtigt Krauß. Er freut sich über brillante Fotos auf hochauflösenden Displays. 13,7 Millionen gedruckte Exemplare pro Monat – bei der *ADAC Motorwelt* war Hochglanz bisher kein Thema. Jetzt hofft die Redaktion sogar – verrückte Welt – dass die Printauflage sinkt. Jeder Umsteiger auf die papierlosen Alternativen ist willkommen, spart Kosten. Neben der Homepage unterhält der ADAC einige Themenblogs von der Kindersicherheit bis zur Elektromobilität. Dazu ein eigenes Jugendportal und einen YouTube-Kanal. Um den Social Media-Dialog mit den Mitgliedern kümmert sich ein „interdisziplinäres Team". Verständigung und Koordination laufen über eine geschlossene Gruppe bei Facebook, über Abteilungen und Standorte hinweg. Der Austausch in Echtzeit hat sich bewährt. „Wir haben schon Erfahrungen mit kleineren Shitstorms gemacht", grinst Krauß. In solchen Fällen baut er auf „wahrheitsgemäße Kommunikation". Ausgebaut werden soll das Twitter-Angebot, welches bisher unter twitter.com/motorwelt läuft, künftig soll über die Adresse twitter.com/adac gezwitschert werden. Noch brach liegt der Google+-Account.

Im ADAC-Neubau „Stern von Sendling" dürfen sich die rund 2400 Mitarbeiter aus 100 Berufsgruppen größtenteils nach eigenem Belieben auf die Großräume verteilen, einen Rollwagen voller kleiner persönlicher Dinge im Schlepp. Architektonische Finessen des Hightech-Komplexes erläuterte Projektleiter Roland Lange. Die BJV-Gruppe erwanderte die Eingangshalle im repräsentativen Großbankformat mit begrünten Wänden, Wasserfall und riesiger Veranstaltungsfläche.

BJV-Beisitzer Klaus Reindl empfing die Kollegen in seinem hochmodernen Fernsehstudio. TV- und Radiobeiträge produziert der ADAC von alters her in Eigenregie. „Notfalls sind wir in zehn Minuten auf Sendung." Der ADAC bleibt mobil.

Plattform Torial für Zweitverwertung

Gut vernetzt ist halb gewonnen – das gilt ganz besonders für Journalisten und andere Medienschaffende. Allerdings nicht erst seit den Zeiten von Xing und Bing. Und publizieren war noch nie so einfach. Doch wie lassen sich die unerschöpflichen Möglichkeiten des Internet effizient für Eigenwerbung und Akquise nutzen?

Eine zeitgemäße Antwort auf diese Frage versucht das seit etwa einem Jahr im Entstehen begriffene Social Web-Portal Torial zu geben. Hier dürfen Journalisten ihre in der Regel bereits publizierten Artikel und Texte sowie ihre thematischen Schwerpunkte anbieten, auf dass potenzielle Auftraggeber anbeißen mögen. Daneben soll das Portal auch dem Informationsaustausch und der Recherche untereinander dienen. Auf einer Präsentations- und Diskussionsveranstaltung im Münchner Presseclub erklärte der redaktionelle Betreuer beziehungsweise neudeutsch „Content Manager" Marcus von Jordan das Konzept und den gegenwärtigen Stand der Dinge. Eingeladen hatten die Fachgruppen Online und Freie sowie der Bezirksverband München-Oberbayern. www.torial.com präsentiert sich am Anfang nicht nur als Baustelle mit noch nicht oder schon wieder nicht mehr freigeschalteten Funktionalitäten – ein „Work in Progress" also.

Unter der Moderation von Thomas Mrazek, Leiter der Fachgruppe Online, lag im gut besuchten Saal durchaus Skepsis in der Luft, zu spüren an den leicht kritischen Fragen, etwa zur urheberrechtlichen Lage bei Torial. Angeblich ist das kein Problem, der allgegenwärtigen Realität von Abtretungsverträgen zum Trotz. Gut konditioniert im Sinne der allenthalben gepredigten New Economy kam aus dem Publikum auch gleich zu Beginn die Frage nach dem „Geschäftsmodell" von Torial. Auch hierauf konnte oder wollte Jordan noch keine verbindlich endgültige Antwort geben: „Wir können uns so einiges vorstellen, wir probieren auch einfach noch Dinge aus."

In der Person von Konrad Schwingenstein, einem ehemaligen Gesellschafter beim Süddeutschen Verlag, steht hinter dem Projekt ein ebenso engagierter wie offenbar geduldiger Geldgeber, der Torial als zukunftsweisende Spielwiese für neue Wege in der Selbstvermarktung von Journalisten etablieren will.

Ralph Beuth

Jubilare

Foto: BR/Sessner

Was wäre die *Süddeutsche Zeitung* ohne seine Karikaturen? **Dieter Hanitzsch** gehört seit 30 Jahren zu ihrem Stamm der satirischen Zeichner. Am 14. Mai wird er 80 Jahre alt, ans Aufhören denkt er zum Glück nicht. Dabei war die Strichelei erst nur ein Hobby von ihm, mit dem der Sudetendeutsche aus Böhmen immerhin schon sein Studium finanzierte. Als Brauerei-Ingenieur und Diplomkaufmann leitete er die Werbeabteilung bei Paulaner, 1964 wechselte er zum Bayerischen Rundfunk in die Wirtschaftsredaktion Fernsehen, 1984 machte er sich selbstständig.

Seine Adresse war einige Zeit Casablanca, Marokko, und **Hans-Joachim Weber** war Nordafrika-Korrespondent für deutsche Zeitungen. Das Internationale wollte Weber, der am 19. Mai in München 80 Jahre alt wird, auch zuhause nicht lassen. Im BJV, dessen Goldene Ehrennadel er trägt, gehört er zu den Gründungsmitgliedern des AK Europa und pflegte nachhaltig die auswärtigen Beziehungen.

In den 90ern

Dr. Eberhard Seifert, Murnau (17.6.1916)
Viktor Sünnemann, München (8.5.1922)
Bernhard Ücker, München (29.5.1921)

In den 80ern

Bruno Arnold, Deisenhofen (6.6.1927)
Dr. Hannelore Beekmann, München (9.5.1930)
Hans-Georg Bendix, Jettingen-Scheppach (2.6.1929)
Walter Hohler, Würzburg (15.6.1925)
Rüdiger von Hunoltstein, Olching (2.5.1931)
Dr. Ljubisa Jevtic, Fürstenfeldbruck (25.6.1928)
Walter Kraus, München (15.5.1929)
Jakob Kurz, Herrsching (9.6.1931)
Adolf Meyer, Grünwald (4.6.1928)
Edith Nagy, Budapest (14.6.1929)
Wilkin Spitta, Mariaposching (16.5.1928)
Dr. Norbert Stahl, Eichenau (11.6.1930)
Marianne Stepat, Eichenau (21.5.1926)

80 Jahre

Karlheinz Bischof, Wolfratshausen (17.6.)
Dieter Hanitzsch, München (14.5.)
Lajos Keresztes, Nürnberg (17.5.)
Gerhard Moosleitner, Kirchheim (2.5.)
Michael Neumann, Tutzing (31.5.)
Horst Schumann, Landshut (24.5.)
Hans-Joachim Weber, München (19.5.)

75 Jahre

Helmuth Aigner, Stephanskirchen (31.5.)
Ferdi Breidbach, Diedersdorf (3.5.)
Heinz Dehnert, Frankfurt/Main (19.5.)
Peter Frieben, Eichenau (17.5.)
Gottfried Hilscher, Grafenaschau (24.5.)
Dr. Knut Jauslin, Altdorf (9.6.)
Bruno-Lucas Kneer, Kempten (12.6.)
Beate Christiane Schmidtkunz-Reichel, Ainring (31.5.)
Gerrit Soltau, Aschaffenburg (26.6.)

70 Jahre

Ingrid Heller, München (8.6.)
Ralph Hermsdorf, Retzstadt (9.6.)
Michael König, München (24.5.)
Ronald Lang, Straubing (3.5.)
Hans-Peter Ott, Tervuren (3.6.)
Helgret Ruff, München (9.5.)
Prof. Dietrich Sauter, Ismaning (1.6.)
Norbert Treutwein, München (24.6.)
Ulrike Wolf, München (18.5.)
Peter Zöls, München (22.5.)

65 Jahre

Franz-Josef Bauer, Fürstenfeldbruck (6.5.)
Dr. Joachim-Michael Engel, Kauxdorf (14.5.)
Derek Fell, Germering (19.6.)
Josef Frank, Höchstädt (17.6.)
Hans-Eberhard Hess, München (28.6.)
Walter Uhl, Würzburg (18.6.)
Waltraud Wolf, Altheim (10.5.)

60 Jahre

Lutz Bäucker, München (7.6.)
Jürgen Balthasar, München (24.6.)
Angela C. Contzen, Potsdam (10.6.)
Hansgert Eschweiler, Gräfelfing (10.6.)
Rosemarie Farkas, München (6.5.)
Martina Götz, Karlstadt (15.6.)
Harald Hassenmüller, München (2.5.)
Dr. Mokka Henne-Apsis, München (13.6.)
Matthias Hertlein, Schwabach (11.5.)
Siegfried Huber, Traunstein (3.6.)
Dr. Klaus Hübner, München (6.6.)
Barbara Kagerer, München (30.5.)
Dorothea Karol, München (18.6.)
Dirk Maxeiner, Stadtbergen (10.6.)
Monika Möger, Feucht (24.6.)
Norbert Lill, Riemerling (13.6.)
Thomas Ranft, München (2.6.)
Ludger Schmitz, München (22.6.)
Ursula Seeböck-Forster, Lenggries (16.5.)
Monika Teluch, Pommersfelden (3.5.)
Hans Well, Zankenhausen (1.5.)
Michaela Zdarsky-Götz, Gräfelfing (16.5.)

Grit Stern, freie Journalistin beim Burda-Verlag, starb am 30. Januar in München im Alter von 46 Jahren. Nach ihrer Schulausbildung, die sie zeitweise in New York absolvierte, studierte sie Amerikanistik und besuchte die Esmod Modeschule in München. Als freiberufliche Stylistin wuchs sie ins Mediengeschäft hinein und übernahm die Ressortleitung Beauty bei verschiedenen Magazinen. Im BJV seit Juli 2009.

Günter Rudorf, profilierter Journalist und Autor zahlreicher Hör- und Fernsehspiele, starb am 16. Februar in München mit 91 Jahren. „Ich hänge an diesem Leben und ich will nichts anderes, als ihm ehrlich auf den Leib rücken. Denn es ist alles. Das ist alles", schrieb Rudorf im Vorwort zu seinem ersten Gedichtband. „Schwarz schreit die Sonne" hieß das Büchlein, gewidmet hatte er es seinem Freund Wolfgang Borchert. Zurückgekehrt aus Krieg und Gefangenschaft hatte Rudorf noch 1945 die 1. Deutsche Journalistenschule in Aachen absolviert. Unmittelbar danach volontierte er bei der *Neuen Ruhr-Zeitung* in seiner Vaterstadt Essen. Er wurde Feuilletonredakteur, Ruhrgebietskorrespondent und 1951 Chefredakteur der Düsseldorfer Wochenzeitung *Neue Post* und der *Welt am Sonnabend*. 1960 siedelte er nach München über und schrieb zahlreiche Hör- und Fernsehspiele (u.a. über 100 Folgen für den Österreichischen Rundfunk), außerdem Kinder- und Sachbücher und auch Romane. Zeitlebens war er ein leidenschaftlicher Theatergänger. Vor zwei Jahren verfasste er noch ein Theaterstück „Fremde Brüder" – eine Reflexion über die kontroverse Debatte über den Bau einer großen Moschee in Köln und über Muslime in Deutschland. Im Verband seit 1956.

Termine

28. – 30. April
Nachrichten im Journalismus 2.013, Evangelische Akademie Tutzing
2. Mai
BSW-Seminar: Ich werbe, also bin ich!, Presse-Club Nürnberg
7./8. Mai
Nachhaltigkeit vermitteln – Workshop für Journalisten, Evangelische Akademie Tutzing
11/12. Mai
Bayerischer Journalistentag – Mitgliederversammlung 2013, Stadthalle Aschaffenburg
13. Mai – 6. Juni
Ausstellung Pressefoto Bayern, Stadtsparkasse Aschaffenburg
6. Juni
BSW-Seminar: Meine Geschichte multimedial, BJV-Geschäftsstelle, München
16. – 18. Juni
Radiotage, Akademie für Politische Bildung Tutzing
17. Juni
Medientreff im Münchner PresseClub
4. Juli
Medien-Schafkopfen, PresseClub Nürnberg
22. Juli
BSW-Seminar: Mit Leben und Beruf im Einklang, BJV-Geschäftsstelle, München
20. September – 11. Oktober
Ausstellung Pressefoto Bayern 2012, Spielbank Bad Füssing
24. September
BSW-Seminar Presserecht, BJV-Geschäftsstelle, München

20
JAHRE
STERNSTUNDEN.

VIER STARKE PARTNER
FÜR EINE GUTE SACHE.

Seit 20 Jahren setzt sich Sternstunden für notleidende Kinder und Jugendliche ein. Und ebenso lang wird die Benefizaktion des Bayerischen Rundfunks von der BayernLB, den bayerischen Sparkassen, der Versicherungskammer Bayern und der LBS Bayerische Landesbausparkasse unterstützt. Mehr als 2.200 Kinderhilfsprojekte wurden seit der Gründung von Sternstunden gefördert. Viele weitere werden folgen. Wir, die Partner von Sternstunden, sagen Danke für die großartige Arbeit. Wir sind stolz, dabei zu sein.
→ www.sternstunden.de

BayernLB
Sparkasse
VERSICHERUNGSKAMMER BAYERN
LBS

„@Mahlzeit_BY ist eine Fingerübung“

Journalistenschüler Maximilian Zierer twittert Verstöße gegen das bayerische Lebensmittelrecht – und zeigt, wie Datenjournalismus funktionieren kann

Von Senta Krasser

Mäusekot im Mehl? Gammelfleisch im Imbiss Hintertupfing? Das Bayerische Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit macht zwar den Ekel auf seiner Homepage publik. Doch diese Liste würde vor sich hingammeln, wenn nicht Maximilian Zierer zusätzlich twittern würde. Experten loben, Projekte wie Mahlzeit Bayern seien „die Zukunft des Journalismus“.

Sagen Sie mal, Herr Zierer, was wollen Sie mal werden: Journalist oder Verbraucherschützer?

Ist doch klar, wenn man an der Deutschen Journalistenschule studiert: Journalist natürlich. Mit Verbraucherschutz habe ich es nicht so.

Aber Sie warnen via Twitter vor Mäusekot in Mohnsemmeln und Gammelfleisch in Gaststätten. Sie kommen nicht zufällig aus der Körner-und-Veganer-Ecke?

Gar nicht. Ich esse normal.

Warum dann das Projekt?

Ein Seminar mit dem Datenjournalisten Marco Maas hatte mich auf die Idee gebracht: Könnte man die Restaurant Ratings Map der *New York Times* nicht auf Bayern übertragen? Auf deren Webseite gibt es eine Karte, wo alle New Yorker Restaurants, die das Gesundheitsamt auf Hygiene überprüft hat, mit Punkten visualisiert und bewertet sind. Die Daten dafür stammen vom New York Health Department.

Die Kollegen vom bayerischen Gesundheitsamt sind ähnlich freigebig?

Ja, seit September gibt es im Internet entsprechende Listen. Aus Programmiererersicht sind das aber unhandliche Tabellen. Die Verstöße gegen das bayerische Lebensmittelrecht werden weder als Excel-Tabelle noch als RSS-Feed veröffentlicht. Das ist nicht modern. Ich wollte die Daten maschinenlesbar machen, um zum Beispiel so eine praktische Karte zu erstellen wie die *New York Times*.

Ihre praktische Bayern-Karte, kommt die noch?

Weiß ich nicht. Mir fehlen momentan die Kapazitäten. Ich stehe kurz vor den Abschlussprüfungen. Eine Karte, die sich automatisch aktualisiert, ist relativ kompliziert zu programmieren. Ich hätte natürlich eine basteln können mit Daten von nur einem Stichtag. Aber

„Mit Daten zu arbeiten wird immer wichtiger.“ Davon ist Nachwuchsjournalist Maximilian Zierer überzeugt.

Foto: Rupert Dodell

... Herr Zierer

das war mir nicht aktuell genug. So kam ich auf Twitter als Alternative. Twitter sagt dem User automatisch, wenn es etwas Neues gibt. @Mahlzeit_BY einzurichten, hat mich einen Sonntagnachmittag gekostet.

Wie funktioniert Ihr Nachmittagsprojekt genau?

Sobald das Bayerische Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit einen Ekel-Fall auf seiner Homepage öffentlich macht, landet die Sache automatisch bei mir und wird zum Tweet. Ich nutze dafür zwei Web-Dienste. Feed43 liest die amtliche Webseite aus und wandelt die Daten alle sechs Stunden in ein RSS Feed um. If This Then That macht daraus dann ein Twitter-Post, das wiederum zum Landesamt verlinkt, wo man die Information in der Langfassung bekommt. In meinem Blog beschreibe ich den Vorgang Schritt für Schritt.

Hört sich nach einem rein technischen Vorgang an. Wo bleibt die journalistische Leistung? Treffen Sie eine Auswahl von Lebensmittelverstößen? Recherchieren Sie in Gastronomiebetrieben nach?

Nein, ich habe das Gerüst aufgebaut, und jetzt läuft alles wie von selbst. Jeder Tweet beginnt mit „Verstoß bei“ und dem Namen des Delinquenten. Dann folgt der Link zum Landesamt. Dort erfährt man, wie gesagt, wo genau die Beamten Mäusekot gefunden haben und ob die Mängel inzwischen beseitigt wurden. So ausführlich kann ich bei Twitter nicht sein. Da muss ich mich auf 140 Zeichen beschränken. Meine Leistung besteht also in der zeitnahen Weiterveröffentlichung von öffentlich zugänglichen Daten auf einem praktischeren Weg sozusagen. Bei meinen Followern, so viele sind es ja nicht . . .

Ein „Sagen Sie mal“ auf Spanisch? Für **Maximilian Zierer,** 1986 in München geboren, wäre das kein Problem. Er hat neben Medienwissenschaft und Englisch auch Spanisch in Regensburg studiert. Für die Tageszeitung *La Vanguardia* in Barcelona schreibt er über sein Lieblingsthema: Fußball. Seit dem Wintersemester 2011 besucht Zierer die Masterclass an der Deutschen Journalistenschule. Für sein Abschlussprojekt reiste er gerade nach Südtirol und Barcelona. Thema: Unabhängigkeitsbewegungen in Europa.

Es sind aktuell 36. Da ist noch Luft nach oben, oder?

Allerdings. Aber es sind überwiegend Journalisten und Redaktionen wie die *Pegnitz Zeitung* im Nürnberger Land dabei, die sich für die Gammel-Liste interessieren. Sie können Mahlzeit Bayern als Werkzeug nutzen, um daraus Geschichten zu entwickeln.

Was haben Sie als technischer Dienstleister davon, wenn andere auf Basis ihrer Arbeit Stories absetzen können?

Sie meinen finanziell? Gar nichts. Das geht in Ordnung. Noch bin ich ja kein Vollzeitjournalist, sondern in der Ausbildung. Mahlzeit Bayern habe ich als Open-Source-Projekt gestartet. Jeder, der will, kann @Mahlzeit_BY nachmachen. Für mich war es in erster Linie eine Fingerübung in Datenjournalismus: Was lässt sich mit öffentlich zugänglichen Daten alles anstellen? Die *Süddeutsche Zeitung* macht das ja neuerdings im großen Stil vor mit DataGraph. Unter sz.de/datagraph findet man einen interaktiven Europa-Atlas, in dem Statistiken aus aller Herren Länder aufbereitet sind. Welches Land gibt proportional wie viel Geld für Gesundheit aus? So was erfährt man dort.

Ein Mammutprojekt mit hübschen Grafik-Spielereien . . .

Aber nicht nur. Der Europa-Atlas wird mit einer Artikel-Serie ergänzt. Die Daten stehen nicht für sich, sondern werden eingeordnet. Das ist wichtig. Statistiken allein haben keinen Mehrwert.

Zurück zu Ihrem kleinen Projekt. Open Source ist schön und gut. Aber irgendwann werden auch Sie Geld verdienen müssen. Kann man vom Datenjournalismus leben?

Ich glaube schon, wenn man sich darauf spezialisiert. Einigen wenigen Datenjournalisten gelingt es. Den Jungs von Open Data City zum Beispiel, wo ich im Sommer ein Praktikum machen will.

Muss man denn als Journalist heute programmieren können?

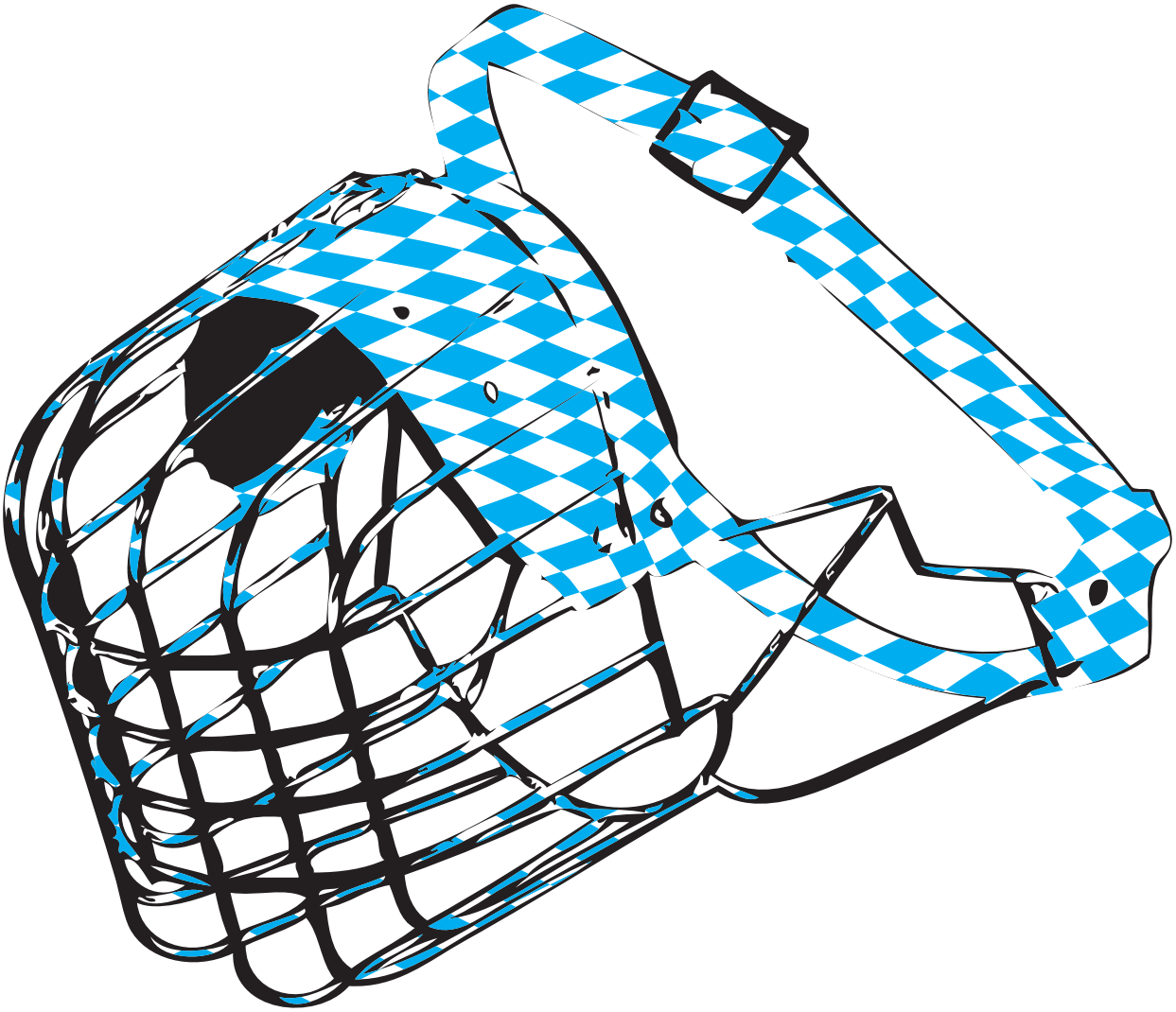
Ich vergleiche das mit einem Cutter beim Fernsehen: Nicht jeder Fernsehjournalist muss perfekt cutten können. Nicht jeder Online-Journalist muss perfekt programmieren können. Aber die Grundzüge, die Tools sollte man kennen. Bloß schreiben und im Internet surfen reicht nicht aus. Man muss sich schon tiefer mit Online-Journalismus auseinandersetzen. Mit Daten zu arbeiten wird immer wichtiger. Gerade für meine Generation, die es in den Online-Journalismus zieht.

Online, weil Print eh keine Zukunft hat – wollen Sie das damit sagen?

Na ja, so hart würde ich es nicht formulieren. Aber es ist doch offensichtlich, dass Online-Jobs immer wichtiger werden. Egal, ob ich schreibe, filme oder Daten verarbeite – es wird online passieren. Davon bin ich überzeugt.

Foto: Rupert Dodell

Ohne Journalisten gibt es keine Demokratie



Der **Bayerische Journalisten-Verband** vertritt die Interessen von mehr als 8500 hauptberuflichen Journalistinnen und Journalisten in Bayern. Werden Sie Mitglied im *BJV* und nutzen Sie die vielfältigen Angebote von der Fortbildung bis zur Rechtsberatung.
Überzeugen Sie sich von unserer Kompetenz als Gewerkschaft und unserer Qualität als Berufsverband! **www.bjv.de**

Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

Meinung braucht eine Stimme

TEN TOWERS MÜNCHEN

Qualitätsimmobilie mit hervorragenden Aussichten ...

SCOPE Management Rating Geschlossene Fonds
Gesamtbewertung AA
Immobilien AA+
Stand: 06/2011

... auch auf die Münchner Innenstadt!

Wenn eine herausragende Immobilie an einem der bedeutendsten Immobilienstandorte Europas von einem der renommiertesten Anbieter für Sachwertanlagen auf den Markt kommt, werden Zeichen gesetzt.

Qualitätsimmobilien gelten als verlässliche Sachwerte. Sie können Wertstabilität und Ertragsstärke bei weitgehendem Inflationsschutz vereinen. Bringen Sie diese Vorteile auch in Ihr Portfolio – mit der hohen Marktexpertise von WealthCap. Über 25 Jahre Erfahrung und ein Scope Management Rating im Segment Immobilien AA+ (sehr hohe Qualität) sprechen für sich.

Interesse?
Wir freuen uns auf Sie!

www.wealthcap.com/tentowers

Member of UniCredit

WealthCap
Ihr Spezialist für Sachwertanlagen

Die Angaben zu dieser Beteiligung sind verkürzt dargestellt und stellen kein öffentliches Angebot dar. Es können sich Veränderungen, Ergänzungen und Aktualisierungen ergeben, die den vorgestellten Fonds in seinen Merkmalen erheblich verändern. Die Einzelheiten sowie insbesondere die neben den Chancen vorhandenen Risiken, die mit einer Investition als unternehmerischer Beteiligung verbunden sind, entnehmen Sie dem allein verbindlichen Verkaufsprospekt, der noch zu veröffentlichen ist. Bezüglich des öffentlichen Angebots des WealthCap Immobilien Deutschland 35 wird die WealthCap Initiatoren GmbH einen Verkaufsprospekt veröffentlichen und ein Vermögensanlagen-Informationsblatt bereithalten. Der Verkaufsprospekt wird bei der im Verkaufsprospekt benannten Zahlstelle zur kostenlosen Ausgabe bereitgehalten, was im Bundesanzeiger und in einem überregionalen Börsenpflichtblatt bekannt gemacht wird.