Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

BJV report

Ausgabe 2/2014

Fotografen haben manchmal Namen

Der Osten ist weiblich

Bayerischer Journalistentag am 17. Mai

www.bjv.de / www.djv.de

Tarifflucht

Besser wirtschaften ohne Tarifbindung? Bei Verlegern ist das der große Renner

Kontakt im Kleinformat

Rubrikanzeige „Pressestellen“ im *BJVreport*

- Standardformat 86 x 60 mm quer
- Erweiterte Formate im Anzeigenraster nach Absprache möglich
- Buchung „Pressestellen“ immer für sechs Ausgaben
- Abrechnung in der Regel mit der ersten Veröffentlichung
- Grundpreis 1.300,- € zzgl. 19% MwSt.
- 10% Nachlass für BJV-Mitglieder
- 15% Mittlerprovision für Agenturen
- Weitere Anzeigenformate: 1/1 Seite, 1/2 Seite quer, 1/4 Seite quer

Unterstützen auch Sie die Arbeit im Bayerischen 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 im BJVreport begrüßen?

Anzeigenmarketing *BJVreport:* PETER **&** WERBUNG, Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg, Telefon 0911 4245930, Fax 4245959, info@pundwag.de

Diäten wider die Vernunft

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

Es wäre jetzt, so kurz nach der Fastenzeit, sehr einfach über Diäten zu sprechen. Verzicht auf Gourmet-Streifzüge, Askese um des starken Willens willen. Wer jetzt nach den Wochen der Abstinenz den Gürtel nicht enger schnallen kann, hat etwas falsch gemacht oder gehört zu den Abgeordneten im Bund, die sich ihre Diäten erhöht haben, um der eigenen Sucht nach „Mehr“ gerecht zu werden.

Wer sich ein weiteres Loch in den Gürtel machen darf, sind die journalistisch tätigen Kolleginnen und Kollegen, die sich einer Zwangsdiät hingeben müssen. Kolleginnen und Kollegen, die hofften, im Tarifkampf um mehr Lohn und Anerkennung ein größeres Stück vom Kuchen abzubekommen. Doch statt Sahnehäubchen gibt es wiedergekäute Phrasen, die die Verleger in ungenießbaren Portionen auftischen. Diese kulinarischen Angebote sind so danebengeraten, dass nicht einmal der Verzicht darauf Spaß macht.

Nochmals zu den Politikern: Da hieß es, dass diese bei der gut zehnprozentigen „Anpassung“ der Diäten lediglich dem allgemeinen Durchschnitt der Lohnerhöhung folgen. Zehn Prozent Erhöhung! Und das als Durchschnitt! Da kann der Durchschnittsjournalist nur auflachen und aufpassen, dass er sich nicht verschluckt. Nicht einmal der Inflationsausgleich wird zugestanden. Gefeilscht wird um ein bis zwei Prozent. Magerkäse statt cremigsahniger Verführung!

Und das mit Beilagen und Zutaten, die nicht einmal einer anständigen Diät würdig sind.

Regelrecht ungenießbar sind die Vorstellungen von Kaufkraftindex statt Gehaltstabellen, von Kürzungen bei Krankheiten, von Mehrarbeit ohne weiteren Lohnausgleich.

Was aber die größte Übelkeit verursacht, ist der Rezeptzusatz, dass mit den Änderungen der Arbeitsplatz und vor allem die journalistische Qualität gesichert werden soll. Klar – Achtung Ironie „an“: Je mehr Arbeit auf weniger Schultern, aber bei abnehmendem Reallohn verteilt wird, desto schneller steigt die journalistische Qualität (Ironie „aus“). Selbst mein sechsjähriger Sohn ist da in Mathematik bereits weiter vorangeschritten, denn so manche Verlagsmanager, bei denen der Sparwille und somit die Diät erst beim Gegenüber beginnt.

Wenn es wenigstens eine vernünftige Diät wäre, die da angeboten wird. Ernährungswissenschaftler wissen um die Zusammenstellung eines guten Diätplanes, um Mangelerscheinungen vorzubeugen. Sie wissen vor allem, was passiert, wenn man es mit dem „Abnehmen“ übertreibt: irgendwann gibt es das finale Gewicht mit dem folgenden Wehklagen, dass man das habe gar nicht kommen sehen. Letal statt Vital – frei nach dem Motto „Wir haben uns zu Tode gespart!“

Und noch etwas, um im Bilde der Fastenzeit zu bleiben: Diese ist spätestens an Ostern abgeschlossen. Der Verlegerverband meint aber, dass dieses Mittel zur Entschlackung als Dauereinrichtung installiert werden müsse. Und das muss schief gehen. Gerade, weil der Journalist bestimmte Grundsätze vertritt, die mit Diäten und/oder Sparwillen gar nicht vereinbar sind. Das sind solche Werte wie Pressefreiheit, Demokratie und Freiheit.

Und wer die Journalisten zu einer Zwangsdiät verdonnert, riskiert genau diese Vorzüge der freiheitlichen Grundzüge.

Es war einmal

Michael Anger
Leitender Redakteur
Foto: Thomas Geiger

Es gab einmal eine Zeit in Deutschland, da herrschte viel Not und die Menschen waren aufeinander angewiesen. Doch sie waren entschlossen, gemeinsam das Land aufzubauen und jedem Auskommen zu schaffen. Und Einkommen. Damit jeder nach seinem Können und seinem Fleiß einen gerechten Teil erhalte, schlossen sie einen Vertrag. Der hieß Tarifvertrag. Bald ging es allen gut und sie waren`s zufrieden. Doch einige, die eh schon mehr hatten als die meisten, versuchte der böse Feind. Sie zerrissen den Vertrag, wehklagten ob angeblich drohender großer Not und riefen, nur Verzicht könne retten. Deshalb gaben sie ihren Angestellten immer weniger, obwohl die immer fleißiger wurden. Den Anteil, den sie vorenthielten, verwendeten sie aber anderweitig, um Geschäfte, auch ohne Tarif, zu machen und wurden immer reicher. Viele entbehrten des Mutes, ließen sich`s gefallen und wurden immer ärmer. Doch einige Auserwählte vernahmen die Stimme der Gewerkschaft, nannten sich Betriebsräte und kämpften um der Gerechtigkeit willen. Denn viele Gesetze waren mit ihnen und immer mehr Helfer und der BJV. Von diesem Kampf erzählen wir auf den **Seiten 10 – 17.**

Es waren einmal Menschen, die sahen, dass es nicht allen gleich gut geht. Vor allem auf die Frauen sahen viele Männer herab. Da schufen sie die Emanzipation und empfahlen den Frauen, sich zu verbünden. Da die Idealisten es aber nicht richtig erklären konnten, riefen viele Frauen, auch beim BJV: So ein Schmarrn. Doch nach etlichen Jahren wurden sie und vor allem andere erleuchtet. Sogar Männer. Dann riefen die Klugen gemeinsam: Ja, macht doch. Da setzten sich die Frauen zusammen und nannten sich BJFrau. Die vielen Ideen, die sie den Männern nicht vorenthalten wollen, offenbaren wir auf den **Seiten 8 und 9.**

Es war einmal ein weiser Gesetzgeber. Und da er den Dingen auf den Grund ging und nachforschte, wer denn die vielen klugen Geschichten und schönen Bilder geschaffen habe, an denen sich täglich unzählige Menschen erfreuen, schuf er das Urheberrecht. Denn es sollten die belohnt werden, deren Geist kreativ war und nicht die, die beim bloßen Handeln mit der Arbeit anderer verharrten. Deshalb bestimmte er im Paragraphen 13, dass zu jedem Bild in einer Zeitung der vollständige Name des Fotografen genannt werden muss. Doch in den Redaktionen saßen viele, die missachteten den Weisen. Da zogen die Fotografen vor einen Richter und der befahl, aus den Schatztruhen der Zeitung den Fotografen doppeltes Honorar zu zahlen. Wie man davor bewahrt wird, steht auf den **Seiten 18 und 19.**

Inhalt

Verband

Das neue Markenzeichen: BJFrau 8
Der Mitgliederversammlung in Garmisch wird die zwölfte Fachgruppe vorgestellt

Titel

OT - Der Schrecken ist Alltag 10
Wenn die Tarifpartnerschaft zerstört wird, kann sich die Belegschaft auf fast nichts mehr verlassen
Tariflöhne auch nach Tarifflucht 13
Was ist anders ohne Tarifbindung?
„Der Flächentarif ist Folklore“ 14
Aktuell acht Zeitungshäuser in Bayern haben ihr eigenes Tarifsystem. Der BJVreport hat nachgefragt: Warum sind Sie OT-Mitglied im Verlegerverband?
Königsdisziplin Haustarif 15
Der BJV rät: anspruchsvoll bleiben.
Ignoriert und doch umworben 16
Nur, wenn es der Verlagsseite die Arbeit erleichtert, geht die PNP-Führung auf den Betriebsrat zu

Verband

Silberne Zitrone für die Tagespost 18
BJV-Check zeigt: Der Fotografen-Name fehlt viel zu oft im Bildvermerk
Am Anfang war das Schreibverbot 20
Bezirksverband Niederbayern-Oberpfalz: Viele Ideen für neue Aktivitäten

Medienszene

Pressefreiheit kontra hohe Kosten 21
Online-Zeitung Tegernseer Stimme musste vor Gericht einlenken
„Du merkst, dass du etwas bewegst“ 22
Viele Jahre lang war ein Passauer Journalist im Visier der Staatsanwaltschaft

Service

Technik 24
Präsentation per Facebook, Twitter, eigene Homepage
Rechtstipp 26
Müssen Provider illegale Webseiten sperren?
Rezensionen 27
Sprachglosse 28

Wenn der Handschlag nicht mehr gilt . . .

. . . mit dem Arbeitgeber und Gewerkschaften Tarifverträge besiegeln, spricht man von OT. Aber ohne Tarifbindung heißt nicht rechtlos und ohne Einfluss. Was alles möglich ist und inwieweit Tarifverträge trotzdem gelten, erläutern wir ab **Seite 10**

Wo die Zitronen blühen . . .

. . . da haben Fotografen keinen Namen oder höchstens einen verstümmelten. Immer noch missachten viele Zeitungen in Bayern die vom Urhebergesetz vorgeschriebene vollständige Fotografennennung bei einem Foto. Gerne genutzte Ausrede: Wir bekommen Seiten von auswärts zugeliefert. Hilft nichts: Verantwortlich ist die Zeitung, die sie veröffentlicht. **Seite 18**

Foto: Eberhard Wolf; Tanusha/Fotolia

Wir im BJV

Schaffen es die kleinen Parteien ins EU-Parlament 40
Der MUH geht´s gut – München als Markenkern 41
Deutschlands renditestärkstes Medium Redakteure wollen kämpfen
„Habe ich Paranoia?“ 42

Zur Person

Jubilare 43
Nachrufe 44

Sagen Sie mal

„Bairisch ist ein schönes Biotop“ 45
tz-Chefredakteur Rudolf Bögel experimentiert mit Dialekt in seiner Zeitung – den meisten Lesern gefällt es

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), Maria Goblirsch (T), Stefan Puchner (F), Fritz Bircheneder (F), Konrad Kellermann (F), Thomas Mrazek (T), Alexander Eckmeier (F), Stephanie Kühne (F), Johannes Michel (T,F), Barbara Weidmann (T,F), Udo Dreier (F), Stefan Girschner (F), Cornelia Bruckner (T,F), Jim Albright (F), Oliver Bodmer (F), Michael Westermann (F), Fotolia (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 3/2014: 16. Mai
Erscheinungstermin: 14. Juni

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

Vorstand unterwegs

Intensiv war der Vorstand mit der Planung der **Klausurtagung** in Herrsching am 14. und 15. März beschäftigt. Was nicht heißt, dass es zuvor „ruhig“ war. Es galt den **Presseversorgungschef Gerhard Falk** im Februar in Stuttgart zu verabschieden, es gab **Gespräche** mit Vertretern der **CSA** (Christlich Sozialen Arbeitnehmervertreter) und der **SPD**. Der **Münchener Presseclub** vollzog an seiner **Jahreshauptversammlung** Ende Februar Neuwahlen – der BJV-Vorstand war dabei, da der Verband Mitglied im Presseclub ist. Nach der Klausurtagung lud der **Verband der bayerischen Zeitungsverleger** (VBZ) ein, Justizminister Winfried Bausback ließ sich von den Nöten der Journalistengilde erzählen und ein **Treffen** mit dem neuen Rundfunkratsvorsitzenden Prälat Lorenz Wolf stand an. So nebenbei wurden die **Gesamtvorstandsitzung des DJV** und diverse **Streiktermine** erledigt.

Termine

8. – 9. Mai
Fachgruppe Betriebs- und Personalräte: Frühjahrsseminar in Kainsbach
17. Mai
BJV-Mitgliederversammlung – Bayerischer Journalistentag 2014 im Kongresszentrum Garmisch-Partenkirchen
19. – 30. Mai
Ausstellung Pressefoto Bayern im Amtsgericht Bad Kissingen
2. – 30. Juni
Ausstellung Pressefoto Bayern in der Sparkasse Freising
4. – 20. Juni
Ausstellung Pressefoto Bayern in der Sparkasse Mainfranken Würzburg
14. Juni
Süddeutscher Journalistentag in der Messe Stuttgart

Der BJV – täglich für Sie im Netz

www.bjv.de

Twitter
twitter.com/bjvde

Facebook
facebook.com/bjvde

Newsletter
www.bjv.de/newsletter

Die Schatzkammer der Fotografen

Erstmals, noch bis 2. Mai, ist die Sparkasse Augsburg Gastgeberin der Ausstellung Pressefoto Bayern. Bei der Eröffnung wies Vorstandsmitglied Cornelia Kollmer auf die diversen Kostbarkeiten in den Tresoren der Bank hin. Sie freue sich besonders, dass die Sparkasse jetzt auch Schätze aus dem Reich der Fotografie präsentiere. Jedes Bild sei einzigartig, „weil es nachdenklich macht, Erinnerungen wachruft oder eine ganz persönliche Bedeutung für uns hat“. Auf die schlechten Arbeitsbedingungen vor allem freier Bildjournalisten wies BJV-Geschäftsführerin Jutta Müller hin. Sie sollten möglichst alle Rechte abtreten und das für oft sittenwidrig geringe Honorare (Foto unten von rechts: Jutta Müller, Cornelia Kollmer und Jury-Vorsitzender Eberhard Hess). Die Werke bayerischer Bildjournalisten waren auch schon in Neumarkt in der Oberpfalz und am Münchner Flughafen zu sehen (Fotos mitte und oben). BJV-Vorsitzender Michael Busch betonte dort in seinen Grußworten, dass eine tolle Kamera nicht genüge, sondern es des Profis bedürfe, um mit ihr im rechten Augenblick Einzigartiges festzuhalten.

Fotos: Günter Distler, Stefan Puchner, Birgit Gleixner

FG Öffentlichkeitsarbeit: Ausgebucht bei Burda

Fast ausgebucht war die BJV-Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Redaktionsschluss für ihr Treffen am 28. April in der Burda Bar in München. 60 Anmeldungen lagen vor, von Vertretern der Bayerischen Staatsregierung bis hin zu Gästen aus Düsseldorf und Berlin, wie die Fachgruppe meldet. Bereits beim Februartreffen waren rekordverdächtige 90 Teilnehmer anwesend. Bei der alljährlichen BJV-Mitgliederversammlung, dem Bayerischen Journalistentag, gelten 100 als „super“. Im Februar ging es um „Professionelles Netzwerken und Smalltalk als Türöffner“. Im April lautet das Thema „Durch strategische Kommunikation zum Gesicht einer Marke werden“. Referent und Diskutant ist Robert Belle, Leiter des Münchner Büros der Kommunikationsagentur FleishmanHillard, die in ihrem Internet-Auftritt die Wahrheit als Schlüsselwort hervorhebt. Belle beschäftigt sich unter anderem mit Fragen rund um den Auftritt von Führungskräften der Wirtschaft in der Öffentlichkeit, der Erwartungshaltung von Kunden und Medien. *ma.*

Main-Post: Haustarif sichert Arbeitsplätze

Der Bayerische Journalisten-Verband und die *Main-Post* haben einen neuen Haustarifvertrag abgeschlossen, der den bisher geltenden von 2010 ersetzt. Die neue Vereinbarung sichert die Arbeitsplätze zwei weitere Jahre. Dafür steigt die Jahresleistung erst 2017 wieder auf 100 Prozent.

Die bisher befristet beschäftigten Redakteurinnen und Redakteure, deren Vertrag ausläuft, sollen die Möglichkeit auf den Übergang in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis erhalten. Diesem Ziel dienten die Abweichungen vom Flächentarif, wird betont. Deshalb wird die Jahresleistung, das sogenannte Weihnachtsgeld, in drei Stufen an den Flächentarif angepasst. Die 100 Prozent werden erst 2017 erreicht. Dafür schließt die *Main-Post* betriebsbedingte Kündigungen bis zum 30. Juni 2016 aus. Außerdem wird garantiert, alle Redakteurinnen und Redakteuren, die bei den von der *Main-Post* herausgegebenen Zeitungen *(Schweinfurter Tagblatt, Volksblatt, Bote vom Haßgau, Volkszeitung)* tätig sind, zu den Konditionen dieses Haustarifs bis zum 13. August 2017 zu beschäftigen.

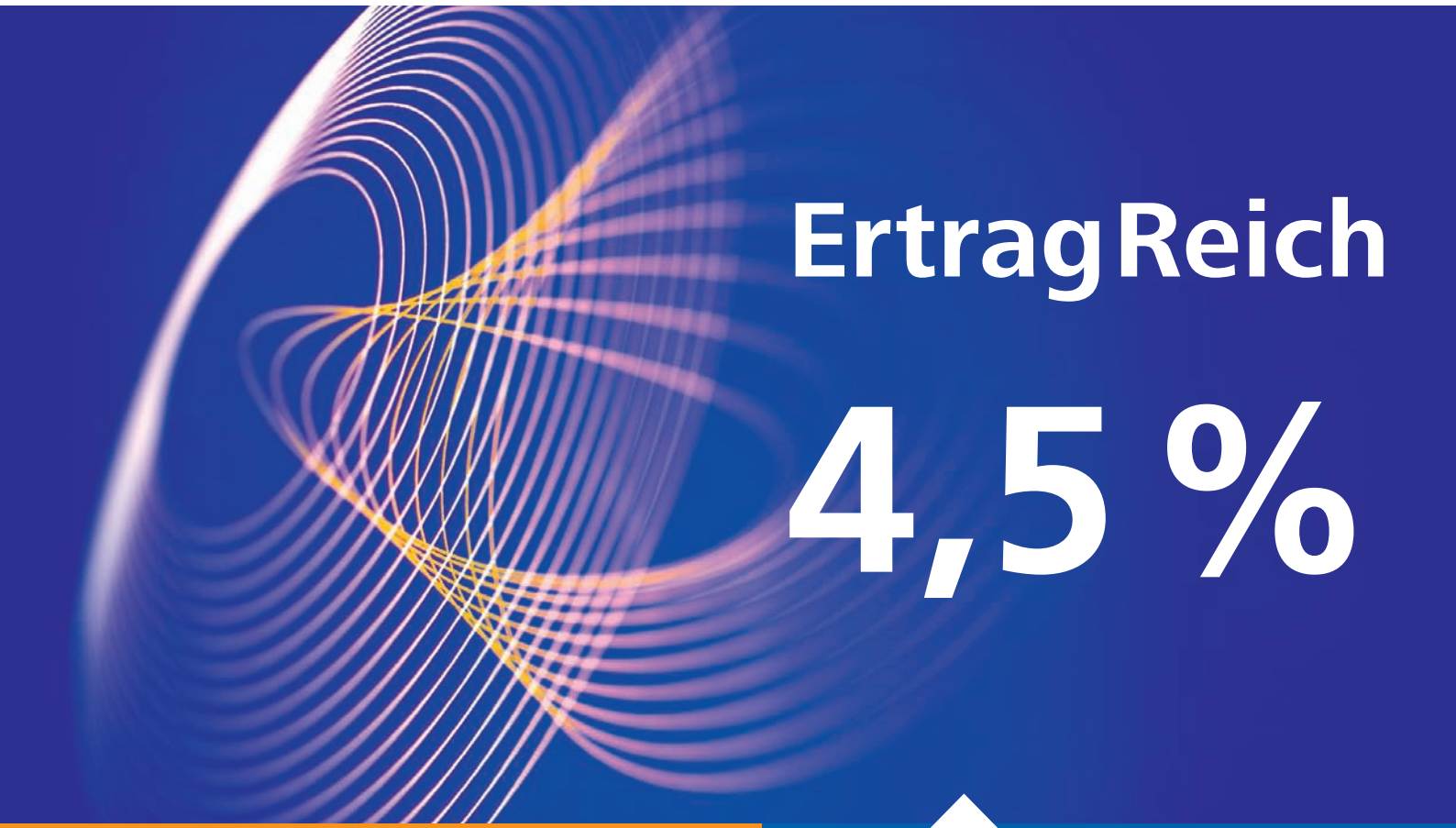
Weiterhin Sonderregelungen gibt es für die Einstufung in die Berufsjahresstaffel, für das Gehalt und die Besitzstandsklausel. Eine Sonderregelung wurde auch für die freien Pauschalisten vereinbart, die ein Arbeitsverhältnis mit der *Main-Post* eingehen. Erstmals gekündigt werden kann der Vertrag zum 31. Dezember 2017.

Zufrieden zeigt sich BJV-Geschäftsführerin Jutta Müller mit der Abmachung: „Mit der Neuverhandlung des Haustarifvertrages ist es uns gelungen, deutliche Verbesserungen insbesondere bei der Gehaltsstruktur zu erzielen. Auch konnte der Kündigungsschutz für die Kolleginnen und Kollegen bis Mitte 2016 verlängert werden. Dies war uns sehr wichtig. Im Gegenzug erhalten die Kolleginnen und Kollegen erst ab 2017 wieder 100 Prozent der Jahresleistung. Dies war für uns ein schmerzliches Zugeständnis."

Neuwahlen beim PresseClub München

Der alte und neue Chef des PresseClub München heißt Ruthart Tresselt. Der Funk- und Fernsehjournalist wurde bei der Mitgliederversammlung mit 93,3 Prozent der abgegebenen Stimmen für die nächsten zwei Jahre wieder gewählt.

Weitere aktive BJV-Mitglieder im Vorstand des Presseclub München sind Karl-Heinz Dix und Dietmar Schmidt, Michael Helmerich wurde als Kassenprüfer bestätigt. Nicht mehr im Vorstand ist unsere Kollegin Zohra Toumia, die ebenso wie zwei weitere Vorstandsmitglieder zu Gunsten jüngerer Kandidaten nicht wieder kandidierten.



Premium-Vorsorge für Medienschaffende
Presse-Versorgung

Hier tagen die BJV-Mitglieder: Das Kongresshaus in Garmisch.
Foto: Markt Garmisch-Partenkirchen/MMay

Das neue Markenzeichen: BJFrau

Der Mitgliederversammlung in Garmisch wird die zwölfte Fachgruppe vorgestellt

Von Michael Anger

Es könnte eine relativ ruhige Mitgliederversammlung werden, der Bayerische Journalistentag am 17. Mai in Garmisch. Zumindest bis Redaktionsschluss dieses *BJVreports* war noch kein Antrag beim Vorstand eingegangen. Einer, der aber angekündigt ist, stellt das in den Vordergrund, was als eigenständige positive Kraft in vielen Verbänden noch zu wenig beachtet wird: die Frauen.

BJFrau – unter diesem Markenzeichen will künftig eine zwölfte Fachgruppe agieren, so die Versammlung in Garmisch ihr Okay gibt. Schon vor mehr als zehn Jahren gab es einen ersten Versuch, der aber nur bei ein paar Mitgliedern auf Sympathie stieß. Vielleicht, weil „Gleichberechtigung" das Schlagwort war. Für Gisela Goblirsch, „Lokomotive" der BJFrau-Initiative, ist diese „klassische Schiene" verbandspolitisch ein Abstellgleis. „Die Gleichstellung kommt automatisch, wenn die Arbeitsbedingungen so gestaltet werden, dass Frauen Schwierigkeiten, etwa durch die Familie, besser ausgleichen können", schlussfolgert die 53-Jährige.

Frauenspezifische, aber ganz am Alltag orientierte Angebote hat sie im Sinn. Persönlichkeitstraining soll einer der Schwerpunkte sein. Junge Frauen sollen durch gezieltes Mentoring, von Frauen für Frauen, gestärkt werden. Man habe bereits Kontakt zum Journalistinnenbund aufgenommen. Goblirsch: „Viele Männer drängen sich sofort vor, wenn eine Aufgabe verteilt wird. Frauen fragen sich erst ernsthaft, ob sie das Erforderliche können, und stellen sich im Zweifelsfall hinten an." Auch Frauen mit Kindern steckten oft automatisch zurück. Freien Journalistinnen helfe etwa der Zusammenschluss in einem Netzwerk. Man ergänze sich gegenseitig, statt separatistisch zu denken und erpressbar zu sein.

BJFrau ist ihr Ziel: Gisela Goblirsch.
Foto: Michael Anger

Veranstaltungen, die nur BJFrau anbietet, wie „work & well", sollen weiterentwickelt werden. Man möchte aber auch Formate entwickeln, um mit anderen Fachgruppen zu kooperieren. Das können inhaltliche Themen wie Recherche, journalistische Ethik oder technische Sprache sein, aber auch Themen wie Kinder und Karriere. „Wir wollen ein breites Netzwerk. Wenn wir in andere Fachgruppen frauenspezifische Themen einbringen, kommen vielleicht auch zu deren Treffen mehr Besucher", zeigt sich Goblirsch zuversichtlich.

Bei den bisherigen Treffen der provisorischen Fachgruppe kamen stets mehr als 20 Teilnehmerinnen. Damit das mindesten so bleibt, soll das Angebot von BJFrau niedrigschwellig sein und sich auch an Außenstehende wenden. Heute würden sich die Menschen lieber kurzfristig und projektbezogen engagieren. Dem müsse man Rechnung tragen, gibt Goblirsch zu bedenken. Da müsse man auch über andere Formen der Mitarbeit oder Mitgliedschaft nachdenken. Auf jeden Fall möchte BJFrau ein eigenes Internet-Forum. „Da sollen auch Ideen mal einfach in den Raum geworfen werden", stellt sich Goblirsch vor. „Bei Mitgliederversammlungen müssen sie sofort irgendwie verwaltet werden." Außerdem schwebt ihr eine Jobbörse und eine Suchfunktion nach Kooperationen vor.

Seit mehr als 20 Jahren ist die Kunsthistorikerin im Verband. Zum Journalismus kam sie über Fachzeitschriften und die *Süddeutsche*. Später arbeitet sie für den *MDR* und den *Bayerischen Rundfunk*. Seit 1999 widmet sie sich ganz der PR, mit einer eigenen Agentur, als Ausbilderin an der Journalistenakademie Hooffacker und dem Kommunalforum für den ländlichen Raum. In der BJV-Verbandsarbeit betrachtet sie

sich als Frischling und verweist auf Miriam Leunissen, die die ersten Treffen für Frauen im BJV organisiert hatte: „Ich schätze ihre Arbeit hoch ein. Ich mache jetzt nur den zweiten Schritt."

In Garmisch soll eine Fachgruppe BJFrau beschlossen und einige Wochen später gegründet werden. Die Fachgruppe Tageszeitungen hatte sich auf ihrer Versammlung dafür ausgesprochen, sich auf Bundesebene erneut für eine Anhebung des Beitrags zur Streikkasse einzusetzen. Da die Mitgliederversammlung heuer nur einen Tag dauert, hofft der Vorstand auf regen Besuch. Das Partnerprogramm steht schon. Dazu gehören unter anderem ein Besuch der Ausstellung des 1929 in Garmisch-Partenkirchen geborenen Schriftstellers Michael Ende und ein Rundgang durch das historische Garmisch.

Grundkurse und Seminare der Akadamie der Bayerischen Presse

Juli

Magazinjournalismus I
30. Juni – 11. Juli, Kulmbach
Urheber- und Verwertungsrecht
1. Juli
Film- und Fernsehkritik
2. – 4. Juli
Musikjournalismus und Musikkritik
2. – 4. Juli
Homepage bauen mit Wordpress
3. – 4. Juli
Themenfindung
7. – 8. Juli
Storytelling im Journalismus
7. – 11. Juli
Online-Videos I
7. – 11. Juli
Sportjournalismus
7. – 11. Juli
Servicejournalismus
9. – 11. Juli
Kreatives Schreiben - Zeitschrift II
14. – 16. Juli
Medientraining - professionell vor der Kamera
14. – 16. Juli
Multimedia Storytelling
14. – 16. Juli
Fotoreportage
14. – 19. Juli
Magazinjournalismus I
21. Juli – 1. August
Suchmaschinenoptimierung - SEO I
21. – 22. Juli
Lokaljournalismus
21. – 25. Juli
Feature
21. – 26. Juli, Kulmbach
Videoschnitt mit Premiere Pro CS6
24. – 25. Juli
PR 2.0 - Public Relations im Web II
28. – 29. Juli
Kommentar und Leitartikel
28. – 30. Juli
Reportage I + II
28. – 31. Juli

August

Kreatives Magazindesign
30. Juli – 1. August
Casting fürs Fernsehen
4. – 5. August
Advanced Web
4. – 5. August
Public Relations I
4. – 8. August
Social Media Manager
4. – 8. August
Tablet-Journalismus für Magazine
6. – 8. August
Crossmedia für Fachzeitschriften
11. – 13. August
Interview für Radio und Fernsehen
11. – 14. August
Redigieren – PR
12. – 14. August
Redigieren - Zeitschrift
18. – 20. August
Online-Videos I
18. – 22. August
Zeitungsjournalismus II
18. – 29. August
Online-Texten - PR und externe UK
25. – 27. August
Public Relations II
25. – 29. August, Kulmbach
Mitarbeiterzeitschriften
27. – 29. August
PR 2.0 - Public Relations im Web I
28. – 29. August

September

Pressemitteilung
1. – 3. September
Redigieren – Zeitung
1. – 3. September
Kreatives Schreiben - Online
1. – 3. September
Moderieren von Diskussionen und Veranstaltungen
3. – 5. September
Kreatives Schreiben - PR I
3. – 5. September, Kulmbach
Online-Recherche für Profis
4. – 5. September

OT – der Schrecken ist Alltag

Wenn die Tarifpartnerschaft zerstört wird,
kann sich die Belegschaft auf fast nichts mehr verlassen

Von Michael Anger

Foto: Tanusha/Fotolia

Zwei Buchstaben sind für viele Arbeitnehmer zum Schreckgespenst geworden: OT – ohne Tarifbindung. Ein Betrieb, in dem die schriftlichen Abmachungen zwischen Arbeitgeberorganisationen und Gewerkschaften nicht gelten, bietet kaum noch Perspektiven, die zur Planung des Lebenswegs nötig sind. Die Einkommenslage ist unsicher, vor allem wird keine Steigerung durch mehr Lohn oder mehrmalige Höhergruppierungen garantiert, die unerlässlich sind, wenn nach einigen Berufsjahren durch die Gründung einer Familie und die Ausbildung der Kinder der Lebensunterhalt mehr Geld erfordert. Urlaub, tägliche Arbeitszeit, Zahlung im Krankheitsfall, Extralohn für Sonntagsarbeit, Kündigungsfristen, Weihnachtsgeld – alles ist unsicher oder unmöglich.

Der *BJVreport* will auf den folgenden Seiten dem Gespenst eine konkrete Gestalt geben. Wir haben Betriebsräte in *OT-Firmen* gesprochen (Seite 16), haben Verlage befragt, warum sie diesen Weg überhaupt gehen (Seite 14), schildern die spezielle Rechtslage (Seite 13) und die Bemühungen des Bayerischen Journalisten-Verbandes, auch diesen Belegschaften zu so viel Rechten wie möglich zu verhelfen (Seite 15).

Tarif garantiert mehr

Denn Rechte haben sie. Das allgemeine Arbeitsrecht gilt natürlich auch für OT-Betriebe. So darf von niemandem mehr als eine regelmäßige Arbeitszeit von 48 Stunden verlangt werden. Das ist aber immer noch ein Drittel mehr als die im Tarifvertrag für Tageszeitungen vereinbarte Wochenarbeitszeit von 36,5 Stunden. Jeder Arbeitnehmer muss mindestens 24 Tage Urlaub haben. Die tariflich Abgesicherten erhalten jedoch bis zu 34 Tage. Laut allgemeinem Arbeitsrecht ist die 6-Tage-Woche, also auch samstags oder sonntags, als Regel möglich. Der Tarif hingegen legt fünf Tage fest, Ausnahmen sind definiert und müssen extra bezahlt werden. In einem OT-Betrieb kann man Redakteure einstellen und ihr Grundgehalt auch nach 30 Jahren nicht erhöhen. Der Tarif legt mehrere Erhöhungen fest, weil sich der Bedarf, siehe Familienplanung, im Laufe des Lebens erhöht.

Tarifverträge können zwischen Organisationen geschlossen werden, sprich Gewerkschaft und Arbeitgeberverband. Dann sind sie aber auch für jedes Mitglied bindend. Und das ist aus Sicht mancher Verlage ein Fehler. Auf ihr Drängen hin hat der Verlegerverband die OT-Mitgliedschaft erfunden. Man bleibt im Verband, braucht sich aber nicht an die Tarifverträge zu halten. Diese Praxis ist inzwischen gerichtlich als rechtens anerkannt. Immer mehr Firmen gehen diesen Weg. Laut Hans-Böckler-Stiftung arbeiten nur noch 60 Prozent der Westdeutschen unter Tarifbedingungen, im Osten gelten schützende Tarifverträge nicht einmal mehr für die Hälfte der Arbeitnehmer.

Die Liste der Sünder

OT ist nicht immer eindeutig zu definieren oder zu erkennen. Da gründen Verlage plötzlich Tochterunternehmen ohne Tarifbindung, in denen sich Redaktionen wiederfinden. Da werden Volontäre ein einer Journalistenschule angestellt, obwohl sie für den Verlag arbeiten. Eine Liste der Tarifumgehungen hat der Deutsche Journalisten-Verband aufgestellt (http://www.djv.de/startseite/info/beruf-betrieb/zeitungen-zeitschriften-agenturen/tarifumgehung-der-verlage.html.) In Bayern sind derzeit in unserer Branche OT die *Mediengruppe Oberfranken* (Bamberg), die *Passauer Neue Presse,* die *Mittelbayerische Zeitung* (Regensburg), die *AZ* (München), *Straubinger Tagblatt/Landshuter Zeitung, Der Bote* (Feucht), der *Donaukurier* (Ingolstadt) und das *Obermain-Tagblatt* (Lichtenfels) mit insgesamt 27 Zeitungstitel von rund 60 landesweit.

Der wichtigste Vorteil des Tarifvertrags für den Arbeitnehmer liegt auf der Hand: Er muss als einzelner nicht selbst verhandeln. Als Vorteil für den Arbeitgeber galt lange Zeit die Planungssicherheit, weil die finanziellen Belastungen durch die Gehälter festgelegt, eine Zeitlang sogar vorauszusehen waren. Zudem die Sicherheit vor Streiks, denn die sind während der Laufzeit eines Tarifvertrags nicht erlaubt. Bis zu einem gewissen Grad sollten die Tarifverträge auch Chancengleichheit zwischen den Firmen als Konkurrenten herstellen, nach dem Motto: jeder unter gleichen Belastungen. Das war allerdings die Philosophie zu Beginn der Bundesrepublik. Die Verlage haben sich in den letzten Jahrzehnten, wie nicht anders zu erwarten, völlig unterschiedlich entwickelt. Große Häuser haben mehr Möglichkeiten, die Tarifstruktur zu umgehen. Heute lautet die Philosophie eher:

So wenig Regelungen wie möglich, je nach dem, was sich meine Belegschaft gefallen lässt.

Zwei-Klassen-Belegschaft

Dank OT zerfällt die Belegschaft in eine Zwei-Klassen-Gesellschaft. Denn die Mitarbeiter, für die noch ein Tarif abgeschlossen wurde, gilt dieser weiter, auch wenn der Verlag OT wird. Man kann auch nicht gezwungen werden, einen neuen Vertrag zu schlechteren Bedingungen zu unterschreiben. Da müsste der Verlag schon vor der, gerichtlich überprüften, Pleite stehen. Aber jeder Neueingestellte kann zu schlechteren Konditionen seinen Arbeitsplatz bekommen. Er muss alles persönlich aushandeln, außer, es gibt einen Haustarif, was zum Beispiel bei der Würzburger *Main-Post* der Fall ist. Der Haustarif muss aber zwischen Verlag und Gewerkschaft ausgehandelt werden.

Um die Gewerkschaft aus dem Betrieb herauszuhalten, was vollständig gar nicht erlaubt ist, drängen viele Verlagsleiter auf Betriebsvereinbarungen, denn die schließt der Arbeitgeber mit dem Betriebsrat. Der wird oft als nachgiebiger denn die Gewerkschaft angesehen, weil Betriebsräte stärker unter dem Druck einer Belegschaft stünden, und die wolle nicht zu lange Ärger haben. Abgesehen davon, dass man sich da täuschen kann, besteht, zum Glück, der Haken darin, dass Betriebsvereinbarungen keine „Tarifmaterie" beinhalten dürfen. Für alles, was üblicherweise durch Tarife geregelt wird, bleibt die Gewerkschaft zuständig. Allerdings ist es gerade in OT-Betrieben wichtig, dass die Belegschaft hinter dem Betriebsrat steht.

Verleger: Sozialklimbim

Das belegen auch manche Aussagen von Verlagen, die der *BJVreport* gebeten hatte, zu erläutern, warum sie die Tarifbindung verlassen haben. Am ungeniertesten äußert sich Martin Balle, der Straubinger Verleger, Professor, Medienethiker und Doktor. Für ihn sind Tarifverträge Folklore und er hat überhaupt etwas gegen „Streiks und den ganzen Sozialklimbim". Die Austräger, „die sich die Hacken ablaufen", würden endlich deutlich mehr erhalten. Eben deshalb hält der Verleger das Betriebsklima in seinen Firmen für prima.

Ganz anders hört sich das bei Walter Schweinsberg, Geschäftsführer der MGO in Bamberg an. Schon so verständnisvoll, dass sich die Stirn eines Gewerkschaftlers in Falten legt. Da ist von einem quasi „Solidarpakt" zwischen Verlag und Belegschaft zum Erhalt der Arbeitsplätze die Rede. Der Flächentarif werde mehr oder weniger trotz OT übernommen und wenn die Verbände sich auf etwas einigten, was der MGO-Struktur ähnele, würde man zum Flächentarifvertrag zurückkehren. Da fragt man sich, warum die Bamberger mit der Gewerkschaft nicht eine Öffnungsklausel vereinbart haben. Die Möglichkeit einer solchen Regelung hat der DJV schon vor Jahren beschlossen, eigens für Betriebe mit wirtschaftlichen Schwierigkeiten. Im Wesentlichen heißt das, wenn die Probleme glaubhaft belegt werden, kann der Betrieb zeitlich begrenzt das Tarifniveau absenken. Aber lieber ist es den Verlagen schon, auf unabsehbare Zeit Einschnitte zu machen. Das nennt man dann schwammig „moderne Konditionen" oder spricht gar von einem „Tarifwerk Zukunft", um das für die Beschäftigten Negative mit einem positiven Begriff zu verbrämen.

Verlage am Pranger

Natürlich kämpft der BJV für die Kolleginnen und Kollegen in OT-Betrieben genauso intensiv wie für die tarifgebundenen. Den Umständen geschuldet ist das etwas schwieriger, aber der Organisationsgrad ist auch in OT-Häusern hoch und die Zusammenarbeit mit den Betriebsräten sehr gut und wichtig, wie etwa Werner Schötz in Passau versichert. Um den Belegschaften den Rücken zu stärken, aber auch die Öffentlichkeit auf die Tarifflucht der Verlage aufmerksam zu machen, hat der Deutsche Journalisten-Verband auf Bundesebene eine Aktion initiiert, bei der OT-Häuser angeprangert werden. In rund einem Dutzend Städten in mehreren Bundesländern wurde die Videoshow auf eine zentral gelegene Hausfassade projiziert. Die Bildsequenzen zeigen, warum tariflose Arbeitsbedingungen mit hochwertigem Zeitungsjournalismus unvereinbar sind. Für die Dauer von etwa einer Stunde erleuchteten die Bilder die abendliche Szenerie. Gleichzeitig verteilten DJV-Kollegen die Zeitung *Pranger*, die besonders drastische Beispiele von Tarifflucht der Verlage schildert. „Wir meinen, dass die Bürger wissen sollten, zu welchen Knebelbedingungen die Journalisten ihrer Zeitung arbeiten müssen", meinte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken.

Das einfachste wäre natürlich eine Rückkehr aller Verlage in den Flächentarif. Wie die Verhandlungen dieses Jahres, die bundesweit von vielen Streiks begleitet werden mussten, aber zeigen, fallen der Arbeitgeberseite imme neue Forderungen ein, nur um ein friedliches Miteinander zu verhindern. Wie verquer die Haltung des Tarif„partners" Deutscher Zeitungsverlegerverband zu Tarifverträgen ist, zeigt die Tatsache, dass ausgerechnet die Verlage des Arbeitgeberpräsidenten Helmut Heinen und des Ehrenpräsidenten Alfred Neven DuMont, *Kölner Stadt-Anzeiger* und *Kölnische Rundschau,* mehrere Redaktionen in einen gemeinsamen OT-Betrieb ausgelagert haben.

Tariflöhne auch nach Tarifflucht

Was ist anders ohne Tarifbindung?

Von Maria Goblirsch

Der Wunsch, Kosten zu sparen und deshalb schlechtere Arbeitsbedingungen durchzusetzen, treibt die Verleger an. Sie wollen nicht mehr an den Tarifvertrag gebunden sein und treten deshalb aus dem Arbeitgeberverband aus. Oder sie wechseln in eine Mitgliedschaft ohne Tarifbindung (OT).

Auch der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) bietet solche Mitgliedschaften ohne Bindung an den von ihm selbst ausgehandelten Tarif an. Ein verlockendes Angebot, denn auch der OT-Verlag kann so die Serviceleistungen des BDZV weiter nutzen. Doch ist das auch legal?

Ja, sagt das Bundesarbeitsgericht (BAG). Ein Arbeitgeberverband darf in seiner Satzung eine Mitgliedschaft vorsehen, die nicht zur Tarifgebundenheit nach den Tarifvertragsgesetz (TVG) führt. Allerdings muss sichergestellt sein, dass die OT-Mitglieder keinen unmittelbaren Einfluss auf tarifpolitische Entscheidungen haben (Urteil vom 15.10.2010 Az.: 3 AZR 256/09).

Welche Folgen hat diese Tarifflucht? Hier die wichtigsten Fragen und Antworten:

Wie lange gilt der Tarifvertrag noch?

Verlag und Gewerkschaft bleiben bei einem Wechsel zu OT so lange an den Tarifvertrag gebunden, bis er durch die Kündigung einer Seite endet („Nachbindung“ nach § 3 Absatz 3 Tarifverfassungsgesetz, TVG). Das heißt: Für bereits angestellte Volontäre oder Redakteure ändert sich während der Laufzeit nichts am Gehalt und den sonstigen Konditionen. Aber auch für Neueingestellte gilt der Tarifvertrag bis zum Ende der Laufzeit zwingend.

Was geschieht nach Ablauf des Tarifvertrages?

Der Tarifvertrag und die darin vereinbarten Konditionen wirken nach, bis eine andere Abmachung getroffen wird (§ 4 Absatz 5 TVG). Eine solche „Abmachung“ kann ein neuer Tarifvertrag oder eine Betriebsvereinbarung sein. Es ist aber auch eine Verschlechterung der Konditionen durch Änderung des Arbeitsvertrags möglich. Dafür benötigt der Arbeitgeber allerdings die Zustimmung des Arbeitnehmers in Form seiner Unterschrift.

Alternativ kann der Arbeitgeber die Änderung der Vertragsbedingungen auch herbeiführen, indem er eine Änderungskündigung ausspricht. Geht es um die Kürzung des Gehalts, muss der Arbeitgeber konkret nachweisen, dass der Bestand des Unternehmens ohne die geplante Lohnsenkung gefährdet wäre. Sonst ist die Änderung nach einem Urteil des Arbeitsgerichts nicht wirksam.

Darf ein OT-Verlag neue Mitarbeiter schlechter bezahlen?

Ab Beginn der Nachwirkung leider ja. Die Nachwirkung gilt nur für Arbeitnehmer, die zum Ende des Tarifvertrags schon im Verlag beschäftigt waren und die Mitglied der Gewerkschaft also z.B. im BJV sind. Ab Beginn der Nachwirkung neu eingestellte Mitarbeiter darf der Verleger zu schlechteren Konditionen anstellen, sagen die Bundesarbeitsrichter.

Der Arbeitgeber muss neuen Mitarbeitern auch nicht wegen der Gleichbehandlung den Tariflohn zahlen, sondern kann deutlich weniger löhnen. Grenze nach unten ist hier nur die Sittenwidrigkeit. Aber: Zwei Ausnahmen gibt es: Bei der Presseversorgung für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen sowie beim Redaktionsvolontariat an Zeitschriften sind die Tarifverträge für allgemeinverbindlich erklärt worden – daher darf der OT-Verlag hier auch bei Neueinstellungen keine Abstriche machen.

Ist ein kurzfristiger Wechsel in die OT-Mitgliedschaft möglich?

Ein solcher „Blitzwechsel“ oder „Blitzaustritt“ aus dem Verlegerverband ist ungültig, wenn er während laufender Tarifverhandlungen erfolgt ist. Ebenso, wenn der Arbeitgeber die Gewerkschaft nicht über den Statuswechsel informiert oder diese hiervon nicht ohnehin erfahren hat. Denn die Gewerkschaft muss auf den Statuswechsel noch mit Wirkung für die laufende Tarifauseinandersetzung reagieren können (BAG Urteil vom 4.6.2008 - 4 AZR 419/07).

Ist ein Streik im „neuen“ OT-Verlag erlaubt?

Wechselt ein Verlag während laufender Tarifverhandlungen wirksam in eine OT-Mitgliedschaft, darf die Gewerkschaft danach nicht mehr zu einem Warnstreik in dem Betrieb aufrufen, um verbandsbezogene Tarifforderungen durchzusetzen. Ein solcher Streikaufruf wäre unwirksam.

Etwas anderes gilt nur dann, wenn der Gewerkschaft der Statuswechsel des Verbandsmitglieds nicht rechtszeitig bekannt war. Weil die Tarifbindung in diesem Fall weiter gilt, darf die Gewerkschaft rechtzeitig auch Arbeitskampfmaßnahmen ergreifen (BAG Urteil vom 19.6.2012 - 1 AZR 775/10).

Was gilt für den Betriebsrat bei Neueinstellungen?

Ein OT-Verlag darf nach Wegfall der Tarifbindung niedrigere Gehälter für neue Mitarbeiter ohne Zustimmung des Betriebsrates vereinbaren, solange die Struktur der Vergütungsordnung beibehalten wird und die Eingangsvergütung gleichmäßig erfolgt. Der Betriebsrat hat aber nach dem Betriebsverfassungsgesetz ein Mitbestimmungsrecht bei der „Lohngestaltung“ (§ 87 Abs. 1 Ziffer 10 BetrVG). Das betrifft in der Regel jedoch nicht die Lohnhöhe – das ist Aufgabe der Gewerkschaften.

„Der Flächentarif ist Folklore“

Aktuell acht Zeitungshäuser in Bayern haben ihr eigenes Tarifsystem. Der BJVreport hat nachgefragt: Warum sind Sie OT-Mitglied im Verlegerverband?

	Mittelbayerische Zeitung Geschäftsführer Martin Wunnike und Manfred Sauerer	**Mediengruppe Oberfranken** Geschäftsführer Walter Schweinsberg	**Landshuter Zeitung/ Straubinger Tagblatt** Verleger Martin Balle
Sie sind Mitglied im Verlegerverband, allerdings ohne Tarifbindung. Warum?	Die **Mittelbayerische Zeitung** ist zum 1. Oktober 2011, also nach Inkrafttreten der derzeit noch geltenden Redakteurs-Tarifverträge in die OT-Mitgliedschaft gewechselt. Wir hatten die Hoffnung verloren, dass die Tarifvertragsparteien in der Lage sind, Tarifverträge auszuhandeln und zu vereinbaren, die den Herausforderungen des Medienwandels und des damit verbundenen Umbruchs unserer Branche entsprechen. Wir sind mit dem erklärten Ziel ausgetreten, die Folgezeit zur Entwicklung und Verhandlung eines modernen, den Herausforderungen der Zukunft entsprechenden Haustarifvertragsmodells zu nutzen. Das haben wir getan und darüber mehrere Verhandlungsrunden über den Abschluss eines Haustarifvertrags mit BJV und ver.di geführt. Leider wurden die sich konstruktiv entwickelnden Gespräche aufgrund der aktuell laufenden Flächentarifvertragsverhandlungen von Seiten der Gewerkschaften unterbrochen. Wir sind aber unverändert gesprächsbereit.	Wir sind seit dem 1.1.2009 Mitglied in den für uns relevanten Arbeitgeberverbänden „ohne Tarifbindung“. Ab diesem Zeitpunkt gelten die Tarifverträge in den überwiegenden Fällen mit statischer Verweisklausel weiter. In den Redaktionen und Druckereien können wir bei Neueinstellungen in Abstimmung mit den Betriebsräten Tarife anwenden, die im Vergleich zum Flächentarif nach unten abweichen. Bis heute konnten dadurch tiefere Eingriffe in die Beschäftigung der Betriebe vermieden werden. Nicht nur der Arbeitgeber, sondern auch die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sind mit den Lösungen weitestgehend zufrieden.	Wir sind vor über zehn Jahren aus dem Flächentarif ausgestiegen, weil die automatisierten, gehaltssteigernden Tarifentscheidungen für uns untragbar geworden waren. Das, was der Verlegerverband mit den Gewerkschaften alle zwei Jahre aushandelt, ist Folklore. Es orientiert sich nicht an der jeweiligen Marktsituation einer Zeitung und hat nichts mehr mit der Wirklichkeit einer sich stetig verändernden Medienwelt zu tun.
Welche Vorteile sehen Sie in der OT-Mitgliedschaft?	Die OT-Mitgliedschaft gibt uns derzeit die Möglichkeit, mit neuen Mitarbeitern Vertragsbedingungen im Rahmen des rechtlich Zulässigen zu vereinbaren, welche den Herausforderungen eines Medienunternehmens im 21. Jahrhundert entsprechen.	Wir haben Lösungen auf betrieblicher Ebene und damit einen Solidarpakt gefunden, die es uns ermöglichen, den Herausforderungen, die die Digitalisierung nahezu alle unserer Geschäfte mit sich bringt, den Unternehmenszielen entsprechend erfolgreich entgegenzutreten. Die Unternehmensziele haben vor allem die langfristige Sicherung unserer geschäftlichen Aktivitäten und damit die Sicherung einer größtmöglichen Zahl von Arbeitsplätzen zum Ziel.	Wir sehen ausschließlich Vorteile in der OT-Mitgliedschaft. Während andere Zeitungen infolge der Zeitungskrise Personal stetig abbauen, gab es bei uns keine Entlassungswellen. Im Gegenteil, wir haben heute mit 600 Mitarbeitern einen Höchststand erreicht, und das trotz sinkender Auflage und sinkender Anzeigenerlöse. Wir müssen in diesen schwierigen Zeiten unsere Zeitung besser machen. Dafür brauchen wir so viele Redakteure wie möglich. Mit wenigen Hochbezahlten könnten wir diese Aufgabe nicht erfüllen.
Welche Tarife gelten in Ihrem Haus/Ihren Häusern?	Derzeit gelten für die Beschäftigten des Mittelbayerischen Verlags die Redakteurstarifverträge von 2011 nach. Für Mitarbeiter unserer Tochtergesellschaft m-crossmedia gelten bereits die modernen Vertragskonditionen.	Auf freiwilliger Basis haben wir seit dem 1.1.2009 mehr oder weniger alle Lohn- und Gehaltsabschlüsse, die die Tarifpartner verhandelt haben, auch in unseren Betrieben zur Anwendung gebracht. Sofern die wirtschaftlichen Verhältnisse es erlauben, werden wir dies auch in der Zukunft tun. Unser Ziel besteht darin, unseren Beschäftigten jeweils mindestens einen Inflationsausgleich zur Erhaltung deren Kaufkraft pro Jahr zu zahlen.	Wir haben versucht, eine Gehaltsstruktur zu finden, die fair ist und für Betriebsfrieden sorgt. Früher gab es dauernd Unfrieden und Spannungen. Anzeigenverkäufer zum Beispiel liefen sich draußen die Hacken ab, bekamen aber nur die Hälfte eines Redakteursgehalts. Heute verdienen sie wesentlich mehr. Das Betriebsklima ist inzwischen super. Wir müssen ja zusammenhalten. Verleger und Mitarbeiter sitzen längst in einem Boot. Wir können uns keine Kämpfe mehr leisten, mit Streiks und dem ganzen Sozialklimbim.
Hat der Flächentarif für Tageszeitungen aus Ihrer Sicht noch Zukunft?	Wenn die Tarifvertragsparteien es bei den aktuellen Tarifvertragsverhandlungen nicht schaffen, die aus dem letzten Jahrhundert stammende tarifliche Grundstruktur grundsätzlich zu überarbeiten und zu modernisieren, wird eine namhafte Zahl weiterer Verlage in die OT-Mitgliedschaft wechseln und sich das Thema Flächentarif in der deutschen Medienlandschaft damit faktisch von selbst erledigen.	Sollte es den Tarifpartnern (BDZV, DJV, verdi) gelingen, Strukturen und Vereinbarungen in der Fläche zu schaffen, die den unseren in etwa gleichen, könnten wir uns durchaus vorstellen, irgendwann auch wieder in die Tarifbindung zurückzukehren.	Natürlich nicht. Wir sind schon froh, wenn die Zeitungen überhaupt eine Zukunft haben. Uns ist sehr bewusst, dass wir dankbar sein müssen, dass wir in der virtuellen Welt noch so gut funktionieren. Dass die Leute überhaupt noch eine Heimatzeitung lesen.

Königsdisziplin Haustarif

Der BJV rät: anspruchsvoll bleiben

Alois Knoller

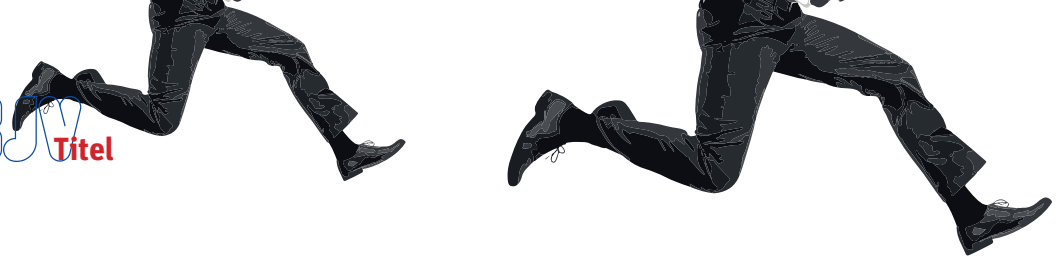
Es waren einmal eine Gewerkschaft und ein Verlegerverband, die miteinander gute Tarifverträge aushandelten. Mal mit und mal ohne Streik, mal günstiger für die Beschäftigten und mal günstiger für die Arbeitgeber. Aber immer waren sie aufeinander angewiesen. Bis einige Verleger trotzig sagten, sie wollten sich diesem Regelwerk nicht mehr beugen. Egal, was die Gewerkschaft anstellt. Aber diese hatten nicht vor, den Verlegern kampflos das Feld zu überlassen. Denn ohne Tarifbindung, kurz OT, heißt noch lange nicht, als Arbeitnehmer ohne Rechte zu sein. Für deren Durchsetzung ist immer noch die Gewerkschaft zuständig, wie der BJV-Vorsitzende Michael Busch betont.

Dabei ist der Abschluss eines Haustarifs schon die Königsdisziplin gewerkschaftlicher Arbeit in einem OT-Verlag. Bei der *Main-Post* in Würzburg hat es schon vor einigen Jahren geklappt, bei der *Mittelbayerischen Zeitung* in Regensburg bisher noch nicht. Denn einen Haustarif, wie sonstige Tarife, muss die Gewerkschaft erst einmal durchsetzen. Notfalls mit Streik. „Aber wenn nur jeder dritte, vierte Journalist gewerkschaftlich organisiert ist, läuft ein Streik ins Leere“, weiß Michael Busch, Betriebsrat bei der Mediengruppe Oberfranken und zugleich BJV-Vorsitzender. Also sei es zuallererst nötig, an die Kollegen heranzukommen. „Zum Beispiel im Hinhören, wie die Kollegen im OT-Haus ihre Situation empfinden“, so Busch. „Manche glauben, der BJV müsse doch mitkriegen, was im Haus so läuft, und sind enttäuscht, dass niemand eingreift. Aber wir sind darauf angewiesen, dass die Mitglieder uns sagen, was in ihrer Redaktion passiert.“

Bewährt habe sich etwa die Erfassung der Überstunden, die in der Redaktion regelmäßig anfallen. Im Allgemeinen lassen es die Verlage einfach laufen und zeichnen nicht auf. Doch der Betriebsrat hat das Recht, die Listen einzusehen, die der Betrieb über die zusätzlich erbrachten Arbeitsstunden führen muss. So steht es im Arbeitszeitgesetz, auf dessen Einhaltung die Arbeitnehmer unabhängig von einer Tarifbindung des Unternehmens natürlich bestehen können. Vorausgesetzt, sie können Verstöße nachweisen. Und: „Wer länger als elf Stunden täglich arbeiten lässt, macht sich strafbar“, weist der BJV-Vorsitzende auf Konsequenzen hin. Vor allem, wenn dem derart stark beanspruchten Mitarbeiter etwas zustößt, etwa ein Verkehrsunfall wegen Übermüdung. Der Verband gehe mit dem Betriebsrat erforderlichenfalls zur Gewerbeaufsicht, sollten die Regeln zur Arbeitszeit in der Firma hartnäckig nicht eingehalten werden. Am besten sei es jedoch, Überstunden in der Redaktion erst gar nicht entstehen zu lassen oder die geleistete Mehrarbeit konsequent zeitnah wieder abzugelten in Freizeit für den Redakteur.

Ab wann merkt man im OT-Verlag überhaupt, dass etwas anders geworden ist? „Problematisch wird es in Häusern, die vor zehn, fünfzehn Jahren ausgestiegen sind“, meint Michael Busch. „Kollegen, die unter die gesetzlich garantierte Nachwirkung von Tarifverträgen fallen, kriegen zunächst nichts mit. Sie behalten ihr Gehalt, ihre Urlaubstage, ihre Jahresleistung, haben Anspruch auf bezahlte Freistellung für gewerkschaftliche Arbeit. Die Leidtragenden sind die Neueingestellten mit anderen Arbeitsbedingungen. Aber auch sie sind zunächst zufrieden, dass sie überhaupt bei einem Verlag fest unterkommen. Schwierig wird es erst, wenn eine Neiddebatte anfängt, weil die früher eingestellten Kollegen deutlich mehr bezahlt bekommen für dieselbe Arbeit.“ Dann entbrennt auch „eine ungute Solidaritätsdebatte“ (Busch), wer für wen einstehen soll. Wenn dann vom Verleger noch gesagt wird, man könne drei Volontäre einstellen, falls die Besitzstandswahrer verzichten, wird die Atmosphäre vollends vergiftet. Denn es entsteht der Eindruck, diese Kollegen würden zu Unrecht überlebte Privilegien genießen, die sich unter den veränderten Arbeitsbedingungen in dem Verlag nicht mehr halten ließen. Polemik gegen die angeblich immobile Gewerkschaft, die starrsinnig immer noch auf Tarifwerken beharrt, gehört dann oft zu

Weiß, dass man für seine Rechte kämpfen muss: BJV-Vorsitzender Michael Busch. Foto: Stefan Puchner



den schrillen Begleittönen. Michael Busch empfiehlt, sich in solchen Fällen darauf zu besinnen, was die Vorväter taten, die noch nicht tariflich abgesichert waren. „Sie haben sich zusammengeschlossen, ihre gemeinsamen Interessen artikuliert und angefangen, sie mit der Stärke ihres Verbands durchzusetzen." Die Koalitionsfreiheit der Arbeitnehmer hat sogar Verfassungsrang in der Bundesrepublik.

Der BJV-Vorsitzende ermuntert zur Courage. Je weniger Chancen der Arbeitsmarkt für Journalisten bietet, desto mehr gelingt es Verlegern, ihre Belegschaften einzuschüchtern. „OT macht den Markt noch mehr kaputt", weiß Busch. Doch jeder Kollege sollte sich gut überlegen („Man muss sich morgens im Spiegel noch anschauen können"), wie weit er seine Ansprüche reduziert. Vor allem, wenn aus einem Single eines Tages eine junge Familie wird, die ihr Auskommen haben soll. Es liegt auch am einzelnen Journalisten, zu welchen Konditionen er einen Arbeitsvertrag unterschreibt. Die erfahrenen Arbeitsjuristen des BJV prüfen gern vorab alle Klauseln eines neuen Arbeitsvertrags und weisen auf ungünstige Bedingungen hin. Beim Berufsverband wird jeder Kollege allemal vor dem Abschluss umfassend darüber beraten, welche tariflichen Standards für redaktionelle Arbeitsverhältnisse auf jeden Fall eingefordert werden sollten. Und er wird bei dieser Beratung erfahren, dass es gute Gründe dafür gibt, auch in einem OT-Haus als Arbeitnehmer anspruchsvoll zu sein.

Pläne für einen gesetzlichen Mindestlohn hält Busch für ein gutes Signal, freilich erledige die Politik damit eine urgewerkschaftliche Aufgabe. So wertvoll Politiker als Bundesgenossen sind, um öffentlichen Druck zu erzeugen – Landtagspräsidentin Barbara Stamm war bei Eröffnung der Pressefoto-Bayern-Ausstellung 2013 kurz vor Weihnachten im Maximilianeum ehrlich entsetzt über ein Fotohonorar von 5,11 Euro –, so wenig darf man erwarten, dass Politiker die Aufgaben einer Gewerkschaft abnehmen. Ihre Meinung wechselt oft rasch, je nachdem wer gerade ihr Gesprächspartner ist. „Wenn sie mit Verlegern zusammentreffen, zeigen Politiker dann auch wieder Verständnis für deren Klagen über die wirtschaftlich ach so schwierige Lage", weiß Michael Busch. Für wirkungsvoller, um tarifliche Forderungen durchzusetzen, hält es Busch, die Verleger, die in ihren Häusern haarsträubende Arbeitsbedingungen zulassen oder sogar absichtlich herbeiführen, öffentlich bloßzustellen. „Mit den Methoden von naming and shaming können wir solche Verleger dort treffen, wo es ihnen wehtut." Etwa mit einer gezielten Pranger-Aktion mit Lichtbildern abends mitten in ihrer Stadt, wie es der DJV in anderen Bundesländern bereits praktiziert hat. Bei solchen Aktionen werden die Missstände im jeweiligen Zeitungshaus, seien es Dumpinglöhne, verlängerte Arbeitszeiten, gestohlenes Weihnachts- und Urlaubsgeld oder der komplette Austausch einer ganzen Redaktionsmannschaft, in der Öffentlichkeit klar benannt. Busch: „Dann müssen sich diese Verleger auch in ihrem Golfclub, bei Rotary und in ihren Wirtschaftsgremien erklären."

Ignoriert und doch umworben

Nur, wenn es der Verlagsseite die Arbeit erleichtert, geht die *PNP*-Führung auf den Betriebsrat zu

Von Michael Anger

Im Weltbild von Simone Tucci-Diekmann sind Gewerkschaften ein rotes Tuch, Betriebsräte lästig und Betriebsvereinbarungen einfach „Pillepalle", wie Tucci-Diekmann es einmal nannte – also gleichgültiger Kleinkram. Dass die Mitbestimmung im Selbstverständnis der Verlegerin und Geschäftsführerin der *Passauer Neuen Presse* so wenig Platz findet – das macht die „Zusammenarbeit" des Betriebsrates mit ihr ziemlich kompliziert. „Wir verhandeln nicht mit unserer Chefin, sondern werden stets an die Prokuristin verwiesen. Mit der rechten Hand der Verlegerin muss jedes Problem besprochen werden, bei ihr landen alle Vorschläge des Betriebsrats, mit ihr muss um bessere Lösungen von Anweisungen der Verlagsseite gerungen werden – und alles natürlich stets in Rücksprache mit der Verlagserbin, was alles unnötig verzögert", beschreibt BJV-Mitglied Werner Schötz seinen steinigen Weg als Arbeitnehmervertreter. Der Sportredakteur ist Konzernbetriebsratsvorsitzender in Passau.

Probleme durch Betriebsauslagerungen gibt es in vielen Firmen ohne Tarif. Aber bei dem, was in der Dreiflüssestadt immer noch einfach als *Passauer Neue Presse* (PNP) bezeichnet wird, blickt der Außenstehende auch

Hartnäckige Interessensvertreter: Werner Schötz (links), Konzernbetriebsratsvorsitzender, und Walter Peschl, Betriebsratsvorsitzender Neue Presse Verlags-GmbH
Foto: Fritz Bircheneder

nach mehrmaligem Nachfragen kaum durch. Heute ist die Neue Presse Verlags-GmbH ein Paradebeispiel für das so genannte Outsourcing – eine Mutter mit 14 „Töchtern". In sechs „Töchtern" sind Journalisten tätig. Zur Verlags-GmbH in Passau gehören die Mantelredaktion, Anzeigenabteilung, Marketing, Verlagstechnik und EDV. Zu den Töchtern mit Redaktionen gehören die Rottaler-Presse-GmbH, die Oberbayern-Presse-GmbH in Altötting, die Donau-Isar-Bayerwald-Presse GmbH in Deggendorf, die Donau-Wald-Presse-GmbH in Passau, die Neue Presse Multimedia GmbH (für die Online-Portale) und seit kurzem die aus dem Zukauf von *Trostberger Tagblatt* und *Südostbayerischer Rundschau* entstandene Oberland-Presse-GmbH in Trostberg.

Betriebsräte in sieben von 15 Firmen

Von den 15 Firmen haben sieben einen Betriebsrat (je drei bis sieben Mitglieder stark), die sich im Konzernbetriebsrat vernetzt haben. KBR-Vorsitzender Schötz und verdi-Kollege Walter Peschl, Betriebsratsvorsitzender der Neue Presse Verlags-GmbH, schildern die nicht minder komplizierte Vorgeschichte der derzeitigen tariflosen Situation. 2004 wurde letztmals der Flächentarif für Tageszeitungen vom damaligen Verleger Axel Diekmann anerkannt, zugleich aber der Austritt aus der Tarifbindung verkündet. 2007, Diekmanns Tochter Simone hatte nun das Sagen, erließ die Verlagsseite einseitig ein „Eckpunktepapier", nachdem ein Haustarif nicht zustande gekommen war. Dort werden Gehaltserhöhungen im Prinzip an den Anstieg der Lebenshaltungskosten gekoppelt. Neu Eingestellte erhalten Lohn deutlich unter Tarif, müssen 40 Wochenstunden arbeiten, haben nur noch 26 Tage Urlaub und bekommen nur noch 50 Prozent Urlaubs- und Weihnachtsgeld.

2009 hieß es, betriebsbedingte Kündigungen seien in der Redaktion unvermeidlich. Der Betriebsrat widersprach – und rettete in zähen Verhandlungen gut ein Dutzend Arbeitsplätze. Ab 2010 übten die Redakteure in der tariflichen Nachwirkung für insgesamt drei Jahre kompletten beziehungsweise teilweisen Verzicht auf Gehaltserhöhungen – gegen die Zusage, dass bis 2013 keine betriebsbedingten Kündigungen ausgesprochen werden. 2011 unterschrieb der damalige Konzernbetriebsratsvorsitzende Ewald Wengler das „Eckpunktepapier", 2013 wurde es ohne neue Zugeständnisse bis 2016 verlängert.

Ansturm auf Schulungen

Da könnte man entspannter miteinander umgehen, möchte man meinen. Das sieht die Verlegerin offenbar anders. „Von Simone Tucci-Diekmann erhält ein Betriebsrat vielleicht einmal im Jahr einen Handschlag bei der Betriebsversammlung", klagen die Betriebsräte. „Wir werden oft nicht rechtzeitig und umfassend über mitbestimmungspflichtige Angelegenheiten unterrichtet. Die Informationen kommen häufig aus der Belegschaft oder erst im Nachhinein." Neugewählte, aber auch altgediente Betriebsräte im Hause PNP wissen, dass sie gewappnet sein müssen. „Deshalb sind wohl verdammt viele auf Schulung gegangen", mutmaßt Walter Peschl.

Die wichtigste Informationsbörse für die Arbeitnehmervertreter ist der Konzernbetriebsrat. Dort tauscht man sich aus und erfährt, was es zwischen Viechtach und Freilassing in den Häusern Neues gibt und was den anderen womöglich noch droht. Einmal im Quartal trifft man sich, die laufenden Geschäfte führt ein fünfköpfiger Konzernbetriebsausschuss. Und siehe da, inzwischen agiert auch „Oben" etwas vernünftiger. Die Verlagsseite habe offenbar erkannt, dass es mühsam ist, mit jeder GmbH im Haus extra zu verhandeln und wende sich immer öfters an den Konzernbetriebsrat, so Schötz. Manchmal erst im letzten Moment. Das sei ein Problem, weil dank Outsourcing kein Betriebsrat mehr freigestellt werde und man schließlich seine normale Redakteursarbeit erledigen müsse.

Ein Betriebsrat einer OT-Firma sei sowieso schon stark belastet. Durch das Outsourcing werde es in Passau besonders schwierig, stellt Schötz fest: „Überall müssen wir die Tarifkommission ersetzen." Die Position der Gewerkschaften im Betrieb wird durch den Wegfall der üblichen Strukturen schwerer, aber nicht geschwächt, machen Peschl und Schötz deutlich. Zu Sitzungen des Konzernbetriebsrats und zu Betriebsversammlungen würden sie eingeladen, ihr Rat sei wichtiger denn je und „der Organisationsgrad in der Belegschaft ist seit 2009 deutlich gestiegen".

Ziel bleibt ein Tarif

Ziel sei es grundsätzlich schon, zum Flächentarif zurückzukehren oder mit Hilfe der Gewerkschaften wenigstens einen Haustarifvertrag abzuschließen – zumal die Fortschreibung des Kündigungsschutzes über 2016 hinaus von Verlagsseite mehr als fraglich sei.

„Du bist als Mitarbeiter halt nur ein Kostenfaktor", zieht Walter Peschl ein pessimistisches Resümee. Aber gerade deshalb freut er sich über die bis zu 95 Prozent hohe Beteiligung an den Betriebsratswahlen im Konzern. Volontäre und Jung-Redakteure erhalten 15 Prozent weniger als im Tarif vorgesehen, bekommen grundsätzlich nur befristete Verträge. „Mangels beruflicher Perspektiven in Passau füttern wir den Medienstandort München mit Nachwuchs", meint Schötz sarkastisch. So entschlossen er auch wirkt, nachdenklich macht ihn die aktuelle Situation schon: „Für die älteren Kolleginnen und Kollegen gibt es die Nachwirkung, die jüngeren werden bei längerer Arbeitszeit schlechter bezahlt. Es gibt eine Drei-, Vier-Klassengesellschaft. Das belastet."

Silberne Zitrone für die Tagespost

Bildvermerke im BJV-Check: Urheberrechte von Fotografen werden mit Füßen getreten

Von Maria Goblirsch

Schulnoten können etwas Schönes sein. Dann vor allem, wenn man sie verteilen darf und sie nicht selbst erhält. Der BJV hat am 3. April 2988 Fotos in 29 bayerischen Zeitungen darauf hin untersucht, ob die Fotografen in den Bildvermerken, wie gesetzlich vorgeschrieben, genannt werden. Das Ergebnis: Die Urheberrechte der Fotografen werden nach wie vor mit Füssen getreten. Nur bei gut jedem dritten Bild ist der Bildjournalist mit seinem vollen Namen erwähnt.

Wir haben die richtigen Nennungen gezählt und die Zeitungen dann nach Schulnoten bewertet. Einsen oder Zweien waren Fehlanzeige. Die Zeitungen auf Platz eins und zwei im BJV-Check, die *Kitzinger Zeitung* und die *Welt kompakt* München schafften gerade mal die Note 3 und damit eine befriedigende Leistung. Mit einer Vier und einem ausreichend kamen die Zeitungen auf den Plätzen drei bis elf davon. Neun Blätter erhielten eine Fünf (mangelhaft"), die letzten neun die Note Sechs („ungenügend") – Notendurchschnitt 4,9.

Der Sitzenbleiber ist in diesem Jahr *Die Tagespost,* katholische Zeitung für Politik, Gesellschaft und Kultur aus Würzburg. Nur eines von 22 veröffentlichten Fotos trug den korrekten Bildvermerk. Für diese notorische Urheberrechts-Verletzung verleiht der BJV ihr die „silberne Zitrone 2014".

Diese zweifelhafte Auszeichnung hatte sich in den beiden Vorjahren der *Bayernkurier* verdient. Das Parteiorgan der CSU, Herausgeber Ministerpräsident Horst Seehofer, rettete sich jetzt mit ganzen sieben korrekten Bildvermerken bei 61 veröffentlichten Fotos auf den vorletzten Platz. Und das, obwohl die CSU in ihrem aktuellen Positionspapier schreibt: „Das deutsche Urheberrecht hat sich im Grundsatz bewährt . . . Es muss weiterhin vom Urheber her gedacht werden".

Am besten schnitt im Vergleich *Die Kitzinger* aus der Mediengruppe Oberfranken GmbH & Co. KG ab. Bei dem unterfränkischen Blatt stimmten die Angaben bei fast 70 Prozent der Abbildungen (46/66), die *Welt kompakt* München landete mit 68.6 Prozent nur knapp dahinter und erneut auf dem zweiten Platz. Die Redaktion der *Welt kompakt* macht beispielhaft vor, wie man Agenturfotos untertitelt: Mit dem vollen Namen des Fotografen und der Agentur, für die er arbeitet. Und das schafft die Redaktion auch bei halbspaltigen Bildern oder freigestellten Fotos der Autoren. Die weiteren Platzierungen sehen Sie in der Tabelle rechts.

Mit der Zählung beteiligte sich der BJV an der seit sechs Jahren laufenden Aktion „Fotografen haben Namen" des Dachverbandes DJV. Dabei geht es darum, die Leistung der Bildjournalisten zu würdigen und ihnen die Möglichkeit zu geben, sich mit ihren veröffentlichten Bildern „einen Namen zu machen", um weitere Aufträge zu bekommen. Während die Autorenzeile für die schreibenden Kollegen in eigener Sache selbstverständlich ist, scheinen sie das bei Bildern in der Redaktionsarbeit leicht zu übersehen.

Das mag am Zeitdruck in den Redaktionen liegen oder daran, dass Institutionen oder PR-Agenturen bewusst die Namen der Fotografen weglassen (und teils ihren Angestellten sogar untersagen, den Namen anzugeben).

Das ging daneben:
22 Agenturfotos ohne Fotografennamen, nur ein richtiger Vermerk – damit verdient sich *Die Tagespost* die Silberne Zitrone 2014.
Illustration: Eberhard Wolf

Fakt ist: Es liegt nicht im Belieben von Agenturen oder Redaktionen, wie der Fotovermerk aussieht. Paragraf 13 des Urhebergesetzes bestimmt eindeutig, dass der Name des Fotografen unter seinem Werk abgebildet werden muss. Und das kann nicht einmal durch das Kleingedruckte abbedungen werden. Einzige Ausnahme: Der Bildjournalist verzichtet ausdrücklich auf die Namensnennung, etwa um sich selbst zu schützen.

Der BJV-Check zeigte aber auch: Auf den regionalen oder lokalen Seiten werden die Namen der (eigenen) Fotografen nahezu lückenlos aufgeführt, ebenso im Sportteil. Das schlechte Abschneiden der Zeitungen kommt vor allem dadurch zustande, dass sie Agenturfotos in Politik, Wirtschaft oder Buntem nur unvollständig betiteln.

Es genügt eben nicht, nur den Namen einer Nachrichten- oder Bildagentur, eines Verlags, einer Behörde oder eines Unternehmens anzugeben, das die Nutzungsrechte inne hat (z.B. Foto: dpa, Foto: Audi, Foto: Stadt Nürnberg oder Foto: Feuerwehr). Ebenso wenig reichen die üblichen Kürzel „kn“ (für kostet nichts), „oH“ (ohne Honorar), „Archiv“ und „Veranstalter“ oder das Autorenkürzel aus.

Einen großen Rechercheaufwand braucht es meist nicht: Der Name des Autors ist in aller Regel mit anderen Hinweisen zur Bilddatei in den Datei-Eigenschaften (IPTC-Standard) gespeichert, die auch die Redaktionssysteme auslesen. Zeit dafür sollten sich alle Redakteure nehmen. Denn wessen Foto zu Unrecht ohne seinen Namen veröffentlicht wurde, kann Schadenersatz verlangen. Nach der Rechtsprechung in Höhe von 100 Prozent des für die jeweilige Nutzung angemessenen Honorars. Und das sollte ein Fotograf durchaus auch einfordern.

Sieger und Verlierer im BJV-Check "Fotografen haben Namen" 2014:

	Name der Zeitung	richtige Nennung	falsche Nennung	Fotos gesamt	Prozent richtige	Ranking in 2013 Prozent richtige	Ranking in 2013 Platz
1	Die Kitzinger	46	20	66	69,70	39,30	19
2	Welt kompakt München	48	22	70	68,57	60,90	2
3	Volksblatt Würzburg	52	28	80	65,00	37,00	21
4	Main-Post	50	37	87	57,47	42,70	16
5	Donaukurier	55	46	101	54,46	52,00	5
6	Bild München / Bild City	101	86	187	54,01	63,80	1
7	Bild Nürnberg	79	69	148	53,38	52,70	4
8	Süddeutsche Zeitung	91	87	178	51,12	48,40	11
9	Nürnberger Nachrichten	40	39	79	50,63	38,30	20
10	Passauer Neue Presse	63	62	125	50,40	49,60	8
11	Die Welt München	26	26	52	50,00	51,10	6
12	Nordbayerischer Kurier	31	36	67	46,27	48,50	10
13	Allgäuer Zeitung	60	70	130	46,15	47,50	14
14	Fränkische Landeszeitung	42	53	95	44,21	56,00	3
15	Main-Echo	39	51	90	43,33	39,70	18
16	Fränkischer Tag	32	51	83	38,55	48,80	9
17	Frankenpost	42	73	115	36,52	15,80	34
18	Augsburger Allgemeine	38	68	106	35,85	35,80	22
19	Nürnberger Zeitung	19	43	62	30,65	47,90	12
20	Mittelbayerische Zeitung	45	98	147	30,61	24,20	30
21	TZ München	27	94	121	22,31	19,30	33
22	Landshuter Zeitung	27	95	122	22,13	30,60	23
23	Oberbayerisches Volksblatt	27	97	124	21,77	25,90	27
24	Abendzeitung München	27	113	140	19,29	25,90	26
25	Der Neue Tag Weiden	17	104	121	14,05	22,90	31
26	Münchner Merkur	13	80	93	13,98	22,90	32
27	Straubinger Tagblatt	14	102	116	12,07	26,50	25
28	Bayernkurier	7	54	61	11,48	7,70	38
29	Die Tagespost	1	21	22	4,54	8,70	37

jeweils Stichprobe der Ausgabe vom 3.April 2014. Bayernkurier Ausgabe vom 29. März 2014.
An der Auswertung 2013 nahmen 38 Zeitungen teil. In diesem Jahr wurden nur Vollredaktionen bewertet.

Vielen Mitgliedern ist wenig vom „Innenleben“ des BJV bekannt. Wir stellen in einer Serie Personen und Gruppen vor, die sich beruflich oder ehrenamtlich im BJV engagieren.

Am Anfang war das Schreibverbot

Bezirksverband Niederbayern/Oberpfalz: Viele Ideen für neue Aktivitäten

Von Michael Anger

Seit Daniela Albrecht (links) BJV-Vize ist, leitet Claudia Grimsmann (neben ihr) den Bezirksverband kommissarisch. Rechts Bezirksvize Sabine Süß. Mit auf dem Bild von 2013 Bernhard Stuhlfelner und Hans Hubersberger, die für ihre jahrzehntelange Treue zum BJV ausgezeichnet wurden. Foto: Konrad Kellermann

Ein ganzes Bündel von Ideen hat Claudia Grimsmann. Mit der Umsetzung wird es ein bisschen dauern. Denn wer immer sich im Namen des Bayerischen Journalisten-Verbandes in Niederbayern und der Oberpfalz engagiert, braucht nicht nur Einfallsreichtum und Überzeugungskraft, sondern auch besonders viel Zeit und Ausdauer. Immerhin gilt es, von Tirschenreuth bis Passau, von der tschechischen Grenze bis Landshut die Kolleginnen und Kollegen auf dem Laufenden zu halten, Treffen vorzubereiten, Veranstaltungen zu organisieren. Und bei rund 520 Mitgliedern ist die Zahl der potenziellen Helfer begrenzt.

Derzeit kommissarisch führt die freie Journalistin Claudia Grimsmann den BJV-Bezirksverband Niederbayern/Oberpfalz. Vor einem Jahr wurde ihre Vorgängerin Daniela Albrecht zur stellvertretenden BJV-Vorsitzenden gewählt. Kommissarisch klingt nach Provisorium, ist aber keines beziehungsweise nur bis zur nächsten turnusmäßigen Wahl. Denn, wie Grimsmann betont, der Kontakt zu den anderen Bezirksvorstandsmitgliedern ist eng und intensiv. Regelmäßig tausche man sich auch per Internet aus, informiere sich, entwickle Ideen. Die anderen – das sind Sabine Süß, Emerenz Magerl-Ziegler und Astrid Hahne. Der Osten ist weiblich.

Kabarettisten zu „Unpersonen“ erklärt

Dabei standen, etwas satirisch betrachtet, an seiner Wiege lauter Männer. Das ist auch schon so 40 Jahre her, wie Hans Schneider, selbst viele Jahre Bezirksvorsitzender, dem *BJVreport* erzählt. Auslöser eines größeren Bedürfnisses der Journalisten, sich zu organisieren, war ein Schreibverbot. Das erließ 1975 der damalige Chefredakteur der *Passauer Neuen Presse* für seine eigenen Leute. Er und sein Bruder, Prälat und Chefredakteur der Bistumszeitung, hatten sich gewaltig geärgert über ein Kabarettstück, in dem Maria, die Mutter von Jesus, mehrfach schwanger wird. Damals wirkte Bruno Jonas mit. Er wurde genauso zur Unperson für die Zeitung wie der aus Österreich stammende Liedermacher Georg Kreisler und das kurz nach dem inkriminierten Auftritt in Passau gegründete Kabarett Scharfrichterhaus.

Natürlich protestierten die BJVler gegen das Verbot. Irgendwann beruhigte sich die Szene, aber der BJV in Ostbayern blühte auf, vor allem als Niederbayern und die Oberpfalz zu einem BJV-Bezirk zusammengelegt wurden. Man war aktiv als Gewerkschaft im Tagesgeschäft, organisierte Treffen und Ausflüge. Heute bestehen die Orts-/Regionalvereine Amberg, Straubing, Regensburg, Passau. Die Bezirksstatistik sagt: ein Drittel Oberpfälzer, zwei Drittel Niederbayern, 34,6 Prozent Frauen, nur 1,4 Prozent unter 30 Jahre alt.

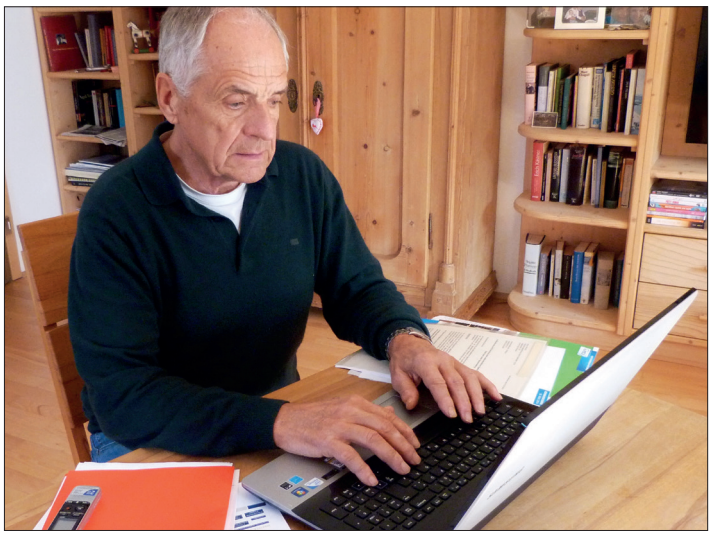
Hochschulen im Blickpunkt

Vor allem Letzteres würde das Führungsteam gerne ändern. Es ist etwas ruhig geworden im Bezirk, daher möchte man wieder mehr Veranstaltungen organisieren, um besser öffentlich wahrgenommen zu werden. Themenabende und Infoveranstaltungen an den Hochschulen hat sich Claudia Grimsmann vorgenommen. Etwa eine Podiumsdiskussion über die Schwierigkeiten von Umweltschützern im Umgang mit Medien, ein Gespräch über die Öffentlichkeitsarbeit des Nationalparks Bayerischer Wald, eine Diskussion über Journalisten in katholischen Medien oder einen Infoabend: „BJV-Mitgliedschaft: Was bringt das denn?“ Viel Arbeit auf vielen Quadratkilometern, zumal ihr „auch die ganze Oberpfalz mit dem großen Potenzial Regensburg am Herzen liegt“. Claudia Grimsmann grinst zupackend: „Es ist mühsam, aber ich lerne jeden Tag hinzu.“

Pressefreiheit kontra hohe Kosten

Online-Zeitung *Tegernseer Stimme* musste vor Gericht einlenken

Von Thomas Mrazek



Ärgert sich über die Richter: Klaus Wiendl.
Foto: Stephanie Kühne

Eigentlich ist es eine ganz banale Geschichte, wie sie sich im Medienalltag täglich tausendfach zuträgt: Ein Medium berichtet in Schriftform über einen an und für sich harmlosen Sachverhalt und ergänzt den Text mit Bildern. Sofern alle rechtlichen und handwerklichen Normen eingehalten werden, hat sich die Berichterstattung im Regelfall damit erledigt. Davon waren auch die Kollegen der Online-Zeitung *Tegernseer Stimme* ausgegangen, als sie Ende Dezember 2013 über den Freisinger Baustoff-Unternehmer Franz Josef Haslberger berichteten.

Der von dem freien Journalisten Klaus Wiendl verfasste Beitrag handelt von den Schwierigkeiten, die Haslberger mit einem Bauvorhaben in Bad Wiessee hat: „Ein Mann der Millionen, der trotzdem immer wieder an den Behörden scheitert". Der 71-jährige Wiendl bezeichnet sich auf seiner Homepage selbst als „alter Hase des investigativen Journalismus". Unter anderem veröffentlichte er zahlreiche Berichte in „Report München" (siehe auch www.klaus-wiendl.de). Für den Bericht über Haslberger hatte Wiendl einige Fakten über den Unternehmer und sein Wirken recherchiert und publiziert. Haslberger selbst reagierte nicht auf Wiendls Anfragen. Nach Veröffentlichung des Artikels meldeten sich allerdings Haslbergers Anwälte bei der Online-Zeitung mit einer Unterlassungserklärung zu einigen Inhalten in dem von Wiendl verfassten Artikel. Die *Tegernseer Stimme* stellte den Artikel daraufhin erst mal offline und beriet sich mit ihrem Anwalt, am 8. Januar wurde der in zwei marginalen Punkten korrigierte Artikel wieder veröffentlicht. Für das Online-Angebot schien die Sache nunmehr erledigt.

Doch am 17. Januar erhielt die *Tegernseer Stimme* eine einstweilige Verfügung des Landgerichts München I. Jetzt monierten die Anwälte Haslbergers, dass mit der vagen Beschreibung der Wohnadresse des Bauunternehmers in Bad Wiessee und mit der Veröffentlichung eines Fotos Haslbergers dessen Persönlichkeitsrecht bzw. sein Recht am eigenen Bild verletzt seien. Gegen diese Unterlassungserklärung legte der Geschäftsführer der *Tegernseer Stimme*, Peter Posztos, Widerspruch ein. Anfang Februar trafen sich die Beteiligten vor dem Münchner Landgericht I. Bei der Verhandlung wurde insbesondere über das verwendete Foto von Franz Josef Haslberger gestritten. Die Online-Zeitung hatte das Bild bei dpa Picture-Alliance erworben, dort war auch kein Sperrvermerk vorhanden. Bei dem Bild handelt es sich um eine Aufnahme, die 2006 entstanden war, als sich Haslberger zum Absturz eines Firmenflugzeugs äußerte. Es ist die einzige Aufnahme, die von dem Unternehmer erhältlich ist. Obendrein ist das Bild auch auf der Website des *Münchner Merkurs* abrufbar.

Die Richter erkannten die plausible Argumentation des Anwalts der *Tegernseer Stimme* jedoch nicht an. Das Bild sei nur mit „dieser Konnektivität, nämlich dem Unglücksfall" freigegeben, lautete die Begründung von Haslbergers Anwälten. Die Richter am Landgericht München folgten vor allem diesem Argument und schlugen einen Vergleich vor, auf den beide Parteien auch eingingen. Die *Tegernseer Stimme* nahm ihren Widerspruch zurück und akzeptierte die Unterlassungserklärung. „Eine klare Niederlage für die Pressefreiheit", kommentierte der verärgerte Wiendl im Gerichtssaal diesen Vergleich. Der Rechtsanwalt der *Tegernsee Stimme,* Bernhard Knies, war auch nicht zufrieden mit diesem Urteil: „Ich hätte in dieser Sache gerne weitergemacht, aber für Herrn Posztos` Unternehmen hätte dann natürlich ein erhebliches Kostenrisiko bestanden." Vor allem konnte Knies die Entscheidung hinsichtlich der Nutzung des frei erhältlichen Bildes nicht nachvollziehen. „Jeder Gang in eine weitere Instanz hätte unser Projekt wohl gefährdet", sagte Geschäftsführer Posztos. Die Anwalts- und Gerichtskosten belaufen sich für Posztos' Lokale Stimme UG auf rund 5000 Euro. Er könne zwar Haslbergers Interesse, sich aus der Öffentlichkeit so weit wie möglich fernzuhalten, nachvollziehen, dennoch sei er auch enttäuscht darüber, wie die Richter die Pressefreiheit gegen das Anonymitätsinteresse des Unternehmers bewerteten. In den vier Jahren des Bestehens der *Tegernseer Stimme* sei dies erst der zweite Rechtsfall gewesen. Die Konsequenz für ihn und seine Mitarbeiter sei, „noch mehr Sorgfalt an den Tag legen".

Die *Tegernseer Stimme* (www.tegernseer-stimme.de) betreibt seit fünf Jahren Lokaljournalismus für die Bevölkerung aus dem Tegernseer Tal. Rund 5000 Leser besuchen täglich die Seiten der nur im Netz erscheinenden Zeitung. Zwölf freie Journalisten beschäftigt Geschäftsführer Peter Posztos zumindest in Teilzeit. Die Finanzierung erfolgt ausschließlich über Online-Werbung. Der geänderte Artikel über Haslberger kann unter www.bjvlink.de/tegernseer abgerufen werden.

„Du merkst, dass du etwas bewegst“

Vier Jahre lang war ein Passauer Journalist im Visier der Staatsanwaltschaft

Von Thomas Mrazek

Dem Herausgeber der Passauer Zeitschrift *Bürgerblick (www.buergerblick.de),* Hubert Denk, wurde durch die Staatsanwaltschaft München I vorgeworfen, bei seinen Recherchen über den Augsburger Laborunternehmer Schottdorf Ermittler des Landeskriminalamts zum Geheimnisverrat angestiftet und möglicherweise auch vertraulichen Schriftverkehr illegal angezapft zu haben. Von den vor über vier Jahren gegen ihn eingeleiteten Ermittlungen erfuhr Denk erst im September 2013. Im Februar wurde das Verfahren eingestellt. Der BJV unterstützte den 54-jährigen Journalisten bei dem Rechtsstreit.

Sie waren bis zum 20. Februar – insgesamt vier Jahre lang – aufgrund Ihrer Recherchen Beschuldigter in einem Strafverfahren. Sie kommentierten die Einstellung des Verfahrens unter anderem so: „Gut, dass ich kein Politiker bin. Ich hätte mein Amt verloren oder meine Existenz.“ Inwiefern hat Ihnen das Verfahren trotzdem geschadet?

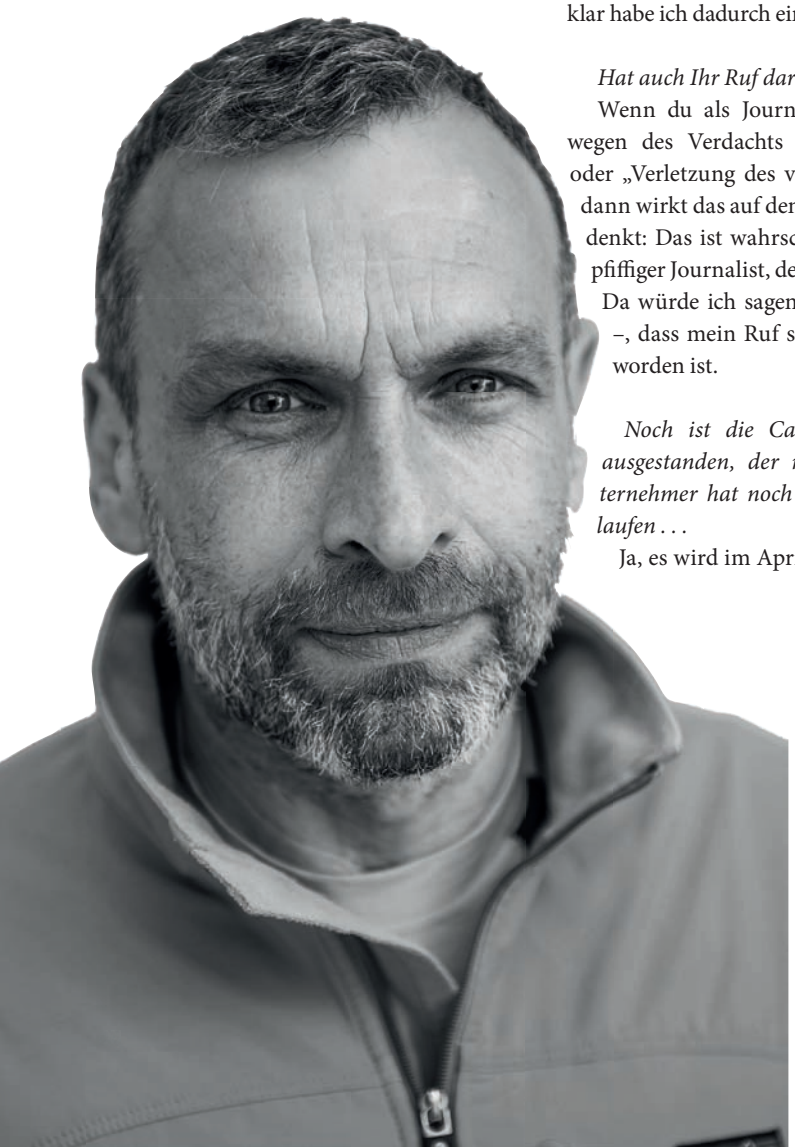
Hubert Denk: Der Staatsanwalt würde wohl sagen: „Sie brauchen sich ja gar nicht aufregen, Sie wissen ja erst seit September 2013 darüber Bescheid.“ Also habe ich nur ein halbes Jahr „aktiv“ davon mitbekommen. Aber wenn ein Journalist wegen so einer Sache im Fokus steht, dann ist er eigentlich für sein Umfeld gehandicapt und für seine Informanten verbrannt – mit mir sollte man wohl besser nicht reden, weil ich wohl überwacht werde. Ganz klar habe ich dadurch einen Nachteil.

Hat auch Ihr Ruf darunter gelitten?

Wenn du als Journalist heute dran bist wegen des Verdachts auf Geheimnisverrat oder „Verletzung des vertraulichen Wortes“, dann wirkt das auf den Leser eher so, dass er denkt: Das ist wahrscheinlich ein ziemlich pfiffiger Journalist, der trickst den Staat aus. Da würde ich sagen – so blöd das klingt –, dass mein Ruf sogar etwas besser geworden ist.

Noch ist die Causa Schottdorf nicht ausgestanden, der millionenschwere Unternehmer hat noch Zivilklagen gegen Sie laufen . . .

Ja, es wird im April in der Berufungsinstanz vor dem Oberlandesgericht noch über eine Gegendarstellung und eine Unterlassung der Firma Schottdorf gegen mich verhandelt. Schottdorf ist da sehr hartnäckig, auf mich wirken diese Klagen zum Teil wirklich konstruiert. Das ist sehr unerfreulich, zumal da ein finanzielles Risiko besteht. Aber der BJV unterstützt mich ja hier.



Hubert Denk berichtet offen über Probleme – und riskiert dabei, selbst welche zu bekommen.
Foto: Alexander Eckmeier

Können Sie konkrete Zahlen nennen?

Wenn man die Anwalts- und Gerichtskosten kommen da schnell 5000 Euro zusammen, und wenn man verlieren würde, wären es 10.000 Euro . . .

Ein Journalist als Gegenstand der Berichterstattung: Wie wichtig war es für Sie, dass unter anderem das ZDF, das Medienmagazin Zapp und der Bayerische Rundfunk recht ausführlich über diesen Fall berichteten?

Das war sehr wichtig für mich, und ich möchte da ein großes Dankeschön an alle Kollegen aussprechen, die sich für so ein Thema interessieren. Denn in so einem Fall bist du zunächst hilflos ausgeliefert, du hast nur dich, deinen Journalistenverband, der dich vielleicht unterstützt, und deinen Anwalt. Du brauchst als Einzelkämpfer so eine Solidarität von den Kollegen. Dass so viele Medien über mich berichteten – außer der *Passauer Neuen Presse* natürlich, für die existiere ich ja praktisch nicht –, ja, diese hergestellte Öffentlichkeit führte dazu, dass mein Verfahren eingestellt wurde. Da bin ich mir hundertprozentig sicher! Außerdem hat die Berichterstattung über meinen Fall zu einigen Anfragen von Kollegen geführt, die auch so etwas wie den Bürgerblick starten möchten. Aber es fragten auch Zeitungsleser an, die sich über ihre verkrustete Lokalpresse beklagten, und wollten wissen, wo sie Informationen über Missstände in ihrem Umfeld loswerden können. So widerwärtig es mit den ganzen Klagen auch ist: Du merkst, dass du etwas bewegst.

Sie wurden bei diesen Ermittlungen vermutlich vier Jahre lang überwacht, welche Kon-

sequenzen haben Sie daraus gezogen?

Der Staatsanwalt hat zu mir gesagt: „Herr Denk, Sie wurden nicht überwacht. Das bedarf eines richterlichen Beschlusses." Aber ganz ehrlich: Ich denke da wie mein Anwalt Klaus Rehbock, ich traue dieser Aussage nicht, denn es gibt auch Überwachungsmaßnahmen, die nicht richterlich abgedeckt sind. Ich habe da leider ein großes Misstrauen. Ich nutze von Anfang an die Möglichkeiten der verschlüsselten Kommunikation im Internet. Ich habe mich auch von Whatsapp verabschiedet und nutze das verschlüsselte Angebot von Threema. Der Informantenschutz funktioniert bei uns Journalisten nur, wenn wir Kommunikationswege nutzen, die niemand speichern oder überwachen kann. Das ist die Grundlage meiner Arbeit, wenn ich das nicht mehr anbieten kann, kann ich meinen Beruf nicht mehr ausüben. Ich habe mir mittlerweile auch ein Handy zugelegt, das weitestgehend vor Überwachung sicher ist.

Lohnt es sich für Sie, sich so für Ihre Zeitschrift Bürgerblick *ins Zeug zu legen?*

Meine Erwerbsphilosophie sieht so aus: Zeige den Lesern, dass unsere Ware – der Journalismus – so wertvoll ist, dass sie dafür bezahlen müssen. Wenn die Leute verstehen, dass sie mit unserer Zeitschrift eine andere Geschichte und Hintergründe geliefert bekommen, als etwa bei den vielen kostenlosen Anzeigenblättern, dann werden sie auch bereit sein, dafür zu bezahlen. Wir haben derzeit bis zu 1300 verkaufte Exemplare am Kiosk und feste 500 Abonnenten. Statt 2,50 Euro könnte ich wohl auch 3,50 Euro pro Heft verlangen. Und natürlich kommt auch über Anzeigen etwas rein, die zwei Drittel der Einnahmen ausmachen. Mit unserem Modell könnten auch Journalisten anderswo überleben.

Wie unterscheidet sich diese Modell von den anderen Lokalmedien?

Wir bieten freien Lokaljournalismus, wir schauen überall hin, wir sind unbequem, wir polarisieren, wir provozieren. Manchmal gibt's auch eine Protestkündigung, weil ich jemand auf die Füße trete, aber unterm Strich habe ich pro Monat rund zehn neue Abonnenten. Zehn sind freilich nicht die Welt, aber es funktioniert.

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.

Die Bewerbungen müssen bis **30. April 2014** vorliegen. Sie können auch online auf **www.gv-bayern.de** eingereicht werden. Dort finden sich weitere Informationen zu den Preisen und Bewerbungsmodalitäten.

Preisverleihung: Die Preisträger werden am **8. November 2014** um 10:00 Uhr im ›museum mobile‹ im Audi Forum Ingolstadt bekannt gegeben. Zur Festveranstaltung laden wir herzlich ein.

Preisgelder gesamt 20.000 Euro!

Das braucht der Journalist „von heute“ wirklich

Facebook, Twitter, eine Homepage: Die Präsentation der eigenen Angebote ist wichtiger denn je

Von Johannes Michel

Sie hören Sirenen in Ihrer Stadt? Dann schauen Sie doch zuerst mal bei Twitter und Facebook rein, bestimmt hat ein Nutzer schon was darüber gepostet.
Foto: Johannes Michel

Facebook? Das ist doch nur eine Spielerei für die Jugend! – Twitter? Da kann ich ja gleich eine SMS verschicken! – Online: Bin ich vielleicht zweimal in der Woche! – Homepage? Ich verteile doch fleißig Visitenkarten! Lange haben solche „Ausreden“ funktioniert. Heute kommt aber kein Journalist mehr um eine ausreichende Onlinepräsenz herum. Die Frage ist: Wo sollte man wirklich dabei sein? Was sind Trends, die sich vielleicht wieder auflösen? Diese Frage haben wir uns gestellt und für die verschiedenen Journalistenprofile einen kleinen Anforderungskatalog erarbeitet. Die wichtigsten Tools und Netzwerke stellen wir außerdem etwas ausführlicher vor. Wir beginnen sogar „offline“ . . .

Die Visitenkarte: Unersetzlich!

Egal, ob bei einem Kongress oder beim Ortstermin mit Vereinsvertretern. Eine Visitenkarte ist nach wie vor das Aushängeschild eines jeden Reporters. Schließlich sollen die Gesprächspartner wissen, mit wem sie es zu tun haben, insbesondere dann, wenn neue Orte besucht werden, neue Menschen dabei sind. Schade eigentlich, dass es die meisten Verlage nicht hinbekommen, ihren freien Mitarbeitern solche Visitenkarten mitzugeben und damit eigentlich auch Werbung für sich selbst zu machen. Aber nicht nur Freiberufler, sondern auch Festangestellte, die dann allerdings wirklich den Weg über den Verlag wählen sollten, sollten auf einer Visitenkarte bestehen. Was muss drauf: Name, Kontaktdaten mit den Hinweisen auf Homepage, Facebook und Co. und eventuell Schwerpunkte der Arbeit. Gestalten lassen sich Visitenkarten meist sogar selbst, technisch Versierte nutzen Bildbearbeitungs- oder Layoutprogramme. Ein besserer Weg ist aber ein Mediengestalter, die Kosten sind aufgrund des niedrigen Aufwands eher gering. Natürlich kann auch ein Logo die Karte zieren, dann wird es etwas aufwändiger, für den Empfänger aber auch eingängiger. Die Druckpreise für Visitenkarten sind dank vieler Onlinedruckereien in den vergangenen Jahren stark zurückgegangen.

Die Homepage: Beste Art der Präsentation!

Für freie Journalisten geht nichts über eine eigene Homepage. Warum? Im Gegensatz zu den Profilen in Netzwerken wie Facebook oder Xing bleibt hier die vollständige Kontrolle über Inhalt und Daten beim Anwender. Außerdem sind die Möglichkeiten endlos: Ob klassische Präsentation mit Referenzen, Beispielartikeln und Fotos oder ein eigenes Blog, auf dem über die aktuelle Arbeit berichtet wird – je nach Nische können die Anforderungen unterschiedlich sein. Während der Lokaljournalist vielleicht eher seine Daten eintragen und gut über Suchmaschinen gefunden werden möchte, geht es dem Fotojournalisten, der deutschlandweit oder international unterwegs ist, um etwas ganz anderes: Er möchte einen Teil seiner Arbeiten zeigen.

Als Grundsystem für eine eigene Homepage bietet sich das kostenfreie Content-Management-System (CMS) WordPress an, das in den Ausgaben 5/2012 und 6/2012 des *BJV-Reports* ausführlich vorgestellt wurde. An den wichtigsten Daten hat sich kaum etwas geändert. Wer sich allerdings nicht zutraut, selbst eine Homepage einzurichten, sollte sich nicht scheuen, diese Aufgabe abzugeben – an eine Agentur oder vielleicht einen Kollegen, der sich auskennt. Denn eine schlechte Homepage ist schlechter als gar keine. An laufenden Kosten entstehen, je nach Speicherbedarf der Internetseite, etwa fünf Euro pro Monat. Zu diesem Preis lassen sich schon viele hundert Fotos unterbringen, der Datentransfer ist unbeschränkt und CMS-Systeme werden voll unterstützt. Ein Blick auf besondere Angebote und ein Vergleich diverser Webhoster lohnen auf jeden Fall.

Facebook: News-Aggregator und Bühne!

Längst ist Facebook nicht mehr das Netzwerk, um Studenten oder allgemein jüngere Menschen miteinander zu vernetzen. Durch die Einführung der so genannten „Seiten" können sich Unternehmen und Dienstleister präsentieren. Das bedeutet: Auch jeder Journalist hat die Möglichkeit, neben dem privaten Zugang eine eigene Seite einzurichten und dort zum Beispiel über seine Arbeit zu berichten und sich mit lokalen Institutionen, Vereinen, Parteien und Unternehmen zu vernetzen – eine klare Trennung von privatem Interesse und Beruf also.

Für Journalisten jeglicher Couleur ist ein Facebookzugang auf jeden Fall Pflicht. Recherche und das Auffinden spannender Themen, insbesondere im Lokalen, ist heute ohne Facebook kaum noch denkbar, das soziale Netzwerk hat hier den Suchmaschinen schon lange den Rang abgelaufen. Freiberufler sollten auch über eine eigene Seite nachdenken, um sich, über die Informationen auf der Homepage hinaus, vorzustellen und schnell von unterwegs Eindrücke einstreuen zu können.

Twitter: Wohl wichtigste Informationsquelle!

Es gibt nur einen Bereich, in dem Twitter noch nicht weit verbreitet ist: der ländliche Raum. In Mittel- und Großstädten sitzen viele Twitterer, die über Themen aus der Stadt, über lokale, nationale und internationale Politik, über Entdeckungen und Ideen, kurz: über alles, was sie interessiert, Nachrichten schreiben. Eine Twitter-Nachricht hat maximal 140 Zeichen, und schon allein aus diesem Grund muss sich der Schreiber kurz fassen. Natürlich wird gerne auf Internetseiten und insbesondere Blogs verlinkt, viel steckt aber meist schon in der kurzen Nachricht. Das macht Twitter zur perfekten Informationsquelle, auch im lokalen Bereich. Was bewegt die (jungen) Menschen? Wo gibt es Probleme? Wer nur ab und zu reinschaut, halst sich eine zeitintensive Recherchearbeit auf, wer aber regelmäßig die Tweets im Auge hat, bekommt viel mit. Dabei ist es nicht nur interessant, einzelnen Nutzern zu folgen, sondern auch nach den so genannten Hashtags zu suchen, die mit einer Raute markiert werden, zum Beispiel #BJV. So lassen sich explizit Themen fokussieren.

Xing und LinkedIn: Auftraggeber finden!?

Professionelle Netzwerke wie Xing oder LinkedIn halten sich selbst für wichtig. Zugegeben – eine persönliche Erfahrung an dieser Stelle: Ich habe über sie noch keinen einzigen Auftrag mehr erhalten, also ohne die Präsenz dort. Interessant ist vielmehr, mitzubekommen, was vor Ort läuft und dann eventuell an über Xing organisierten Treffen im echten Leben teilzunehmen. Die Nutzerprofile bei Xing legen, anders als bei Facebook, einen deutlich stärkeren Wert auf die berufliche Orientierung, auf Referenzen. Es entsteht eine Art Lebenslauf, der sich jederzeit ergänzen und verändern lässt. Von Facebook „geklaut" hat Xing einen Newsstream, der direkt nach dem Einloggen die Neuigkeiten aus dem eigenen Netzwerk anzeigt. Im Gegensatz zu anderen Netzwerken halten sich die „Gefällt-mir-Angaben", hier „Ich finde das interessant" genannt, aber sehr in Grenzen.

Tumblr: Aufstrebende Blogsammlung

Gerade bei Themen, die eher speziell sind, finden Suchmaschinen gerne und oft Einträge in Tumblr-Blogs, einfach zu erkennen unter der Webadresse xxx.tumblr.com. Aber was ist Tumblr eigentlich? Kurz und knapp zusammengefasst: Tumblr ermöglicht es, ohne eigenen Online-Speicherplatz ein Blog zu führen, Texte, Bilder und Videos zu publizieren. Der Dienst ist vollständig kostenlos und besonders im US-amerikanischen Raum sehr bekannt. In Deutschland nutzen vermehrt große Medienhäuser wie *Die Zeit* Tumblr-Blogs, um spezifische Themen aufzugreifen. Das besondere an Tumblr ist die Integration von sozialen Funktionen: Nutzer können untereinander Blogs folgen und die Beiträge weiterverbreiten.

Wer ein eigenes Blog betreiben, dafür aber nicht seine eigene Internetseite nutzen möchte oder sich für ein bestimmtes Thema interessiert und lediglich dazu bloggen will, für den passt Tumblr wunderbar. Nachteil ist die noch immer komplett englische Nutzerführung. Es könnte daher interessant sein, sich andere Dienste anzuschauen, etwa WordPress.com oder auch Blogger.com von Google. Alle genannten Dienste sind kostenfrei und erlauben, dem Blog ein persönliches Design zu verpassen. Mit WordPress.com lässt sich, da das CMS WordPress dahinter steckt, sogar mehr als nur ein reines Blog einrichten.

Überblick: Diese Dienste brauchen Sie wirklich …

	Visitenkarte	Homepage	Eigenes Blog	Facebook	Twitter	Xing	LinkedIn	Tumblr
Freiberufler	xxx	xxx	xx	xx	xxx	x	x	x
Angestellter	xxx	xx	x	xx	xxx			
PR-Journalist	xxx	xxx	xx	xx	xxx	x	x	x

Fazit

Einige Dienste und Optionen sind schön und gut, wirklich nötig sind sie aber nicht. Dagegen gibt es gewisse Dinge, die heute einfach Standard sind, zum Beispiel ein Facebook- oder Twitterkonto. Wer so etwas nicht hat, ist nicht mehr auf der Höhe der Zeit. Der Bonus: Recherche und auch die Präsentation der eigenen Angebote sind heute deutlich einfacher möglich als früher. Demgegenüber stehen aber die hohe Öffentlichkeit und die Gefahr für die Sicherheit der eigenen Daten.

Müssen Provider illegale Webseiten sperren?

Neue Urteile des Europäischen Gerichtshofs für Webseiten-Betreiber

Von Maria Goblirsch

Internetprovider können dazu verpflichtet werden, den Zugang zu Webseiten mit rechtswidrigen Inhalten zu sperren. Das hat der Europäische Gerichtshof (EuGH) am 27. März entschieden (Az.: C-314/12). Im vorliegenden Fall hatte ein Webportal die Rechte von Urhebern verletzt. Experten befürchten, das Urteil könne zu einer weiter reichenden Netzzensur und zur Sperrung unliebsamer Webseiten führen.

Das war passiert: Die Constantin Film Verleih GmbH hält die Rechte an den Filmen „Wickie und die starken Männer" und „Pandorum", die österreichische Wega Filmproduktionsgesellschaft mbH besitzt die Rechte an „Das weiße Band". Beide Unternehmen stellten fest, dass diese Filme ohne ihre Zustimmung auf der Webseite kino.to per Streaming angesehen und sogar herunter geladen werden konnten.

Auf Antrag der Filmunternehmen verbot ein österreichisches Gericht der UPC Telekabel Wien, ihren Kunden weiterhin den Zugang auf die Webseite der kino.to zu gewähren. Dagegen wehrte sich der Internetprovider, schließlich stehe er in keiner direkten Geschäftsbeziehung zu den Betreibern der illegalen Website.

Die Webseiten-Sperre muss zuvor abgewogen werden

Der Fall ging durch alle Instanzen, schließlich musste der Europäische Gerichtshof in Luxemburg wegen der grundsätzlichen Bedeutung entscheiden. Die Richter sahen die Sperrung rechtswidriger Seiten durch den Provider als rechtens an. Dieser Anbieter von Internetzugangsdiensten trete nach der EU-Richtlinie als „Vermittler" auf, dessen Dienste zur Verletzung eines Urheberrechts genutzt wurden. Daher dürfe das Gericht den Provider zur Sperrung illegaler Webseiten zwingen. Eine besondere Geschäftsbeziehung brauche es dafür nach EU-Recht nicht.

Der Sperrauftrag kann direkt an den Internetprovider gerichtet werden. Der muss nach Meinung des Gerichtshofs dafür sorgen, dass „durch diese Maßnahme Internetnutzern nicht unnötig die Möglichkeit vorenthalten wird, in rechtmäßiger Weise Zugang zu verfügbaren Informationen zu erlangen".

Zudem müssen Sperranordnungen nach europäischem Recht ausgewogen sein, stellte der Gerichtshof fest. Die Meinungsfreiheit, wie auch wirtschaftliche Interessen der Provider, seien bei der Entscheidung zu berücksichtigen. Eine Blockade ganzer Plattformen und damit des kompletten Internetzugangs aufgrund einzelner Rechtsverstöße sei nicht gerechtfertigt. Die nationalen Gerichte, die nun auf der Grundlage des EuGH-Urteils einzelne Fälle entscheiden, müssten ein „angemessenes Gleichgewicht" zwischen den kollidierenden Grundrechten finden, betonten die Richter. Internetnutzer wie auch die Provider könnten gegen die Zugangssperren klagen, heißt es in einer Pressemitteilung des EuGH.

> „Die Sperrung rechtswidriger Seiten durch den Provider ist rechtens"
> Europäischer Gerichtshof

Hyperlinks auf frei zugängliche Presseartikel sind erlaubt

Der zweite Fall spielte in Schweden: Vier Journalisten der Zeitung *Göteborgs-Posten,* deren Artikel auf der Webseite ihres Blattes kostenfrei veröffentlicht werden, klagten gegen die Betreiber der Plattform Retriever Sverige AB. Dieser für Unternehmen kostenpflichtige Medienbeobachtungsdienst hatte auf diese Pressetexte verlinkt, ohne die Autoren vorher um Erlaubnis zu fragen. Nun wollten die Journalisten für die vermeintliche Verletzung ihrer Urheberrechte eine Entschädigung.

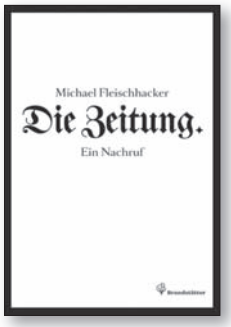
Die Sache ging zur Vorabentscheidung an den Europäischen Gerichtshof, der prüfen musste, ob die Bereitstellung solcher Links nach der EU-Richtlinie 2001/29 eine öffentliche Wiedergabe darstellt. Wenn ja, wäre es nicht möglich, ohne Einverständnis der Journalisten Hyperlinks zu setzen. Denn nach dem Recht der EU dürfen ausschließlich Urheber die öffentliche Wiedergabe ihrer Werke zulassen oder aber verbieten.

Die Luxemburger Richter urteilten, dass die Hyperlinks im vorliegenden Fall nicht zu beanstanden seien. Eine Verlinkung auf frei zugänglich veröffentlichte Beiträge sei auch ohne Erlaubnis zulässig (Az.: C-466/12). Entscheidend ist nach Ansicht des Gerichtshofs die Frage, ob „sich die Wiedergabe an ein neues Publikum richtet". Das verneinten die EU-Juristen.

Die Nutzer der Webseite von Retriever Sverige AB seien vielmehr als ein Teil der Öffentlichkeit anzusehen, die die Zeitung ursprünglich habe erreichen wollen. Daran ändere sich auch dadurch nichts, dass User beim Anklicken des Links den Eindruck haben konnten, dass der Artikel auf der Seite von Retriever Sverige AB erscheine (obwohl er ursprünglich von *Göteborgs-Posten* kommt). Anders läge der Fall nur, wenn die Links den Zweck hätten, eine Zugangsschranke wie etwa eine Paywall zu umgehen.

Bereits im Juli 2003 hatte der Bundesgerichtshof (BGH) in seinem „Paperboy-Urteil" (Az.: 1 ZR 259/00) die gleiche Ansicht vertreten. Damals ging es um die Frage, ob Internet-Suchdienste ihre Nutzer über so genannte Deep-Links auf den Volltext der gefundenen Artikel führen und dabei die jeweilige Homepage umgehen dürfen. Das bejahte der BGH. In dem konkreten Fall hatte der Informationsdienst Paperboy für seine Nutzer auf Anfrage kostenlos Online-Angebote von Tageszeitungen durchsucht und die Fundstellen dann an sie weitergeleitet. Dagegen hatte die Verlagsgruppe Handelsblatt vergeblich geklagt. Direkte Links zu Artikeln aus allgemein zugänglichen Quellen sind auch ohne Erlaubnis zulässig, lautete bereits damals der rechtkräftige Spruch der Bundesrichter.

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



Nekrolog ohne Nutzwert

Kenntnisreich analysiert der Autor, der unter anderem bis 2012 Chefredakteur der österreichischen Tageszeitung *Die Presse* war, den Werdegang der Zeitung und konstatiert schließlich ihren Bedeutungsverlust: Die Tageszeitung sei „nicht mehr jenes vom konstitutionellen Mythos der ‚vierten Gewalt' umwehte ‚Gespräch einer Nation mit sich selbst'". Zudem habe sie „aufgehört, Trägerin eines validen Geschäftsmodells zu sein". Nach diesem rund 120 Seiten langen Anlauf erwartet man nun eine Conclusio – und wird leider enttäuscht. Bedauerlich ist, dass Fleischhacker nach akribischen Ausführungen über die Historie der Zeitung sich bei der Analyse der heutigen Situation und vor allem bei der Darstellung von Beispielen für möglicherweise zukunftsträchtige Entwicklungen erkennbar wenig Mühe gibt – aber dann hätte es womöglich keine „schöne Leich" gegeben. Der gebetsmühlenhafte Appell, doch nun endlich hinzuschauen, was die digitale Revolution denn mit uns macht, wurde schon viel zu oft postuliert. Dass das Buch unter anderem mit rund zwei Dutzend gemeinfreien Bildern aus Wikimedia garniert wurde, hinterlässt beim Rezensenten ein unangenehmes Geschmäckle.

Thomas Mrazek

Michael Fleischhacker: Die Zeitung. Ein Nachruf. Brandstätter Verlag, Wien, 2014, 151 Seiten, 19,90 Euro, ISBN 978-3-850-33655-0, ISBN-Suche der Wikipedia*: bjvlink.de/zeitung-isbn (E-Book, 15,99 Euro, ISBN 978-3-85-033795-3, ISBN-Suche der Wikipedia*: bjvlink.de/zeitung-ebook).

Balanceakt: Journalismus und Werbung

Das Berufsbild des PR-Journalisten ist noch vergleichsweise jung, und auch in einem Berufsverband wie dem DJV blickt mancher Zeitungsjournalist skeptisch auf die PR-Kollegen. Nicht zu Unrecht war die Vermischung von Information und Werbung bereits Thema bei vielen Verbandstagen und Diskussionsrunden. Colin Porlezza, Dozent für Entrepreneurial Journalism an der City University London, wurde mit der Arbeit „Gefährdete journalistische Unabhängigkeit" am Institut für Medien und Journalismus der Università della Svizzera promoviert und blickt in seiner Studie insbesondere auf den Schweizer Zeitungsmarkt, wo in den vergangenen Jahren zahlreiche Gratiszeitungen für Wirbel gesorgt haben. Einige seiner Untersuchungsergebnisse lassen sich daher nicht Eins zu Eins auf Deutschland übertragen, viele interessante Informationen und Hintergründe aber schon. „Nicht zuletzt entscheidet der Markterfolg der Medienunternehmen über die Ressourcen, die dem Journalismus zur Verfügung stehen", schreibt Porlezza. Er kritisiert, dass die Werbung in der Forschung aber viel zu wenig Platz erhalte, dass sich die Kommunikationswissenschaft zu lange nur mit den redaktionellen Inhalten befasst habe. Die Abwanderung von Lesern und das Fernbleiben der Werbekunden führt Porlezza auf die große Zahl an „Soft News" in den Zeitungen zurück, die billig zu produzieren seien. Den Medienunternehmen sei es bislang nicht gelungen, eine Balance zwischen Innovation und Kostenreduktion zu finden. Dies noch zu erreichen, sieht Porlezza als eine der wichtigsten Aufgaben für die Zukunft. *Johannes Michel*

Colin Porlezza: Gefährdete journalistische Unabhängigkeit, Zum wachsenden Einfluss von Werbung auf redaktionelle Inhalte, UVK Konstanz und München, 2014, 290 Seiten, 39 Euro. ISBN: 978-3-867-644617

Die Nahwelt neu entdecken

Im Lokalen kann sie sich so richtig ausleben, die legendäre eierlegende Wollmilchsau. Redakteure texten und layouten, fotografieren, drehen Videos, betreuen Website und Social Media-Auftritt und gestalten nebenbei noch Werbebeilagen. Kaum irgendwo sitzt die Angst vor Auflagenverlusten tiefer. Kaum irgendwo schlägt die Axt in den Redaktionen härter zu. Viel selbstverschuldetes Leid, stellt Horst Pöttker fest. Zum Abschied von seinem Lehrstuhl an der TU Dortmund lässt der Journalistik-Professor in einem Sammelband die Strukturen, Entwicklungen und aktuellen Probleme des Lokaljournalismus beleuchten.

Das Fazit fällt bei Wissenschaftlern wie Praktikern verheerend aus: Führungskräften mangele es an Problembewusstsein, die Schere zwischen Qualitätsansprüchen und 08/15-Produkten werde immer größer, man investiere weder in feste noch freie Mitarbeiter, mit neuen Erzählformen werde nur punktuell experimentiert, Chancen der Leserbindung oder Markenbildung würden verspielt.

Neben reichlich Werbung für das Lokaljournalistenprogramm der Bundeszentrale für politische Bildung bietet das Buch Denkanstöße und Strategien, wie der Lokalteil an Profil und Attraktivität gewinnen kann. Leider stammen die meisten Bezüge, auch bei so wichtigen Themen wie der Kommunalpolitik, aus NRW. Gerade der Lokaljournalismus, so spornen die Autoren an, habe Aussicht, die Herausforderungen des digitalen Zeitalters zu bestehen.

Barbara Weidmann

Horst Pöttker, Anke Vehmeier (Hrsg.): Das verkannte Ressort. Springer VS, Wiesbaden 2013, 288 Seiten, 39,99 Euro, ISBN 978-3-658-011383, ISBN-Suche der Wikipedia: bjvlink.de/ressort-isbn

Halleluja für die Phrase

Von Senta Krasser

Politiker, heißt es oft, reden viel, sagen aber nichts. Und wenn sie mal etwas sagen, dann heute dies, morgen das. Wendehälse eben, die ihr Fähnchen je nach Wind schwenken.

Auf dieser populären – oder: populistischen? – Annahme baut eine neue Sendung im ZDF auf mit Namen „Vier sind das Volk – Die Polit-Impro". Vier TV-Komiker spielen darin Politiker. Im Alten Bonner Wasserwerk, wo früher der Bundestag tagte, tun sie das, was man in einem Parlament erwartet: Reden. Der Name Parlament kommt ja von parlare. Das heißt reden. Das Quartett bildet zwei politische Lager. Miteinander respektive gegeneinander ringen sie um politische Fragen. Meist kommt Schwachsinn heraus. Das ist gewollt. Anspruch ist, auf spielerische Art Politikersprech als „leere Floskeln und sinnlose Phrasen" zu entlarven.

Dass zwischen Anspruch und Wirklichkeit bei „Vier sind das Volk" eine Lücke klafft, soll hier nur am Rande erwähnt sein. Interessanter ist die Frage, ob der Floskel respektive der Phrase in diesem mäßigen Fernsehtheater nicht Unrecht getan wird. Sind Floskeln wirklich immer leer und haben Phrasen niemals einen Sinn?

Die Phrase an sich ist ja noch kein schlechtes Deutsch. Sie klingt sogar besser. Hört man „Sparpaket", hat man sofort ein Päckchen mit Schleife vor Augen, quadratisch, verführerisch, gut. Wer denkt da an Rentenkürzung? Und wer, ob bewusst oder unbewusst, eine solche Verpackungsstrategie wählt, weil er sich gerade nicht der Mühe unterziehen will, die ungeschminkte Wahrheit (also die ohne Lidschatten) auszusprechen oder nach einer präziseren Formulierung zu suchen, der ist im Grunde ein höflicher Mensch. Die bei Politikern beliebte Phrase „Ich muss Ihnen mit aller Entschiedenheit widersprechen" vereinfacht das menschliche Miteinander ungemein besser als ein „Halt's Maul, du lügst".

Unglücklicherweise, darauf macht „Vier sind das Volk" aufmerksam, gibt es Ausnahmen von der Höflichkeitsregel. In der Show sollte einer der Pseudo-Politiker sich des Vorwurfs erwehren, er habe Einkünfte aus einer Nebentätigkeit als Callboy nicht versteuert. Das eigentlich Schwierige an dem Spiel „Vier Phrasen für ein Halleluja" war, in die 60 Sekunden kurze Verteidigung Politiker-Phrasen einzustreuen. Zum Beispiel das von Roland Pofalla an Wolfgang Bosbach gerichtete „Ich kann deine Fresse nicht mehr sehen".

Auch wenn Herr Pofalla da manchem Talkshow-Fan aus dem Herzen gesprochen haben mag – hätte es nicht, dem Beispiel Joschka Fischers folgend, etwas formvollendeter, phrasentypischer aus ihm ausbrechen können? „Mit Verlaub, Herr Bosbach, ich kann Ihre Fresse nicht mehr sehen"? Doch zu spät. Die Pofalla-Phrase hat international Schule gemacht. Einzug hält in den politischen Phrasen-Kanon: „Fuck the EU." Halleluja!

akademie
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

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):

A

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

B

Bauindustrie Bayern / Bayerischer Bauindustrieverband (VB)
Bayerische Börse / Börse München (F)
Bayerische Landesärztekammer (K)
Bayerische Landeszahnärztekammer (K)
Bayerischer 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)

H

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

IJ

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)

M

Messe Berlin (MA)
MR Maschinenfabrik Reinhausen (U)
MTU Aero Engines (U)

N

N-ERGIE (E)
NÜRNBERGER Versicherungsgruppe (V)

O

OMV Deutschland (U)
OSRAM (U)

P

Porsche (U)

R

RMD Rhein-Main-Donau (E)

S

SIEMENS Region Bayern (U)
Sparkassenverband Bayern (F)
Stadtsparkasse München (F)
St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg (U)
StWN Städtische Werke Nürnberg (U)
Süddeutscher Verband reisender Schausteller und Handelsleute (VB)
swa Stadtwerke Augsburg Holding (E)

T

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

V

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

W

wbg Nürnberg Immobilienunternehmen (U)

Dank auch an folgende Inserenten:

- Akademie der Bayerischen Presse
- Bayerischer Jagdverband
- Bayerische Volksbanken und Raiffeisenbanken (GVB)
- LBS Bayerische Landesbausparkasse
- Messe Stuttgart
- 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-LANDUNG

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 14.06.2014, Anzeigenschluss ist am 16.05.2014.
Anzeigenmarketing *BJVreport*:
PETER & WERBUNG, Kontakt: Manfred Peter,
Allersberger Straße 185/F, 90461 Nürnberg,
Tel. (0911) 4245930, Fax (0911) 4245959, info@pundwag.de

Bayern Innovativ

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

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

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

Wir eröffnen Perspektiven

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

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

www.bfz.de

Fraunhofer

Beate Koch

Leiterin Unternehmenskommunikation
Fraunhofer-Zentrale

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

Fraunhofer ESK

Susanne Baumer

Leiterin Presse und Öffentlichkeitsarbeit
Fraunhofer-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 IIS

Thoralf Dietz

Leiter Presse und Öffentlichkeitsarbeit
Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS

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

Hanns Seidel Stiftung

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

www.hss.de

hochschule hof
University of Applied Sciences

Kirsten Broderdörp
Pressesprecherin

Alfons-Goppel-Platz 1
95028 Hof

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

www.hof-university.de

kirsten.broderdoerp@hof-university.de

Bitte beachten Sie die aktuellen Termine

Ausgabe *BJVreport*	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
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@pundwag.de

LMU LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN

Luise Dirscherl
Kommunikation und Presse
Leitung

Leopoldstr. 3
80802 München

www.lmu.de

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

E-Mail: dirscherl@lmu.de

Technische Universität München

Dr.
Ulrich Marsch

Pressesprecher des Präsidenten
Leiter Corporate Communications Center

Arcisstraße 21
80333 München

Tel + 49.89.289.22778
Fax + 49.89.289.23388

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

AFAG
WIR MACHEN MESSEN

Wolfgang Heinrich
Presse und Öffentlichkeitsarbeit

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

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

Messe Berlin

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

Bayerische Börse AG, Träger der

börse münchen

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.

BayernLB

GVB Genossenschaftsverband Bayern

Dr. Jürgen Gros
Pressesprecher

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

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

interhyp
DIE BAUFINANZIERUNG

FINANZEN

LBS Bayerische Landesbausparkasse
Zentralbereich Unternehmenskommunikation

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

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

Wir geben Ihrer Zukunft ein Zuhause.
Sparkassen-Finanzgruppe

LfA FÖRDERBANK BAYERN

Florian Albert
Pressesprecher
Vorstandsbüro / Presse

Königinstraße 17
80539 München

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

www.lfa.de

florian.albert@lfa.de

Sparkassenverband Bayern

Eva Mang
Dipl.-Volkswirtin

Pressesprecherin
Bereich
Presse- & Öffentlichkeitsarbeit, Gremien

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

Dr. Joachim Fröhler
Pressesprecher
Leiter Abteilung Presse | Interne Kommunikation

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

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

Stadtsparkasse München
Die Bank unserer Stadt.

VERSICHERUNGEN

GESUNDHEIT IN BESTEN HÄNDEN

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

Michael Leonhart M.A.
Pressesprecher

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

AOK Die Gesundheitskasse.

Generali Versicherungen
Ihre Ansprechpartner

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

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

Christian Krause
Pressesprecher Komposit
Telefon (089) 5121-2283

Generali Versicherungen
Adenauerring 7
81737 München
www.generali.de

GENERALI Versicherungen

NÜRNBERGER VERSICHERUNGSGRUPPE

Ulrich Zeidner
Abteilungsleiter Medien

Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg
Telefon 0911 531-6221, Fax 0911 531-816221
Ulrich.Zeidner@nuernberger.de
www.nuernberger.de

Techniker Krankenkasse
Landesvertretung Bayern
Pressestelle

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

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

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

Techniker Krankenkasse
Gesund in die Zukunft.

VERSICHERUNGSKAMMER BAYERN

Ein Stück Sicherheit.

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

Maximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de

Ist Ihr Eintrag noch aktuell?

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

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

bayerngas
Energiepartnerschaft mit Zukunft

Dirk Barz
Pressesprecher

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

Bayerngas GmbH
Poccistraße 9
80336 München

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

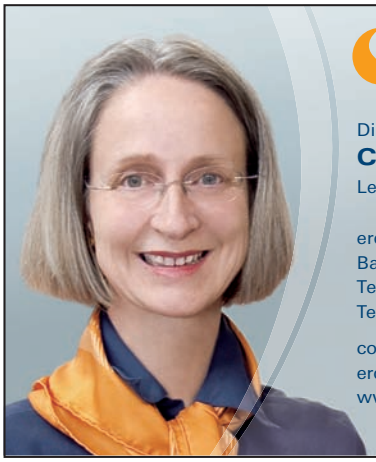
Bayernwerk AG
Ihr Ansprechpartner

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

bayernwerk



erdgas schwaben

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

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

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

LEW
Lechwerke

Ansprechpartner für die Presse

Dr. Thomas Renz
Leiter Kommunikation
T +49 (0)8 21/3 28-18 62
F +49 (0)8 21/3 28-16 60
thomas.renz@lew.de

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

VORRWEG GEHEN

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

N-ERGIE
AKTIENGESELLSCHAFT

Melanie Söllch
Leiterin Unternehmenskommunikation
Pressesprecherin

Am Plärrer 43
90429 Nürnberg

Telefon 0911 802-58050
Telefax 0911 802-58053

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

RMD
RHEIN-MAIN-DONAU

Jan Kiver
Pressesprecher

Leiter
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
Vorstandsbüro

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

ENERGIE

VERKEHR

UNTERNEHMEN

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.

swa
Energie Wasser Verkehr

Carmen Meinhold
Pressesprecherin

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

thüga
Das große Plus für alle

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

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

www.bayernhafen.de

bayernhafen Gruppe
Aschaffenburg – Bamberg – Nürnberg – Roth – Regensburg – Passau

---

Flughafen München 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

VAG
Verkehrs-Aktiengesellschaft Nürnberg

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

VGN
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

---

fendt.com

FENDT

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

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

Kontakt:

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

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

AUDI AG
Kommunikation
85045 Ingolstadt

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

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

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

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

BayWa

Marion Danneboom M.A.
Leiterin PR/Unternehmens-
kommunikation

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

BMW GROUP

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
Produkt-, Technologie-, Sportkommunikation,
Dienstleistungen
Telefon: +49(0)89-382-19175
E-Mail: Dirk.Arnold@bmw.de

Postanschrift
BMW AG
D-80788 München

Hausanschrift
BMW Haus
Petuelring 130
80788 München

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

Internet: www.press.bmw.de

DIEHL

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

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

Dräxlmaier Group

Wir beliefern Premium-Automobilhersteller mit modernen Bordnetzsystemen, 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@draexlmaier.com

MOVING AHEAD THE AUTOMOTIVE FUTURE

E-T-A®
ENGINEERING TECHNOLOGY

Thomas Weimann
Leiter Unternehmenskommunikation

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

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

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 Nürnberg
Telefon +49 911 8602-0
www.gossenmetrawatt.com

Kontaktbörse „Pressestellen"

Die Rubrik „Pressestellen" im *BJVreport* ist ein gern genutzter „Treffpunkt" für Kammern, Verbände, Organisationen, Dienstleister und Unternehmen aus vielen Bereichen, die regelmäßige und fundierte Pressearbeit betreiben. Nutzen Sie diese Kontaktbörse, alle zwei Monate, ein ganzes Jahr lang für nur 1.300,- € inkl. Gestaltung und zzgl. MwSt.

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

Klinikum Nürnberg

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit *Wir sind für Sie da!*

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

www.klinikum-nuernberg.de

LOEWE.

Loewe AG

Dr. Roland Raithel
Pressesprecher

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

MR

Maschinenfabrik Reinhausen GmbH

Otmar Reichmeyer
Head of Communications

Falkensteinstraße 8
93059 Regensburg

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

www.reinhausen.com o.reichmeyer@reinhausen.com

MTU Aero Engines

Deutschlands führender Triebwerkshersteller

MTU Aero Engines GmbH
Dachauer Straße 665
80995 München

www.mtu.de

Ihre Ansprechpartner:

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

Martina Vollmuth
Pressesprecherin
Fachpresse 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

OMV

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 Enninger
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

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

OSRAM

PORSCHE

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

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

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

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

Porscheplatz 1
70435 Stuttgart

SIEMENS

Bernhard Lott
Pressesprecher Siemens Region Bayern

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

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

BJVreport 2/2014

St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg

Fachkompetenz
mit Kopf, Herz & Hand

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

StWN
Städtische Werke Nürnberg GmbH

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

TÜVRheinland®
Genau. Richtig.

Rainer Weiskirchen
Pressesprecher

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

---

wbg Nürnberg Immobilien

Wohnen ist unser Produkt

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

Dieter Barth
Leiter Unternehmenskommunikation

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

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

Wir gestalten LebensRäume.

BAYERISCHE LANDESÄRZTEKAMMER

Pressestelle

Dagmar Nedbal
Leiterin der Pressestelle,
Bayerisches Ärzteblatt,
Internet

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

BLZK | Bayerische LandesZahnärzte Kammer

Isolde M. Th. Kohl

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

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

Handwerkskammer für München und Oberbayern

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

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

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

---

Bitte beachten Sie die aktuellen Termine

Ausgabe *BJVreport*	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
3/2014	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@pundwag.de

IHK

Industrie- und Handelskammer
Nürnberg für Mittelfranken

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

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

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

BAUINDUSTRIE BAYERN

Dr. Josef Wallner

Öffentlichkeitsarbeit und Volkswirtschaft
Bayerischer Bauindustrieverband e.V.

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

Bayerischer 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

sanitär heizung klima

Fachverband Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik Bayern

Dr. Wolfgang Schwarz
Hauptgeschäftsführer

Pfälzer-Wald-Straße 32
81539 München

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

www.haustechnikbayern.de

presse@haustechnikbayern.de

Claudia Eberl
Öffentlichkeitsarbeit / Presse

Milch und Käse aus Bayern

Landesvereinigung der
Bayerischen Milchwirtschaft e.V.
Kaiser-Ludwig-Platz 2
80336 München
Telefon 089 / 54 42 25 - 25
Telefax 089 / 53 45 95
www.milchland-bayern.de
c.eberl@milchland-bayern.de

Nürnberger Volksfest

Bayerns zweitgrößtes Volksfest
Frankens Erlebnisvolksfest

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

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

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

VBEW

Verband der Bayerischen Energie- und Wasserwirtschaft e.V.

Jessica Hövelborn
Referentin für 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.de

caritas

Aktive Hilfe, die ankommt

www.caritas-bamberg.de

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

Dr. Klaus-Stefan Krieger
Referent für Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 0951 8604-120, Telefax 0951 8604-33120
klaus.krieger@caritas-bamberg.de

Sekretariat Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 0951 8604-131 oder -103

Das Leistungsnetzwerk der Caritas.

SOZIALVERBAND VdK BAYERN

Zukunft braucht Menschlichkeit.

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

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

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.

Jens Pottharst (vorne) erklärte ausführlich die Besonderheiten der Europawahlen, worüber sich Franken-Bezirksvorsitzender Dieter Germann (links) und Markus Mauritz vom Vorstand der BJV-Fachgruppe Europa freuten. Foto: Udo Dreier

Schaffen es die kleinen Parteien ins EU-Parlament?

Zum ersten Mal in der Geschichte der EU wird das neu gewählte Europa-Parlament auch den Präsidenten der EU-Kommission bestimmen. Entsprechend groß ist das Interesse der Medien an der Wahl, die in den Mitgliedstaaten ab dem 22. Mai, in Deutschland am 25., stattfindet. Für Infos über den Ablauf dieses Entscheids hatte der BJV zwei Briefings für Journalisten in der BJV-Geschäftsstelle in München und im PresseClub Nürnberg organisiert. Jens Pottharst, Presseattaché des EU-Parlaments, unterrichtete die Kollegen aus erster Hand.

Spannend sei die Frage, welche der kleinen Gruppierungen den Einzug ins Parlament schafft, betonte Pottharst. Nachdem das Bundesverfassungsgericht Ende Februar die Dreiprozent-Hürde für unzulässig erklärt habe, hätten auch Parteien wie die Alternative für Deutschland (AFD), die Piraten oder die Freien Wähler eine realistische Chance, ins EU-Parlament einzuziehen. Und damit bei der Wahl des Kommissionpräsidenten entscheidend Einfluss zu nehmen.

Als Favoriten wurden bisher der bisherige Parlamentspräsident Martin Schulz und der ehemalige luxemburgische Ministerpräsident Jean-Claude Juncker gehandelt. Der Ausgang der Wahl sei unklar, „denn ein Kandidat braucht für den Erfolg mindestens die Hälfte der 751 Abgeordneten, also 376 Ja-Stimmen". Über so viele verfüge aber keine der Fraktionen, weshalb Koalitionen mit kleineren Gruppen unumgänglich seien.

Nicht nur für den Bürger, sondern auch für Journalisten schwer zu durchschauen sind die Besonderheiten des Wahlsystems. Eine Pressemappe mit allen wichtigen Terminen und Infos zur Europawahl steht auf der Website des EU-Parlaments www.europarl.eu zum Download bereit. Einen ausführlichen Bericht zur Veranstaltung lesen Sie auf der BJV-Webseite unter www.bjv.de.
Maria Goblirsch

Der *MUH* geht's gut

Die Zeitschrift für „Bayerische Belange" hat sich etabliert

Ein wenig bange sei's ihm gerade schon, gesteht *MUH*-Redaktionsleiter Josef Winkler vor der Gesprächsrunde im Münchner Presseclub: Zum einen hat er mächtig Respekt vor zwei Dutzend anwesenden Journalistenkollegen, zum anderen erscheint Anfang April die 13. Ausgabe der *MUH* unter seiner Ägide und da sei er halt abergläubisch. Die erste „Prüfung" bestand Winkler schon mal souverän. Das von der Fachgruppe Junge organisierte und von deren Vorsitzendem Christian Pfaffinger moderierte Gespräch war für die Teilnehmer unterhaltend und informativ.

Winkler berichtete über die Gründungsgeschichte des Heftes. Der Untertitel „Bayerische Aspekte" sei erst kurz vor Drucklegung des ersten Heftes spontan entstanden. Und immer wieder musste und muss improvisiert werden: „Das Finden einer Mitarbeiterschaft war sehr schwer", sagt Winkler. Denn Geld gab es bei den ersten Heften für die Mitstreiter erst mal keines zu verdienen: „Kriagst an warmen Händedruck und an Schweinsbraten", hieß es damals. Winkler konnte sich aber auf ein eingeschworenes Netzwerk verlassen: „Des san einfach nette Leut", beschreibt er deren Leidensfähigkeit. Rund 80 Leute hätten an dem seit 2011 erscheinenden Heft mitgearbeitet; aktuell seien rund 50 Personen aktiv dabei.

Inzwischen kann *MUH* seinen Mitarbeitern etwas bezahlen. Das Blatt (Einzelpreis 5,50 Euro) habe 4000 Abonnenten, rund 5500 Exemplare werden am Kiosk verkauft. Trotzdem sei es mit den Finanzen immer noch extrem schwierig. Problematisch sei vor allem das Anzeigengeschäft: „Das ist extrem zäh", erklärt Winkler. Der ehemalige Redakteur des *Musikexpress* und die Verlagsleiterin Nicole Kling leisten die Hauptlast für die im oberbayerischen Truchlachting erscheinende Zeitschrift. Obwohl man nur vier Hefte

Musste anfangs Schweinebraten statt Honorar verteilen: MUH-Redaktionsleiter Josef Winkler. Rechts FG-Vorsitzender Christian Pfaffinger.
Foto: Stefan Girschner

im Jahr produziere, sei es ein „zeit-, nerven- und energieraubender Vollzeitjob“ für ihn, sagt der 41-jährige Winkler und wirkt dabei trotzdem angenehm euphorisch und überzeugt von diesem Job. Es sei ihm noch nicht gelungen, etwas von der Arbeit auszulagern. Wer Winkler und sein Team unterstützen will, kann sich gerne per E-Mail bei ihm melden. *Thomas Mrazek*

Kontakt: info@muh.by

München als Markenkern

Täglich sieben bis acht Beiträge, produziert von 20 Journalisten, gesehen von 400.000 Zuschauern: Selbstbewusst präsentierte Chefredakteur Jörg van Hooven die Bilanz von *München TV* den rund 30 BJV-Journalisten, die auf Einladung der Fachgruppe Rundfunk gekommen waren. Sie konnten die Live-Sendung der 30-minütigen Nachrichten mitverfolgen – im Regieraum oder im Studio. Richtig zur Sache ging es, als sich Jörg van Hooven den kritischen Fragen der Besucher stellte, zum Beispiel nach den Grauzonen, der Vermischung von Werbung und Programm. Mit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) habe man sich geeinigt, so van Hooven, dass „gesponserte“ Formate über Münchner Unternehmen als Werbesendungen durchgehend gekennzeichnet würden.

FG-Rundfunk-Vorsitzende und BJV-Vize Hilde Stadler wollte wissen, wie sehr die Gesellschafter Einfluss auf den Sender nähmen. Unter den sieben Gesellschaftern sind die Medien-Schwergewichte Oschmann, Burda, Ippen und Markwort. Die stünden sicher sofort auf der Matte, falls wir rote Zahlen hätten, gab sich Jörg van Hooven überzeugt. „Doch so lange wir schwarze Zahlen schreiben, seit neun Jahren nunmehr, halten sich die Gesellschafter zurück.“ Die Vorgabe des Lizenzgebers BLM nach einem Personalstand von 60 Stellen, davon mindestens 30 im redaktionellen Bereich, versuche man zu erfüllen. *Cornelia Bruckner*

Deutschlands renditestärkstes Medium

Solche Mitteilungen haben auf deutschen Redaktionsfluren Seltenheitswert: Unter „In diesem Monat neu eingestellt“ finden sich die Konterfeis von vier neuen redaktionellen Mitarbeitern auf dem Schwarzen Brett. Hier scheint das Geschäft gut zu laufen. Die Fachgruppe Online war zu Gast bei der Redaktion von *1&1* in München. Hier erstellen rund 40 Redakteure jeden Tag die Nachrichten unter anderem für die Portale *GMX.de, Web.de* und *1&1*. Diese Marken sind den Besuchern eigentlich mehr als Dienstleister von Telekommunikationsangeboten bekannt, denn als journalistische Portale. „Wir sind aber auch ein tolles Medium“, sagt Chefredakteur Thomas Rebbe und nennt Zahlen: Von den 54 Millionen Internet-Nutzern in Deutschland nutzen rund 28 Millionen die Mail-Dienste von *GMX* und *Web.de* und rund 13 Millionen so genannte unique visitors können die Portale der vorgenannten Angebote verbuchen. Zum Vergleich: *Bild.de* kommt auf 13,7 Millionen. Und damit lässt sich auch ordentlich Geld mit Online-Werbung verdienen: „Wir haben wohl die beste Rendite in der deutschen Medienlandschaft“, sagt der Chefredakteur, ohne allerdings konkrete Zahlen zu nennen.

Wieviele Artikel, die sich hauptsächlich aus den Nachrichtenfeeds von Agenturen zusammensetzen, am Tag auf den Portalen publiziert werden, kann Rebbe nicht genau beziffern. Es dürften so um die 150 sein. Besonders die gute Themeneinschätzung zähle hier zu den essentiellen Anforderungen an das journalistische Handwerk. Ist hier überhaupt Platz für freie Journalisten? „Ja. Wir haben das Budget für Freie sogar noch ausgeweitet“, berichtet Rebbe. Themenvorschläge an die Redaktion seien willkommen.

Thomas Mrazek

Von links: Jörg van Hooven, Maskenbildner und Moderatorin Monika Eckert von München TV. Rechts FG-Vorsitzende Hilde Stadler Foto: Cornelia Bruckner

Redakteure wollen kämpfen

FG Tageszeitungen zieht Streikbilanz und wählt Vorstand neu

Der Wille in den Zeitungsredaktionen, für die eigenen Rechte zu streiten, ist ungebrochen. Deshalb hat die neugewählte Spitze der BJV-Fachgruppe Tageszeitungen auch das Ziel, ihre Arbeit flächendeckend zu verstärken.

Die aktuelle Tarifauseinandersetzung stand im Mittelpunkt der Mitgliederversammlung der Fachgruppe in Nürnberg. Der alte und neue Vorsitzende, Karl-Heinz Dix von der *tz*, berichtete aus München, dass die Streikbereitschaft vor allem beim *Merkur* sehr groß sei. Für eine Ausgabe der *Süddeutschen Zeitung* seien dank der Kampfmaßnahmen der vergangenen Woche deutlich weniger Seiten produziert worden als üblich.

Margit Conrad vom *Oberbayerischen Volksblatt* betonte, in Rosenheim seien so viele Redakteure in den Ausstand getreten wie noch nie. Zudem verdichteten sich die Gerüchte, dass Verleger Dirk Ippen die Tarif-

Schwer Zeiten, gute Laune – die Spitze der Fachgruppe Tageszeitungen: (von rechts) Gunter Becker, Karl-Heinz Dix, Margit Conrad und Wolfgang Grebenhof. Foto: Jim Albright

bindung beenden wolle. Den meisten Kampfesmut hatten die Kolleginnen und Kollegen der *Allgäuer Zeitung* in Kempten gezeigt, die einen dreitägigen Warnstreik durchgezogen hatten. Ex-Betriebsratsvorsitzender Wolfgang Soergel erzählte, dass es den Häusern in Kempten und Augsburg gut gehe, denn selbst Andreas Scherer, Vorsitzender der bayerischen Zeitungsverleger und Vorsitzender der Geschäftsführung der Mediengruppe Pressedruck, habe in der Betriebsversammlung formuliert, dass alle Ziele erreicht worden seien.

Ein Ende der Tarifauseinandersetzungen lasse sich nicht absehen, meinte Wolfgang Grebenhof, Mitglied des DJV-Bundesvorstands. Nachdem man versucht habe, den tiefen Graben zwischen den Vorstellungen beider Seiten aufzufüllen, veranstalte der Verlegerverband mit seinen letzten Forderungen einen „tarifpolitischen Amoklauf". Wegen langer Krankheit den Urlaub zu kürzen sei ein „Oberhammer". Ebenso strikt abzulehnen sei die Regionalisierung, worunter die Verleger eine Koppelung der Gehälter an die Kaufkraft einzelner Regionen verstünden. Dies sage aber nichts über die Wirtschaftskraft der Verlage aus. Mit der Aktionswoche hätten die Gewerkschaften das „Signal Flächenbrand" setzen wollen. Den Warnstreik habe man auch nicht unmittelbar vor den Betriebsratswahlen ausgerufen, denn damit hätte die Gegenseite gerechnet. Gemessen an der Zahl der Teilnehmer sei der Aufruf ein Erfolg gewesen. Die Wirkung auf die Gegenseite müsse man abwarten. Bisweilen entstehe der Eindruck, dass der Verlegerverband auseinanderfalle.

In der Diskussion wiesen vor allem Betriebsräte auf die Bedeutung des Flächentarifvertrags als Maßstab auch für Betriebe mit Haustarif hin. Übereinstimmend wurde berichtet, dass sich unerwartet viele Kandidaten für die Betriebsratswahl gefunden hätten. Ausdrücklich Lob gab es in diesem Zusammenhang für die Berichterstattung des *BJVreports*.

An den Bayerischen Journalistentag im Mai in Garmisch-Partenkirchen wurde der Antrag verabschiedetet, darauf hinzuwirken, dass der Beitrag zur Streikkasse wieder auf einen Euro pro Mitglied und Monat angehoben wird.

BJV-Vorsitzender Michael Busch dankte der Fachgruppe für ihre Aktivität, mahnte aber mehr Veranstaltungen an, die über den Freistaat verteilt angeboten werden sollten. Es sei wichtig, Informationen schnellstmöglich an die Mitglieder weiterzugeben.

Zu Stellvertretern von Karl-Heinz Dix wurden Margit Conrad, Gunter Becker (*Nordbayerischer Kurier,* Bayreuth) und Wolfgang Grebenhof *(Fränkische Landeszeitung)* gewählt.

Michael Anger

„Habe ich Paranoia?"

Mit wenigen Klicks verhalf Matthias Eberl Onlinern zu mehr Datenschutz

Jahrelang trotzte er Zweiflern, die Audio-Slideshows nichts abgewinnen können. Jetzt hat sich der Münchner Journalist Matthias Eberl einen weit größeren Gegner vorgenommen: Datensammler aller Art, egal ob Internet-Konzern oder Geheimdienst. Hundertprozentigen Schutz gebe es nicht, sagte er den Kollegen, die zum Infoabend der Fachgruppe Online in die BJV-Geschäftsstelle gekommen waren. Aber man könne und müsse einiges tun.

Eberl skizzierte die Lage: Ausgespähte Journalisten bekämen beispielsweise Probleme bei der Ein- oder Ausreise in Ländern wie den USA, China, Israel oder Iran. Der Informantenschutz werde ausgehebelt, Recherchen behindert. Massenausspähen könne jeden Journalisten zum direkten

Vorsicht. Keine E-Mails ohne Verschlüsselung, rät Matthias Eberl. Foto: Barbara Weidmann

Überwachungsziel machen. Für Journalisten sollte sichere Kommunikation an oberster Stelle stehen. Stattdessen, so ärgert sich Eberl, „stimmen viele Kollegen zwar großes Geschrei an, verschlüsseln aber nicht mal ihre E-Mails!“

Heimlichen Mitlesern die Tour zu vermasseln, ist mit OpenPGP keine Hexerei und selbst von Laien zu bewältigen. Auch Dateien und Ordner lassen sich sicher und transportabel verpacken, etwa mit OpenSource-Tools wie 7-Zip. Ganze Datenträger werden mit Software wie TrueCrypt geschützt. Datenaustausch durch fremde Netze läuft vorsorglich über einen VPN-Server.

Und das tägliche Surfen? Anonyme Internet-Nutzung versprechen Plugins wie HTTPS-Everywhere, Zenmate oder das Anonymisierungsnetzwerk Tor. Sogar für omnipotente Soziale Netzwerke gäbe es Alternativen wie etwa Friendica oder Diaspora. Allgemeiner Konsens: Überwachung müsse man nicht aus Bequemlichkeit erlauben.

Barbara Weidmann

Linktipps zu diesem Thema finden Sie auf der BJV-Homepage unter: bjvlink.de/sicher

Jubilare

Im Herzen ist er immer jung geblieben – dank der Jugendzeitschrift *Stafette*, die er jahrzehntelang als Chefredakteur führte, und dank seiner Enkel: Am 28. Mai feiert **Eduard W. Länger** in Nürnberg seinen 80. Geburtstag. Mehr als zehn Jahre lang bis 1995 war der fröhliche Kollege Vorsitzender der Fachgruppe Zeitschriften.

Die Kollegen beim *Schweinfurter Tagblatt* und bei der Würzburger *Main-Post* wissen, was sie an **Hannes Helferich** haben. Er ist nicht nur ein engagierter Journalist, sondern war mehr als zehn Jahre lang auch ein ganz rühriger Betriebsrat im Verlag sowie im Vorstand der BJV-Fachgruppe. Am 18. Mai feiert der Kollege mit dem enormen kabarettistischen Talent seinen 60. Geburtstag.

In den 90ern

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

In den 80ern

Hannelore Beekmann, München (9.5.1930)
Karlheinz Bischof, Wolfratshausen (17.6.1933)
Dieter Hanitzsch, München (14.5.1933)
Walter Hohler, Würzburg (15.6.1925)
Ljubisa Jevtic, Fürstenfeldbruck (25.6.1928)
Lajos Keresztes, Nürnberg (17.5.1933)
Adolf Meyer, Grünwald (4.6.1928)
Gerhard Moosleitner, Kirchheim (2.5.1933)
Michael Neumann, Tutzing (31.5.1933)
Horst Schumann, Landshut (24.5.1933)
Wilkin Spitta, Mariaposching (16.5.1928)
Norbert Stahl, Eichenau (11.6.1930)
Marianne Stepat, Eichenau (21.5.1926)
Rüdiger von Hunoltstein, Olching (2.5.1931)
Hans-Joachim Weber, München (19.5.1933)

80 Jahre

Werner W. Krämer, Rosenheim (9.6.)
Eduard W. Länger, Nürnberg (28.5.)
Theo Zimmer, Unterthingau (21.6.)

75 Jahre

Bernd Dost, München (16.5.)
Klaus Hechler, Augsburg (3.5.)
Uve Hirsch, München (5.6.)
Friedrich W. Horneber, Abenberg (2.6.)
Walter Kantsperger, München (12.6.)
Joachim Rensch, Nußloch (13.6.)
Horst Ulbricht, Nürnberg (5.6.)

70 Jahre

Jürgen Conrad, Starnberg (31.5.)
Geert Garlt, Herzogenaurach (16.5.)
Wilhelm Gerhardy, Planegg (4.6.)
Erwin Haydn, Wörthsee (15.5.)
Claus G. Lübker, Schäftlarn (4.6.)
Hans Wilhelm C. Ottmann, Unterföhring (12.5.)
Eugen Rapp, Brannenburg (13.5.)
Rolf Peter Reichel, Grub a. Forst (25.6.)
Oswald Rottensteiner, Obertraubling (30.5.)
Werner Siebeck, Gräfelfing (28.6.)

65 Jahre

Manfred Bergmann, Haar (8.6.)
Roland Beysel-Hohler, Osterhofen (30.5.)
H.-Christian Biersack, Neumarkt (25.5.)
Rolf Froböse, Wasserburg (29.6.)
Heide Geyer, Thyrnau (26.5.)
Angelika Haug, Baden-Baden (30.6.)
Max Kirchbauer, Seehausen (11.6.)
Barbara Kosler, München (20.5.)
Tatjana Lukina, München (22.5.)
Daniela Philippi, München (5.6.)
Anne Marie Schleicher, München (29.6.)
Bernd Seebrecht, Prien (27.5.)
Hannelore Stubenrauch, Plauen (5.6.)
Maximilian Schreiner, Unterstall (9.6.)
Ingo Traub, München (17.5.)
Georg von Rosenthal, Frankfurt/Main (14.5.)

60 Jahre

Peter Altmann, Penzberg (14.6.)
Heidelore Bühler, Rakow (13.5.)
Brigitte Gretschmann, Böbing (15.5.)
Hannes Helferich, Schweinfurt (18.5.)
Thomas Honickel, München (7.6.)
Bernhard Huwer, Hohenbrunn (16.6.)
Ursula Kronenberger, München (14.5.)
Sibylle Link, Erlangen (12.5.)
Christoph Mulzer, Berlin (31.5.)
Hans-Joachim Rehg, Unterschleißheim (9.5.)
Giuseppe Schwellensattl, München (5.5.)
Reinhard Tandler, Blaichach (21.5.)
Ruth Vierbuchen, Düsseldorf (24.5.)
Isolde von Mersi, Wien (18.6.)
Franz Schenk Graf von Stauffenberg, Berlin (22.6.)
Stephan Wagner, München (25.6.)
Winfried Wagner, Windischeschenbach (25.5.)

Ein streitbarer Vollblutjournalist

Zum Tod des früheren
BR-Fernsehdirektors Wolf Feller

Als Korrespondent in Rom hatte Wolf Feller die Adresse „Bocca di Leone“ – Rachen des Löwen. Als er wieder nach München zurückkehrte und Fernseh-Chefredakteur des *Bayerischen Rundfunks* wurde, kam er manchem wie ein Löwe vor. Immer war er ein streitbarer Vollblutjournalist. Am 3. Februar ist der waschechte Münchner im Alter von 83 Jahren gestorben. Sein ganzes Berufsleben lang war der *BR* seine journalistische Heimat. Der studierte Volkswirt begann 1955 beim Wirtschaftsfunk und nahm im Sender einen steilen Aufstieg. 1962 rückte er als Abteilungsleiter in die Wirtschaftsredaktion beim Fernsehen auf, 1970 übernahm er die Programmgruppe Politik und Wirtschaft. Einem breiten Publikum wurde Feller als Moderator der Sendungen „Markt“ und „PlusMinus“ bekannt. Einen neuen Lebensabschnitt eröffnete er 1977 mit seinem Wechsel ins *ARD*-Studio Rom. Er war damit zugleich zuständig für den Vatikan, Griechenland und Malta. Im Drei-Päpste-Jahr 1978 gelang ihm als erstem Journalisten ein Interview mit Papst Johannes Paul II. Nach fünf Jahren kehrte Wolf Feller nach München zurück, wurde Fernseh-Chefredakteur und fünf Jahre später *BR*-Fernsehdirektor. Er habe den Sender in einer Zeit mit vielen neuen Herausforderungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk „maßgeblich geprägt und mitgestaltet“, würdigte die jetzige Fernsehdirektorin Bettina Reitz ihren Vorgänger. Seine Kritiker hielten Wolf Feller, der 1993 schließlich zum stellvertretenden Intendanten gewählt wurde, eine allzu große Nähe zur CSU vor. Er habe viele Konservative zum *BR* geholt und habe so manchen Linken kaltgestellt. Als *ARD*-Kommentator wusste er mit messerscharfer politischer Analyse bayerische Interessen zu wahren. Mehr als 50 Jahre lang war er zudem ein überzeugtes Mitglied des BJV, dem er im August 1962 beitrat.

SZ-Chefredakteur Kurt Kister würdigte ihn kurz und bündig als „Welterklärer“: **Thilo Bode,** der am 3. Januar in München im Alter von 95 Jahren starb, gehörte in den 50er, 60er und 70er Jahren zu den legendären deutschen Auslandskorrespondenten. Als Autor pflegte er die ironische Distanz zu seinen Themen. „Er gehörte zu jenen Schreibern, die den spezifischen Stil der SZ vor allem auf der Seite Drei damals prägten“, erklärte Kister. Bode stellte hohe Ansprüche an den Journalismus, wusste immer mehr, als er in seinen Beiträgen unterbringen konnte, und pflegte die noble Haltung eines Offiziers und Gentleman. Immerhin war er „the only German U-Boat Commander East of Suez” und nach Volontariat und ersten Stationen in Zeitungsredaktionen 1952 Presseattaché an der deutschen Botschaft in Delhi. Als Asienkorrespondent berichtete er zuerst für die *Welt*, seit 1959 für die *Süddeutsche Zeitung* aus Delhi und Singapur. 1972 zog Bode nach London und ließ seine Leser an der faszinierenden Welt des Vereinigten Königreichs mit den beiden starken Frauen Elizabeth II. und Margaret Thatcher teilhaben. Im BJV seit 1981.

Milan Schulz, ehemaliger Redakteur bei *Radio Free Europe* in München, starb am 20. Januar im Alter von 83 Jahren. Er wurde 1930 in Prag geboren. Schon sein Vater war Redakteur einer Prager Abendzeitung, als KZ-Häftling fand er 1945 in Kaufering den Tod. Schulz arbeitete nach dem Studium der tschechischen Sprache und Literatur als Kunstkritiker bei Prager Literaturzeitschriften. Nach der Niederschlagung des Prager Frühlings verließ er 1969 die CSSR und kam nach München. Im BJV seit April 1973.

Rebecca Bunge, freie Journalistin und Autorin, starb am 29. November 2013 im Alter von 67 Jahren in ihrer Heimatstadt Köln. Vielseitig waren ihre Gebiete in Zeitschriften, Fernsehen, Film und Buch zu den Themen Lifestyle und ästhetische Medizin. Nach dem Studium der Architektur veröffentlichte sie seit 1973 Reportagen u.a. in der *Hör Zu*. 1997 zog sie nach München um. Im Verband seit 1975.

„Jagd hautnah!“

Journalistenpreis 2014 des Bayerischen Jagdverbandes e.V.

Drei Preise in Höhe von 3.000, 2.000 und 1.000 Euro

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

Mit dem Journalistenpreis, der 2013 erstmals verliehen wurde, will der Bayerische Jagdverband (BJV) Journalistinnen und Journalisten auszeichnen, die die komplexen Themen der Jagd vermitteln und eine breite Öffentlichkeit für die Arbeit der Jägerinnen und Jäger in Bayern und darüber hinaus interessieren. Der Preis soll Journalisten motivieren, sich mit der Thematik Jagd fair aber durchaus kritisch auseinander zu setzen und Leser und Zuhörer über das älteste Handwerk der Welt umfassend zu informieren.

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

Kategorie: Zugelassen sind alle Beiträge, die in der Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014 in Printmedien (Zeitungen/Zeitschriften) veröffentlicht wurden, die in Bayern erscheinen. Die Fachpresse ist ausgenommen. Berücksichtigt werden zudem Online- und Hörfunk-Beiträge, wobei der Beitrag aus einer Redaktion in Bayern stammen bzw. einen thematischen Bezug zu Bayern haben muss.

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

Einsendeschluss: 31. Dezember 2014

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

„Bairisch ist ein schönes Biotop“

tz-Chefredakteur Rudolf Bögel experimentiert mit Dialekt in seiner Zeitung – den meisten Leser gefällt es

Von Senta Krasser

Die Münchner *tz* druckte im Februar eine ganze Ausgabe auf Bairisch und stieß damit auf große Resonanz. Seither gönnt sich das Boulevardblatt regelmäßig mehr Lokalkolorit und kommt jeden Samstag mit einer Themenseite im Dialekt. Chefredakteur Bögel erklärt, „warum ma mia des macha“.

Sagen Sie mal, Herr Bögel, wie sexy ist Bairisch?

Rudolf Bögel: Glaubt man den Umfragen, sehr sexy. Bairisch ist eine tolle Sprache, das hört man immer wieder. Apropos, ich darf bei Ihnen beim Hochdeutsch bleiben?

Ja, bitte.

Wissen Sie, mir ist aufgefallen, dass immer weniger Leute Bairisch sprechen oder Bairisch zu sprechen wagen. Als ich in Fürstenfeldbruck zur Schule ging, war Bairisch verpönt. Warum eigentlich? Bairisch, und generell Dialekt, ist ein Stück kultureller Identität. Er kann viel mehr ausdrücken als die Hochsprache. Deshalb bin ich sehr dafür, dass wir das Boarische nicht verlieren.

Deshalb machen Sie die tz *auch in Mundart?*

Ich glaube, dass in einer sich zunehmend globalisierenden Welt Begriffe wie Heimat immer wichtiger werden. Beim Dialekt ist es ähnlich. Auch er ist eine sehr emotionale Angelegenheit. Und Emotion ist schon immer ein Thema des Boulevards gewesen. So gesehen bin ich sehr froh, dass wir mit unserer tz-Ausgabe auf Bairisch ins Herz der Leser gezielt und getroffen haben.

Bei einigen haben Sie tatsächlich einen empfindlichen Nerv getroffen. Von „kritikloser Mundartverklärung“ war in Kommentaren die Rede, und dass Sie keinen Respekt vor nichtbayerischen Lesern hätten.

Wenn man im Jahr über 300 Ausgaben in Hochdeutsch herausbringt und an genau jenem Tag, den die Unesco zum „Tag der Muttersprache“ erklärt hat, eine Ausgabe von A bis Z dem Dialekt widmet, dann kann man nicht von Respektlosigkeit sprechen. Unser Projekt soll als ein Plädoyer für Dialekt allgemein verstanden werden – Bairisch ist ja nicht der allein selig machende Dialekt. Im Übrigen waren die Leserreaktionen zu 80 Prozent positiv bis euphorisch. Darunter waren auch viele Nicht-Bayern.

Erstaunlich, in München, wo die tz *erscheint, leben viele Zuagroaste.*

Sicher leben in München viele Leute, die mit dieser Stadt und ihrer Heimat-Kultur eher wenig anfangen können. Aber: Wir sind auch eine regionale Boulevardzeitung. Unser Verbreitungsgebiet reicht über die Stadtgrenze Münchens hinaus. Die tz gibt es auch in Garmisch, Passau, Regensburg oder Augsburg.

Selbst mundartsichere Leser klagen, Bairisch sei anstrengend zu lesen. Darf eine Zeitung, zumal eine Boulevardzeitung, anstrengend sein?

Die *tz* komplett auf Bairisch war doch eine einmalige Sache. Übrig davon bleibt in der aktuellen Zeitung eine einzige Dialektseite auf Bairisch in unserer Wochenendausgabe. Eine Seite von insgesamt 40 im Blatt. Ein reines Zusatzangebot, das nicht unbedingt alle Leser verstehen müssen und mit dem wir unsere Informationspflicht ganz bestimmt nicht verletzen.

Wie anstrengend ist Bairisch für Ihre Redakteure?

Am Anfang brutal anstrengend. Die Redaktion setzt sich zur Hälfte aus Muttersprachlern zusammen, die Bairisch auch schreiben können.

Leserbriefe noch und noch bekam tz-Chefredakteur Bögel für seine Dialekt-Ausgabe. Andere Zeitungen aus der Verlagsgruppe Ippen könnten seinem Beispiel folgen.

Foto: Oliver Bodmer

... Herr Bögel

Die andere Hälfte kommt aus aller Herren Dialektländer. Natürlich haben wir uns da Hilfe von Mundartforschern geholt, die auch heute noch die Samstagsseite Korrektur lesen.

Und die Idee an sich mit der Dialekt-Zeitung, kam die in der Redaktion gut an?

Wir alle fanden die Idee zunächst kühn. Wir haben auch lange diskutiert. Die einen fragten, Chef, was machen wir, wenn was wirklich Dramatisches passiert? Schreiben wir auf Bairisch über ein Ereignis mit Toten und Verletzten? Mein Argument war: Die Leute wechseln doch nicht plötzlich ins Hochdeutsche, nur weil jemand gestorben ist. Bairisch ist keine Klamauksprache.

„Dialekt ist gesprochene Sprache, geschrieben wirkt er albern." Das schrieb die Münchner Abendzeitung *am „Tag der Muttersprache".*

Ja, mei!

Aber mal ehrlich, eine tz*-Meldung über Uli Hoeneß wie diese: „Weil er an Haufa Steian hintazong hod, hodn da Richter, da Heindl Rupert, fia dreiahoib Joah eikastlt" – die kann man doch nur lustig finden, oder?*

Warum nicht? „Eikastln" klingt sicher netter und liebenswerter als „einsperren". Aber wie gesagt, Bairisch ist keine komödiantische Trottelsprache. Was wir schreiben, hat mit Deppen-Bairisch nichts zu tun.

Was bitteschön ist Deppen-Bairisch?

Wenn auf dem Fußabtreter steht „Haxen abkratzen" – das sagt kein Mensch, aber so was wird mit Dialekt identifiziert. Nicht-Bayern glauben, dass Bayern so reden.

Welche Art Bairisch verwenden Sie in der tz*? Salon-Münchnerisch?*

Nein! Salon-Münchnerisch ist das, was Franz Beckenbauer spricht. Im Wesentlichen Hochdeutsch, mit ein paar bayerischen Worten durchwirkt. Wir dagegen schreiben richtiges Bairisch und bemühen uns, den vielen Regeln, die es gibt, gerecht zu werden. Je nach Region ist der Dialekt anders eingefärbt und können Bedeutungen variieren. Wenn ein Oberbayer sagt, „der schmatzt aber ganz schön", dann meint er, dass der andere beim Essen unangenehme Geräusche von sich gibt. Wenn ein Niederbayer sagt, „da haben wir gschmatzt", dann ist das für ihn ein Synonym für reden. Oberbayern und Niederbayern liegen nicht so weit auseinander, aber da sieht man einmal, wie groß die Bandbreite im Dialekt ist.

Seit 2006 ist **Rudolf Bögel** Chefredakteur der Münchner *tz*. Seine journalistischen Anfänge machte der gebürtige Münchner 1982 als freier Mitarbeiter der *Süddeutschen Zeitung*. Weil die *SZ* kein Volontariat in Aussicht stellte, wechselte er zur *Abendzeitung*, zunächst als Fernsehredakteur. In Augsburg und später München wurde er Lokalchef der *AZ*. Von 1997 bis 1998 war Bögel Pressesprecher des Münchner Tollwood Festivals. Er arbeitete als Autor fürs Bayerische Fernsehen, schrieb über Wirtschaft wieder in der *SZ*, bevor er 2003 zur *tz* ging.

Sie schreiben also bairisch auf die Gefahr hin, dass der Niederbayer „schmatzen" richtig versteht und der Oberbayer beleidigt ist?

Beleidigt ist überhaupt niemand. Noch einmal: Wir finden, Bairisch ist ein schönes Biotop. Und wir werden es weiter pflegen.

Auch weil dieses Biotop Auflage bringt? Die tz *vom 21. Februar bescherte Ihnen ein Plus von zehn Prozent. Konnten Sie den Trend halten?*

Es wäre schön, wenn es so einfach wäre. Diese eine Ausgabe hatte einen extremen Ausschlag. Über die nachfolgenden Samstagsausgaben habe ich noch keine aussagekräftigen Zahlen.

Bei Ebay werden inzwischen 60 Euro für die bairische tz *verlangt.*

Ehrlich?

Eine Steigerung um den Faktor 100.

Ich hätte noch ein paar Zeitungen da. . .

Könnten Sie nicht grundsätzlich mehr für Ihre Zeitung verlangen?

Unsere Zeitung ist definitiv mehr wert als die 60 Cent, für die wir sie verkaufen. Der Ansicht bin ich schon. Eine Butterbreze kostet in München das Doppelte. Die Butterbreze ist in fünf Minuten verspeist, mit der tz kann man sich zwei Stunden beschäftigen. Aber wenn ich im Internet alles kostenlos lesen kann, dann ist es schwierig, über den Verkaufspreis zu reden. Preiserhöhungen haben immer Leser gekostet und keine generiert.

Ein Leser gratulierte im Internet: „Wenn die Bairisch-Seite hilft, wenigstens den Kollegen der tz *ihre Arbeitsplätze zu erhalten, weil die Leser sie goutieren, dann doch herzlichen Glückwunsch nach München, bitte." Kann es sein, dass Sie Arbeitsplatzerhaltung betreiben?*

Da gab es keine Hintergedanken. Den Kommentar kann nur jemand geschrieben haben, der auf die Probleme der *Abendzeitung* anspielt.

Am Tag, nachdem die AZ *Insolvenz angemeldet hatte, drückten Sie und Ihr Verleger Dirk Ippen der Konkurrenz Ihre Solidarität aus. . .*

Bitte verstehen Sie, mir liegt an der *Abendzeitung* sehr viel. Das ist ein Gegner mit Format, mit dem ich mich gerne messe. Aber ich möchte mich nicht über die Situation der *Abendzeitung* auslassen.

Erlauben Sie mir dennoch die Frage: Was hielten Sie davon, wenn Ihr Verleger die AZ *kaufen würde?*

Kein Kommentar.

Was hält Herr Ippen eigentlich von Ihrem Mundart-Experiment?

Das hat ihm richtig gut gefallen.

Er ist kein geborener Bayer. Versteht er, was da auf Bairisch in seiner Zeitung steht?

Ich habe ihm angeboten, die Texte für ihn zu übersetzen. Spaß beiseite. Herr Doktor Ippen lebt schon lange in München. Ich glaube zwar nicht, dass er jedes Wort versteht, aber im Groben schon. Und was ich so aus unserer Zeitungsgruppe höre, wird auch anderswo über eine Mundartseite nachgedacht.

Foto: Michael Westermann

Zeichen setzen, …

… Impulse geben und Ideen zeigen – typisch Messe Stuttgart;
typisch für die Region mitten in Baden-Württemberg. Das Umfeld der Messe ist einer der innovationsstärksten und aktivsten Wirtschaftsräume Deutschlands und Europas. Und typisch schwäbisch traditionell, hier sind Erfinder zuhause, hier sehen Sie Innovationen und Ideen zuerst: **www.messe-stuttgart.de**

Landesmesse Stuttgart GmbH
Messepiazza 1
70629 Stuttgart (Germany)
Telefon: +49 711 18560-0
Telefax: +49 711 18560-2440
E-Mail: info@messe-stuttgart.de

WAS SAUST
ÜBER EINE INSEL
ZEIGT, WIE MAN
UMWELTFREUNDLICH
VORWÄRTSKOMMT?
Die Erdgastaxen auf Sylt.
Die Erdgastaxen auf Sylt verdeutlichen, wie in Zukunft der Hase läuft. Denn hier tanken immer mehr Taxen Erdgas. Und mehr und mehr andere Fahrzeuge auch. Natürlich zum großen Teil schon aus klimaneutralem Biogas. Genial – und nicht nur eine Insellösung.
Diese Idee der Energieversorgung Sylt ist eine von vielen, mit denen die über 100 in der Thüga-Gruppe organisierten Stadtwerke die Energiewende vorantreiben. Für ein entscheidendes Plus für Mensch, Natur und Umwelt. Für das große Plus für alle.
Erfahren Sie mehr über
www.energie-und-wende.de
Die Energieversorgung Sylt verbindet Energie und Umwelt für die Insel.
EVS
Energieversorgung Sylt GmbH
Thüga
Das große Plus für alle