

Die 6-fache Presse-Präsenz



Unterstützen auch Sie die Arbeit im BJV (Bayerischer Journalisten-Verband e.V.) mit Ihrer Anzeige im *BJVreport*, der alle zwei Monate erscheint und aktuell auch unter www.bjv.de nachzulesen ist. Die Rubrikanzeige "Pressestellen", Ihre regelmäßige Präsentation im *BJVreport* zum kleinen Preis, ist Ihre "Visitenkarte" für ca. 9.000 BJV-Mitglieder sowie Mitarbeiter in Unternehmen und Einrichtungen aus vielen Bildungs-, Wirtschafts- und Sozialbereichen, die Presse- und Kommunikationsarbeit betreiben.

Wann dürfen wir sie begrüßen?



Aufstöhnen angebracht



Michael Busch ist Vorsitzender des Bayerischen Journalisten-Verbands Foto: Veronika Vogelsang

Kennen Sie "Redtube"? Nein? Dann sind sie entweder eine Leserin oder nicht jeder dritte Mann! Denn jeder dritte Mann in Deutschland besucht regelmäßig mehr oder weniger schmuddelige Seiten, um mal ausnahmsweise "zu schauen, was da so zu sehen ist" – der Rest weiß gar nicht, worum es geht. In Fachkreisen nennt man dies das *BILD*- oder McDonald's-Syndrom (Lese ich nie! War ich noch nie essen!)

Nein, keine Angst, ich will mich nicht intensiv mit dieser eher nachrichtlich befreiten Welt auseinandersetzen. Obwohl das angebracht gewesen wäre, angesichts der Aufmerksamkeit, die solch ein Rotlicht-Kanal erringen kann.

Was war passiert? Nutzer des Online-Pornokanals wurden von einer Anwaltskanzlei abgemahnt, dass sie unerlaubterweise copyrightgeschützte Werke im so genannten Streaming auf ihren Computerbildschirm gebracht haben, um sich den lustvollen Inhalten zu widmen. Auf den Nebenaspekt, dass es eine hohe fünfstellige Anzahl an Abmahnungen war, bei einem Kanal, den angeblich noch nie jemand angeschaut hat, ist journalistisch, zumindest an dieser Stelle, gar nicht einzugehen.

Viel interessanter ist da schon die Diskussion über das Urheberrecht, über Rechte an Bildern und Werken im Allgemeinen. Denn genau diese Diskussion erreichte endlich mal die Öffentlichkeit. Da laufen Filmchen, die sollen etwas wert sein. Das war zumindest das, was der Bürger im Rahmen der Abmahnung und der medialen Auseinandersetzung mitbekam. Aber wir Berufsverbände wollten auf den Porno-Zug nicht richtig aufspringen.

Es lag sicher nicht nur an der fachlichen Überlegung, ob das "Streaming" der Grund für die Richter war, diese Abmahnungen für ungültig zu erklären. Denn ich bezweifele, dass wir aktiver geworden wären, wenn jemand die Freikörpervideos tatsächlich auf seine Festplatte heruntergeladen hätte.

Es war einfach das falsche Metier. Ich muss zugeben: Hier haben wir eine Chance verpasst. Denn in breiter Öffentlichkeit hätte man das Thema erweitern können. Was ist mit Filmen, was mit Musikvideos, was ist mit Bildern, die auf You-Tube und anderen kostenfreien Kanälen angeboten werden. Da wird doch "auch nur gestreamt". Der Autor, der Filmemacher, der Kreativpart hat dennoch nichts davon. Tausende von Menschen schauen auf die Clips, nehmen kostenfrei ein Angebot an und freuen sich darüber, dass sie an anderer Stelle nichts zahlen müssen

Ja, über die Inhalte auf diesen Seiten, eben nicht nur Porno-Seiten, kann man trefflich diskutieren, auch, was das mit Nachrichten zu tun hat. Doch in diesem Fall geht es um die Sensibilisierung bei diesem Thema. Um die Erklärung von Begrifflichkeiten, um Wertigkeiten. Aber gerade letzteres, die Wertigkeiten, verhinderte es, dass im Zusammenhang von "Redtube" über dieses Thema gesprochen wurde.

Dabei stöhnen wir doch sonst immer laut auf, wenn es um die "Geiz-ist-Geil-Mentalität" geht.

M. Brisal

3



Inhalt

Sprichwörtliches



Michael Anger Leitender Redakteur Foto: Thomas Geiger

"Es gibt nichts Gutes, außer man tut es." Zugegeben, alte Sprichwörter sind meist alte Hüte. Aber dieses passt ausgezeichnet zu den Betriebsratswahlen im März. Denn solch ein Gremium ist etwas Gutes. Das Beste, was einem Betrieb passieren kann. Denn wenn der Rat Rat weiß, sind alle klüger, selbstbewusster und meist schlichtweg besser dran. Manchmal sogar die Geschäftsleitung. Aber man muss "es tun", also ins Wahllokal gehen und einen Zettel in die Urne werfen.

"Tue Gutes und rede darüber". Auch so eine Binsenweisheit, die aber von vielen missachtet wird. Wohl mehr aus Bequemlichkeit denn aus Bescheidenheit. Dabei kommt ein Journalist, zumal ein freier, kaum noch umhin, sie zu befolgen. Eben deswegen posten viele Kollegen Fotos von Veranstaltungen in Facebook, twittern mehr oder weniger verständlich Gekürztes, feilen regelmäßig an ihrem Xing-Auftritt. Man mag die moralischen Augenbrauen rümpfen, aber ein Freier ist ein Unternehmen und jedes Unternehmen braucht Werbung. Also nutzen sie Social Media als Plattform. Unter anderem. In erster Linie jedoch zur Recherche. Und das manchmal vorteilhafte journalistische Urmisstrauen ist auch vorhanden: Die meisten Berufskollegen unterscheiden strikt zwischen privater und beruflicher Vernetzung.

"Wer Gutes vollbringt, soll Besseres als das erhalten." Im gut katholischen Bamberg dürfte der Koran zwar nicht Leitfaden der Tageszeitung sein, aber die Botschaft von Geschäftsführung und Chefredaktion erinnert schon an die 28. Sure. Da kauft eine Zeitung künftig den Mantel vom Nachbarn. Dieser Nachbar beliefert bereits einen anderen Nachbarn, wird selbst wiederum in immer größerem Umfang beliefert. Und wenn man kritisch nachfragt nach eigenem Profil, Stellenabbau, Versetzungen, Gewinnanhäufung? Dann kommt die Frohbotschaft mehr Kapazität fürs Lokale, mehr Regionales nach vorn, neue Einstellungen, Geld in die Ausbildung. Versprechungen, so konkret, dass man sie sogar nach einer gewissen Zeit überprüfen kann. Da kratzt sich selbst ein altgedienter Gewerkschaftler erstaunt am Kopf. Sein lebenserfahrenes Kleinhirn hat aber noch ein Sprichwort in petto: Die Botschaft hör ich wohl . . . Seite 20

Titel

Mittendri	n	8
Erfahren	e Betriebsräte erzählen aus	
ihrem All	ltag	
Hauptsac	he, in der Kantine schmeckt es	11
RE	Eine nicht ganz ernst gemeinte	

Eine nicht ganz ernst gemeinte Arbeitsplatzbeschreibung des Betriebsrats

Die Anwälte der Mitarbeiter 12Betriebsräte in den Verlagen haben mehr Rechte als mancher denkt

Urteile zur Betriebsrats-Arbeit	14
Solidarität braucht tägliche Pflege	15
Selbstzweifel und Erfolgsmomente eines	
Betriebsrats	
"Die Geschäftsleitung sitzt	
meist am längeren Hebel"	16
Ute Schmidmayer macht sich seit 33 Jahren	1
für die Mitarbeiter von Gruner + Jahr in	
München stark	
Keine Büros, keine Betriebsräte	17
Was bei Gruner + Jahr in München noch z	и

Medienszene

wählen ist

eute schon getwittert ?	18
pagat zwischen Beruf und Privatlebe	en:
o nutzen Journalisten soziale Netzwa	erke
Fast) nur Gutes aus Bamberg	20
Dberfranken wollen nach Mantelbezu	g
us Unterfranken in die Redaktion inv	estieren
LM: Weniger Geld für	
ie Programmförderung	21
50.000 Euro gehen an bayerische Hö	rfunk-
nd TV-Sender	

Service

Wir im BJV

Fechnik	22
$Trend\ 2014:\ Tablet + Notebook = Co$	nvertible
Geldtipp. Weniger Geld	
om Versorgungswerk?	24
Sprachglosse	25
Rezensionen	26

Trolle im Netz und Neuwahlen 38 Schauspieler und Journalisten Medienprobleme überschreiten Grenzen

Januar / Februar 2014



Rad im Getriebe . . .

... ist der Betriebsrat, nicht nur Rädchen, wenn die Belegschaft ihre Vertreter unterstützt. Und jede Firmenleitung schadet den eigenen Interessen, betrachtet sie die Arbeitnehmervertretung als Sand im eigenen Getriebe. Schmiermittel wäre richtig. Vorausgesetzt, man vertraut dem Betriebsrat, informiert ihn rechtzeitig, baut keinen Druck auf und versucht, Entscheidungen gemeinsam zu erarbeiten und zu vertreten. Leider berichten Betriebsräte oft vom Gegenteil. **Seite 8**

2014: Betriebsrat wählen

Facebook, Twitter & Co.

Journalisten tummeln sich täglich in vier Social Medias. Zumindest statistisch, belegt eine Studie der Universität Eichstätt. Drei Viertel der Kolleginnen und Kollegen halten es für unerlässlich, sich in den Netzwerken zu tummeln. Aber sie unterscheiden dabei zwischen privat und beruflich. Jedenfalls sind wir in der Internet-Wirklichkeit angekommen, im Gegensatz zu so manchem

Verleger. Oder vielleicht doch nicht alle? Die Studie vermerkt nämlich auch, dass das Netzgezwitscher in den meisten Redaktionskonferenzen keine Rolle spielt. Wird sich ändern. Seite 18

Zur Person

Jubilare 39 Nachrufe 40 Kurse der ABP 40

Sagen Sie mal

"Der Maßstab ist nicht Hollywood"

Print bewegt: SZ-Magazin-Chef Michael Ebert über die multimediale Begleitung des NSU-Prozesses



IMPRESSUM

Herausgeber:

Michael Busch, 1. Vorsitzender Bayerischer Journalisten-Verband e.V. St.-Martin-Str. 64, 81541 München Tel. 089 5450418-0, Fax -18 info@bjv.de – www.bjv.de

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:

Michael Busch, 1. Vorsitzender, busch@bjv.de Tel. privat 09135 7279860 Tel. Büro 09132 745-022 Fax Büro 09132 745 -29

Anschrift der Redaktion:

Michael Anger, Albert-Preu-Straße 12 95444 Bayreuth Tel. 0921 515018, mobil 0160 96457518 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 741000 Redaktionsmitglied:

Senta Krasser, senta@krasserjournalismus.de, Tel. 0174 1799682

Autoren dieser Ausgabe:

Michael Busch (T), Veronika Vogelsang (F), Thomas Geiger (F), Udo Dreier (F), Jim Albright /F), Maria Goblirsch (T), Josef Schäfer (T), Anand Anders (F), Franziska Wielandt (T), Johannes Michel (T), Thomas Mrazek (T), Barbara Weidmann (T), Stephanie Füssenich (F), Meike Böschemeyer (F)

Gestaltung: Eberhard Wolf Titelbild: Eberhard Wolf

Verantwortlich für Anzeigen:

Peter&Werbung Allersberger Straße 185/F 90461 Nürnberg Tel. 0911 4245930, Fax 0911 4245959, info@pundwag.de

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

Auflage: 9000 Exemplare Erscheinungsweise: zweimonatlich

Redaktions- und Anzeigenschluss

für Ausgabe 1/2014: 21. März **Erscheinungstermin:** 19. April

ISSN: 0947-8337 Copyright 2013 by BJV & Autoren ISSN: 0947-8337

Druckerei:

Kessler Druck + Medien GmbH & Co. KG Michael-Schäffer-Straße. 1 86399 Bobingen / www.kesslerdruck.de

Foto: Meike Böschemever

Vorstand unterwegs

So richtig ruhig war es für den Vorstand zwischen den Jahren und beim Start ins neue Jahr nicht. Das lag unter anderen an den Vorbereitungen und der Durchführung der Streiks bei den Tarifverhandlungen Tageszeitungen. Im neuen Jahr ging es dann "klassisch" am 10. Januar mit dem Empfang der Staatsregierung los. Am 13. Januar trafen sich die Landesverbandsvertreter in Fulda, um im DJV-Gesamtvorstand den BJV zu vertreten. Am 16. Januar hieß es "Quo Vadis Iournalismus?" im Raethe-Haus in München. Eine Verabschiedung gab es am 27. Januar für den verdienten Schatzmeister a.D. Peter Nützel in München. Die Runde der Pressefotoausstellungen wurde am 31. Januar in Ansbach gestartet.

Termine

24. Februar – 30. März

Ausstellung Pressefoto Bayern am Münchner Flughafen

8./9. März

DJV-Tagung Frau Macht Medien "Journalistin 3.0 – Unsere Chancen im Medienalltag" in Köln

27. März

BSW-Seminar: Wie wirke ich und wie will ich wirken, ah 9 Uhr BJV-Geschäftsstelle, St.-Martin-Str. 64 mit Simone Schatz, Anmeldung unter schulz@bjv.de

7. - 9. April

Akademie für Politische Bildung, Tutzing: Islamhasser und Neonazis -Recherchen am rechten Rand

2. April – 2. Mai

Ausstellung Pressefoto Bayern in der Stadtsparkasse Augsburg 17. Mai

Bayerischer Journalistentag -BJV-Mitgliederversammlung in Garmisch-Partenkirchen

3./4. November

DJV-Verbandstag in Weimar

Der BJV – täglich für Sie im Netz

www.bjv.de

Twitter

twitter.com/bjvde

Facebook

facebook.com/bjvde

Newsletter

www.bjv.de/newsletter



Augen-Blicke in Ansbach

Rund 70 der besten Bilder des Wettbewerbs Pressefoto Bayern sind in der Sparkasse Ansbach zu bestaunen. Vorstandsvorsitzender Werner Schmiedeler hob bei der Eröffnung hervor, dass schon im vergangenen Jahr die Resonanz auf die damalige Ausstellung sehr gut gewesen sei. "Durch das Pressefoto gewinnt jeder Bericht, erhält erst ein Gesicht", betonte er. Links BJV-Vorsitzender Michael Busch.

Große Koalition will Gewerkschaften beschränken

Jetzt unterzeichnen: Online-Petition gegen die Tarifeinheit

Der BJV ruft seine Mitglieder auf, die vom DJV unterstützte Online-Petition gegen eine gesetzliche Einführung Tarifeinheit zu unterzeichnen. Um was es geht, beschreibt die stellvertretende DJV-Pressesprecherin Eva Werner: "Würde das Vorhaben Wirklichkeit, hätte künftig in jedem Betrieb nur noch eine Gewerkschaft das

Recht, Tarifverträge zu verhandeln und zu Streiks aufzurufen. Im Medienbereich hat sich aber die Tarifgemeinschaft von DIV und dju bewährt. Das soll auch so bleiben."

Der Marburger Bund hatte die Petition ins Leben gerufen. Trotz der im Vorfeld dagegen geäußerten Bedenken des DJV und anderer Spartengewerkschaften haben CDU/CSU und SPD in den Koalitionsvertrag geschrieben, dass sie sich für die Schaffung der Tarifeinheit stark machen wollen. Das Unterzeichnen der Petition kostet übrigens gerade mal eine Minute Zeit, setzt aber ein wichtiges Zeichen zum Erhalt tariflicher Vielfalt. www.openpetition.de

Glamour, Geld, Gans

Da freuen sich drei, nämlich das Nürnberger Christkind zusammen mit BJV-Bezirksvorsitzenden Dieter Germann (links) und Franz Wirnhier, Sprecher der Geschäftsleitung der LBS Bayerische Landesbausparkasse beim traditionellen Gans-Essen in Nürnberg. Noch besser als die Gans war die von Germann organisierte Tombola, denn in Folge der Veranstaltung wurde 1271 Euro an das Bildungs- und

Sozialwerk des BJV überwiesen. Dies ist die größte Einzelspende, die innerhalb des BJV zusammenkommt.



Presseversorgung: 4,5 Prozent Zinsen

Auch für das Jahr 2013 erhalten die Kunden der Presse-Versorgung eine Überschussbeteiligung, die weit über dem Marktdurchschnitt liegt. Die laufende Verzinsung beträgt 4,0 Prozent, der erwartete Marktdurchschnitt liegt bei 3,6 Prozent. Hinzu kommt eine Schlusszahlung von 0,5 Prozent, sodass sich die Gesamtverzent, sodass sich die Geometristen wird.





Reporter des Jahres

Mit dem Titel "Reporter des Jahres" können sich die BJV-Mitglieder Uwe Ritzer (rechts) und Olaf Przybilla schmücken. Gewählt wurden sie von einer Jury der Fachzeitschrift *Preis* Die beiden Reporter der *Süddeutschen Zeitung* haben schwere Versäumnisse der Justiz und psychiatrischer Gutachter in dem Verfahren gegen Gustl Mollath recherchiert, der nach Geldwäscheund Schwarzgeldvorwürfen gegen die HypoVereinsbank jahrelang in

der geschlossenen Psychiatrie saß. Aufgrund ihrer Veröffentlichungen wurde der Fall neu aufgerollt. Uwe Ritzer engagiert sich auch im Mentorenprogramm des Bayerischen Journalisten-Verbandes.

Foto: Frank Rumpenhorst/dpa

Jagdverband vergibt erstmals Preis für Journalisten

Erstmals einen mit insgesamt 7000 Euro dotierten Journalistenpreis in verschiedenen Kategorien verliehen hat der Bayerische Jagdverband, der auch das Kürzel BJV nutzt. Gleich vier Einzeltrophäen gingen an Mitglieder des BJV (Bayerischer Journalisten-Verband):

Otto Lapp vom *Nordbayerischen Kurier* in Bayreuth (erster Preis zusammen mit Sarah Bernhard) für die Zeitungsserie "Jagd im Visier"; Manuela Mayr und Jörg Sigmund von der *Augsburger Allgemeinen*, Ulrich Trebbin (*Bayerischer Rundfunk*). Nähere Informationen für den Preis 2014 auf www.jagd-bayern.de.

Personalien

Kathrin Degmair wird zum 1. Mai Leiterin des Studios Franken des *Bayerischen Rundfunks*. Sie folgt Martin Wagner nach, der Hörfunkdirektor wird. Degmair leitet seit 2007 die Geschäftsstelle des Rundfunk-und Verwaltungsrats. Zuvor arbeitete die 36-Jährige Dr. phil. als Redakteurin und als CvD in der Abteilung Nachrichten im Hörfunk des *Bayerischen Rundfunks*. Degmair hat an der Ludwig-Maximilians-Universität München in Kombination mit der Deutschen Journalistenschule Journalistik studiert und in dieser Zeit für Tageszeitungen, Magazine und Online-Medien gearbeitet. Vom Studio Franken aus produzieren rund 400 Mitarbeiter im Jahr rund 3.000 Stunden Radio- und Fernseh-Programm.

Ulf Kiegeland ist seit 20. Januar neuer Geschäftsführer der Verlagsgruppe Hof/Coburg/Suhl. Der derzeitige Geschäftsführer, Thomas Regge, wechselt ab April als Sprecher der Geschäftsführung zur Bonner Zeitungsdruckerei und Verlagsanstalt, dem Herausgeber des General-Anzeiger. Kiegeland war zuletzt als Geschäftsführer und Verlagsleiter für die Mitteldeutsches Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG in Halle tätig.





Premium-Vorsorge für Medienmenschen





Mittendrin

Erfahrene Betriebsräte erzählen aus ihrem Alltag

Von Alois Knoller



Was wäre, wenn es keinen gäbe? Wolfgang Grebenhof, Redakteur bei der Fränkischen Landeszeitung in Ansbach, spielt öfter das Szenario durch, das sich ohne einen Betriebsrat ergeben könnte. Dann müsste jeder Beschäftigte selbst mit dem Vorgesetzten, dem Personalchef, dem Geschäftsführer zurechtkommen.

Dann müsste die Belegschaft die personelle Besetzung ungefragt akzeptieren, erhielte Fortbildung nach Gutdünken der Chefs – oder auch keine, müsste sich bei der Arbeitszeit völlig den Bedürfnissen des Betriebs anpassen, müsste die Gestaltung des Arbeitsplatzes fraglos akzeptieren. Niemand würde einer Kündigung widersprechen und im Falle einer Klage beim Arbeitsgericht wäre man schon nicht mehr im Betrieb beschäftigt, also ohne Lohn. Spätestens dann zahlt es sich buchstäblich aus, dass es eine betriebliche Mitbestimmung braucht, um all diese Arbeitnehmerrechte wahrzunehmen. Sonst wäre der Verleger allein Herr im Haus.

Für Grebenhof, der nicht nur Betriebsratsvorsitzender in Ansbach ist, sondern auch in der Leitung der BJV-Fachgruppe Betriebs- und Personalräte und im DJV-Bundesvorstand tatkräftig mitwirkt, steht außer Frage: "Allein die Existenz eines Betriebsrat wirkt sich mäßigend auf unternehmerische Entscheidungen aus." Es geht eben nicht alles, wenn der Betriebsrat wachsam draufschaut und die Belegschaft unterrichtet. Oder sich freimütig zu Wort meldet, wenn in der Firma etwas im Argen liegt. Hinhören auf die Kollegen, sich aktiv informieren, auf gleichen Kenntnisstand bringen, darum geht's in erster Linie, um als Betriebsrat erfolgreich zu arbeiten, wie erfahrene BJV-Betriebsräte im Gespräch mit dem *BJVreport* versichern.

Der Lieblingsplatz von Gunter Becker liegt auf dem Flur. Hier erfährt der Betriebsratschef beim *Nordbayerischen Kurier* in Bayreuth, was die Kollegen gerade umtreibt. Seien es die miesen, krankheitsfördernden, alles andere als menschlichen Arbeitsbedingungen im Großraumbü-

ro oder das Alkoholproblem eines Mitarbeiters, das sich nicht mehr verleugnen lässt. Wenn's dringend ist, sucht Becker sofort nach einer Abhilfe, sondiert und vermittelt. Die grundsätzlichen Fragen kommen auf die Tagesordnung der BR-Sitzungen, die in Bayreuth alle vier Wochen stattfinden.

Zum Beispiel die Probleme des Großraumbüros Re-

daktion, das Becker wegen der eng aneinander liegen-

den Bildschirmplätze eine "Maststallhaltung" schimpft. Denn dort, und damit auch am Newsdesk, säßen die Kollegen eng beieinander, wie Hühner auf den Stangen. Bei der Einrichtung des Großraumbüros hatte die Firma alle Vorgaben der Arbeitsmedizin und der Berufsgenossenschaft eingehalten, weshalb der Betriebsrat gegen die Planung damals wenig einwenden konnte. "Aber sie haben vergessen, die Kollegen mitzunehmen", weiß Becker. Dafür muss nun nachträglich der Betriebsrat in Bayreuth sorgen. Und das heißt, dicke Bretter zu bohren. Mit einem Beschluss im Gremium ist noch nichts erreicht. Der Betriebsrat muss reden, überzeugen, aushandeln. Und froh sein über kleine Schritte. Die Geduld wird zuweilen arg strapaziert. Gustav Norgall sein Gremium werden derzeit von der Führung der Mittelbayerischen Zeitung in Regensburg ziemschlecht

informiert. Man

hat damit begon-

nen, die jungen Re-



Alles, was Sie zur BR-Wahl wissen sollten

In wenigen Wochen, **am 13. März,** können mehr als 22.000 Journalisten sich an der für sie wichtigsten Entscheidung der nächsten vier Jahre beteiligen: der Betriebsratswahl. Denn diese Wahl hat unmittelbare Auswirkungen auf ihr tägliches Leben.

Der Betriebsrat kann mitbestimmen bei der Arbeitszeit, Urlaubsplanung, Gestaltung des Arbeitsplatzes und Lumpereien verhindern etwa beim Gehalt oder gar einer Entlassungsdrohung. Alles Themen, die keinem Betroffenen in Zeiten von OT und Lohndumping gleichgültig sein sollten. Grund genug für den BJVreport, den Wahlen das Titelthema dieser Ausgabe zu widmen. Die Redaktion hat sich mit mehreren Betriebsräten getroffen, die ihren ehrenamtlichen Alltag schilderten, die Probleme, die Möglichkeiten, die Erfolge.

Weil Journalisten Skandale um Arbeitnehmervertreter in deutschen Weltfirmen aufdeckten, die mit Ehre und Amt Schindluder trieben, spuken in manchen Köpfen seltsame Vorstellungen von einem wohldotierten ruhigen Job der Betriebsräte herum. **Alois Knoller** hat dazu eine wirklich nicht ernst gemeinte satirisch-sarkastische Betrachtung geschrieben.

Senta Krasser schildert den manchmal einsamen Kampf der Betriebsratsvorsitzenden von Gruner + Jahr. Maria Goblirsch durchleuchtet die rechtliche Seite des Betriebsratsdaseins, stellt klare Fragen und gibt teils erstaunliche Antworten. Und Josef Schüfer von der Führung der BJV-Fachgruppe Betriebs- und Personalräte ruft die KollegInnen an die Wahlurne.







Ernst waren die Mienen, als die Betriebsräte beim Gespräch in Nürnberg ihren täglichen Einsatz für die KollegInnen schilderten. Von links Gustav Norgall (Mittelbayerische Zeitung), Wolfgang Grebenhof (Fränkische Landeszeitung), Gunter Becker (Nordbayerischer Kurier), BJV-Vorsitzender Michael Busch (Mediengruppe Oberfranken) und Alois Knoller (Betriebsrat Augsburger Allgemeine). Foto: Michael Anger

daktionskollegen in einer neuen Firma einzustellen. Leider zu schlechteren Bedingungen. Der BR-Vorsitzende Norgall möchte ihre Lage verbessern, doch das Gespräch werde von der Arbeitgeberseite verweigert. Nur auf Umwegen bekam er Einblick in die neuen Vertragsbedingungen. "Wir waren wirklich ein kooperativer Betriebsrat", bedauert der Regensburger. Für die Zukunft befürchtet er mehr Konfrontation, gibt jedoch die Hoffnung nicht auf: "Wenn auch die Geschäftsleitung uns als Mediatoren ansähe, wäre es wünschenswert..."

Norgall fühlt sich bei seiner Arbeit manchmal zwischen allen Stühlen. "Du bist eine Art Klagemauer, an die man mit allen Nöten und Sorgen tritt." Einiges konnte er schon geraderücken im Gespräch mit den Vorgesetzten, zum Beispiel eine umstrittene Abmahnung. Oder er trug der Chefredaktion ("Bei uns beschwert sich keiner ...") ungeschminkt vor, wie es tatsächlich um die Arbeitsbedingungen bestellt ist und warum am Newsdesk die versprochene unkomplizierte Verständigung und Kommunikation nicht klappt. Aber selbst als "Vermittler, der vorrangig die Interessen der Kollegen vertritt", kommt Norgall zuweilen nicht daran vorbei, einen Mitarbeiter auch zu bremsen, wenn sein Verlangen zum Beispiel die Interessen anderer Kollegen beeinträchtigt.

Diskretion ist allemal vom Betriebsrat gefordert. "Was rennst du gleich zum Betriebsrat!", werfen Vorgesetzte gelegentlich Kollegen vor, die bei ihren gewählten Vertretern Schutz suchen. Tatsächlich ist es Michael Busch, Betriebsratsvorsitzender der Redaktionen GmbH & Co. KG der Mediengruppe Oberfranken in Bamberg, immer lieber, das Problem lässt sich auf direktem Wege zwischen den Betroffenen lösen. Doch etliche Probleme betreffen nicht nur Einzelne. Dann braucht es betriebliche Regelungen, die der Betriebsrat mit der Unternehmensleitung vereinbart. Etwa zu den Themen Arbeitszeiterfassung, Datenschutz, Leistungskontrolle, private Nutzung von Internet und E-Mail,

Umgang mit Alkohol im Betrieb. "Betriebsvereinbarungen sind die Hausordnung im Betrieb", meint Wolfgang Grebenhof. Erzwingen kann man sie notfalls vor einer Einigungsstelle. Aber nur grundsätzlich, nicht auch den Inhalt. Um den werde in der Regel sehr lange gefeilscht, so Grebenhof. Am Ende steht meist ein Kompromiss, der die Anforderungen der Arbeitgeber ebenso berücksichtigt wie die Interessen der Arbeitnehmer.

Reinhard Wilhelm, Betriebsratsvorsitzender der Donau-Wald-Presse-GmbH in Passau, nützt Betriebsvereinbarungen als das einigende Band in der zersplitterten Unternehmensgruppe der *Passauer Neuen Presse*. Die fünf Einzelgesellschaften sind seit 2004 nicht mehr tarifgebunden; im letzten Jahr neu hinzu gekommen ist die Oberland-GmbH (ehemals *Trostberger Tagblatt*). Was der jeweilige Betriebsrat für die Kollegen erreichen will, muss er selber festzurren.

Den Weg wies 2009 die Androhung betriebsbedingter Kündigungen in der Redaktion. "Der Betriebsrat konnte sie dank zäher Verhandlungen abwenden und von der Verlegerin eine Beschäftigungssicherung für alle, nicht nur die Kolleginnen und Kollegen in der Redaktion, bis 2013 erzielen. Allerdings war dieses so genannte Eckpunktepapier, das lediglich eine einseitige Willenserklärung der Verlegerin darstellt, teuer erkauft um den teilweisen Verzicht auf Lohnsteigerungen in den folgenden Jahren in der Redaktion. Alle, die sich in der tariflichen Nachwirkung befinden, wurden damals zur Kasse gebeten. Das Angebot, dieses Eckpunktepapier bis 2016 weiter fortzuschreiben, habe ich erstmals wieder 2012 zur Diskussion gestellt. Niemand in der Belegschaft wollte auf diesen ,Kündigungschutz' verzichten, stattdessen verzichteten sie lieber auf vom Betriebsrat favorisierte Haustarifverhandlungen", bedauert Wilhelm.

Reger Gedankenaustausch mit dem Konzernbetriebsrat

Dennoch: Die Belegschaft bringt dem Betriebsrat seither großes Vertrauen entgehen. Im Jahr 2010 gab es in der Donau-Wald-Presse-GmbH eine Wahlbeteiligung von knapp 90 Prozent.

"Unsere Zusammenspiel mit dem Konzernbetriebsrat ist nahezu perfekt", meint Wilhelm. Der rege Gedankenaustausch garantiert, dass die einzelnen Betriebsräte nicht gegeneinander ausgespielt werden. "Wichtig ist, die Zuständigkeiten der Gremien abzuklären", sagt Wilhelm. Nicht selten werde der Konzernbetriebsrat von den jeweiligen GmbH-Gremien beauftragt, eine konzernweite Betriebsvereinbarung auf den Weg zu bringen.

Er weiß, dass die Geschäftsführer der fünf Einzelgesellschaften keine Vereinbarung alleine abschließen, sondern diese Angelegenheiten an die gemeinsame



PNP-Unternehmensleitung durchreichen, wo sie auf dem Schreibtisch vom Justiziar und Ehemann der Verlegerin landen. Die Betriebsräte müssen sich also in erster Instanz nicht nur mit ihrem Geschäftsführer, sondern mit einem promovierten Arbeitsrechtler und der Prokuristin des Neue-Presse-Verlags auseinander setzen.

Im vorigen Jahr haben die Passauer Betriebsräte eine konzernweite Rahmenbetriebsvereinbarung für datenverarbeitende Systeme durchgesetzt. Jetzt liegt eine von Wilhelms Gremium initiierte Smartphone-Betriebsvereinbarung konzernweit auf dem Tisch. Und weil ein neues Anzeigensystem angeschafft werden soll, das mittelfristig Arbeitsplätze kosten dürfte, strebt der Konzernbetriebsrat an, noch dieses Jahr für die betroffenen Kollegen eine soziale Abfederung in einer weiteren Betriebsvereinbarung festzuschreiben. Wilhelm: "Die Weichen hierfür werden gerade in den jeweiligen Gremien gestellt".

Das klingt nach einem Vollzeitjob. Tatsächlich aber ist Reinhard Wilhelm in die PNP-Sportredaktion eingebunden. Die Kollegen haben freilich Verständnis für sein (arbeits-)zeitintensives Ehrenamt, der Dienstplan hält ihm den Mittwoch für die Betriebsratsarbeit frei. Auch Gunter Becker und Wolfgang Grebenhof können sich nur stunden- oder tageweise für den Betriebsrat freimachen. Umso wichtiger ist für sie das Netzwerk, das beispielsweise die BJV-Fachgruppe Betriebs- und Personalräte bildet. "Ich halte es für immens wichtig zu erfahren, wie es in anderen Verlagen zugeht, welche Initiativen andere Betriebsräte ergreifen und welche Erfahrungen sie machen", meint Norgall. Von der Geschäftsstelle des Journalistenverbands bezieht Becker den Rückhalt für seine BR-Arbeit, sei es fachjuristischer Rat oder der Tipp fürs taktisch-strategische Vorgehen als Betriebsrat. Und wenn einen der Verleger allzu sehr vereinnahmen will, rät Grebenhof verschmitzt: "Wir dürfen als Betriebsrat nichts unterschreiben, was dem Tarifvertrag zuwiderläuft. Soll sich der Verleger doch bitte an die Gewerkschaft wenden."

Hauptsache, in der Kantine schmeckt es

Eine nicht ganz ernst gemeinte Arbeitsplatzbeschreibung des Betriebsrats

Von Alois Knoller



So ein Leben sollte man haben: Seine Arbeit beginnt nach Belieben, gern auch ein bisschen später. Die Suche nach einem Parkplatz stellt kein Problem dar, selbst wenn alle schon da sind, schließlich darf das Auto des Betriebsratsvorsitzenden auf einem reservierten Firmenstellplatz stehen. Im Büro wird

erst einmal Kaffee gekocht und in aller Ruhe die Zeitung gelesen. Dann wirft der Vorsitzende einen kurzen Blick in den Briefkasten für die Belegschaft, der sowieso immer leer ist, und in seine E-Mails, die vor allem aus Propagandamaterial der Gewerkschaft bestehen. Und weil eh bald Mittag ist, könnte man schon mal die Speisekarte der Betriebskantine studieren. Bei der Gelegenheit fällt dem Betriebsrat auf, dass wieder dasselbe Menü angeboten wird wie vor vier Wochen. Also greift er zum Telefon und macht den Koch zur Schnecke. Dafür wird er ausnehmend höflich in der Kantine bedient.

Nach der Stärkung geht es zum Jour fixe beim Personalchef. Schnell die Notizen der vergangenen Woche auf dem Schreibtisch zusammengerafft, das genügt zur Vorbereitung. Man kennt sich doch. Stunk in der Anzeigenabteilung? Wird sich wieder gegeben haben. Aber man könnte mal nachfragen, ob der Abteilungsleiter unbedingt die Anrufliste so penibel kontrollieren muss. Die ständigen Klagen der Redaktion, dass es so laut am Newsdesk ist und so stickig im Großraumbüro? Sie haben ja Recht. Aber bei der schlechten Wirtschaftslage kann die Firma nicht schon wieder viel Geld ausgeben, das sieht der Betriebsrat ein. Zuerst ist die neue Rotation dran; sie wird zwar den Druckern einige Arbeitsplätze kosten, aber das bringt der technische Fortschritt eben mit sich. Was will man machen?

ratsvorsitzenden neulich beim Businesslunch in dem angesagten Lokal ausführlich mitgeteilt. Und er möge doch bitte bei der Betriebsversammlung für bessere Stimmung unter den Kollegen sorgen. Schließlich nehme er eine Schlüsselstellung in der Firma ein und ihm liege gewiss das Wohl des Unternehmens am Herzen. Zumal es bei seiner üblichen Gehaltszulage bis auf weiteres bleibt. Selbstverständlich sei er auch wieder beim Wiesnbummel der leitenden Mitarbeiter des Hauses dabei, der letztes Jahr so lustig war, ließ der Geschäftsführer bei dem Essen durchblicken. Jaja, so etwas schweißt die Betriebsfamilie zusammen . . .

Hat die Geschäftsführung doch dem Betriebs-

Am Ende seines Arbeitstages macht sich der Betriebsratsvorsitzende auf den Bummel durch den Betrieb. Man kennt ihn, er macht seine Späßle, aber mit dem Miesepeter dort am Schreibtisch wird er nicht warm. Der hat immer was zu meckern. Und die verhuschte Kollegin im hinteren Eck will er besser nicht stören. Der Redaktionsleiter wird ihm schon berichten, wenn es Probleme gibt. Um alles kann er sich eben nicht kümmern. Außerdem ist jetzt Feierabend. Wenigstens der Betriebsratsvorsitzende soll den Tarifvertrag einhalten, wenn schon die anderen immer länger arbeiten.



Die Anwälte der Mitarbeiter

Betriebsräte in den Verlagen haben mehr Rechte, als mancher denkt

Von Maria Goblirsch



"Betriebsratsverseucht" lautete das Unwort des Jahres 2009. Der Begriff schaffte es damals in Sachen Sprachmüll noch vor "Bad Bank" und "Flüchtlingsbekämpfung" auf Platz eins und tauchte im Mai 2009 in der *ARD*-Sendung "Monitor" auf. Der Mitarbeiter einer Baumarktkette hatte dort berichtet, dass Abteilungsleiter den Begriff verwenden,

wenn ein Kollege von einer Filiale mit Betriebsrat zu einer ohne Betriebsrat wechseln wolle. Die Wahrnehmung von Arbeitnehmerinteressen als Seuche zu bezeichnen, sei "ein sprachlicher Tiefpunkt im Umgang mit Lohnabhängigen", begründete Sprachwissenschaftler Horst Schlosser damals die Ernennung zum Unwort des Jahres.

Eigentlich sollen Betriebsrat und Arbeitgeber aber im gegenseitigen Vertrauen zum Wohl der Arbeitnehmer und des Betriebs zusammenarbeiten, wie es §2 des Betriebsverfassungsgesetzes bestimmt. Diese Klausel verpflichtet beide Seiten außerdem zu gesetzestreuem Handeln und zur gegenseitigen Rücksichtnahme.

An einen Kuschelkurs ist dabei nicht gedacht. "Wenn Betriebsräte ihre Rechtsposition konsequent, extensiv und möglicherweise in Anlehnung an von den Gewerkschaften entwickelten Vorstellungen wahrnehmen, dann . . . hat der Arbeitgeber das hinzunehmen, unabhängig davon, ob es ihm aus seiner Sicht einen Vorteil bringt oder es sich gegen seine Interessen richtet", hat das Bundesverfassungsgericht festgestellt.

Dennoch muss der Betriebsrat gewisse Rücksichten nehmen: So hat er beispielsweise erst den Arbeitgeber über Beanstandungen oder Missstände im Unternehmen zu informieren, ehe er an die Öffentlichkeit geht oder den Chef bei einer Behörde anschwärzt. Umgekehrt kann er zum Whistleblowing verpflichtet sein, wenn der Arbeitgeber nach seinem Hinweis nicht für Abhilfe sorgt – etwa, wenn Regeln zum Arbeitsschutz verletzt werden.

Bereits in kleineren Unternehmen ist die Gründung eines Betriebsrates nach dem Betriebsverfassungsgesetz Pflicht, und das auch ohne Einverständnis der Geschäftsleitung. "In Betrieben mit in der Regel mindestens fünf ständig wahlberechtigen Arbeitnehmern, von denen drei wählbar sind, werden Betriebsräte gewählt. Das gilt auch für gemeinsame Betriebe mehrerer Unternehmen", heißt es in § 1 des BetrVG.

Auch Leiharbeitnehmer zählen mit

Dabei müssen Leiharbeitnehmer bei der Betriebsgröße mitgezählt werden, hat das Bundesarbeitsgericht entschieden (Urteil vom 13.3.2013, Az.: 7 ABR 69/11). Sie sind auch bei Freistellungen wie Festangestellte zu behandeln. Damit erhöht sich die Schlagkraft der Arbeitnehmer-Vertretungen. Einen Haken hat die Sache allerdings: Das Gesetz sieht keine Sanktion für den Fall vor, dass auf Druck des Chefs kein Betriebsrat eingerichtet wird

Damit er seine Aufgaben wahrnehmen kann, hat der Betriebsrat umfassende Informations-, Mitwirkungsund Mitbestimmungsrechte in personalen, sozialen und wirtschaftlichen Angelegenheiten. So kann er alle Informationen einfordern, die er für seine Arbeit braucht. Die Geschäftsleitung muss ihn umfassend und vor allem rechtzeitig über geplante personelle, organisatorische und technische Veränderungen unterrichten. Sie muss sich die Argumente des Betriebsrates anhören und in die eigene Entscheidung einbeziehen. Ein solches Beratungsrecht hat der Betriebsrat etwa bei der Änderung der Arbeitsabläufe oder bei der Einführung neuer Techniken.

Auch wenn sich der Mythos hartnäckig hält, der Betriebsrat kümmere sich in den Redaktionen vor allem um die neue Kaffeemaschine, Einkaufsgutscheine oder die Vergabe der Parkplätze, sieht die Realität anders aus. Stehen in einem Medienunternehmen betriebsbedingte Kündigungen an, ist der Betriebsrat meist die erste Anlaufstelle für die Betroffenen. Sie verhandeln mit der Geschäftsleitung über einen Sozialplan und über Abfindungen. Ohne Betriebsrat gibt es keine Abfindungen.

Vor jeder Kündigung ist der Betriebsrat anzuhören. Der Arbeitgeber hat ihm die Gründe für die Kündigung mitzuteilen. Eine ohne Anhörung des Betriebsrates ausgesprochene Kündigung ist unwirksam (§ 102 BetrVG).

Bei ordentlichen Kündigungen muss der Betriebsrat seine Bedenken innerhalb einer Woche schriftlich mitteilen, sonst gilt die Zustimmung als erteilt. Soziale Gesichtspunkte spielen dabei eine große Rolle. Hier muss der Arbeitgeber detailliert darlegen, warum die Sozialauswahl diesen und keinen anderen Mitarbeiter trifft und auch alle Sozialdaten vergleichbarer Arbeitnehmer nennen.

Vor allem die freigestellten Betriebsräte beschäftigen sich in ihrer täglichen Arbeit intensiv mit Betriebsvereinbarungen wie etwa zur Altersteilzeit oder zur Arbeitszeiterfassung. Denn die Geschäftsleitung darf die Arbeitszeit nicht von sich aus reduzieren, sondern muss sich darüber mit der Belegschaft einigen. Ohne Zustimmung des Betriebsrates kann sie auch keine Überstunden anordnen.



13 Mal Mitbestimmung

Das Gesetz zählt in § 88 BetrVG für die Mitbestimmung dreizehn Fälle auf, die von der Arbeitszeit über die technische Überwachung der Mitarbeiter bis zur Urlaubsregelung reichen. Bei der Gestaltung von Personalfragebogen darf der Betriebsrat ebenso mitentscheiden wie bei Beurteilungsschemata oder Fragen der beruflichen Fortbildung.

Das Ergebnis der Einigung wird dann in einer Betriebsvereinbarung festgelegt. Eine Einschränkung gilt: Was üblicherweise in einem Tarifvertrag geregelt wird, ist ausgeschlossen.

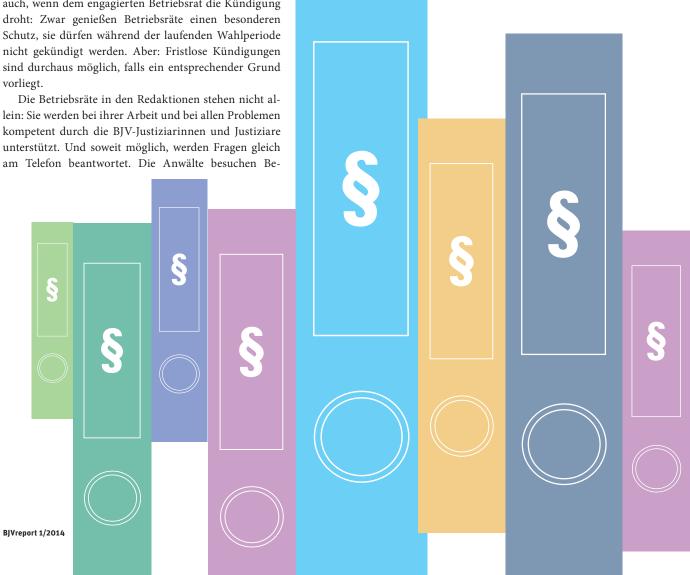
Eine Besonderheit gilt in den Medien bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern: Der Betriebsrat muss zwar informiert werden, hat aber wegen des Tendenzschutzes kein Recht, die Zustimmung zu verweigern. Denn der Gesetzgeber räumt dem Verleger das Recht ein, die politische oder konfessionelle Ausrichtung seines Blattes selbst zu bestimmen. Und sich Journalisten auszusuchen, die zu dieser Einstellung passen und entsprechend schreiben.

Gibt es Streit um die Mitwirkung des Betriebsrates, sind die Arbeitsgerichte gefragt. (Eine Auswahl der interessantesten Urteile lesen Sie auf Seite 14). Sie entscheiden auch, wenn dem engagierten Betriebsrat die Kündigung droht: Zwar genießen Betriebsräte einen besonderen Schutz, sie dürfen während der laufenden Wahlperiode nicht gekündigt werden. Aber: Fristlose Kündigungen sind durchaus möglich, falls ein entsprechender Grund vorliegt.

lein: Sie werden bei ihrer Arbeit und bei allen Problemen kompetent durch die BJV-Justiziarinnen und Justiziare unterstützt. Und soweit möglich, werden Fragen gleich triebsversammlungen, um über sozialpolitisch wichtige Angelegenheiten wie zum Beispiel den Stand von Tarifverhandlungen zu informieren. Oder sie beraten einzelne Betriebsräte, wie weit die Mitbestimmung reicht, oder wie eine Betriebsvereinbarung aussehen könnte (Anfragen unter Telefon 089 5450418-0).

Was können Betriebsräte für Freie tun? Das Betriebsverfassungsgesetz dehnt das Recht auf Information in § 80 auch auf die "Beschäftigung von Personen, die nicht in einem Arbeitsverhältnis zum Arbeitgeber stehen" aus, also auf die Freien.

So können Betriebsräte beispielsweise Auskunft darüber verlangen, wie viele hauptberufliche Freie für das Medium arbeiten, zu welchen Bedingungen sie das tun oder wie hoch das gezahlte Honorar ist. Oder ob und wie die gemeinsamen Vergütungsregeln umgesetzt werden. Der DJV empfiehlt, Betriebsräte sollten sich diese Umsetzung von der Verlagsleitung dokumentieren lassen. Denn nur im Schulterschluss von Festen und Freien haben faire Zeitungshonorare eine Chance.





Urteile zur Betriebsrats-Arbeit

Zusammengestellt von Maria Goblirsch



Auskunft über Abmahnungen

Der Betriebsrat kann nach § 80 Absatz 2 BetrVG einen Anspruch auf Auskunft über erteilte Abmahnungen haben,

auch wenn er bei deren Erteilung kein Mitspracherecht hat. Datenschutz steht dem nicht entgegen. Im Fall ging es um Verstöße wie Radiohören im Betrieb, das Aufsuchen bestimmter Toiletten und das Rauchverbot. LAG Hamm, Beschluss vom 17. Februar 2012 - Aktenzeichen: 10 TaBV 63/11

Beratungskosten des Betriebsrates

Beauftragt ein Betriebsrat eine Beratungsgesellschaft, haftet er unter bestimmten Voraussetzungen auch für die entstehende Honorarforderung. Nur, wenn er sich vorher versichert, dass der Auftrag von seinem Wirkungskreis als Betriebsrat erfasst und das vereinbarte Honorar marktüblich ist, kann er vom Arbeitgeber die Erstattung der Kosten nach § 40 Abs. 1 BetrVG verlangen. Bundesgerichtshof, Urteil vom 25. Oktober 2012 - Az.: III ZR 266/11

Bewirtung bei einer Betriebsversammlung

Kosten, die während einer Betriebsversammlung durch die Bewirtung entstehen, muss der Arbeitgeber nicht tragen. Er ist nach § 40 Abs.1 BetrVG nicht verpflichtet, dafür einen Vorschuss zu gewähren oder die bereits getätigten Auslagen zu erstatten. Denn es zählt nicht zu den Aufgaben des Betriebsrates, die Teilnehmer einer Betriebsversammlung zu bewirten. Er hat eine Betriebsversammlung so zu planen und durchzuführen, dass vermeidbare Kosten nicht anfallen.

Landesarbeitsgericht Nürnberg, Beschluss vom 25. April 2012 - Az.: 4 TaBV 58/11

Einblick in Lohn- und Gehaltslisten

Der Betriebsrat darf Einblick in die Bruttolohn- und Gehaltslisten nehmen, da dies zur Durchführung seiner Aufgaben erforderlich ist und er die Einhaltung der Tarifverträge und des Gleichheitsgrundsatzes überwachen muss. Ein Einverständnis des Arbeitgebers ist nicht erforderlich. Das Einsichtsrecht verstößt weder gegen nationales Datenschutzrecht noch gegen das der EU. Landesarbeitsgericht Niedersachsen

Beschluss vom 18. April 2012 - Az.: 16 TaBV 39/11

E-Mail-Adresse für Betriebsrat

Jedes Betriebsrats-Mitglied hat Anspruch auf eine eigene E-Mail-Adresse. Der Arbeitgeber muss diese (also z.B. br-mustermann@firma.de) einrichten, damit die Mitglieder des Betriebsrates untereinander kommunizieren können. Außerdem kann jedes BR-Mitglied einen eigenen Internetzugang verlangen.

Bundesarbeitsgericht Beschluss vom 14. Juli 2010 - Az.: 7 ABR 80/08

Freistellung und Arbeitszeitmodell

Wer als Betriebsratsmitglied vollständig freigestellt ist, muss nicht auf die Arbeitszeiterfassung verzichten. Denn auch Freigestellte haben ein Interesse daran, ihre Anwesenheit im Betrieb zu dokumentieren. Der Arbeitgeber hatte verlangt, dass die Freigestellten stattdessen nach der in einer Betriebsvereinbarung geregelten "Vertrauensarbeitszeit" arbeiten.

Bundesarbeitsgericht, Beschluss vom 10. Juli 2013 - Az.: 7 ABR 22/12

Internetzugang über Gruppenaccount

Der Betriebsrat hat Anspruch auf einen nicht personalisierten Internetzugang über den im Betriebsraum vorhandenen Rechner. Er kann auch die Einrichtung eines Gruppenaccounts verlangen, um eine Kontrolle der Internetnutzung auszuschließen. Der Arbeitgeber hatte vergeblich argumentiert, dass der Datenschutz eine Individualisierung des Accounts erfordere. Für den Datenschutz ist der Betriebsrat selbst verantwortlich.

Bundesarbeitsgericht, Beschluss vom 18. Juli 2012 - Az.: 7 ABR 23/11

Kinderbetreuung

Der Arbeitgeber muss die Kosten erstatten, die einem alleinerziehenden Betriebsratsmitglied für die Betreuung der minderjährigen Kinder entstehen. Die Kollegin hatte für zehn Tage an auswärtigen Sitzungen des Gesamtbetriebsrats und einer Betriebsräteversammlung teilgenommen. Die volljährige berufstätige Tochter hatte die Betreuung der Geschwister abgelehnt.

Bundesarbeitsgericht, Beschluss vom 23. Juni 2010 - Az.: 7 ABR 103/80

Leiharbeitnehmer auf Dauerarbeitsplätzen

Der Betriebsrat darf seine Zustimmung verweigern, wenn der Arbeitgeber beab-

sichtigt, auf Dauer eingerichtete Arbeitsplätze mit Leiharbeitern zu besetzen. Dies verstößt gegen § 1 Satz 2 Arbeitnehmerüberlassungsgesetz. Der Arbeitgeber hatte beantragt, dass das Arbeitsgericht die Zustimmung des Betriebsrats ersetzt. Die Richter lehnten dies ab.

Landesarbeitsgericht Berlin-Brandenburg, Urteil vom 19. Dezember 2012 - Az.: 4 TaBV 1163/12

Mitarbeiterbefragung

Der Betriebsrat darf selbstständig Mitarbeiterbefragungen durchführen, wenn dadurch der Betriebsablauf oder der Betriebsfrieden nicht gestört werden. Der Arbeitgeber hatte versucht, eine solche Befragung per einstweiliger Verfügung verbieten zu lassen. Die Mitarbeiter waren vom Betriebsrat darauf hingewiesen worden, dass die Umfrage freiwillig und anonym sei und der Fragebogen außerhalb der Arbeitszeit ausgefüllt werden müsse.

Arbeitsgericht Berlin, Beschluss vom 24. Oktober 2007 - Az.: 77 BVGA 16633/07

Schulung des Betriebsrates

Dem Betriebsrat steht ein eigener Beurteilungsspielraum zu, wenn es um die Schulung seiner Mitglieder geht. Er kann frei entscheiden und muss zuvor keine umfassende Marktanalyse anstellen. Auch muss nicht der günstigste Anbieter gewählt werden.

Landesarbeitsgericht Frankfurt, Beschluss vom 14. Mai 2012 - Az.: 16 TaBV 226/11

Weitergabe von Daten

Der Betriebsrat kann verlangen, dass ihm der Arbeitgeber quartalsweise ein Verzeichnis mit Namen der Arbeitnehmer aushändigt, die im zurückliegenden Jahreszeitraum länger als sechs Wochen arbeitsunfähig waren (§ 80 Abs.2 BetrVG). Und das unabhängig davon, ob eine entsprechende Betriebsvereinbarung besteht oder der Arbeitnehmer zugestimmt hat. Dem stehen datenschutzrechtliche Belange oder Persönlichkeitsrechte der betroffenen Arbeitnehmer nicht entgegen. Im Fall ging es um Maßnahmen zur Wiedereingliederung. Bundesarbeitsgericht vom 07. Februar 2012 – 1 ABR 46/10

Solidarität braucht tägliche Pflege

Selbstzweifel und Erfolgsmomente eines Betriebsrats

Von Josef Schäfer

Es gibt diese Momente, in denen man sich fragt: Warum tust du dir das eigentlich an? Als Betriebsrat gibt es diese Momente sogar sehr oft. Wenn ein Projekt nicht vorankommt. Wenn man sich wieder einmal vom Arbeitgeber mangelhaft oder zu spät informiert fühlt, oder er gar komplett mauert. Wenn man Zeit und Energie investiert hat, um Verschlechterungen für die Kolleginnen und Kollegen abzuwenden und dann doch keine Handhabe findet.

In den vergangenen Jahren haben auch die Redaktionen von Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen die Fol-



Josef Schäfer ist Betriebsratsvorsitzender der Main-Post in Würzburg und stellvertretender Vorsitzender der Fachgruppe Betriebs- und Personalräte.

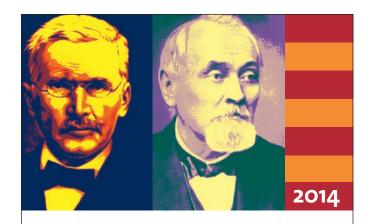
Foto: Anand Anders

gen zu spüren bekommen, als vermehrt Manager und Controller die Zügel in die Hand genommen und kräftig angezogen haben. Trotz in den meisten Fällen positiver Bilanzen werden die Redaktionen auf ihre Wirtschaftlichkeit hin bewertet. Es gibt kaum einen Chefredakteur, der sich nicht für seine vermeintlich zu hohen Personalkosten rechtfertigen muss. Die Folge? Der Druck auf Redakteurinnen und Redakteure wächst. Mehr Arbeit, am besten für weniger Geld.

Solidarität ist daher heute die wichtigste Kernkompetenz für die Kolleginnen und Kollegen in der Redaktion. Sie müssen dem Druck widerstehen. Das geht nur gemeinsam. Aber Solidarität ist keine Worthülse, sondern sie muss gelebt werden, braucht Hingabe und täg-

liche Pflege wie eine wertvolle Orchidee. Wenn er eine besorgte Kollegin beruhigen kann, dass bei der geplanten Änderung ihrer Arbeitszeit das letzte Wort noch lange nicht gesprochen ist. Wenn die Mitglieder des Betriebsrats nicht nur über Kampfbereitschaft reden, sondern Dinge anpacken. Wenn es dank der Initiative des Betriebsrats gelingt, dass eine ganze Belegschaft endlich eine Regelung für ihre bislang unbezahlte Mehrarbeit einfordert. Und ganz wichtig: Wenn sich Kollegen bedanken, dass man sich ihrer Sorgen angenommen hat.

Dann werden die Momente des Zweifels sehr klein. Sollten allerdings diese Erfolgserlebnisse die eigene Stimmung doch nicht aufhellen können, dann hilft ein kurzes Gespräch mit einem Kollegen aus der outgesourcten Abteilung, die keinen eigenen Betriebsrat hat. Seine Berichte wirken – garantiert.



Journalistenpreise der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken

Preise: Auch 2014 vergeben die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken Journalistenpreise. Dabei loben sie den Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Preis für einen Beitrag zum Thema wirtschaftliche Bildung (8.000 Euro), den Hermann-Schulze-Delitzsch-Preis für einen Beitrag zum Verbraucherschutz (8.000 Euro) sowie den Volontärspreis für einen Beitrag zum Themenfeld Nachhaltigkeit (4.000 Euro) aus. Ausgezeichnet werden herausragende publizistische Arbeiten aus Print, TV, Hörfunk sowie online.

Bewerbungen: Um die Preise bewerben können sich Vertreter von Medienhäusern mit Sitz in Bayern, Korrespondenten von Medienhäusern mit Redaktionsbüros im Freistaat und freie Journalisten mit Wohnsitz oder Arbeitsplatz in Bayern. Vorschlagsberechtigt sind darüber hinaus Verleger, Chefredakteure sowie Ressortleiter. Es werden Beiträge berücksichtigt, die zwischen 1. Januar 2013 und 31. Dezember 2013 erschienen sind.

Jury: Eine Fachjury aus Vertretern der unterschiedlichen Mediengattungen bewertet die eingegangenen Bewerbungen und entscheidet über die Preisträger.

Die Bewerbungen müssen bis 30. April 2014 vorliegen. Sie sind zu senden an

Genossenschaftsverband Bayern e.V. Dr. Jürgen Gros Vorstandsstab und Kommunikation Türkenstraße 22–24, 80333 München Tel. (089) 28 68 – 34 02 presse@gv-bayern.de

oder online auf www.gv-bayern.de/ journalistenpreise einzureichen, wo sich weitere Informationen zu den Preisen und Bewerbungsmodalitäten finden.

Preisgelder gesamt 20.000 Euro!





"Die Geschäftsleitung sitzt meist am längeren Hebel"

Ute Schmidmayer macht sich seit 33 Jahren für die Mitarbeiter von Gruner + Jahr in München stark

Von Senta Krasser



Frau Schmidmayer, seit 33 Jahren engagieren Sie sich von München aus als Betriebsrätin im Verlag Gruner + Jahr. Warum machen Sie das?

Ich bin ein Kämpfer für Gerechtigkeit. Wenn ich erreichen kann, dass es den Kollegen im Verlag gut geht, dann freut mich das. Als ich damals im Betriebsrat anfing, gab es im Konzern

schon einige Umwälzungen. Dies betraf auch den Standort München. Kollegen wurde gekündigt, und sie wussten nicht, was ihre Rechte sind. Ich dachte mir: So geht das nicht. Da muss es jemanden geben, der sich für die Kollegen einsetzt. Jemanden, der für sie verhandelt, weil Arbeitnehmer ja immer in der schlechteren Position sind. Das war für mich der Impuls, mich im Betriebsrat zu engagieren.

Jüngere Kollegen finden es immer weniger attraktiv, sich im Betrieb für die anderen stark zu machen. Können Sie das nachvollziehen?

Nein, ich kann überhaupt nicht verstehen, dass keine Motivation da ist. Es gibt für mich nichts Interessanteres, als ein Unternehmen komplett in Gänze kennen zu lernen. Als Betriebsrat habe ich Zugang zu sämtlichen Abteilungen und Hierarchien einschließlich des Vorstands. Ich bekomme Einblick, wie sich ein Unternehmen zusammenfügt. Das kriege ich nicht mit, wenn ich als Redakteur oder Sachbearbeiter immer nur am Schreibtisch sitze und in meinem Bereich arbeite. Gerade wer, wie im Fall von Gruner + Jahr, am Standort in München arbeitet, hat kaum Ahnung, was in der Zentrale in Hamburg so läuft.

Wo sehen Sie die Gründe für das nachlassende Interesse?

Die meisten sagen: Ich habe keine Zeit. Wer Betriebsratsarbeit gescheit machen will, muss in der Tat viel Zeit investieren. Vielleicht sogar noch mehr Zeit als früher. Durch die ganzen Einstellungen von Zeitschriften und Zeitungen, durch Auslagerungen und Versetzungen ist Betriebsratsarbeit sicher schwieriger geworden. Dazu kommt, dass die Vorgesetzten in der Regel nicht so arg viel Verständnis dafür haben, wenn man ihnen eröffnet,

man wolle sich im Betriebsrat engagieren. Auf den Journalisten lastet also extremer Druck. Ganz schrecklich.

Ein Image-Problem sehen Sie nicht? Das Bild vom Zeitung lesenden Betriebsrat, der sich an Weihnachten mit einer Flasche Schnaps von der Geschäftsleitung milde stimmen lässt, spukt in so manchen Köpfen herum.

Solche Betriebsräte mag es geben. Bei Gruner + Jahr ist aber mit dem Image des Betriebsrats alles in Ordnung. Sogar die Geschäftsleitung unseres Mutterhauses Bertelsmann unterstützt uns aktiv. Seit 2012 findet einmal im Jahr die Konzerndialog-Konferenz statt, die die Konzernbetriebsräte aller deutschen Bertelsmann-Unternehmen einbindet. Und der Vorstandsvorsitzende Thomas Rabe hat im Intranet höchstpersönlich dazu aufgerufen, dass sich die Mitarbeiter im März bitteschön zur Betriebsratswahl stellen und auch wählen sollen. Das finde ich ein sehr gutes Zeichen.

Was muss ein Betriebsrat in erster Linie können? Muss er juristisch auf Zack sein?

Man muss wissen, wo man nachschaut, aber man muss jetzt nicht das Betriebsverfassungsgesetz auswendig lernen. Der Betriebsrat kann sich Sachverstand von einem Fachanwalt hinzu holen. Den Sozialplan, den wir gerade für die G+J-Mitarbeiter abgeschlossen haben, haben wir ja auch nicht ohne Rechtsbeistand gemacht.

Worauf kommt es dann am meisten an?

Meiner Meinung nach auf diplomatisches Geschick. Ein Betriebsrat muss strategisch denken. Er muss in der Lage sein zu erreichen, dass ihm sowohl die Geschäftsleitung als auch die Kollegen vertrauen. Er muss sich bei beiden Gehör verschaffen. Und er muss so viel Selbstbewusst-



Diplomatisches Geschick und Selbsbewusstsein braucht ein Betriebsrat besonders, meint Ute Schmidmayer Foto: Privat



sein mitbringen, dass er bei einer Betriebsversammlung sich nach vorne stellt und einer Konfrontation Stand hält.

Aber wie loyal darf man gegenüber dem Chef sein, wenn man doch das Beste für die Mitarbeiter herausholen soll?

Das Problem ist, dass du es nie allen Recht machen kannst, weder den Kollegen, noch der Geschäftsleitung. Ein guter Betriebsrat sollte auch durchaus die wirtschaftlichen Aspekte des Unternehmens anschauen und muss nicht unhaltbare Forderungen stellen.

Inwiefern können Sie als Betriebsrat Verständnis dafür aufbringen, dass die Konzernspitze in Hamburg den Standort in München aufgeben möchte?

Dafür habe ich leider für mich noch keinen Grund gefunden, dass ich diese Maßnahme in Gänze verstehen kann. Im digitalen Zeitalter glaube ich nicht, dass man auf räumliche Nähe angewiesen sein muss. Der Standort München war keine Filiale vom Hamburger Haupthaus. Im Gegenteil wurden hier die Zeitschriften kreiert und erfolgreich redaktionell geleitet.

Man sagt Ihnen nach, Sie hätten in den Verhandlungen über den Sozialplan wie ein Löwe gekämpft. Wie kämpft ein Löwe?

Man lässt nicht locker. Man gibt in den vielen, kleinteiligen Verhandlungen nicht nach und versucht, das Höchste für die Mitarbeiter herauszuholen. Dies gelingt mit konstruktivem Verhandlungsstil, Genauigkeit und Durchhaltevermögen.

Wie viel Macht hat eigentlich ein Betriebsrat?

Macht ist das falsche Wort. Macht wollen wir auch gar nicht. Wir wollen Einfluss nehmen. Die Frage ist doch, wie viel Druck wir tatsächlich ausüben können vor dem Hintergrund, dass die Geschäftsleitung meistens am längeren Hebel sitzt.

Wie macht sich der längere Hebel bemerkbar?

Wir hatten mal einen Personalchef im Vorstand, der in einer Runde mit dem Betriebsrat ganz klar formulierte: Wir sitzen jetzt hier, das ist der Stand der Dinge, und ich sage Ihnen, wo ich hin will. Davon kriegen Sie mich nicht weg. Verhandeln können wir nur über den Weg dorthin. – So läuft Betriebsratsarbeit eigentlich dann auch. Wenn die Geschäftsleitung etwas im Auge hat, wird sie es auch durchsetzen. Der Betriebsrat kann dann seinen Forderungen Nachdruck verleihen, indem er mit praktischem Wissen und Erfahrungen punktet, juristischen Beistand holt oder aber die Einigungsstelle einsetzt.

Was möchten Sie der jüngeren Generation zurufen?

Habt keine Angst vor Betriebsratsarbeit und schon gar nicht vor der Geschäftsleitung. Seid mutig und kämpft für die Gerechtigkeit. Es lohnt sich.

Keine Büros, keine Betriebsräte

Was bei Gruner + Jahr in München noch zu wählen ist

Die Wählerliste zur Betriebsratswahl wird in diesem Jahr im Zeitschriftenhaus Gruner + Jahr deutlich schmaler ausfallen. Gewählt wird am Stand-

ort München nur noch einer von vormals fünf Betriebsräten, und zwar für die Verlagstochter G+J Entertainment Media GmbH, in der die Redaktion von *Blickpunkt Film* organisiert ist. Das Fachmagazin für Film und Medien ist der einzige G+J-Titel, der noch an der Isar bleiben darf. Alle anderen Münchner Redaktionen führt die Konzernspitze am Verlagssitz in Hamburg zusammen (siehe *BJVreport* 6/2013). Die Büros von *Nido*, *Neon*, *Eltern*, *P.M.* und *Wunderwelt Wissen* werden demnach in den nächsten Wochen geschlossen. Und wo keine Büros mehr sind, wird auch kein

Betriebsrat mehr gebraucht.

Für Ute Schmidmayer gehen somit dreiunddreißig erfolgreiche Jahre Betriebsratsarbeit bei G+J zu Ende. Die leitende Angestellte im Bereich Gebäudemanagement und Verwaltung ist nur noch bis März Vorsitzende des Betriebsrats am Standort in München, wo ihre Beharrlichkeit und Durchsetzungskraft bei den Mitarbeitern außerordentlich geschätzt wird. So führten sie und ihre vier Betriebsratskollegen in zehn zähen Runden die Sozialplanverhandlungen für die Münchner Belegschaft Ende Januar zu einem fairen Abschluss. Der Sozialplan beinhaltet unter anderem die Einrichtung eines Härtefallfonds in Höhe von einer Million Euro sowie die Gründung einer Transfergesellschaft, in der gekündigte G+J-Mitarbeiter aufgefangen werden. Wer zum Verlagssitz an die Elbe umzieht, erhält Umzugs- und Mobilitätshilfen.

So viele Umzugswillige gibt es nicht. Nach Informationen des BJVreport haben von insgesamt

119 betroffenen Angestellten bei Eltern, P.M., Neon und Nido nur 45 ihr Ja für Hamburg gegeben; davon sollen fast die Hälfte leitende Angestellte sein. Von Neon und Nido, den beiden hippsten und nachhaltigsten Marken, die G+J zu bieten hat, gehen nur etwas mehr als die Hälfte der Mitarbeiter nach Hamburg. Ein Kahlschlag, den von Mai an Chefredakteur Oliver Stolle auffangen wird müssen. Stolle war bisher Textchef in München und wird an der Elbe die alleinige Verantwortung für Neon und Nido übernehmen. Wie viele Stellen nachbesetzt werden, ist noch unklar.

Von der Isar an die Elbe zu wechseln und dort zumindest ihre langjährige Arbeit als Mitglied des Konzernbetriebsrats fortzuführen, ist auch für Ute Schmidmayer keine Option. Die zertifizierte Konflikt- und Mobbingberaterin will sich in München selbstständig machen. So wie viele andere bei G+J.

Senta Krasser



NEON

Passen wir zusammen?



BLM verteilt Geld für die Programmförderung

850.000 Euro gehen an bayerische Hörfunk- und TV-Sender

Von Maria Goblirsch

Bayerische Landeszentrale für Neue Medien (BLM) fördert auch 2014 Rundfunkprogramme, um die Vielfalt und die Qualität der Programme bei kulturellen, kirchlichen, sozialen und wirtschaftlichen Themen zu verbessern. Im Vergleich zu den Vorjahren (2012: 1,4 Millionen Euro, 2013: 930.065 Euro) standen in diesem Jahr 850.000 Euro

zur Verfügung. Diese dienen dazu "vorrangig kleinen und mittelständischen nehmen die Einbringung von neuen Angeboten zu erleichtern, die längerfristig bestehen können". Diese Mittel werden sowohl Hörfunk- als auch Fernsehsendungen zugeteilt.

Bayerische Anbieter konnten bis Anfang November 2013 für die Produktion anspruchsvoller Sendungen und Sendereihen Fördermittel beantragen. Inzwischen ist die Entscheidung gefallen, die Fördermittel sind zugeteilt. Welche Sender 2014 gefördert werden und die einzelnen Fördersummen finden

Bei der Beurteilung der Qualität werden vor allem Themen und Inhalte, die journalistische und gestalterische Aufbereitung, der Rechercheaufwand, die Moderation und die Interviewführung berücksichtigt, aber auch die produktionstechnische Umsetzung. Das alles schlägt sich in einem Punk-

Sie auf der Website der BLM www.blm.de.

Gegendarstellung

Im BJVreport Nr. 6/2013 wurde auf Seite 19 unter der Überschrift "Hauptsache unter Tarif" über mich behauptet:

"Der 'Barwert der Pensionsverpflichtung'von BLM-Chef Siegfried Schneider beträgt laut Geschäftsbericht mehr als eine Million Euro." Diese Behauptung ist unwahr. Der "Barwert der Pensionsverpflichtung" beträgt für mich laut Geschäftsbericht der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) Null Furo

München, den 15.01.2014 Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM)

tesystem nieder. Wer seine Sendungen dem jeweiligen Schwerpunktthema (2014: "Menschen mit Behinderung - eine unterschätzte Kraft?") widmet, wird besonders berücksichtigt. Maximal können 66,6 Prozent der Produktionskosten genehmigt werden.

Hörfunk- und Fernsehausschuss entscheiden

In der Ausgabe 6/2013 hatte der BJVreport gemeldet, dass ab 2014 nicht mehr die 47 Medienräte darüber beschließen sollen, welche Programme gefördert werden und welche leer ausgehen. Im Medienrat sind Vertreter aus allen politischen und gesellschaftlich relevanten Bereichen vertreten, die bisher nach einer Empfehlung des Programmförderausschusses urteilten.

Diese Aufgabe haben nun der Hörfunk-

bzw. der Fernsehausschuss übernommen, in denen jeweils 17 Mitglieder des Medienrats vertreten sind. Der Programmförderausschuss wurde im Rahmen einer Umorganisation der Ausschüsse (neu sind der Medienkompetenzausschuss und der Digitalausschuss) aufgelöst, der Beschluss des Hörfunk- bzw. Fernsehausschusses wird dem Medienrat zur Kenntnis gegeben. Kritiker äußern, dass mit dieser organisatorischen Änderung nicht mehr alle im Medienrat verretenen Gruppierungen an der letztendlichen Entscheidung über die Förderung beteiligt



Heute schon getwittert?

Spagat zwischen Beruf und Privatleben: So nutzen Journalisten soziale Netzwerke

Von Franziska Wielandt

Twitter, Google+, Reddit – der Politikredakteur Johannes Kuhn (https://twitter.com/kopfzeiler) möchte soziale Netzwerke nicht mehr missen. Für ihn sind sie Teil seines journalistischen Alltags geworden. "Auf Twitter bin ich immer aktuell informiert und kann Sachen schneller einschätzen. Außerdem kann ich auf meine Arbeit und auf Dinge hinweisen, die mir wichtig sind." Kuhn arbeitet für süddeutsche.de und ist in fünf sozialen Netzwerken angemeldet. Wenn er nach Feierabend noch einen guten Artikel liest, zwitschert er diesen seinen derzeit 4740 Followern (Stand: 6.2.14) auf Twitter.

Wie viele Journalisten, nutzt Kuhn soziale Netzwerke nicht nur beruflich. "Facebook nutze ich fast nur privat. Bei Twitter verschwimmt Privates und Öffentliches ein biss-

Die Befragung "Social Journalist"

Die Onlinebefragung wurde im Mai/Juni 2013 im Rahmen einer Bachelorarbeit an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt, Studiengang Journalistik von Franziska Wielandt durchgeführt. Über 500 Journalisten der publizistischen Einheiten Bayerns wurden befragt, die Rücklaufquote betrug 26 Prozent.

chen." Wie Journalisten soziale Netzwerke beruflich und privat nutzen, war Gegenstand einer Befragung von bayerischen Printjournalisten. Die wichtigsten Ergebnisse werden in diesem Artikel zusammengefasst.

Für Kuhn haben soziale Netzwerke eine hohe Priorität. So auch für 74 Prozent der befragten Journalisten, die eine Anmeldung in sozialen Netzwerken für ihre Berufsgruppe generell wichtig finden. Die drei Hauptgründe dafür sind die Möglichkeiten der Recherche und Themenfindung, die Aktualität und die Kontaktpflege. Geht es jedoch um die persönliche Haltung der Journalisten, finden es nur 46 Prozent wichtig, in den Netzwerken präsent zu sein. Allgemein kann festgehalten werden, dass Journalisten soziale Netzwerke generell als wichtiges journalistisches Handwerkzeug sehen, sie diese persönlich aber nicht primär als solches nutzen. Das belegt auch folgende Tabelle.

Kontakte knüpfen und pflegen	
Aktualität, up to date sein	24%
Soziale Netzwerke gehören zum Beruf	16%

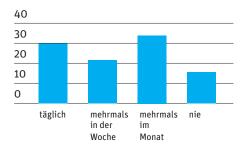




Im Schnitt sind die Journalisten in 3,7 sozialen Netzwerken angemeldet. Das sind überdurchschnittlich viele Anmeldungen, wenn man den Wert mit dem Ergebnis der Bitkom-Studie "Soziale Netzwerke" von 2013 vergleicht: Ihr zufolge sind die Internetnutzer in Deutschland im Schnitt in nur 2,5 sozialen Netzwerken angemeldet.

Ihren Beruf geben 69 Prozent der Journalisten im Profil von sozialen Netzwerken an. Drei Gründe für die Angabe wurden besonders häufig genannt: Die Angabe des Berufes soll für Transparenz sorgen, das soziale Netzwerk wird vorwiegend für berufliche Zwecke oder zur Pflege von beruflichen Kontakten genutzt. Als Werbeplattform scheinen die sozialen Netzwerke kaum zu dienen: Nur zwei Prozent geben ihren Beruf an, um Werbung für sich und eigene Beiträge zu machen. Die Transparenz, die "Auffindbarkeit und Verifizierbarkeit [des] Accounts" wie es beispielhaft ein Befragter formuliert, scheint bei den Journalisten an erster Stelle zu stehen. Auch Redakteur Kuhn schreibt in seinem Twitter-Profil, dass er für die Süddeutsche Zeitung arbeitet. Der 34 Jährige möchte Nähe schaffen, den Usern zeigen, wer hinter der Person steckt, die twittert und mit ihnen einen Dialog führen.

In seinem beruflichen Alltag sind soziale Netzwerke zum ganz normalen Recherchetool geworden: "Ich schaue in die sozialen Netzwerke genauso wie in die Nachrichtenagenturen." Immerhin 49 Prozent der Journalisten finden, dass soziale Netzwerke ein wichtiger Bestandteil der Recherche geworden sind. 84 Prozent der Befragten recherchieren in sozialen Netzwerken. Das sind keineswegs nur die Digital Natives, das heißt die Personen, die mit Computer und Internet aufgewachsen sind. 78 Prozent der Journalisten im Alter von 49 bis 61 Jahren recherchieren in sozialen Netzwerken.

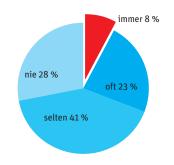


Recherche in sozialen Netzwerken unabhängig vom Alter (Angaben in Prozent)

Generell nutzen Journalisten eher private als berufliche Netzwerke, wie Xing oder LinkedIn. Das wird auch bei der Recherche deutlich. Am häufigsten wird auf den Plattformen Facebook, Twitter, YouTube und Google+ recherchiert. Vor allem Facebook und Twitter stechen hervor, da sie als einzige Netzwerke häufig täglich zur Recherche genutzt werden. Die Journalisten suchen in sozialen Netzwerken nach Personen, informieren sich über Aktuelles oder holen sich Inspiration für neue Themen.

Doch nicht in allen Redaktionen haben soziale Netzwerke einen hohen Stellenwert. In der Befragung schätzen 45 Prozent der Journalisten den Stellenwert von sozialen Netzwerken als eher niedrig ein. Das spiegelt sich auch in Redaktionskonferenzen wider. In nur acht Prozent der Redaktionen wird immer über die Inhalte des Mediums in sozialen Netzwerken diskutiert.

Somit scheinen soziale Netzwerke noch kein fester Punkt auf der Agenda von Redaktionskonferenzen zu sein. Das verwundert, wenn man bedenkt, dass 96 Prozent der befragten Printmedien einen Auftritt bei Facebook haben und 85 Prozent bei Twitter vertreten sind. In den meisten Redaktionen gibt es zuständige Redakteure für den Auftritt des Mediums in sozialen Netzwerken. 70 Prozent der Befragten halten dies auch für wichtig.



In den wenigsten Redaktionen wird immer über die Inhalte in sozialen Netzwerken gesprochen

59 Prozent der Redaktionen haben keine festgeschriebenen Richtlinien, die den Umgang mit sozialen Netzwerken regeln. Was besonders auffällt: 92 Prozent der Redaktionen schreiben ihren Journalisten nicht vor, dass sie sich, wenn sie etwas in sozialen Netzwerken publizieren oder kommentieren, entweder als Teil des Mediums oder als Privatperson zu erkennen geben müssen. Über die Hälfte der

Journalisten kom-mentiert selten Beiträge ihres Mediums in sozialen Netzwerken. 32 Prozent tun dies allerdings fast täglich – und dabei gibt sich die Hälfte nicht als Teil des Mediums zu erkennen. Das wiederum nimmt den Nutzern die Chance, wissentlich mit den Journalisten in Kontakt zu treten.

Was Details aus der eigenen Privatsphäre angeht, halten sich die Journalisten zurück. 95 Prozent achten darauf, was sie aus ih-rem Privatleben in sozialen Netzwerken preisgeben. 44 Prozent haben sogar einen Account, den sie lediglich privat nutzen. Bei der privaten Nutzung von sozialen Netzwerken steht bei den Journalisten aber nicht die Kommunikation an erster Stelle, wie es laut Bitkom-Studie 2013 bei 85 Prozent der Internetnutzer in Deutschland der Fall war. Die Journalisten nutzen soziale Netzwerke auch privat in erster Linie um sich zu informieren. An zweiter Stelle steht die Kommunikation, gefolgt von Veranstaltungshinweise erhalten, Artikel empfehlen und Bilder hochladen. Auch Redakteur Kuhn twittert ab und zu Privates, "aber es gibt eine



(Fast) nur Gutes aus Bamberg

Oberfranken wollen nach Mantelbezug aus Unterfranken in die Redaktion investieren

Von Michael Anger

Rundherum erstaunlich positiv hört sich an, was Frank Förtsch, Chefredakteur der Mediengruppe Oberfranken, auf die Fragen des *BJVreports* antwortet. Demzufolge setzt die künftige Lieferung des Mantels von der Würzburger *Main-Post* Kräfte frei, die fürs Lokale genutzt werden, das eigene Profil bleibt erhalten und alles geschieht sozialverträglich – nicht zuletzt dank des BJV.

Seit 3. Februar liefern die Würzburger ihren Mantel täglich nach Bamberg zur Mediengruppe, zu der neben dem *Fränkischen Tag* plett", betont MGO-Geschäftsführer Walter Schweinsberg. Chefredakteur Förtsch präzisiert: "Komplett in unseren Händen befinden sich die profilbildende Titel-, Meinungs- und Frankenseite. Sofern wir regionale Inhalte für andere Ressorts – wie zum Beispiel Wirtschaft, Sport, Journal oder Boulevard – haben, sehen wir auch diese auf den entsprechenden Mantelseiten vor. Unser Ziel war und bleibt ein regionalisierter Mantel." Nach dieser Maxime handelt derzeit der Nordbayerische Kurier in Bayreuth.

dem BJV für seine konstruktive Haltung – und verweist auf Michael Busch, BJV-Vorsitzenden und MGO-Redakteur, der den Haustarif als mit "leicht über dem Bundesdurchschnitt liegenden Konditionen" bezeichnet habe.

Im laufenden Jahr werde man kein Geld sparen, sondern den Umbau vorantreiben, so der Chef. Die Onlineredaktion soll um zwei Stellen ausgebaut und noch im ersten Quartal sollen vier Volontäre eingestellt werden.

Sozialverträglich abgebaut werde die einzige Korrespondentenstelle, weil man künftig vom Netz der Augsburger profitiere. Und, so heißt es in Bamberg, man beziehe nicht nur, man tausche ja Inhalte aus mit Augsburg und Würzburg. In diese Kooperation bringe man sich zusätzlich mit einem extra neu installierten freiberuflichen Korrespondenten in der Metropolregion Nürnberg ein.

Zwischen die Mühlsteine geraten könnten

MAINfrankischer POSTTag

auch die Bayerische Rundschau (Kulmbach), das Coburger Tageblatt, die Saale-Zeitung in Bad Kissingen und DIE KITZINGER gehören. Als die Kooperation angekündigt wurde, gab es sofort Bedenken. Auch BJV-Geschäftsführerin Jutta Müller sorgte sich um die Medienvielfalt: "Das macht die Zeitungen keineswegs attraktiver und führt eher zu weiteren Leserverlusten".

Bereits im Juli hatte der BJV eine Kooperation zwischen Main-Post und MGO im Raum Kitzingen kritisiert. Es sei geradezu absurd, wenn man die publizistische Vielfalt erhalten wolle, indem man sie abbaue und künftig mit dem Konkurrenzblatt gemeinsam berichte, monierte Müller damals. Die Main-Post gehört der Mediengruppe Pressedruck und bezieht Teile ihres Mantels von der Augsburger Allgemeinen. Den Augsburgern wiederum gehört der Südkurier in Konstanz, die Würzburger beliefern mit Mantelmaterial auch den Nordbayerischen Kurier in Bayreuth. Ein Einheitsmantel vom Bodensee bis zum Fichtelgebirge?

"Wir übernehmen den Mantel nicht kom-



Und die zwölf Mantelredakteure? Die künftige Zahl könne nicht genau beziffert werden, da der Desk auch die Lokalseiten für acht Ausgaben produziere. Nur die Steuerung erfolgt vor Ort. Aber der Chefredakteur betont: "Entscheidend ist, dass alle Redakteure, die bisher für Mantelinhalte zuständig waren, auch weiterhin für uns tätig sind, wir nun dank der Kooperation einen deutlich größeren Teil der Kollegen für unsere Kernkompetenz – das Regionale und Lokale – nutzen können." Redakteure, die vom Desk wieder ins Lokale gehen, bekämen einen Fahrtkostenzuschuss.

Personelle Verschiebungen wird es auf jeden Fall geben. Deshalb wurde auch ein Haustarif für Altersteilzeit mit BJV und verdi abgeschlossen. Der ermögliche es, ohne Kündigungen auszukommen, so der Geschäftsführer. Der Chefredakteur dankt

die freien Journalisten. Förtsch räumt ein: Freie überregionale Korrespondenten werden wir künftig nicht mehr im bisherigen Maße beauftragen können. Zudem ist aus Sicht des Berufsverbandes das Honorar für Freie nicht geregelt, wenn deren für die Main-Post geschriebene Mantelartikel auch in Bamberg veröffentlicht werden. In Bamberg heißt es lapidar: Freie Journalisten werden in der Regel nicht zuliefern. Main-Post-Chefredakteur Michael Reinhard verweist auf eine grundsätzliche Abmachung innerhalb der Mediengruppe Pressedruck: "Die Korrespondenten werden künftig von Augsburg aus geführt. Das heißt, es gibt keine gesonderte Abrechnung mehr mit Würzburg." Aus Augsburg verlautet zur Kooperation mit Bamberg: "Die in diesem Zusammenhang zu klärenden Honorierungsfragen werden derzeit von der Augsburger Allgemeinen mit dem betroffenen Personenkreis - gegebenenfalls in Abstimmung mit dem Betriebsrat geklärt."



Neue Technik braucht das Land!

Trend 2014: Tablet + Notebook = Convertible

Von Johannes Michel

Vor ziemlich genau zwei Jahren haben wir in unserer Technik-Ecke im BJVreport die optimale Computerausstattung für einen (mobilen) Journalisten vorgestellt. Unser Credo damals: Tablets sind zwar schön und gut, können aber dem klassischen Schreibtisch-PC oder Notebook nicht das Wasser reichen, da es an komfortablen Eingabemethoden mangelt. Wer schreibt schon eine lange E-Mail am Tablet - mit einer Softwaretastatur . . . Daran hat sich nichts geändert, und das erkennen auch vermehrt die Hersteller. Einer der Trends sind daher externe Tastaturen, die sich per Bluetooth mit dem Tablet verbinden lassen. Aber auch einige andere Konzepte werden Ihnen 2014 öfter begegnen.

Tablet: Externe Tastaturen

Die Stärke der Tablets, die auch in unserer Berufsgruppe immer populärer werden, liegt ganz klar im Konsum von Medieninhalten, aber weniger im Erstellen eigener Inhalte. Vermehrt verzichten viele Nutzer zugunsten ihres Tablets auf einen echten PC oder nutzen die Bürogeräte nur noch dann, wenn es gar nicht mehr anders geht. Schon seit Apple mit dem iPad die Geräteklasse der Tablets etabliert hat, sehnen sich viele Anwender aber danach, schnell und komfortabel auch längere Texte erfassen zu können - auf der Couch zu Hause und unterwegs.

Anfangs waren externe Tastaturen, die sich meist per Bluetooth mit den Tablets verbinden, nur von klassischen Zubehör-Herstellern wie Logitech erhältlich. Mittlerweile haben die Tablet-Bauer aber reagiert. Im Apple-Shop findet sich etwa das Apple Wireless Keyboard für (für Apple-Verhältnisse preisgünstige) 69 Euro. Das iPad selbst kostet immerhin zwischen 479 und 869 Euro. Vom Design her sehr ähnlich gestaltet ist die Tastatur BKV-10DE von Samsung (59 Euro), die selbstverständlich

Lenovo Miix 2: Bereits für 500 Euro gibt's eine Kombination aus Notebook und Tablet mit Windows 8.

mit vielen weiteren Tablets, die Android als Betriebssystem verwenden, funktioniert.

Die externen Tastauren bringen aber den Nachteil mit sich, neben dem Tablet ein weiteres Gerät mittragen zu müssen. Zubehör-Hersteller Logitech etwa geht einen Schritt weiter und integriert die Tastatur in eine Hülle, die es für Apple- und Samsung-Tablets zu kaufen gibt. Auch weitere Hersteller springen auf diesen Trend auf, zum Beispiel Microsoft mit seinem Surface. Mit der Hülle wird das Tablet zwar dicker, dafür ist die Tastatur immer mit dabei.

Tablet: Digitaler Notizblock

Als Anfang des neuen Jahrtausends (ja, Sie lesen richtig!) die ersten Tablets auf den Markt kamen, damals mit dem Betriebssystem Windows XP Tablet PC Edition, waren Bedienstifte unersetzlich. Schließlich wären die teilweise kleinen Schaltflächen auf dem Touchscreen mit bloßen Fingern kaum zu treffen gewesen. Mit der neuen Generation der Smartphones und Tablets einige Jahre später war der Stift dann nahezu verpönt, Fingerbedienung ging über alles. Aktuell ist ein gegensätzlicher Trend zu

Vorreiter war Samsung. Mit den Note-Geräten (Smartphones und Tablets) ist mittlerweile die dritte Generation auf dem Markt, die sich wieder per Stift steuern lässt. Der Clou: Im Mittelpunkt stehen immer noch die Fin-

beobachten.



22





Notizblock ade: Auf Tablets lässt sich mit einem speziellen Stift einfach schreiben. Die Handschrift kann in Text umgewandelt werden.

ger, nur für bestimmte Funktionen ist der Stift nötig. Er ermöglicht zum Beispiel, Text auszuschneiden, Fotos zu bearbeiten oder dient als digitaler Notizstift - die Handschrift des Nutzers wird direkt gespeichert oder in bearbeitbaren Text umgewandelt. Wird der Stift nicht gebraucht, verschwindet er einfach in einem Einschub im Gehäuse. Theoretisch lässt sich jedes Tablet mit einem Stift bedienen, wenn auch Samsung bislang einer der wenigen Hersteller ist, der der Stiftbedienung besondere Funktionen mitgibt. Kein Problem ist dagegen die Handschrifterkennung, dafür gibt es zahlreiche Apps im Apple App-Store oder im Google Play-Store. Auch Windows-Tablets können mit der Handschrift ihres Nutzers umgehen. Als Zubehör kosten Bedienstifte ab etwa 30 Euro. Auf jeden Fall empfiehlt sich aber eine Hülle für das Tablet, die auch einen Platz für den Bedienstift mitbringt. Ansonsten bleibt er gerne irgendwo liegen . . .

Neue Gerätegeneration: Die Convertibles

Um Apples Vormachtstellung auf dem Tabletmarkt zu brechen und zugleich professionelle Anwender anzusprechen, kommen aktuell vermehrt so genannte Convertibles auf den Markt. Das sind im Endeffekt Notebooks, die sich in ein Tablet verwandeln lassen. Die Konzepte dabei sind verschieden: Während bei manchem Gerät das Display um 180 Grad drehbar ist und beim Zuklappen die Tastatur bedeckt, gibt es auch Convertibles, bei denen sich die Tastatur herausschieben lässt oder als eine Art Dockingstation für das Display aufgebaut ist. Der Vorteil dieser Geräte gegenüber reinen Tablets ist einerseits die bereits eingebaute Tastatur, andererseits bringen sie auch großen Speicherplatz, Anschlüsse (USB, HDMI, Speicherkartenleser) und größere Displays mit als iPad & Co. Drei Konzepte

möchten wir hier vorstellen. Da Apple noch keine Convertibles im Angebot hat, setzen die Geräte ausschließlich auf Windows 8.1 als Betriebssystem.

Dell XPS 12 2-in-1: Das Convertible von Dell, bei dem sich das Display über ein außen herum angebrachtes Scharnier drehen lässt, kommt mit einem 12-Zoll-Touchscreen (32 cm) und lässt sich bei Dell in verschiedenen Ausstattungsvarianten konfigurieren. Mit dabei sind immer eine SSD-Festplatte (siehe Infokasten) sowie vier oder acht Gigabyte Arbeitsspeicher. Das Gehäuse baut Dell aus Aluminium und Kohlefaser, dennoch wiegt das XPS 12 über 1,5 Kilogramm. Die Akkulaufzeit mit über neun Stunden ist dafür äußerst überzeugend. Wer es eine Nummer kleiner mag, kann sich mit dem XPS 11 den "kleinen Bruder" anschauen. Die Preise fürs XPS 12 beginnen bei 1150 Euro.

Lenovo Miix 2: Einen etwas anderen Weg geht Lenovo mit seinem Convertible Miix 2. Bei diesem Gerät ist die Tastatur ein eigenes Zubehörteil, das Display (11,6 Zoll, 29,5 cm) lässt sich aber über den Tasten "einrasten", so dass ein Notebook entsteht. Bei der Hardware ist das Miix 2 etwas schwächer aufgestellt als das Dell XPS 12. Es kommt ein Intel-Atom-Prozessor zum Einsatz, der Arbeitsspeicher ist nur zwei Gigabyte groß. Dafür ist das Lenovo-Gerät mit rund 500 Euro deutlich günstiger. Da es erst vor kurzem auf der Messe CES in Las Vegas vorgestellt wurde, können bis zum Marktstart noch einige Wochen vergehen.

Mit einer Displaydiagonale von
13 Zoll (33 cm) gehört das
Sony Vaio Duo 13 zu den aktuell größten Convertibles. Im
Onlineshop von Sony lässt es sich
personalisieren. In der Grundausstattung kommt es mit Intel i5-Prozessor und
vier Gigabyte Arbeitsspeicher. An Bord ist
auch eine SSD-Festplatte. Der große Vorteil

des Sony-Geräts ist das integrierte LTE-Modem, ein Steckplatz für eine Micro-SIM-Karte befindet sich hinter dem Display. Apropos Display: Zum Freilegen der Tastatur wird das Display einfach hochgezogen. Sony verspricht weit über zehn Stunden Akkulaufzeit, ein Bedienstift befindet sich im Lieferumfang. Allerdings lässt sich Sony das alles teuer bezahlen – bei etwa 1500 Euro geht es los.

Fazit: Alternative Konzepte, die das klassische Notebook ersetzen oder die PC- und Tablet-Welten zusammenführen, sind einer der Trends des Jahres 2014. Wer jetzt schon zuschlagen will, für den könnte bei den drei vorgestellten Geräten etwas dabei sein. Viele Hersteller wie Dell oder Sony bieten mittlerweile konfigurierbare Produkte an, so dass jeder Nutzer das für sich passende aussuchen und im Gegenzug nicht notwendige Ausstattungsmerkmale weglassen kann. Wir sind gespannt, ob noch weitere Hersteller auf die Convertible-Schiene aufspringen und wann auch Apple Notebooks (und Convertibles?) mit Touchscreen in sein Angebot aufnimmt.



SSD – Solid State Drive

In Digitalkameras, Smartphones und als Speicherkarten (zum Beispiel Micro-SD) sind Flashspeicher längst Usus, nach und nach halten sie auch in Computer, Notebooks und die hier vorgestellten Convertibles Einzug. Der große Vorteil gegenüber einer herkömmlichen Festplatte ist der Verzicht auf bewegliche Teile. Das führt zu einer deutlich höheren Arbeitsgeschwindigkeit, die Zugriffszeiten sinken. Dafür sind SSDs teurer als Festplatten. Für ein Gigabyte Festplattenplatz werden zurzeit beim Einzelteile-Kauf etwa 0,05 Euro aufgerufen, ein Gigabyte SSD-Speicher kostet etwa 0,50 Euro. Zu beobachten ist aber, dass die SSD-Preise schnell fallen. Schon in einigen Jahren könnten sich die Preise den noch immer weit verbreiteten mechanischen Festplatten annähern. Einen Vorteil haben diese klassische Festplatten aber: Sie sind auch mit viel Speicherplatz zu haben, SSDs gibt es momentan mit maximal 1000 Gigabyte Platz.



Weniger Geld vom Versorgungswerk?

Was Sie zur Kürzung der Bewertungsreserven wissen sollten

Von Maria Goblirsch

Die jüngste Standmitteilung des Versorgungswerks der Presse hatte die freie Journalistin beruhigt. Bei Ablauf des Vertrages in gut einem Jahr sollten rund 105.000 Euro ausgezahlt werden. Dann kam der Schock: Im Gespräch mit ihrem Berater erfuhr sie, dass sie möglicherweise auf mehrere tausend Euro verzichten müsse – weil der Gesetzgeber schon bald die Kürzung der "Bewertungsreserven" plane und sich die Ablaufleistung so um einige Prozentpunkte verringere.

Der Rat des Experten: In ihrem Fall rechne es sich, den Vertrag vorzeitig aufzulösen und so die Anteile an diesen Bewertungsreserven noch in voller Höhe mitzunehmen. Das bringe unterm Strich deutlich mehr in Euro und Cent als den Vertrag bis zum vorgesehenen Auszahlungstermin laufen zu lassen.

Für den Laien eine schwere Entscheidung: Soll er sich auf den Rat des Maklers verlassen und die Lebensversicherung vorzeitig kündigen? Oder doch pokern und darauf setzen, dass die Neuregelung

nicht so schnell kommt? Oder falls doch, dass die Anteile der Versicherten nicht so einschneidend gekürzt werden wie befürchtet?

Das sind die Fakten: Weil die Zinsen derzeit so niedrig sind und die Versicherungen schon vor Jahren in Anlagen investiert haben, die noch lange Zeit hohe Zinsen bringen, sind die so genannten Bewertungsreserven stark angestiegen. Dies sind aber keine echten Erträge, sondern "nur" bilanzierte Buchgewinne. Sie entstehen, wenn der aktuelle Marktwert eines Wertpapiers, zum Beispiel einer Staatsanleihe, über dem ursprünglichen Kaufpreis liegt.

Seit 2008 müssen die Versicherer einmal im Jahr die Höhe der gesamten Bewertungsreserven ermitteln und rechnerisch auf die einzelnen Verträge zuteilen. Läuft nun eine Lebensversicherung aus oder wird sie gekündigt, muss der Versicherer dem Kunden 50 Prozent dieser Bewertungsreserven auszahlen.

Dabei geht es nicht um "Peanuts". 2013 schütteten die Lebensversicherer in Deutschland auf diese Weise jeden Monat knapp 300 Millionen Euro aus, also rund 3,6 Milliarden Euro im Jahr, und 80 Prozent mehr als noch 2011. Daher fordert der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) eine Neuregelung, die eine massive Kürzung der Beteiligung vorsieht.

Die Argumente des Gesamtverbandes: Die hohen Ausschüttungen gingen an die Substanz, die benötigt werde, um alle Versicherten gut durch die Niedrigzinsphase zu bringen. Zudem sei die geltende Rechtslage ungerecht: Nur etwa fünf Prozent der Lebensversicherungs-Kunden profitierten von den derzeit hohen Ausschüttungen – das sind die, deren Verträge auslaufen. "Für den Rest, also 95 Prozent der Kunden, sinkt dadurch die laufende Verzinsung ihrer Ver-

träge", erklärt der GDV in einem Faktencheck auf seiner Webseite (www.gdv.de).

Verbraucherschützer kritisieren dagegen die geplante Kürzung. Nach ihrer Meinung gebe es für die Versicherungen auch andere und gerechtere Möglichkeiten, auf die Herausforderungen durch niedrige Zinsen zu reagieren, als die Beteiligung der Kunden zu kürzen. Und Wissenschaftler Hermann Weinmann fordert in einem Interview des *manager magazin online*, es müsse auch für ausscheidende Kunden, die jahrzehntelang Beiträge eingezahlt hätten, gerecht zugehen.

"Ist es gerecht, wenn Unternehmen jahrelang 'Mondüberschüsse' in den Standmitteilungen zeigen, sie zum Schluss aber radikal kürzen und nicht viel mehr als heiße Luft liefern?", fragt Weinmann. Er habe da Zweifel. Die geplante Kürzung widerspreche zudem einem Urteil des Bundesverfassungsgerichts, das eine Beteiligung ausscheidender Kunden an den Bewertungsreserven verlangt.

Im Streit um die Bewertungsreserven stehen Finanzminister Wolfgang Schäuble ("Wenige dürfen nicht zu Lasten vieler profitieren") und die Bundesbank auf Seiten der Assekuranz, die Gesetzesänderung ist im Koalitionsvertrag von CDU/CSU und SPD festgeschrieben. Bereits im November 2012 hatte der Bundestag eine ähnliche Neuregelung zu den Bewertungsreserven verabschiedet, doch der Bundesrat verweigerte damals die Zustimmung.

Jetzt könnte es schnell gehen, ein konkreter Vorschlag aus dem Bundesfinanzministerium

soll schon in Kürze veröffentlicht werden. Die Koalition ist sich einig. Damit ist klar, dass die Lösung im Sinn der Versicherer ausfallen wird. Der *BJVreport* bat das Versorgungswerk der Presse um eine Stellungnahme, dort will man sich zum derzeitigen Zeitpunkt jedoch nicht in der Diskussion um die Bewertungsreserven äußern.

Die Verlierer der Neuregelung könnten die Versicherten sein, deren Verträge bald auslaufen. Weiterzahlen oder aussteigen? Ob die Kündigung sinnvoll ist, hängt von der Restlaufzeit des Vertrages ab. Und natürlich davon, wie der Gesetzgeber nun die Beteiligung an den Bewertungsreserven ändert. Die Debatte aufmerksam verfolgen, ist für die Betroffenen ein must.

Markus Hack, Wirtschaftsredakteur bei den *Nürnberger Nachrichten* und BJV-Schatzmeister, rät allen, deren Vertrag in naher Zukunft ausläuft, sich bereits jetzt bei der Presseversorgung (oder dem jeweiligen Lebensversicherer) über den Stand der Bewertungsreserven und die Kündigungsfristen zu erkundigen. Um wie viel Prozentpunkte oder Euro es letztlich geht, könne nur in einer individuellen Beratung anhand des konkreten Vertrages berechnet werden.

24 BJVreport 1/2014

"Ist es gerecht,

wenn Unternehmen jahrelang

.Mondüberschüsse'

in den Standmitteilungen

zeigen, sie zum Schluss aber

radikal kürzen?"



Parole, Parole

Von Alois Knoller

"Wer betrügt, der fliegt." Was für eine wunderschöne Parole. Eingängig, Klartext, einleuchtend. Die CSU hat zu Jahresbeginn offensichtlich die ideale Provokation in die Welt geblasen. Keiner kommt daran vorbei, man sagt ja oder nein, regt sich darüber auf oder stimmt zu. Und die Medien spielen, ob sie wollen oder nicht, das perfide Spiel mit. Bissige Parolen besitzen einen zwingenden Charakter, denn sie gaukeln simple Lösungen komplexer Probleme vor. Sie unterstellen ziemlich pauschal einen Sachverhalt (Migranten kommen mit unehrlichen Absichten zu uns), konstruieren Kausalitäten (wenn - dann), propagieren Denk- und Handlungsmuster ("der fliegt"). Nur ganz wenig vom transportierten Inhalt wird explizit in Worte gefasst, Begründungen bleibt die Parole komplett schuldig und sie suggeriert einen allgemeinen Konsens. Parolen mögen noch so unfair sein voller Unterstellungen und Behauptungen. Trotzdem: Sie sind so herrlich griffig, so blumig. Sie erzeugen sofort eine Vorstellung im Kopf - völlig egal, ob ihre Inhalte richtig oder falsch sind. Man kommt einer Parole genauso wenig aus wie ihrem kleinen Bruder, dem gut gemachten Werbeslogan. Beide gehen einem nicht aus dem Sinn. Noch Jahre später erinnert man sich an eine treffsichere Parole oder an einen Werbespruch. Und sei es mit einem milden Lächeln. Fast automatisch laufen sie beim journalistischen Formulieren in die Feder.

Gestandene Journalisten rümpfen allerdings die Nase, denn Parolen haftet etwas Ordinäres an. In der sozialen Kommunikation sind sie die struppigen Straßenköter, die heiser bestimmte Leute verbellen. Lästig sind sie, aber man kriegt sie kaum los. Auf Kundgebungen verschaffen sich Parolen rasch allgemeine Zustimmung und heizen die Stimmung im Volk an. Gerade deswegen greift der Boulevard gerne auf Parolen zu und erschafft selbst welche. Der "Protz-Bischof" Tebartz-van Elst ist beliebt.

Verträgt sich seriöser Journalismus mit Parolen, wenn sie derart simplifizieren und oft auch manipulieren? Gegenfrage: Kommt man ihnen überhaupt aus? "Kein Krieg für Öl!", forderte die Linke in Zeiten des Golf-Konflikts und blendete damit den massiven Rechtsbruch einer Invasionsmacht total aus. Parolen schreien nach kritischer Einordnung. Wenigstens die Journalisten sollten das Hintergrundwissen liefern, das um der Wirkung willen die Parole weglässt. Sprachlich lässt sich mit Parolen spielen. Man kann sie ironisch distanziert karikieren, kann sie als Kontrastmittel einsetzen, kann sie umkehren, übertreiben oder abwandeln. Bloß eins geht nicht: Parolen nachbeten. Außer man macht sich zum Komplizen der Kampagne.

akadem:e der bayerischen presse

- Videoreporter-Kurs ?
- Fernsehmoderation ?
- Selbstmarketing für Journalisten ?
- Reporter mit Smartphone ?
- Facebook, Twitter, Google+?
- Kreatives Schreiben ?

Über 250 Workshops, Kurse und Seminare für journalistische Einsteiger und Profis Das **Akademie-Programm 2014**

Akademie der Bayerischen Presse

Rosenheimer Straße 145c • 81671 München • Telefon 089 4999920

Do you like it? http://www.facebook.com/Akademie.der.Bayerischen.Presse



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



Schneller sein als die Krise!

Abwiegeln, dementieren und schonungslose Aufklärung versprechen, das funktioniert nicht. Vielleicht hätte die Chefetage des ADAC vor der Verleihung des Gelben Engels noch kurz die Neuauflage von "Krisenkommunikation" zur Hand nehmen sollen? "Wenn zum medialen Halali geblasen wird, muss stets mit dem Worst Case gerechnet werden", warnen Peter Höbel und Thorsten Hoffmann. Weil dieser Worst Case inzwischen auch zum Shitstorm im Netz kumulieren kann, erscheint das Buch nach sechs Jahren kompett überarbeitet.

Zwar hätte sich Krisenmanagement durch Social Media nicht geändert, beobachten die Autoren, Letzteres die Mechanismen aber deutlich beschleunigt. Viel mehr Kanäle müssten beobachtet und integriert werden. Umso wichtiger gute Vorbereitung, etwa durch Anlegen eines Krisenhandbuches oder einer Notfall-"Darksite" für den Webauftritt.

Ein vielfältiges Spektrum wird abgedeckt vom Betriebsunfall, gefährlichen Produkten, Personenkrisen, feindlichen Übernahmen bis hin zu kriminellen Akten oder Naturkatastrophen. Immer geht es um Schadensbegrenzung, Führung, Transparenz und Vertrauen. Verschiedene Gruppen oder Usertypen müssen adäquat angesprochen, auch psychologische Aspekte wie menschliche Urängste berücksichtigt werden. Interessant: Abwehrtaktiken gegen "Berichterstattungsangriffe". Mit Worst Practice-Beispielen und vielen Checklisten rücken Höbel und Hoffmann mögliche Defizite ins Licht. Barbara Weidmann

Peter Höbel, Thorsten Hoffmann: Krisenkommunikation. 2. völlig überarbeitete Auflage, UVK Konstanz und München, 2014, 256 Seiten, 24,99 Euro, ISBN 978-3-86764-211-8, ISBN-Suche der Wikipedia*: bjvlink.de/krisen-isbn



Beifalls-Bäuerchen für die Kultur

Der erste Satz in diesem Bibliotheksband macht Spaß: "Kulturjournalisten? Allesamt abgehobene Bewohner einer elitären Traumwelt. Verblendet und lebensuntüchtig." Natürlich stimmt dieses Kritikerklischee, und es stimmt wieder nicht. Denn Kulturjournalismus, das legen die Autoren auf den folgenden 248 Seiten in Kurzanalysen, Interviews und Porträts dar, ist ein unfassbar weites Feld, das längst nicht mehr nur zutiefst intellektualisierte Rezensionsjournalisten bestellen. Allein in Blogs und Foren findet sich vielfältiges Rezensions-Rauschen, das aber, so wird bedauert, oft nur auf kurze, inhaltlich wenig ergiebige "Missfallens- oder Beifalls-Bäuerchen" beschränkt ist. Also höchste Zeit, den Status quo in den Blick zu nehmen und Ausblick auf künftige Entwicklungen zu geben. Auch wenn manche Kapitel dabei einen Tick zu selbstverliebt in die eigene Sprachakrobatik daherkommen - der spöttelnde Unterton, besonders wenn es um die Auswüchse des Kulturjournalismus geht, gefällt. Herrlich, wie sich die Autoren zum Beispiel über die hinwegphilosophierte "Ikonografie des Mario-Balotelli-Jubels" eines renommierten Kinokritikers mokieren. Und weil nicht jeder, der ein Buch liest, eine CD hört oder einen Film sieht, auch automatisch ertragreich darüber schreiben und urteilen kann, liefert dieses praktische Handbuch auch die Anleitung für gekonntes Rezensieren. Bitte rezipieren. Senta Krasser

Holger Hettinger, Leif Kramp (Hg.): Kultur. Basiswissen für die Medienpraxis. Journalismus Bibliothek Bd. 7, Herbert von Halem Verlag 2013, 249 Seiten, 19,50 Euro, ISBN 978-3-86962-021-3. ISBN-Suche der Wikipedia: bjylink.de/kultur-isbn



Symbiose von Wissenschaft und Praxis

Die unbestritten vorhandene Kluft zwischen Journalismusforschung und Praxis haben wir an dieser Stelle öfter erwähnt. Eine neue Buchreihe soll dieses Manko beheben: "Wissenschaftler und Praktiker schreiben gemeinsam Lehrbücher für die neue Journalistengeneration". Das erste Duo bilden der an der Münchner Universität lehrende Christoph Neuberger und der Journalist Peter Kapern vom Deutschlandfunk. In acht Kapiteln arbeiten sich die Autoren jeweils abwechselnd von den Grundlagen des Journalismus über verschiedene Aspekte wie Unabhängigkeit, Objektivität und Qualität im Journalismus hin zu einem Ausblick: "Vor welchen Herausforderungen steht der Journalismus?" Für Neueinsteiger in den Journalismus stellt dieses Werk einen attraktiven Zugang sowohl über Theorie und Praxis dar, der seinesgleichen sucht. Dem Praktiker zeigt es in gut verständlicher Form, wie die Wissenschaft das berufliche Wissen von Journalisten anreichern kann.

Thomas Mrazek

Christoph Neuberger, Peter Kapern: Grundlagen des Journalismus. Springer VS, Wiesbaden, 2013, 229 Seiten, 19,99 Euro, ISBN 978-3-531-16017-7, ISBN-Suche der Wikipedia*: bjvlink. de/grundlagen-isbn (E-Book, PDF, 14,99 Euro, ISBN 978-3-531-94191-2, ISBN-Suche der Wikipedia*: bjvlink.de/grundlagen-ebook). Verlagsinformationen zum Buch: bjvlink.de/grundlagen-journalismus

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):

Α

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

В

Bauindustrie Bayern / Bayerischer Bauindustrieverband (VB)

Bayerische Börse / Börse München (F)

Bayerische Landesärztekammer (K)

Bayerische Landeszahnärztekammer (K)

Bayerischer Jagdverband (VB)

Bayerngas (E)

Bayernhafen Gruppe (VK)

Bayern Innovativ (W)

Bayern LB (F)

Bayernwerk (E)

BayWA (U)

Berufliche Fortbildungszentren (bfz) der Bayerischen Wirtschaft (BW)

Bischöfliche Aktion Adveniat (SK)

BMW Group (U)

C

Caritasverband für die Erzdiözese Bamberg (SK)

D

DIEHL Diehl Stiftung (U) Dräxlmaier Group (U)

E

Erdgas Schwaben (E)

E-T-A Elektrotechnische Apparate (U)

F

Fachverband Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik Bayern (VB)

Flughafen München (VK)

Fraunhofer-Institut für

Eingebettete Systeme und Kommunikationstechnik ESK (BW) Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS (BW) Fraunhofer-Zentrale (BW)

G

Generali Versicherungen (V) GMCV-I Messtechnik Gossen Metrawatt (U) GVB Genossenschaftsverband Bayern (F)

н

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

1.1

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

K

Klinikum Nürnberg (U)

L

Landesvereinigung der Bayerischen Milchwirtschaft (VB)

LBS Bayerische Landesbausparkasse (F)

LEW Lechwerke (E)

LfA Förderbank Bayern (F)

LMU Ludwig-Maximilians-Universität München (BW)

LOEWE (U)

М

Messe Berlin (MA)
Messe München (MA)

MR Maschinenfabrik Reinhausen (U)

MTU Aero Engines (U)

N

N-ERGIE (E)

NÜRNBERGER Versicherungsgruppe (V)

O

OMV Deutschland (U) OSRAM (U) .

Porsche (U)

R

RMD Rhein-Main-Donau (E)

S

SIEMENS Region Bayern (U) Sparkassenverband Bayern (F)

Stadtsparkasse München (F)

St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg (U)

StWN Städtische Werke Nürnberg (U)

Süddeutscher Verband reisender Schausteller und Handelsleute (VB)

swa Stadtwerke Augsburg Holding (E)

Т

Thüga (E)

TK Techniker Krankenkasse (V)

TÜV Rheinland (U)

TUM Technische Universität München (BW)

٧

VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft (VK) VBEW Verband der Bayerischen

Energie- und Wasserwirtschaft (VB)

VdK Bayern Sozialverband (SK)

Versicherungskammer Bayern (V)

VGN Verkehrsverbund

Großraum Nürnberg (VK)

w

wbg Nürnberg

Immobilienunternehmen (U)

Dank auch an folgende Inserenten:

- AFAG Messen und Ausstellungen
- Akademie der Bayerischen Presse
- GVB Genossenschaftsverband Bayern
- Presse-Versorgung (Versorgungswerk der Presse)
- Thüga Aktiengesellschaft

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.

PUNKT-ANDUNG

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* erscheint am 19.04.2014, Anzeigenschluss ist am 21.3.2014.

Anzeigenmarketing *BJVreport*:

PETER & WERBUNG, Kontakt: Manfred Peter, Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg,

Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de



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





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

Beate Koch

Leiterin Unternehmenskommunikation

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



Susanne Baumer

Leiterin Presse und Öffentlichkeitsarbeit Fraunhofer-Institut für Eingebettete Systeme und Kommunikationstechnik ESK

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



Fraunhofer

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 www.facebook.com/FraunhoferIIS www.twitter.com/FraunhoferIIS



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



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



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

28



Technische Universität München

Dr.

Ulrich Marsch

Pressesprecher des Präsidenten Leiter Corporate Communications Center Arcisstraße 21 80333 München

www.tum.de

Tel + 49.89.289.22778 Fax + 49.89.289.23388 marsch@zv.tum.de

Bitte beachten Sie die aktuellen Termine

Ausgabe BJVreport	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
2/2014	21. März	9. April	19. April
3/2014	16. Mai	4. Juni	14. Juni
4/2014	18. Juli	6. August	16. August
5/2014	19. September	8. Oktober	18. Oktober
6/2014	21. November	10. Dezember	20. 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@pundwaq.de



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



Michael T. Hofer

Pressesprecher/Spokesman

Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Unternehmensgruppe Messe Berlin

Director Press and Public Relations Group of Companies Messe Berlin

Messe Berlin GmbH \cdot Messedamm 22 \cdot 14055 Berlin Tel. +49 (0)30 3038-2270 \cdot Fax +49 (0)30 3038-2279 hofer@messe-berlin.de \cdot www.messe-berlin.de



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

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

Bayerische Börse AG, Träger der



Ulrich Kirstein

Pressesprecher

Karolinenplatz 6 80333 München

Telefon 089 549045-25 Mobil 0151 55046116 Fax 089 549045-55

kirstein@boerse-muenchen.de www.boerse-muenchen.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.

♦> Bayern LB

Dayciii





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

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





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

IHR ANSPRECHPARTNER:

Christian Kraus

Leiter Unternehmenskommunikation

Telefon: 089 20307-1301 Telefax: 089 203075-1301

E-Mail: christian.kraus@interhyp.de

Interhyp AG

Marcel-Breuer-Str. 18 | 80807 München

www.interhyp.de

inter**hyp**

DIE BAUFINANZIERUNG



Florian Albert

Pressesprecher Vorstandsbüro / Presse

 Königinstraße 17
 Telefon: 089 / 2124 - 22 26

 80539 München
 Telefax: 089 / 2124 - 23 22

www.lfa.de florian.albert@lfa.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



Die Bank unserer Stadt.

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



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

30

Ulrich Zeidner

Abteilungsleiter Medien

NÜRNBERGER **VERSICHERUNGSGRUPPE**

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

VER SICHER UNGS **KAMMER BAYERN**

Ein Stück Sicherheit.

Maximilianstraße 53 80530 München

www.vkb.de

Claudia Scheerer

Pressesprecherin

Tel. 089 2160 3050 Fax 089 2160 3009 claudia.scheerer@vkb.de

Stefan Liebl

Stellvertr. Pressesprecher

Tel. 089 2160 1775 Fax 089 2160 3009 stefan.liebl@vkb.de

Ist Ihr Eintrag noch aktuel

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@baverngas.de www.bayerngas.de

Bayernwerk AG

Techniker

Krankenkasse

Gesund in die Zukunft.

Ihr Ansprechpartner

Maximilian Zängl Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Tel. 09 41/2 01 78 20, Fax 09 41/2 01-70 23 Mobil 01 79/1 38 98 27 maximilian.zaengl@bayernwerk.de

Bayernwerk AG Lilienthalstraße 7, 93049 Regensburg

www.bayernwerk.de

bayerwerk





erdgas schwaben

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

Lechwerke

Ansprechpartner für die Presse

Ingo Butters

Dr. Thomas Renz **Leiter Kommunikation** T +49 (0)8 21/3 28-1862 F +49 (0)8 21/3 28-16 60 thomas.renz@lew.de

Pressesprecher T +49 (0)8 21/3 28-16 73 F +49 (0)8 21/3 28-16 60 ingo.butters@lew.de

31

VORWEG GEHEN

Lechwerke AG - Schaezlerstraße 3 86150 Augsburg • www.lew.de





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



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

Jürgen Fergg Pressesprecher Hoher Weg 1 86152 Augsburg Tel. 0821 6500-8046 Fax 0821 6500-8097 presse@sw-augsburg.de

Stadtwerke Augsburg | Von hier. Für uns.



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



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

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

www.bayernhafen.de



Aschaffenburg – Bamberg – Nürnberg – Roth – Regensburg – Passau

Flughafen München GmbH

Unternehmenskommunikation Hans-Joachim Bues



Postfach 23 17 55 85326 München

Telefon (089) 975-4 10 00 Telefax (089) 975-4 10 06 achim.bues@munich-airport.de www.munich-airport.de



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

32

fendt.com





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

BMW

GROUP

Produkt und Technologie

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

Bill McAndrews

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

Dirk Arnold

Dienstleistungen Telefon: +49(0)89-382-19175

E-Mail: Dirk.Arnold@bmw.de

Kommunikation 85045 Ingolstadt

AUDI AG

Telefon: +49 841 89-0 Telefax: +49 841 89-44040

E-Mail: audi-kommunikation@audi.de Internet: www.audi-mediaservices.com

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

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

Christian Bangemann Telefon: +49 841 89-32260

E-Mail: christian.bangemann@audi.de

BayWa

Marion Danneboom M.A.

Leiterin PR/Unternehmenskommunikation

BayWa AG

PR/Unternehmenskommunikation Arabellastr. 4 81925 München

Telefon +49 89 9222-3680 Telefax +49 89 9222-3698 marion.danneboom@baywa.de www.baywa.de





Produkt-, Technologie-, Sportkommunikation,

Postanschrift BMW AG D-80788 München

Hausanschrift BMW Haus Petuelring 130 80788 München

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

Internet: www.press.bmw.de

DIEHL

Verw - Retriebswirt (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 Group

Wir beliefern Premium-Automobilhersteller mit modernen Bordnetz $systemen, exklusivem \,Interieur \,sowie \,Elektrik-\,und \,Elektronikkomponenten.$

Dr. Tobias Nickel

Leitung Marketing und Unternehmenskommunikation Dräxlmaier Group Landshuter Straße 100 84137 Vilsbiburg | GERMANY

Telefon +49 8741 47-4747 Telefax +49 8741 47-1960 E-Mail: presse@draexImaier.com

MOVING AHEAD THE AUTOMOTIVE FUTURE





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

GOSSEN METRAWATT

Christian Widder

Leiter MarketingKommunikation

GMC-I Messtechnik GmbH

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

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

Rinikum Nürnberg Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Klinikum Nürnberg Nord u. Klinikum Nürnberg Süd

Peter Petrich Tel. (0911) 398-5026

peter.petrich@klinikum-nuernberg.de

Bernd Siegler Tel. (0911) 398-3774

bernd.siegler@klinikum-nuernberg.de

Doris Strahler Tel. (0911) 398-3028

doris.strahler@klinikum-nuernberg.de

Klinikum Nürnberg

Fax (0911) 398-5031 Prof.-Ernst-Nathan-Str. 1 90419 Nürnberg Mobil 0175-5890823

www.klinikum-nuernberg.de



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



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 Technologie 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



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

Susanne Enninge

Tages- und Publikumspresse s.enninger@osram.com T: +49 89 6213-3996 F: +49 89 6213-3629

Julia Klostermann

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

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

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





Hans-Gerd Bode

Achim Schneider

Leiter Unternehmenspresse 0711 911-27941

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

Porscheplatz 1

70435 Stuttgart

Leiter Öffentlichkeitsarbeit und Presse

0711 911-27072 E-Mail: hans-gerd.bode@porsche.de

E-Mail: achim.schneider@porsche.de

Thomas Becki

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

SIEMENS

Bernhard Lott

Pressesprecher Siemens Region Bayern

Von-der-Tann-Str. 30 90439 Nürnberg +49 (911) 654-3561

+49 (911) 654-163561 Mobil +49 (174) 1560693

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

Mail: bernhard.lott@siemens.com



Anja Müller

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon 0911 5699-201 Telefax 0911 5699-447 Mobil 0171 5659262

anja.mueller@theresien-krankenhaus.de

Mommsenstraße 24 90491 Nürnberg www.theresien-krankenhaus.de

it Mommsenstraße 24

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



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



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



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



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

Handwerkskammer für München und Oberbayern

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

Rudolf Baier

BJVreport 1/2014

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

letzter Termin für Ausgabe Anzeigen- und Erscheinung **BJV**report Redaktionsschluss Druckvorlagen 2/2014 21. März 9. April 19. April 3/2014 16. Mai 4. Juni 14. Juni 4/2014 18. Juli 6. August 16. August 5/2014 19. September 8. Oktober 18. Oktober 20. Dezember 6/2014 21. November 10. 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

KAMMFRN

35



Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken

Geschäftsbereich Kommunikation

Hartmut Beck Gunther Brieger

Dr. Kurt Hesse

Presse Internet

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

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



NDUSTRIE

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 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



Fachverband Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik Bayern

Dr. Wolfgang Schwarz

Hauptgeschäftsführer

Pfälzer-Wald-Straße 32 Telefon: +49 (0)89 54 61 57-15 81539 München

www.haustechnikbayern.de

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

presse@haustechnikbayern.de

Claudia Eberl

Öffentlichkeitsarbeit/Presse



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 - Pressespreche

Bavernstraße 100 90471 Nürmberg T 0049.911.46 86 00 F 0049.911.46 57 67 nfo@sueddeutscher-schaustellerverband.de

www.volksfest-nuernberg.de



Verband der Bayerischen Energie- und Wasserwirtschaft e.V.

Jessica Hövelborn

Referentin für Wasserwirtschaft und Kommunikation

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.



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.



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 8604-33120 klaus.krieger@caritas-bamberg.de

Sekretariat Öffentlichkeitsarbeit Telefon 0951 8604-131 oder -103

Das Leistungsnetzwerk der Caritas





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

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 Bayerischen Journalistenverband.

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



Strahlendes Trio nach einer erfolgreichen Veranstaltung (von links): Referentin Heike Gallery, Thomas Mrazek und Heilke Jütting. Foto: Maria Goblirsch

Trolle im Netz und Neuwahlen

Wie kontrolliert man Trolle? Virtuelle Störenfriede, die sich auf Unternehmens-Plattformen oder auf Social Media-Kanälen wie facebook ein unfreiwilliges Publikum suchen. Jedes Unternehmen, das über eine offizielle Webseite oder einen Facebook-Auftritt verfüge, stehe im möglichen Fokus eines Trolls, betonte Heike Gallery, Leiterin Community Management der gutefrage.net GmbH.

Auf Einladung der Fachgruppe Online war sie in den Münchner PresseClub gekommen, um wertvolle Tipps für den richtigen Umgang mit Trollen oder dem Schmarotzer-Marketing ("Ambush Marketing") zu geben. Da gibt es die lästigen Störer wie Ted Trollpatsch, Fred Fun, Andy Angry oder Manfred Missionar. Hier lautet der Rat: "Beobachten und nicht zusätzlich anfüttern ("Don't feed the troll!")." Ernster zu nehmen sei dagegen Berta Besserwisser, die sich viel Zeit für die Untersuchung eines Internet-Angebots nimmt und auch den kleinsten Rechtschreib- oder Grammatikfehler aufspürt und öffentlich macht. Wer kennt sie nicht? Gefährlicher sind dagegen nach Einschätzung der Netzexpertin die reputationsschädigenden Trolle. Wie man ihnen beikommt und mehr Trolliges lesen Sie auf www.bjv.de.

Das alte Führungsteam der Fachgruppe ist auch das neue: Der Münchner Medienjournalist Thomas Mrazek steht für weitere zwei Jahre an der Spitze. Als Stellvertreterinnen unterstützen ihn Anja Gild (MPM Presse München) und die freie Journalistin Heilke Jütting. Mrazek wurde Ende Januar auch einstimmig als Vorsitzender des Fachausschuss Online im DJV bestätigt.

Maria Goblirsch

Schauspieler und Journalisten

Die Schauspielerin Liza Tzschirner "Sturm der Liebe" fühlte sich beim Bezirksverband Nordbayern-Franken und dem Vorsitzenden Dieter Germann sichtlich wohl. Es ging allerdings weniger um die Telenovela, denn mehr um die Beziehung von Schauspielern und Journalisten. Trotz negativer Erfahrungen mit der Journaille erklärte sie klar, dass die gegenseitigen Beziehungen wichtig für die jeweiligen Berufsbilder seien.



Medienprobleme überschreiten Grenzen

Erstaunlich: Seit dem Fall des Eisernen Vorhangs vor 25 Jahren sind Städtepartnerschaften eintstanden, Schulen und Vereine pflegen ein lebendiges Miteinander. Obwohl auch das freie Wort uneingeschränkt gedruckt werden darf, tut sich im Austausch von tschechischen wie bayerischen Berufskollegen herzlich wenig.

Beim Themenabend des BJV-Bezirks Niederbayern/Oberpfalz in Passau gab Ludmila Rakusanova (Foto), Leiterin des Journalisteninstitut der Vltava-Labe-Press, zu bedenken: "Man darf nicht vergessen, in Tschechien waren die Menschen nicht mit einer freien Presse aufgewachsen. Das blieb ihnen vielfach fremd." So erklärte sich auch, dass der anfängliche Medienhype abkühlte, Die Entwicklung blieb hinter den Erwartungen von ausländischen Investoren wie Springer oder Ringier zurück.



Die Konzentration der Medien vor allem in deutsche Händen hatte seinerzeit zwar zu großen Diskussionen geführt. Die kürzliche Übernahme ehemaliger Titel der Rheinisch-Bergischen Verlagsgruppe durch den milliardenschweren Unternehmer und ange-

henden Finanzminister Andrej Babiš weckt aber bei vielen Journalisten Befürchtungen, die neuerliche 'Renationalisierung' der tschechischen Medienlandschaft könne von tschechischen Eigentümern zur Einflussnahme missbraucht werden, so Rakusanova.

Das Unternehmen, bei dem die Tschechin arbeitet, gehört zur Gruppe *Passauer Neue Presse* und sei mit Abstand der der größte Arbeitgeber für tschechische Journalisten, so Rakusanova. 500 Kolleginnen und Kollegen seien dort beschäftigt.

Ludmila Rakusanova war als 20-Jährige nach dem "Prager Frühling" nach München geflohen und hatte dort unter anderem für Radio Freies Europa gearbeitet. Nach 1989 kehrte sie nach Prag zurück, und war für die Deutsche Welle, den Tagesspiegel, die Leipziger Volkszeitung tätig.

Claudia Maria Grimsmann



Ludwig Thomas "Heilige Nacht" wurde sein Markenzeichen: Seit 20 Jahren tourt Enrico de Paruta, der beliebte bayerische Radiomoderator, damit durch die Lande; für Weihnachten 2014 hat der Vorverkauf übrigens schon begonnen. Zunächst feiert der gebürtige Münchner, der seit 1976 im Bayerischen Rundfunk und später in privaten Sendern zahlreiche Unterhaltungssendungen mit seiner charmanten, charaktervollen Stimme moderierte, am 8. März seinen 60. Geburtstag.



Mustergültig hat er 18 Jahre lang die Finanzen des BJV zusammengehalten. Seine Etatentwürfe gingen am Ende des Jahres immer auf. Selbst während der großen Finanzkrise wusste

Schatzmeister **Peter Nützel** Anlagen-Verluste für den Verband zu verhindern. Die Schatulle des BJV machte der langjährige Pressesprecher der Bayerischen Beamtenversicherung nicht für jede Idee auf, doch wenn er von einem Projekt wie der neuen BJV-Homepage oder dem Mentoring überzeugt war, zog er es auch effizient durch. Im Mai 2013 nahm der waschechte Münchner in Aschaffenburg seinen ersehnten Abschied aus dem arbeitsreichen Ehrenamt; am 10. März nun feiert er seinen 65. Geburtstag.

Auf Verbandstagen waren Redebeiträge des Würzburgers **Max Schmidt** das Salz in der Suppe. Leidenschaftlich und temperamentvoll konnte der Feuilletonchef der *Main-Post* für die Sache der Journalisten streiten. 24 Jahre lang war er Bezirksvorsitzender in Mainfranken, ebenfalls 24 Jahre lang gehörte er als Schriftführer dem geschäftsführenden Vorstand des BJV an. Am 17. April begeht der Mainfranke seinen 75. Geburtstag.

Seine Hörer nannten ihn gerne "Barthels Franz", denn er war eine markante Stimme Unterfrankens im *Bayerischen Rundfunk*. Das frisch gegründete Regionalstudio Würzburg lockte den gestandenen *Main*-

Post-Gerichtsreporter 1983 zum Wechsel. Für seine Schlagfertigkeit und seinen Witz gab es 2006 den "Frankenwürfel" der Regierung von Unterfranken. Im BJV engagiert sich **Franz Barthel**, der am 2. April seinen 70. Geburtstag feiert, weiterhin im Aufnahmeausschuss.

In den 90ern

Rudolf Creutz, Fürstenfeldbruck (30.4.1924) Sandor Gergelyfy, München (8.3.1920) Heinz Richter, Bernau (10.3.1921)

In den 80ern

Adolf Althen, Unterhaching (28.3.1931)
Geza Ekecs, München (24.3.1927)
Salah Elenany, München (31.3.1932)
Dietrich Hartung, Eckersdorf (23.3.1927)
Emmerich Heinzl, München (21.3.1926)
Ernst Hess, München (18.3.1928)
Sieglinde Kirmayer, Wasserburg (2.3.1927)
Martin Klein, München (11.3.1932)
Hans Krieger, München (13.3.1933)
Johannes Leeb, München (25.3.1932)
Liselotte Nüßlein, München (30.3.1931)
Erwin Oberndorfer, München (2.3.1926)
Ernst Schell, Fürth (9.3.1932)
Ursula Schrag, Mittenwald (20.3.1930)
Friedrich Schreiber, Lochham (30.3.1932)

80 Jahre

John A. S. Abecasis-Phillips, Bayreuth (23.3.) Hans Hänle, Hirrlingen (2.3.) Walter Hansen, München (4.4.) Heinz Müller-Saala, Eching (11.4.)

75 Jahre

Johannes Christl, Seeshaupt (11.4.) Fridolin Engelfried, München (9.4.) Herbert Kaiser, Bad Kissingen (17.3.) Gertraud Quasnicczka-Vittur, Pertisau (8.4.) Max Schmidt, Würzburg (17.4.)

70 Jahre

Franz Barthel, Würzburg (2.4.)
Fritz-Horst Baumgartner, Neubiberg (5.3.)
Heidrun Berktold, München (18.3.)
Claudia Chauvin, Vorderhornbach (11.4.)
Karin Felix, München (11.3.)
Rudolf Gulich, Bobingen (9.4.)
Johannes Kiebranz, Berlin (18.4.)
Karen Ostertag, Berg (28.3.)
Egil Reeg, Kirchseeon (23.3.)
Peter Rothammer, München (2.3.)

Karl-Otto Saur, Ebenhausen (14.3.) Susanne Schmidt, Apfeldorf (30.4.) Gabi Schnelle, München (24.3.) Björn Schwarz, Kolbermoor (30.3.) Jutta Triebswetter-Bock, Schwaig (8.3.) Karl-Jörg Wohlhüter, München (9.3.)

65 Jahre

Josef Ballerstaller, München (6.3.) Marianne Bitsch, Rettenberg (4.3.) Ruth Bosch, Konstanz (10.3.) Nicola Bude-Hackenberg, München (6.3.) Sonja Calvert, Starnberg (13.3.) Helga Ettenhuber, München (11.4.) Wolfram Franke, Vaterstetten (19.4.) Georg A. Frey, München (9.4.) Werner Geyer, Thyrnau (10.3.) Katrain Habermann, Eichenau (13.4.) Anne Hamann-Neves, München (2.4.) Wolfgang Klinker, Landsberg (15.3.) Hanns Christian Müller, Herrsching (14.4.) Peter Nützel, Taufkirchen (10.3.) Georg Stock, Mellrichstadt (23.4.) Manfred Straubmeier, Reit im Winkl (22.4.) Renate von Platen, München (4.3.) Tomoko Shiina, München (19.3.) Ulrike Werner, München (2.4.)

60 Jahre

Helmut Achatz, Olching (1.3.) Petra Adamik, München (15.4.) Walter Bauer-Wabnegg, Weimar (13.4.) Peter Clausen, München (9.3.) Walter Henkes, München (15.3.) Sigrid Hofstetter, Bad Tölz (7.3.) Willi Korte, Augsburg (23.4.) Angelika Lizius, München (3.3.) Eva Körner-Minkoff, Eching/Ammersee (5.3.) Andreas Müller-Buck, Röttenbach (7.3.) Rudolf Ott, Nürnberg (9.3.) Enrico de Paruta, München (8.3.) Barbara Ritzert, Pöcking (27.4.) Achim Schollenberger, Würzburg (21.4.) Karl-Heinz Titscher, Lindau (4.4.) Helga Thamm, Irsee (16.3.) Thomas Trossmann, Rott (15.4.) Erich Wandschneider, Augsburg (27.3.)



Gerda Berger starb am 6. Dezember im Alter von 92 Jahren. Altersweise, hellwach und voller Humor verbrachte sie ihren Lebensabend in Starnberg. Spät erst war es der gebürtigen Berlinerin vergönnt, journalistisch zu arbeiten, denn der frühe Tod ihres Vaters nötigte sie zu einer Bürolaufbahn, die bis zur Vorstandssekretärin führte. Sie war Redakteurin einer Werkszeitschrift, PR-Leiterin und schließlich im Ruhestand freiberufliche Publizistin mit dem Schwerpunkt Arbeitspsychologie. Im BJV seit Dezember 1979.

Jakob Kurz, zuletzt leitender Redakteur der Revue und der Bunten, starb am 2. November im Alter von 82 Jahren. Als Reporter der Münchner Abendzeitung trat er im Februar 1962 dem Verband bei, in den 70ern wechselte er zum Burda Verlag und war Autor ihrer auflagenstarken Publikumszeitschriften. Für das Kind vom Bauernhof sah es zunächst ganz anders aus: Er absolvierte eine landwirtschaftliche Ausbildung und arbeitete zeitweilig im Kundendienst einer Schlepperfirma und als Verkaufsberater eines Kraftfutterwerks.



Hans-Dieter Krais, freier Fachjournalist für Auto und Verkehr, starb am 9. Dezember in München im Alter von 72 Jahren. Nach dem Abitur in Stuttgart volontierte er 1960/61 bei der

Waiblinger Kreiszeitung. Er war fester Freier beim *ZDF* Landesstudio Bayern und Mitarbeiter des *Bayerischen Rundfunks*, wo er seit 1971 als leitender Redakteur am Aufbau des damals völlig neuen "Verkehrssenders" Bayern 3 beteiligt war. Als Leiter der Abteilung Verkehr und Service ging er – ausgezeichnet u. a. mit dem Bundesverdienstkreuz und dem Ehrenzeichen in Gold der Deutschen Verkehrswacht – in den Ruhestand, blieb jedoch als Journalist aktiv. Im BJV seit Oktober 2004.

Dr. Paul Kochenstein, Fachautor für Psychotherapie, starb am 20. November in München im Alter von 62 Jahren. Er hatte in München sein Fachstudium absolviert, führte seit 1980 eine psychotherapeutische Praxis, war später Dozent an verschiedenen Instituten. Seit 2000 verlegte er sich vorwiegend auf eine publizistische Tätigkeit für Publikumszeitschriften und Fernsehen. Im BJV seit März 2002.

Dr. Ernst Hofmeister, Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Vereins Deutscher Ingenieure (VDI) in München, starb am 8. Dezember im Alter von 91 Jahren. Nach leitenden Positionen im Bereich Forschung und Entwicklung bei der Siemens AG stieg der promovierte Physiker, der am 30. Oktober 1922 in München geboren wurde, 1980 in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ein. Auch für die VDI-Zeitschrift Technik in Bayern übernahm er die Redaktion und machte mit Schwerpunkten wie "Technik und Kunst" oder "Technik gegen den Zorn Gottes" von sich reden. 1987 erhielt er den 1. Preis des Deutschen Verbands technisch-wissenschaftlicher Vereine für Publikationen im Bereich Technik und Öffentlichkeitsarbeit. Das Bundesverdienstkreuz kam später zu seinen zahlreichen Ehrungen. Im BJV seit Dezember 1998.

Sabine Böttger, freie Medizinjournalistin in München, starb am 17. November im Alter von 68 Jahren. Jahrzehntelang hatte sie sich mit ihrer sachkundigen Berichterstattung über Krebstherapien profiliert, vor allem bekannt wurde ihr Buch "Sprechstunde Brustkrebs". 2002 gründete sie zusammen mit ihrem Ehemann Ulrich Ravens das Fachmagazin *Onkologie heute* und war dort bis 2011 als Redakteurin tätig. Die sympathische Kollegin, deren Wiege in Frankenberg in Sachsen stand, gehörte dem BJV seit 1978 an.

Angelika Luga-Braun, Lokalredakteurin der Saale-Zeitung in Bad Kissingen, erlag am 15. Januar im Alter von 57 Jahren einem Krebsleiden. Die Kollegen trauern um eine engagierte Journalistin, die stets kritisch ihren Themen gegenüberstand und sie gründlich ausrecherchierte. Im Redaktionsteam habe man mit ihr hitzige Debatten geführt, schreibt Redaktionsleiter Paul Ziegler im Nachruf. "Es ging um die Inhalte, es ging um die Standpunkte, es ging immer sachlich dabei zu." Was sie in ihren Artikeln informativ aufbereitete, hat sie auch gerne kommentiert. Ihre Meinung sei hin und wieder unbequem gewesen, so Ziegler, doch sei Angelika Luga-Braun immer unbeirrt dafür eingestanden. Im Betriebsrat setzte sie sich leidenschaftlich für die Kollegen ein. Geboren wurde sie am 29. Mai 1956 in Gera, in Dortmund wuchs sie auf, beim Jurastudium in Würzburg kam sie mit der Zeitung in Kontakt. 1984 begann sie das Volontariat bei der Main-Post, arbeitete danach in der Außenredaktion Kitzingen/ Volkach und schließlich seit 1987 bei der Saale-Zeitung. Im BJV seit Oktober 1986.

Grundkurse und Seminare der Akadamie der Bayerischen Presse

April Reden schreiben I + II
1. – 2. April
Coaching für Ausbildungsredakteure
- Zeitschrift
3. April

Coaching für Ausbildungsredakteure
- Zeitung
3. April

Bücher schreiben - Verlagssuche 4. April YouTube effektiv nutzen

7. – 8. April

Workflow und Qualitätsmanagement

7. – 8. April **Der Videoreporter**7. – 11. April **Politikjournalismus 2014**

Photoshop CS6 5. – 7. Mai Pressemitteilung

Mai

7. – 9. April
Facebook für Unternehmen
9. – 11. April
Motorjournalismus
9. – 11. April
Kommentar und Leitartikel
15. – 17. April
Twitter für Redaktionen
22. – 23. April
Redigieren - Zeitschrift
22. – 24. April
Textsorten für PR und UK
28. – 30. April

5. – 16. Mai, Kulmbach
Titel, Teaser, BU - online
8. – 9. Mai
Themen- und Textmarketing
8. – 9. Mai
PR 2.0 - Public Relations im Web I
12. – 13. Mai
Fotojournalismus
12. – 16. Mai
Kreatives Schreiben - PR II
19. – 21. Mai
Nachricht und Bericht
19. – 21. Mai
PR für Non-Profit-Organisationen
19. – 23. Mai

Radio-Journalismus und Moderation

- 7. Mai

Zeitungsjournalismus II

19. – 23. Mai, Kulmbach Crossmedia - Video, Audio, Slideshow 19. – 24. Mai Texte für Produkt-PR 22. – 23. Mai Journalistische Textsorten 26. – 28. Mai, Kulmbach Layout mit InDesign CS6 26. – 28. Mai

Juni
Facebook, Twitter, Google+ I
2. – 3. Juni
Teambuilding in der Redaktion
4. – 5. Juni
Titel, Untertitel, BU - Zeitung
10. – 11. Juni



... Herr Ebert

"Der Maßstab ist nicht Hollywood"

Print bewegt: Michael Ebert, Chefredakteur des Magazins der *Süddeutschen Zeitung*, über die multimediale Begleitung des NSU-Prozesses

Von Senta Krasser

Am 6. Mai begann in München der Prozess gegen die rechtsradikale Terrororganisation NSU (Nationalsozialistischer Untergrund). Das SZ-Magazin hat die Verhandlung vom ersten Tag an verfolgt. Aus Mitschriften entstand ein umfassendes Protokoll, das die Redaktion verdichtete und in der ersten Ausgabe dieses Jahres wortwörtlich abdruckte. Die Protokolle gibt es auch als Film.

Sagen Sie mal, Herr Ebert, was macht den NSU-Prozess so besonders, dass Sie ihm nicht nur ein komplettes Heft, sondern auch ein Video in Spielfilmlänge widmen?

Michael Ebert: Unserer Meinung nach handelt es sich um einen der wichtigsten politischen Strafprozesse der Nachkriegszeit. Entsprechend groß war der Wirbel vor Prozessbeginn. Als wir das Glück hatten, einen der Presseplätze zugelost zu bekommen, überlegten wir: Was könnten wir über die aktuelle Berichterstattung in der Süddeutschen Zeitung hinaus damit anfangen? Wie könnten wir möglichst vielen Lesern auf möglichst verständliche Art zugänglich machen, was in diesem Gerichtssaal genau passiert? Bei deutschen Strafprozessen auf dieser Ebene gibt es erstaunlicherweise kein offizielles Gerichtsprotokoll. So entstand der Plan, mit den Mitschriften unserer Reporter vor Ort ein ganzes SZ-Magazin zu füllen.

Den Film hatten Sie schon im Kopf?

Nein. Unsere Gerichtsreporter saßen erst einmal Sitzungstag für Sitzungstag im Saal und schrieben mit. Die Kollegin Annette Ramelsberger holte sich dabei eine Sehnenscheidenentzündung. Eines Tages kam sie zu uns: Leute, was sich da vor Gericht abspielt, ist unglaublich bewegend. Wolfgang Luef aus der Online-Redaktion hatte daraufhin die Idee, die Wortprotokolle zu verfilmen.

Der Film zum Heft - Marketingstrategen

könnten sich das nicht besser ausdenken.

Natürlich ist es auch unser Ziel, dass möglichst viele Leute den Film sehen und dass das positiv aufs Heft einzahlt. Aber als Marketingmaßnahme ist der NSU nun wirklich das falsche Sujet. Es ging uns tatsächlich zuallererst um die Sache: Wie können wir den NSU-Prozess möglichst plastisch erzählen? Und ein Film macht doch den Stoff zuallererst noch zugänglicher.

Fast zwei Stunden in schwarz-weiß, dazu sehr sparsam inszeniert – das muss man aber auch mögen.

Ja, sicher, das ist nicht gerade die Art von Film, über die die Facebook- und Twitter-Generation jubelt. Aber darum ging es ja auch gar nicht.

Auch Sie finden den Film zu lang?

Es ging nicht anders. Im Magazin haben wir 135.000 Zeichen veröffentlicht, die sollten auch im Film gesprochen werden. Regie-Anweisungen wie "Richter Götzl begrüßt den Angeklagten soundso" hätte man vielleicht weglassen können, um etwas Zeit zu sparen. Aber dann wäre die Kongruenz zwischen Heft und Film verloren gegangen. Die Kollegen der Online-Redaktion haben das Problem digital gelöst, indem sie den Film auf Süddeutsche.de in Kapitel portioniert haben. Nutzer können dort zu Verhandlungstagen scrollen, die sie besonders interessieren. Außerdem haben sie weitere Hintergrundinformationen gesammelt und toll aufbereitet. "Scrollytelling" nennt das Stefan Plöchinger, der Chefredakteur von Süddeutsche.de.

Stiddeutsche Zeitung Magazin
Der
NSUProzess.
Das
Protokoll
des
ersten
Jahres

"Was ist hier passiert?" Wenn Michael Ebert mit seiner Redaktion überlegt, wie man ein Thema bestmöglich erzählen könnte, dann kommt schon mal ein Film dabei heraus.



Foto: Stephanie Füssenich

BJV

... Herr Ebert

Warum sind Sie überhaupt jetzt mit Ihrem NSU-Projekt an die Öffentlichkeit gegangen? Das Gerichtsverfahren läuft doch noch.

Weil erstens das Prozessende unabsehbar ist. Zweitens ist das öffentliche Interesse am NSU-Prozess so groß, dass es schade gewesen wäre, die Fülle an Material, immerhin über 500 Seiten, länger liegen zu lassen. Und drittens hätten wir eine noch größere Menge an Stoff nicht mehr sinnvoll komprimieren können.

Wenn vier Schauspieler in einem schummrigen Tonstudio vom Blatt ablesen – ist das eigentlich Filmkunst? Oder Journalismus?

Natürlich Journalismus. Ein Kunstwerk definiert sich über seine künstlerische Freiheit. Und die hatten wir nicht. Der Film ist ein journalistisches Produkt. Wir dokumentieren, was geschehen ist. Deshalb war es uns auch wichtig, das NSU-Protokoll so nüchtern in Szene zu setzen, wie es nur irgend geht.

Wie passt der Klangteppich, mit dem der Film unterlegt ist, zur Inszenierung auf Sparflamme? Ist Musik im Film nicht ein Stilmittel, um auch Emotionen zu schüren?

Ach, hätten wir die Leute zum Heulen bringen wollen, hätte man einen ganz anderen Soundtrack nehmen müssen. Da spielen ja nicht die Münchner Philharmoniker im Hintergrund, und man hört auch nicht pausenlos Geigen. Nein: tatsächlich war es eine praktische, keine künstlerische Entscheidung. Mit der dezenten Hintergrundmusik wollten wir Nebengeräusche wie Papierrascheln, Gelenkknacksen und Zwischenhuster dämmen. Der Film ist so lang – da muss man den Zuschauer nicht auch noch zwei Stunden lang auf einem akustischen Holzschemel knien lassen.

Musik zur Unterhaltung sozusagen?

Nein! Ich wiederhole: Wir wollen dokumentieren. Nicht unterhalten. Der Maßstab ist nicht Hollywood.

Okay, aber warum haben Sie sich dann für dieses Projekt ausgerechnet mit Mister Eventfernsehen, Nico Hofmann, zusammengetan?

Als Wolfgang Luef die Idee zu einem Film hatte, habe ich einen der besten deutschen Filmproduzenten angerufen, mit dem ich zudem schon sehr lange freundschaftlich verbunden bin: Nico Hofmann. Er war sehr interessiert und versprach sofort uns zu unterstützen. In seiner Funktion als Professor an der Filmhochschule in Ludwigsburg kann er über Ressourcen verfügen und junge Talente um Mithilfe bitten. Obwohl er gerade in Afrika war, hat es nur eine Stunde gedauert, bis er uns den Namen der Regisseurin durchgegeben hat: Soleen Yusef. Und als klar war, wie wenig Zeit war, schickte er uns mit Thorsten Wiemer einen seiner besten Mitarbeiter.

Ich spekuliere mal: In zwei, drei Jahren läuft im ZDF der Eventfilm "Die Nazi-Braut" mit Veronica Ferres, und das SZ-Magazin hat Nico Hofmann die Arbeitsgrundlage geliefert. Schlimm?

Glaube ich nicht. Aber spekulieren Sie ruhig. Ich finde: das Thema NSU kann gar nicht ausführlich genug behandelt werden. Die SZ-Kollegen Annette Ramelsberger und Tanjev Schultz haben Großes geleistet. Die unglaublichen Verbrechen im Text festzuhalten und auch das Scheitern der Behörden über so einen langen Zeitraum zu dokumentieren, ist, finde ich, von historischem Wert.

Ist eine DVD geplant?

Jeder kann unseren Film auf youtube kostenlos streamen. Wir haben nicht vor, den Film zu kommerzialisieren.

Eignet sich jeder Strafprozess für eine Dramatisierung?

Erstmal finde ich nicht, dass es sich bei unserem Film um eine "Dramatisierung" handelt. Es ist eine Dokumentation. Und das Spannende an diesem NSU-Verfahren ist, dass es über den Gerichtssaal und die einzelnen beteiligten Personen hinaus Fragen von gesellschaftspolitischem Gewicht aufwirft – das macht ihn so außergewöhnlich, und deshalb lohnt es sich auch darüber nachzudenken, auf welche außergewöhnliche Art man die Ereignisse erzählt. Andere Ereignisse werden auf andere Art besser erzählt.

Ich schließe daraus, eine Prozess-Doku über FC Bayern-Star Franck Ribéry, dem man Sex mit Minderjährigen unterstellt, ist nicht der Stoff, den Sie als nächstes verfilmen würden?

Nein. Und ich finde Ihre Fragestellung sehr interessant. Ich verstehe ja, dass Sie mich aus der Reserve locken wollen, indem Sie von "Dramatisierung" und "Kommerzialisierung" sprechen. Aber ich halte solche Fragen für rückwärtsgewandt. Was ist hier passiert? Eine Reihe von Journalisten haben sich zusammen gesetzt und überlegt, auf welche Weise man ein Thema bestmöglich erzählen könnte. Dabei kam heraus: wir machen ein ganzes SZ-Magazin zum Thema. Und bereiten es auf außergewöhnliche Weise und mit viel Arbeit digital auf. Und machen einen Film dazu. Ich finde das großartig und natürlich sollten wir das noch viel öfter machen. Gerade Printjournalisten tun sich aber oft immer noch schwer damit, von der journalistischen Form, die sie beherrschen, einen Schritt zurückzutreten und zu überlegen: Wie könnte ich diesen Stoff auch für andere Kanäle aufbereiten?

Sie suchen weiter die Nähe von Filmprofis?

Warum denn nicht, wenn es journalistisch Sinn macht? Das Investigativressort der *Süddeutschen Zeitung* macht mit seiner Kooperation mit NDR und WDR vor, wie sich multimedial tolle Großprojekte stemmen lassen. So sollte auch an anderer Stelle im Haus gearbeitet werden



Michael Ebert, 39, geboren in Freiburg i.Br., volontierte bei der Schwäbischen Zeitung und studierte im Anschluss Rechtswissenschaften in München. Beim Stern in Hamburg trat er seine erste Stelle an. Nach zwei Jahren wechselte er als Redaktionsleiter zu jetzt, dem Jugendmagazin der Süddeutschen Zeitung. Mit Timm Klotzek entwickelte er NEON, später NIDO. Seit 2013 leiten Ebert und Klotzek gemeinsam das Magazin der SZ. Michael Ebert ist verheiratet und hat drei Kinder. "Der NSU-Prozess als Film" ist auf youtube zu sehen: tinyurl. com/q7dy8to

oto: Stephanie Füssenich



AFAC Termine 2014





15. - 17. Januar 2014 DCONex Messe Essen Messe + Kongress Schadstoffmanagement www.dconex.de



26. Februar - 2. März 2014 Freizeit-Messe Nürnberg Touristik, Caravaning, Outdoor, Garten+Heim www.freizeitmesse.de



1. + 2. März 2014 Whisk(e)y Messe Nürnberg The Village - Treffpunkt für Whisk(e)y-Kenner und Freunde www.whiskeymesse.de



19. - 22. März 2014 GrindTec Augsburg Internationale Fachmesse für Schleiftechnik www.grindtec.de



5. - 13. April 2014 Augsburger Frühjahrs-Ausstellung Publikumsmesse für Lifestyle mit Bauen & Wohnen www.afa-messe.de



18. - 22. Juni 2014 RheinSchauKöln Publikumsmesse für das Rheinland www.rheinschau.de



25. Oktober - 2. November 2014 Consumenta Nürnberg Publikumsmesse für Lifestyle mit Bauen & Wohnen www.consumenta.de



28. Oktober - 2. November 2014 Faszination Pferd Nürnberg Messe, Sport + Show www.faszination-pferd.de



30. Oktober - 2. November 2014 iENA Nürnbera Internationale Fachmesse "Ideen - Erfindungen - Neuheiten"

AFAG Messen und Ausstellungen GmbH

Messezentrum 1 · 90471 Nürnberg $(0911)98833-0\cdot (0911)98833-500$ www.afag.de · info@afag.de

Hausanschrift und Projektleitung Johann-Höllfritsch-Str. 20/22

90530 Wendelstein

AFAG Messen und Ausstellungen GmbH

Messezentrum · 86159 Augsburg 1 (08 21) 58 982 - 0 · 3 (08 21) 5 89 82 - 300 www.afag.de · info@afag.de



fame Mitglied im Fachverband Messen und Ausstellungen



Mitglied der Gesellschaft zur freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen

