

BJV report

Ausgabe 5/2023

Bayerischer Journalisten-Verband e.V.

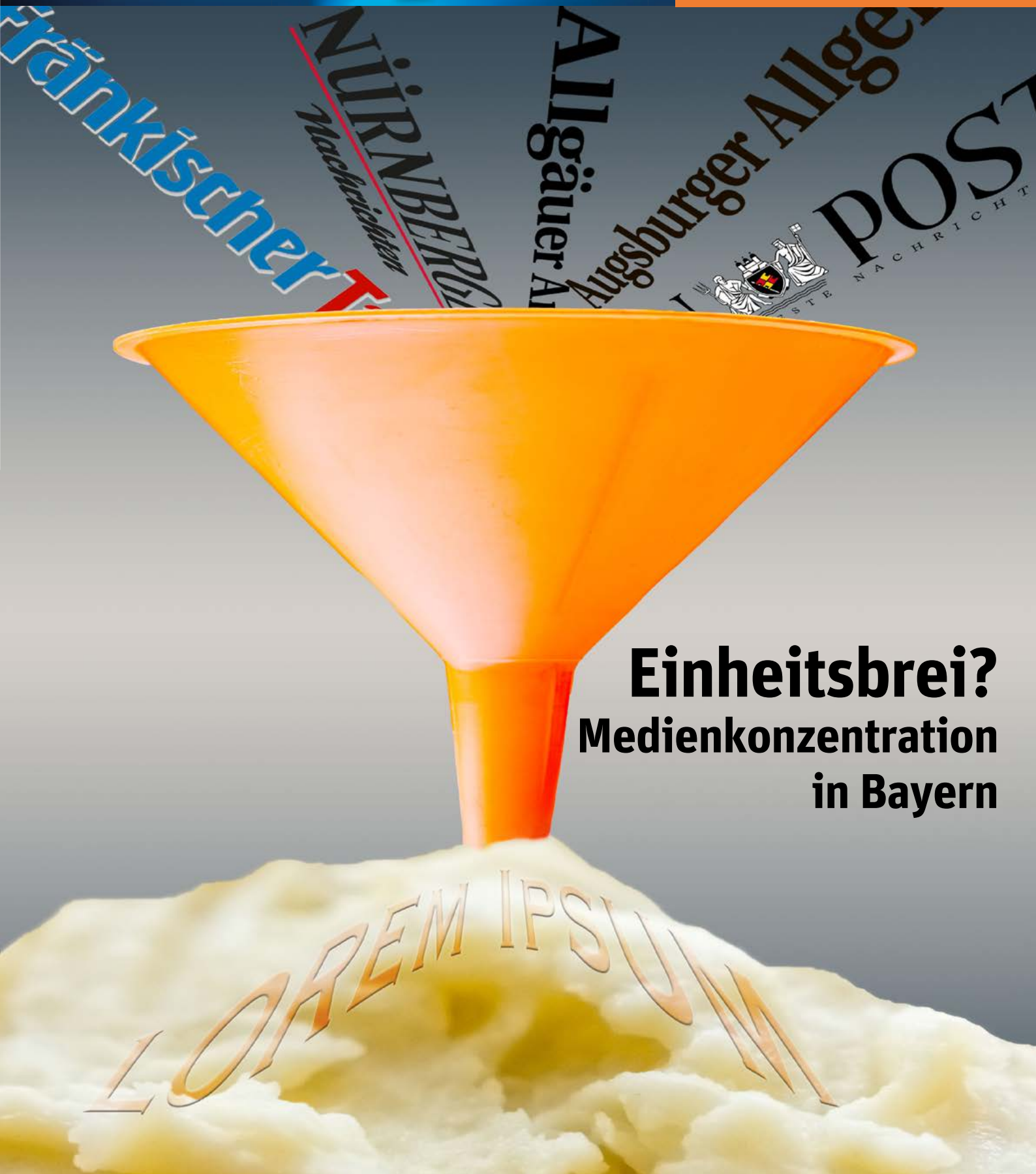
Pressefoto Bayern: Die Siegerbilder

Eine BJV-Officestory aus dem Kongo

DJV-Verbandstag in Magdeburg

Gutachten zur Blaulichtfotografie

www.bjv.de / www.djv.de



Einheitsbrei? Medienkonzentration in Bayern



Jahre
PRESE-VERSORGUNG
Jubiläumsaktion



PRESE-VERSORGUNG



75 Jahre? 750 Geschenke!



Zum 75. Jubiläum der Presse-Versorgung sind 750 Neuabschlüsse zu ganz besonderen Konditionen möglich: Die Mitversicherung Ihrer erwachsenen Kinder im Rahmen unseres Familienkonzepts. Unabhängig von Alter und Beruf. Nutzen Sie jetzt dieses exklusive Angebot, damit Ihre Kinder von dieser günstigen Absicherung und dem Vermögensaufbau, auch mit ETFs, profitieren! Jetzt das begrenzte Angebot sichern:
www.presse-versorgung.de/75-jahre-presse-versorgung-jubilaumsaktion/



Michaela Schneider
Leitende Redakteurin
Foto: Günter Schneider

Demokratiestütze

Mittel für eine Presseförderung im Bundeshaushalt 2024? Fehlanzeige. Angesichts des „geringen haushalterischen Spielraums“ habe man die finanzielle Unterstützung der Presse nicht umsetzen können, erklärt der SPD-Fraktionsvize Dirk Wiese gegenüber der Presse. Eine Zustellförderung wäre nur ein Tropfen auf den heißen Stein, aber immerhin ein Signal, dass es die Politik ernst meint mit ihrem Bekenntnis zum Erhalt einer vielfältigen Medienlandschaft im Land. Denn diese schwindet weiter – und damit auch eine zentrale Säule unserer Demokratie. Die Medienkonzentration nimmt auch in Bayern zu – und das Redaktionsteam des *BJVreport* suchte nach Ursachen und Folgen. Wir fragten uns, ob Zeitungsläser*innen es überhaupt merken, wenn Konzerne die Mantelproduktion mehr und mehr vereinheitlichen. Wir wollten wissen, wie sich Konzentrationsprozesse auf den journalistischen Alltag der Kolleg*innen auswirken. Wir ärgerten uns darüber, dass an mancher Konzernspitze Transparenz wohl keine allzu große Rolle spielt. Und wir schauten auf ein spannendes Phänomen: Im südlichen Landkreis Traunstein schafft es die Verlegerfamilie Miller in inzwischen sechster Generation, sich gegen sämtliche Übernahmeversuche zu widersetzen. Unabhängigkeit erlaube keine Kompromisse, heißt es dort. **Ab Seite 14**

Lorenz Mehrlich ist der Gesamtsieger des BJV-Wettbewerbs Pressefoto Bayern 2023. In München nahm der SZ-Volontär die Auszeichnung entgegen. Auch die Siegerbilder in den acht verschiedenen Kategorien können sich sehen lassen. **Ab Seite 6**

Von München in den Ost-Kongo: BJV-Mitglied Judith Raupp wanderte vor zwölf Jahren aus, weil sie die Frage nicht losließ, was aus ihren Interviewpartnern in Afrika wurde. Senta Krasser besuchte sie „digital“ auf der Terrasse ihres Häuschens in Goma. **Ab Seite 34**

Unser Titelbild

Als „unattraktives Einerlei ohne charakteristische, hervorstechende Elemente“ beschreibt der Duden den Begriff „Einheitsbrei“. Soweit sind wir hoffentlich noch nicht mit Blick auf Bayerns Medienlandschaft. Aber unfraglich gehen mit einer schwindenden Vielfalt Originalität, Perspektiven und Meinungen in unseren Medien verloren. In den meisten Gegenden gibt es keine konkurrierenden Verlage mehr und damit auch keine Notwendigkeit sich abzuheben vom Nachbarn. Und Innerhalb der Konzerne unterscheiden sich die Zeitungsmäntel oft kaum mehr. Die Idee griff unser Coverfotograf **Stefan Gregor** aus dem unterfränkischen Großostheim auf, ließ verschiedene Medien in einen Trichter fallen und einen „Lorem-Ipsum-Brei“ herauskommen. Seit 1989 arbeitet er als Bildredakteur des Aschaffener *Main-Echo* – und damit bei einem der wenigen verbliebenen noch eigenständigen Verlage.



Stefan Gregor
Selbstporträt: Stefan Gregor

Kaleidoskop

- 4 Medienköpfe
- 5 Social Media auf Papier

Verband

- 6 „Das Problem ist, dass wir oft Klischeebilder sehen“
Lorenz Mehrlich holt Gesamtsieg bei Pressefoto Bayern 2023

Titel

- 14 **Das große Verlage-Fressen**
Die Medienkonzentration in Bayern nimmt stetig zu
- 17 **Nein, dafür haben wir kein Verständnis!**
Ein Kommentar zum Schweigen mancher Konzerne
- 18 **Die Personalfrage**
*Was die titelübergreifenden Berichterstattung für Journalist*innen bedeutet*
- 20 **„Da mangelt es an Transparenz“**
*Kaum unterschiedliche Berichterstattung, aber bemerken das die Leser*innen?*
- 22 **„Man muss wissen, wo man herkommt“**
1855 gründete die Verlegerfamilie Miller das Traunsteiner Tagblatt
- 24 **Pressestellen**
- 27 **Impressum**

Verband

- 28 **BSW-Seminare**
- 29 **Expansionsgelüste**
Auf ein Wort mit dem stellvertretenden BJV-Vorsitzenden Wolfgang Grebenhof
- 30 **Aus dem Verbandsleben**
- 33 **Nicht meckern, sondern Verantwortung übernehmen**
Der DJV-Verbandstag im November findet in Magdeburg statt
- 34 **Die Auswanderin**
Officestory: Seit 2011 arbeitet BJV-Mitglied Judith Raupp im Ost-Kongo
- 36 **Am Ende steht immer ein Mensch**
Was Sergey Lagodinsky über das DJV-Papier zur KI denkt
- 37 **Presseausweis 2024**
- 40 **KI trifft auf eine verunsicherte Medienbranche**
Bei den „kommunikativsten Medientagen aller Zeiten“
- 42 **Kritischer Blick auf die Blaulichtfotografie**
Unabhängiges Gutachten zur staatlichen Einsatzberichterstattung
- 44 **Auch in Tendenzunternehmen Zahlen einfordern**
Betriebsräte-Seminar Kainsbach mit dem Schwerpunkt „Wirtschaftlichkeit“
- 46 **Der BJV-Newcomer: Stefan Sommer**

Service

- 47 **Unsere Tipps**

Zur Person

- 48 **Jubilare**
- 49 **Nachrufe**

Sagen Sie mal...

- 50 **„Die Bilder aus Gaza sind immer schlimmer“**
Zehn Jahre war Richard C. Schneider das Gesicht der ARD in Israel. Er berichtet jetzt für den Spiegel über Nahost.



Foto: Nelson Ndlongala

Malcolm Ohanwe (@Malcolm-Ohanwe) wird wegen Rechtfertigung des Hamas-Terrors in Israel nicht mehr für den *Bayerischen Rundfunk* und *Arte* arbeiten. Beide Sender, für die der vielfach ausgezeichnete Journalist frei tätig war, distanzieren sich von seinen Äußerungen auf X und wollen ihn nicht mehr beauftragen. Der Sohn einer palästinensischen Christin war schon früher mit israelfeindlichen Aussagen in die Kritik geraten.

Thomas Huber (50) übernimmt spätestens zum 1. April 2024 die Geschäftsführung der Mediengruppe *Allgäuer Zeitung*. Die Position war nach dem Tod von Rolf Grummel im Januar 2023 vakant geworden. Huber ist bei der Mediengruppe Bayern derzeit Geschäftsführer von *Mittelbayerischer Zeitung* und *Donaukurier*.

Philipp Wolff (57), Kommunikationschef bei Hubert Burda Media, verabschiedet sich Ende des Jahres „freundschaftlich und auf eigenen Wunsch“. Er führt seit 2013 die gesamte interne und externe Kommunikation. Seine Aufgaben werden intern aufgeteilt, der Posten vorerst nicht nachbesetzt.

Oliver Eckert, Geschäftsführer von BurdaForward, ist nach fast 15 Jahren von Bord gegangen. Erst 2022 war er auch in die Geschäftsführung des BurdaVerlags berufen worden. Als Chef der Verlagstochter Burda Forward war er für die Vermarktung der Onlineauftritte und Apps von unter anderem *Focus*, *Bunte* und *Chip* zuständig. Unter seiner Führung wurde ein komplett mit KI erzeugtes Kochheft realisiert, was auch intern in die Kritik geriet. Eckerts Posten wird nicht nachbesetzt; Manuela Kampff-Wirtz und Elisabeth Varn führen die Geschäfte als Duo weiter.



Stabwechsel beim *BR* in Regensburg: **Veronika Lagerbauer** (@v_laggerbauer) ist die neue Chefin im Studio Niederbayern/Oberpfalz des *Bayerischen Rundfunk*. Ihr Vorgänger Gerhard Schiechel ging Ende Oktober nach 24 Jahren als Studioleiter in den Ruhestand. Die 41-Jährige ist im Landkreis Deggendorf aufgewachsen und hat in Passau und Leipzig studiert. Nach Stationen beim *MDR* und bei privaten Sendern kam sie 2011 zum *BR* nach München. Seit 2021 arbeitet sie für den *BR* in Regensburg, wo sie auch lebt. Als Studioleiterin wird Lagerbauer auch Planung und Bau des neuen multimedialen *BR*-Studios verantworten, das 2024 in Betrieb gehen soll.

Foto: BR/Markus Konvalin



Foto: Florian Bachmeier

Marc Rasmus, bislang *Kabel Eins*-Chef, leitet jetzt *Sat1*, **Hannes Hiller** steht an der Spitze von *ProSieben*. Die beiden folgen auf den bisherigen Doppel-Senderchef Daniel Rosemann (@RosemannDaniel), der den TV-Konzern



Foto: Benjamin Kis

nach 15 Jahren „im besten Einvernehmen“ verlassen hat. Bei *Kabel Eins* rückt Rasmus' Stellvertreter Felix von Mengden auf. *Sixx*-Chefin Ellen Koch verantwortet jetzt auch *Sat.1 Gold*, *ProSieben Maxx* und *Kabel1 Doku*. Außerdem ist *ProSieben-Sat.1*-CEO Bert Habets seit 1. November CEO der Seven.One Entertainment Group.

Johannes Vogel (@vogeljoh), Ex-Digital-CEO der *Süddeutschen Zeitung*, ist nach Köln zu RTL News gewechselt. Dort verantwortet er Produktentwicklung und Vertrieb von *Stern*, *GEO*, *Capital* und *stern+*.

Timo Busch hat über die Busch Group die insolvente Frauenzeitschrift *Emotion* übernommen – mit der bisherigen Verlegerin **Katarzyna Mol-Wolf** als Herausgeberin. Der Kölner Verleger war mit seinem Geschäftspartner Torsten Glatz und der BG Germany GmbH im Juli selbst in eine Insolvenz verwickelt, von der die in München produzierten Branchentitel *Meedia*, *Musikwoche* und *Blickpunkt Film* betroffen sind. Diese sollen, wie *Emotion*, in die Busch Group übergehen.



Foto: Rüdiger Jürgensen

Anja Kohl (53), *ARD*-Börsenexpertin, ist jetzt Stammgast beim „Sonntags-Stammtisch“ im *BR* Fernsehen.

Sie folgt auf Evelyn Ehrenberger, Präsidentin der Hochschule der Bayerischen Wirtschaft. Die gebürtige Aschaffenerin und Wirtschaftsjournalistin berichtet seit 2001 für die *ARD* in verschiedenen Sendungen.

Gernot Bauer ist neuer Sportchef bei *ProSiebenSat.1* und verantwortet sämtliche Sportinhalte plattformübergreifend.

Er kommt von Warner Bros. Discovery, wo er seit 2017 als Head of Sports tätig war. In Unterföhring folgt er auf Alexander Rösner, der zu *Sky Sport* ging.



Foto: Andreas Gehert

Fabian Mehring (@Fabian-Mehring) ist nach der Kabinettsbildung neuer Bayerischer Staatsminister

für Digitales in Bayern. Er war zuvor Parlamentarischer Geschäftsführer der Freien Wähler. Mehrings Vorgängerin Judith Gerlach leitet jetzt das Gesundheitsministerium.

Fanny Fee Werther beerbt Franca Lehfeldt bei *WELT TV*. Die 29-jährige Münchnerin, die ihre Karriere 2017 beim Regionalsender *München TV* begann, ist nun neue Hauptmoderatorin der News-Sendung „Die Welt am Abend“ beim Springer-Sender. Ihre Vorgängerin, die mit Bundesfinanzminister Christian Lindner verheiratet ist, hat sich Ende Oktober aus dem Fernsehjournalismus verabschiedet, um sich mit einer Agentur für Kommunikation selbstständig zu machen. Anders als Lehfeldt ist Werther nicht Chefreporterin; die Stelle soll nicht neu besetzt werden.

Stefan Kumberger (@Kumbi_) übernimmt ab Februar 2024 bei *Sport1* die Position des Chefreporters für den FC Bayern und die Nationalmannschaft. Der Sportjournalist, der bereits von 2011 bis 2021 für den Sportsender tätig war, arbeitete zuletzt als „ran“-Redakteur für *ProSiebenSat.1*.

Daniel Lutz, bis Mai 2023 Programmleiter von *Antenne Bayern*, hat seit November eine neue Aufgabe: Er verantwortet jetzt die strategische Programmentwicklung bei *Klassik Radio* in Augsburg. Programmmanager Stefan Ibelshäuser soll Lutz operativ unterstützen.

Senta Krasser

Die KI-Transformation mitgestalten

Ausprobieren lohnt – ob es um Eleven Lab oder die X-Alternative Bluesky geht

Von Thomas Mrazek und Tobias Weidemann

Ein beliebtes Schlagwort im journalistischen Arbeitsalltag ist die Transformation. Vieles in der Branche ist im Umbruch, manches ist noch ungewiss. Eine Kollegin, die seit Jahrzehnten als Journalistin arbeitet, sagte neulich bei den Münchner Medientagen: „So arg war's noch nie.“ Besonders das Thema Künstliche Intelligenz bereitet ihr Sorgen: „Was kommt da noch auf uns zu? Was bedeutet das für mich und die anderen?“

Die Frage, was da noch im Journalismus auf uns zukomme durch KI, könnte jede halbwegs taugliche KI-Anwendung in Sekundenschnelle beantworten. Allerdings machen solche Antworten nicht unbedingt schlauer. Viel sinnvoller ist's, es auszuprobieren. Man kann Fragestellung variieren und lernt nach und nach die so genannte Prompting-Technik kennen. Dabei geht es um das gezielte Befragen eines KI-Systems wie etwa ChatGPT. Auch die Tücken und Eigenheiten versteht man nach einigen Übungen. Und nach einem Jahr intensiver Nutzung verschiedener KI-Angebote sage ich: Das kritische Arbeiten mit KI im Berufsalltag kann lohnenswert sein und Spaß machen.

+++ Mensch statt Maschine

Selbststudium ist eine Möglichkeit, sich mit dem Thema KI auseinanderzusetzen. Ich empfehle aber zudem, den Rat anderer kompetenter Menschen zu befolgen. Zum Beispiel von Oskar Vitlif. Er arbeitet als freier Digital-Journalist vor allem für das Social-Media-Team von „ARD-aktuell“ (tagesschau). In seinem Newsletter stellt er jeden Montag ein KI-Tool vor, das, wie er sagt, „deinen Alltag einfacher machen wird“. Bereits 25 Ausgaben sind erschienen. ElevenLabs: „Das KI-Tool, das deine Stimme imitiert“; ChatPDF: „Das KI-Tool für PDF-Dateien“ oder Rows: „Befrage deine Excel-Tabelle“ sind einige der vorgestellten Werkzeuge, die auch ohne große technische Vorkenntnisse verwendet werden können.

Etwas umfangreicher, aber ebenso gut verständlich ist der wöchentliche Newsletter von Patrick Große. Er nennt sein deutschsprachiges Angebot The AI Journalist. Große arbeitet bei der *Deutschen Welle* als Chefredakteur des

pan-europäischen Medienprojekts ENTR. Er bietet unter anderem aktuelle Nachrichten und Trends aus der KI-Szene, die für Journalisten relevant sind. Jede Woche gibt es einen neuen, nützlichen Prompt-Tipp. Was ihn antreibt: „Als Journalist bei der *Deutschen Welle* und leidenschaftlicher KI-Enthusiast möchte ich meine Begeisterung für Künstliche Intelligenz mit dir teilen“, schreibt er und beweist seit dem Start des Newsletters vor einigen Monaten, dass unser Handwerk und die KI sich gut ergänzen können.

Der Einsatz von KI im Journalismus muss „unbedingt Leitplanken haben, damit er die freiheitliche Demokratie sowie den journalistischen Berufsstand nicht gefährdet“ heißt es beim DJV. Dort setzen sich Kolleg*innen intensiv und konstruktiv auch auf internationaler Ebene mit dem Thema auseinander. Der DJV bietet neben grundlegenden Informationen einen monatlichen offenen KI-Stammtisch via Zoom, organisiert über den Fachausschuss Freie. DJV und BJV bieten regelmäßig Veranstaltungen zur KI an. Beim BJV können sowohl Mitglieder als auch Nicht-Mitglieder Webinare dazu buchen.

Wir Journalist*innen sind in Bezug auf KI also schon gut ausgestattet. Aber wie sieht es mit unserem Publikum aus? Die *Allgemeine Zeitung* aus Mainz erklärt ihren Leser*innen: „Wir sind davon überzeugt, dass KI keinen Journalismus kann. Punkt. Aber wir sind auch davon überzeugt, dass Künstliche Intelligenz dabei helfen kann, unseren Journalismus (noch) besser zu machen.“ In ihrem Text „Aus der Redaktion: So nutzen wir Künstliche Intelligenz“ sprechen die Verantwortlichen Mario Geisenhanslüke und Julia Lumma Klartext und zeigen auch, an welche redaktionellen Leitlinien sie sich halten und welche Grenzen die KI-Transparenz hat.

Zur Transformation gehört auch, dass wir uns von liebgewonnenen Werkzeugen und mühsam aufgebauten privaten Netzwerken trennen müssen. Ich ziehe mich genauso wie einige Kolleg*innen nach 15 Jahren beruflicher Nutzung von X (vormals Twitter) zurück. Das zunehmend toxische Klima dort führt nur noch

zu Unmut und Frustration. Es gibt bessere Angebote. Kollege Tobias Weidemann empfiehlt im folgenden Text Bluesky. (tm)

oskar.tools
patrickgrosse.de
djv.de/ki
bjv.de/seminare
bjvlink.de/allgemeine-zeitung

+++ Vielversprechende Alternative zu X

Seit der Übernahme von Twitter (heute X) vor gut einem Jahr hat Investor Elon Musk viel Vertrauen bei Nutzern und Werbekunden verspielt – und X viele Nutzer verloren. Die Moderation wurde dort reduziert und der Ton zunehmend rauer und Hatespeech lastiger, insbesondere im Kontext mit den Kriegen in der Ukraine und Israel. Da verwundert es nicht, dass Bluesky – ein X in der Bedienung sehr ähnlicher Dienst – gerade für Furore sorgt und massenweise Mitglieder gewinnt. Kürzlich hat Bluesky den zweimillionsten Nutzer begrüßt, wobei sich die Nutzerzahl in weniger als zwei Monaten verdoppelt hat. Hinter dem 2021 gegründeten Social-Media-Dienst steht Twitter-Gründer Jack Dorsey. Bisher ist die Mitgliedschaft bei der technisch dezentral organisierten Plattform nur auf Einladung möglich, wobei jeder Nutzer alle zehn Tage einen weiteren Einladungscode bekommt und weitergeben kann. Durch die große Beliebtheit wird die Chance auf Einlass also zunehmend größer.

Bemerkenswert ist, dass viele Akteur*innen aus Politik und Gesellschaft im deutschsprachigen Raum dort inzwischen vertreten sind, ebenso Unternehmen, Medienmarken sowie Verbände und Initiativen. Viele davon posten keine neuen Inhalte mehr auf X, legen ihr Konto dort aber meist nicht still, um zu verhindern, dass jemand anderes den bekannten Namen besetzt. Tipp: Gerade Medienschaffende sollten sich zügig „ihren“ Namen dort sichern, zumal das Onboarding weniger komplex ist als bei Mastodon, einem ähnlichen Dienst, der ebenfalls als Alternative zu X gesehen werden kann. (tw)

bsky.app
blueskyweb.org (weiterführende Informationen)

„Das Problem ist, dass wir oft Klischeebilder sehen“

Mit dem Foto eines Geflüchteten-Camps auf Samos gewinnt SZ-Volontär Lorenz Mehrlich den BJV-Wettbewerb Pressefoto Bayern 2023

Von Michaela Schneider

„Gestrandet“ ist das Pressefoto Bayern 2023, fotografiert hat es der 25-jährige Lorenz Mehrlich. Entstanden ist es im Zuge seines Fotovolontariats bei der *Süddeutschen Zeitung* – und zwar auf der griechischen Insel Samos. Dort endet für viele Asylsuchende die Reise nach Europa.

Sie machten das Foto „Gestrandet“ im April während einer Volontärsreise der SZ nach Griechenland. Was hatte es damit auf sich?

Wir haben die Produktion für die Wochenendausgabe des Ressorts „Unterwegs“ übernommen und eine fünfseitige Volo-Ausgabe inhaltlich gestaltet. Dafür hatten wir uns die Region Ägäis ausgesucht. Natürlich entstanden auch „urlaubigere“ Geschichten; doch Klimathemen und politische Fragen wurden ebenfalls aufgegriffen. Wir wollten eine gute Mischung erreichen. Ich entschied schnell, mich mit dem Thema Flucht und Migration zu beschäftigen. Auf touristischen Inseln wie Samos trifft Europas Außengrenze auf Urlaubsregionen.

In Zervou wurde auf 154 Hektar das erste so genannte „Closed Controlled Access Center“ errichtet mit Platz für 3000 Menschen. Was beim ersten Blick auffällt: Der Ort wirkt menschenleer...

Der Ort ist bewohnt, laut Pressestelle lebten dort im April rund 800 Menschen. Ausgelegt ist die Einrichtung auf 3000, dadurch entsteht vermutlich dieser Eindruck. Die Ankunftszahlen variieren und es kann gut sein, dass das Lager im Moment voller ist. Ich war auch in dem alten Lager an den Hängen über Samos, das inzwischen verlassen ist. Es war für 640 Menschen ausgelegt, am Ende lebten laut Guardian im Jahr 2019 dort 3745 Menschen. Man findet dort noch die alten Hütten, Kinderspielzeug, Schlafsäcke, persönliche Gegenstände.

War es einfach, als Journalist ins Camp hineinzukommen?

Das war ein schwieriger Prozess. Die UN-HCR konnte mir nicht weiterhelfen und leitete mich an die griechischen Behörden weiter. Ich war bereits auf Samos. Erst einen Tag, bevor ich mir die Camps anschauen wollte, kam dazu die Erlaubnis. Ich hatte bereits mit Menschen aus dem Lager gesprochen, die ich über NGOs und in der Stadt getroffen hatte. Aber der Lagerbesuch war ein zentrales Element meiner Recherche. Als ich vor Ort ankam, wusste niemand von meinem Besuch und ich saß erstmal eine Stunde in der prallen Sonne. Am Ende aber führten mich doch zwei Damen aus der Verwaltung eine halbe Stunde lang durchs Lager und ich durfte mit Bewohnern sprechen. Als ich im alten Lager und draußen recherchierte, wurde ich immer wieder von der Polizei angehalten, musste meinen Presseausweis zeigen und erklären, was ich mache.

Wo lag die fotografische Herausforderung?

Das Hauptproblem für mich war, dass ich das Wichtigste nicht fotografieren konnte: Jene Menschen, die es nicht bis zu diesem Lager geschafft hatten. Ich fuhr an die Küste, fotografierte an einem Strand und erfuhr über eine Recherche der Journalist*innen von *Solomon*, dass hier ein Pushback stattgefunden hatte.

Vor diesem Hintergrund gewinnt die Leere auf ihrem Foto „Gestrandet“ noch einmal eine andere Bedeutung. Die eigentliche Stärke des Bildes liegt aber darin, dass dann eben doch ein einzelner Mensch vorbeiläuft. Hat der Zufall hineingespielt?

Ich stand relativ lang auf einem Parkplatz oberhalb des Camps und wartete. Ich wollte, dass jemand kommt, der dem Bild die Relation und den menschlichen Kontext gibt vor diesem surreal wirkenden Lager mit zweireihigem Stacheldraht, den Kameras und den weißen Containern in der prallen Sonne. Zufall und Gelegenheit spielen in der Fotografie

eine Rolle, aber man macht sich immer Gedanken über die Bildgestaltung. Ich sah das Bild, als ich auf dem Parkplatz stand, in etwa vor mir - und dann brauchte ich Geduld.

Was wollten Sie ausdrücken?

Das Problem ist, dass wir ganz oft Klischeebilder sehen, wenn es ums Thema Flucht geht und mit Menschenmengen gearbeitet wird. Aber diese Fotografien bilden längst nicht die ganze Geschichte ab. Es geht immer um persönliche, individuelle Geschichten, die man erst erfährt, wenn man auf Menschen zugeht und mit ihnen spricht.

War Ihnen bewusst, dass ein besonderes, vielleicht sogar preiswürdiges Foto entsteht?

Für mich waren die Porträts, die ich fotografierte, die Hauptbilder meiner Geschichte. Aber ich wollte auch das Lager dokumentieren. Als ich später im Hotel meine Fotos durchging, war mir zumindest klar, dass das Bild Teil der Fotoserie wird. Es wurde dann der Aufmacher meiner Geschichte. Dass es das Pressefoto des Jahres 2023 wird, habe ich natürlich nicht kommen sehen. Ich hatte beim Wettbewerb auch eine Serie mit klarem Bayernbezug eingereicht. Umso schöner ist es für mich, dass meine Geschichte, die mir so sehr am Herzen lag, nun diese Würdigung erfährt.



lorenzmehrlich.com

Zur Person

Lorenz Mehrlich, 25 Jahre, wurde in München geboren und wuchs in Fürstentfeldbruck auf. Zwischen 2017 und 2022 studierte er Fotografie an der Fakultät für Design an der Hochschule München. Seit Juli 2022 macht er ein Fotovolontariat bei der SZ und ist im Moment beim *SZ Magazin*.

PRESSE FOTO BAYERN 2023



Lorenz Mehrlich, Gewinner des Wettbewerbs
Pressefoto Bayern 2023.

Foto: Lorenz Mehrlich (Selbstporträt)



Pressefoto des Jahres 2023

Lorenz Mehrlich: Gestrandet

An den Stränden von Samos endet für viele Asylsuchende die Reise nach Europa. Auf der griechischen Insel in der Ägäis wurde in Zervou auf einer Fläche von 154 Hektar das erste so genannte Closed Controlled Access Center errichtet. Es bietet Platz für 3000 Menschen, der Bau wurde mit 43 Millionen Euro von der Europäischen Union finanziert. Es soll ein geordnetes Asylverfahren gewährleisten und Sicherheit für die Inselbewohner schaffen. Aufgenommen am 13. April 2023.

Alle Texte: Maria Goblirsch



Sieger Kategorie Sport – Sonderpreis Sparkassenverband Bayern Alexander Hassenstein: Die ganze Welt des Glücks

Etwa 7000 Athletinnen und Athleten treffen sich vom 17. bis 25. Juli 2023 zu den Special Olympics World Games. Die Niederländerin Nicole Goos tritt im 25-Meter-Finale der Brustschwimmerinnen an. Aufgenommen am 20. Juni 2023 in der Schwimm- und Sprunghalle Europasportpark in Berlin.



Sieger Kategorie Kultur – Sonderpreis Bayerische Landesbank Benedikt Siegert: Trümmer einer Karriere

Es war einst das Glamourhotel der österreichischen Balletttänzerin und Sängerin Margot Werner. Der Star stirbt verarmt, über zwei Jahrzehnte verfällt der Berwanger Hof in Tirol. Feuchtigkeit, Muff und Schimmel halten Einzug. Nun soll das Hotel für 44 Millionen Euro saniert werden. Aufnahme vom 29. November 2022.



Sieger Kategorie Bayern Land & Leute – Sonderpreis Bayernwerk AG Matthias Schrader: Musiker in der U-Bahn

Blechbläser einer Trachtengruppe sitzen am 17. September 2023 in einem Wagen der Münchner U-Bahn, der sie zum Odeonsplatz bringt. Dort formiert sich der Zug der rund 9000 Musiker, Trachtler und Gebirgsschützen, der traditionell am zweiten Tag des Oktoberfestes durch die Münchner Innenstadt führt.



Siegerin Kategorie Tagesaktualität – Sonderpreis Presseversorgung Jana Vogel: Die neun Apostel

Ministerpräsident Markus Söder (CSU) tourt vor der bayerischen Landtagswahl durch die Festzelte im Freistaat. Umringt von Ehrengästen trägt er sich am 30. Juli 2023 in das Goldene Buch der Marktgemeinde Allersberg (Landkreis Roth) ein. Bürgermeister Daniel Horndasch (Dritter von links) zeigt „Daumen hoch“.



Sieger Kategorie Umwelt & Energie – Sonderpreis Bayernwerk AG Matthias Schrader: Schneeferner Gletscher, Zugspitze

Die weiße Decke auf dem Gletscher unterhalb von Deutschlands höchstem Berg ist am 15. August 2023 weitgehend verschwunden. Gründe für den rapiden Schwund: Zu wenig Schnee im Winter, ein trockenes Frühjahr und der heiße Sommer. Eine Pistenraupe präpariert aus den letzten Schneeresten eine Rodelbahn für Touristen.



Sieger Kategorie Europa – Sonderpreis Bayerischer Journalisten-Verband Florian Bachmeier: Veteran Dobrjah

Dobrjah (Kampfname) sitzt am 24. Januar 2023 in der Unterkunft seiner Einheit. Er war einer der Vierzehn, die die Kleinstadt Snihuriwka lange gegen eine russische Übermacht verteidigen konnten. Der Soldat schloss sich als versehrter Veteran der Gruppe an, obwohl er drei Jahre zuvor im Kriegseinsatz im Donbass ein Bein verlor und seither eine Prothese trägt.



Sieger Kategorie Serie – Sonderpreis Bayerische Landesbank Sebastian Beck: Untergriesbach – ein Wirtshaus fürs Leben und Sterben

(Im Uhrzeigersinn von links oben):

Im Gasthaus Lanz herrscht an Fasching ein tagelanger Ausnahmezustand. Bei der „Weiberroas“ am Gründonnerstag sind auch Männer erlaubt.

Zwei Frauen legen eine Rauchpause ein.

Kurz auf dem Klo frischmachen, dann geht die Gaudi weiter bis in die Morgenstunden (Aufnahmen vom 12. und 18. Februar 2023).

Im Hinterzimmer hat sich am 5. Mai 2023 der FC Bayern-Fanclub „Red Eagles“ niedergelassen.

Einmal im Jahr, heuer am 5. Februar 2023, trifft sich die Freiwillige Feuerwehr zur Jahreshauptversammlung im Nebenzimmer des „Lanz“.



Siegerin Newcomer Award – Sonderpreis Presseversorgung
Sophie Linckersdorff: Landshuter Hochzeit

Rund 2500 Mitwirkende spielen alle vier Jahre die Feierlichkeiten rund um die Eheschließung des jungen Herzogs Georg von Bayern- Landshut und der Polenprinzessin Hedwig aus dem Jahr 1475 nach. Szenen der Landshuter Hochzeit vom 1. und 2. Juli 2023.

(Im Uhrzeigersinn von links oben):
 Mittelalterliches Stillleben: Der Buchskranz soll dem „eisernen“ Ritter Glück und Erfolg hoch zu Ross bringen.

Zwei Blumenmädchen erkunden neugierig den Zeltplatz.

Die Fahnschwinger der Landshuter Hochzeit und Schattenspiel in der Nacht.

Das königliche Hochzeitspaar, die polnische Königstochter Hedwig und der Landshuter Herzogssohn Georg, vor ihrem Zelt.

Herzog Georg war als Falkner bekannt. Bei der Landshuter Hochzeit sind zwölf Wanderfalken und 15 Falkner beim Umzug dabei.

Die Sieger*innen des Wettbewerbs Pressefoto Bayern 2023



Von links: Stephan Feigl, der stellvertretend die Urkunde für Sophie Linckersdorff (Newcomer Award) entgegen nahm, Sebastian Beck (Serie), Benedikt Siegert (Kultur), Alexander Hassenstein (Sport), Lorenz Mehrlich (Gesamtsieg), Matthias Schrader (Bayern Land & Leute sowie Umwelt & Energie), Jana Vogel (Tagesaktualität) und Florian Bachmeier (Europa).

Foto: Jim Albright

Ausstellungstermine 2024

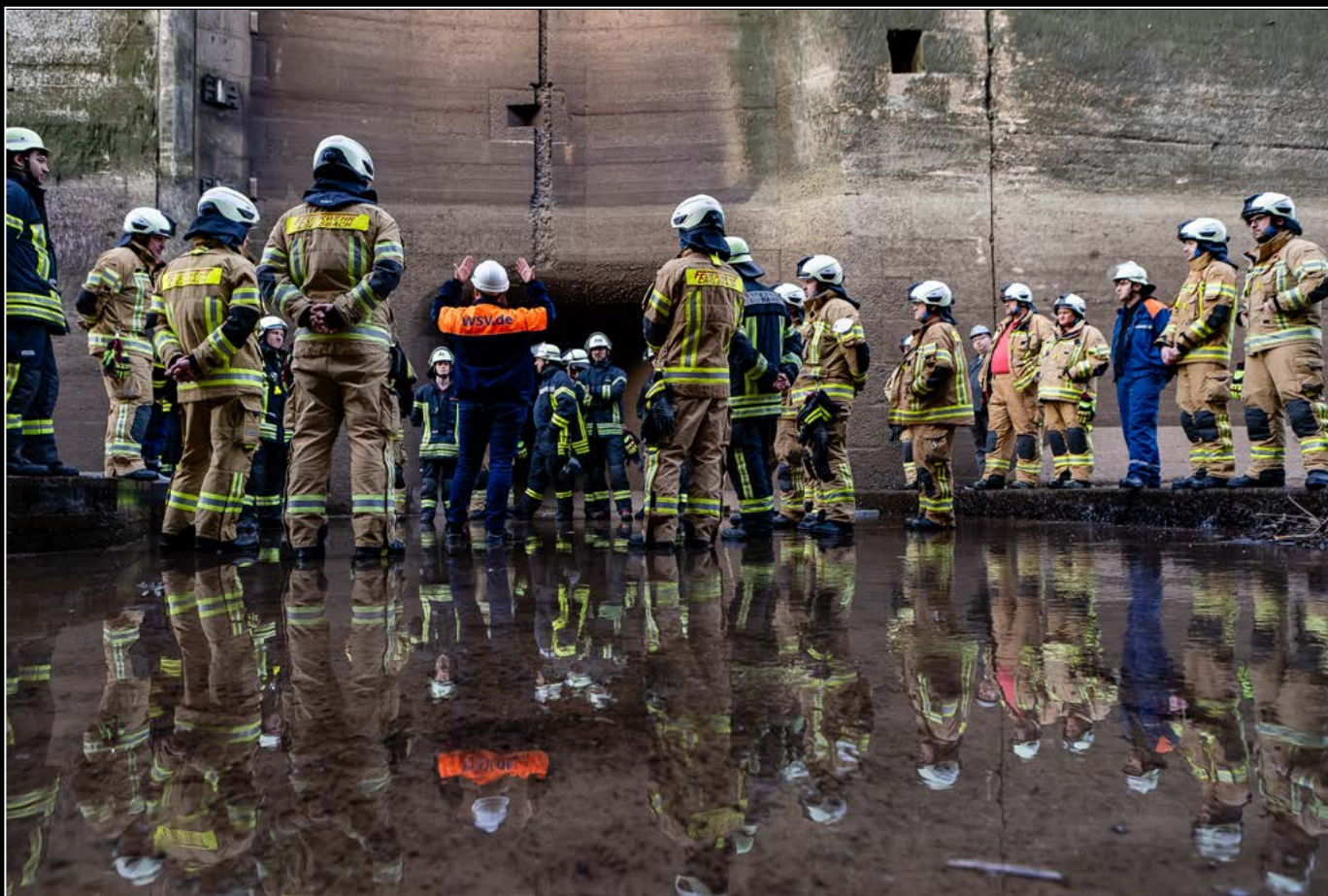
Im Kreuzgang des Bayerischen Landtags ist die Ausstellung „Pressefoto Bayern 2023“ bis zum 5. Januar zu sehen. Das Jahr über wird sie dann durch den Freistaat touren, zwei Termine stehen fest:

- 16. Januar bis 3. Februar: Brücken-Center Ansbach
- 7. März bis 28. April: Stadtmuseum im Fenbo Haus in Nürnberg

Weitere Ausstellungen sind geplant in den Räumen der Sparkasse Mainfranken in Würzburg und der Galerie der Bayerischen Landesbank in München. Auch in Augsburg, Aschaffenburg, Viechtach und Ingolstadt wird „Pressefoto Bayern 2023“ aller Voraussicht nach zu sehen sein.

Mehr dazu unter bjv.de/pressefoto

Pressefoto Unterfranken 2023



Pressefoto des Jahres 2023 – Sonderpreis Bezirk Unterfranken Josef Lamber: Gespiegelte Helden

Feuerwehrkräfte nutzen die für Revisionsarbeiten trockengelegte Mainschleuse Limbach (Landkreis Haßberge) für eine ungewöhnliche Übung. Auf dem zehn Meter tiefen Grund der Schleuse trainieren sie am 22. März 2023 die Bergung eines bewusstlosen Arbeiters.

Das große Verlage-Fressen

Die Medienkonzentration in Bayern nimmt stetig zu. Inzwischen schlucken nicht mehr nur die mittleren Verlage die kleinen – heute werden sie selbst aufgekauft.

Von Michaela Schneider



Betriebsversammlung bei der Mediengruppe Pressedruck in Augsburg. Einiges hat sich verändert. Zum 1. Juli haben Bernhard Hock und Andreas Schmutterer den Vorsitz der Geschäftsleitung und damit die Verantwortung für alle Medienmarken rund um die *Augsburger Allgemeine* übernommen. Den Chefredakteurs-Posten teilen sich seit September Andrea Kümpfbeck und Peter Müller. Nun werden Gedankenspiele gespielt vor der Belegschaft. Unter anderem steht die Idee im Raum, die Mantelproduktion auf den *Südkurier* im baden-württembergischen Konstanz auszuweiten – wieder ginge dann ein Stück Meinungsvielfalt verloren. Der *Südkurier* hatte bis 2011 zur Holtzbrinck-Gruppe gehört; die Augsburgers übernahmen ihn zunächst anteilig, dann vollständig. Später ließe sich das Geschäftsmodell einer soliden, guten Mantelzulieferung vielleicht noch ausweiten, wird angedeutet.

Kein bloßes Gedankenspiel indes ist, dass die *Augsburger Allgemeine* seit Jahrzehnten für die Mantelproduktion der *Allgäuer Zeitung* mit Sitz in Kempten verantwortlich zeichnet – und seit diesem Mai auch für die Mediengruppe Main-Post GmbH in Würzburg. Diese hatten die Augsburgers 2010 mit allen sonstigen Aktivitäten übernommen. Die *Main-Post* wiederum hatte verschiedene kleine Verlage über die Jahre geschluckt: das *Obermain-Tagblatt*, das *Haßfurter Tagblatt*, den *Rhön- und Streubote*, die *Rhön- und Saalepost*. Von Kempten bis in die Rhön liest man im Mantel, was in Augsburg entsteht – und bald vielleicht auch noch im baden-württembergischen Konstanz. Gleichzeitig gehören zur Mediengruppe Pressedruck Anzeigenblätter sowie zahlreiche Beteiligungen an lokalen und regionalen Hörfunk- und Fernsehangebietern in Bayern.

Eines hat sich über die Jahre verändert in Sachen Medienkonzentration: „Früher haben die Mittleren die Kleinen gefressen. Jetzt fressen sie zwar nach vorn immer noch die Kleinen, werden aber von hinten selbst von noch größeren Konzernen geschluckt“, sagt Medienwissenschaftler Horst Röper gegenüber dem *BJVreport*. Mitbegründet hatte er 1984 das Dortmunder Medienforschungsinstitut FORMATT. Inzwischen ist er im Ruhestand, bleibt aber, wie ihn einmal die *taz* nannte „das Gedächtnis der deutschen Zeitungslandschaft“. Im ersten Quartal 2022 erschien letztmals sein zweijährlicher Bericht zum deutschen Zeitungsmarkt; „weniger Wettbewerb bei steigender Konzentration“ hatte er ihn überschrieben. Die Mediengruppe Pressedruck rangierte hier erneut auf Platz sechs der größten deutschen Tageszeitungskonzerne.

Eine zentrale Veränderung seit 2020: Die Verlagsgruppe Mediengruppe Bayern GmbH um die *Passauer Neue Presse* hat den Sprung unter die Top Ten der auflagenstärksten deutschen Verlagsgruppen geschafft, obwohl die Passauer im Tagesgeschäft an Auflage verlieren. Das Wachstum grün-

det auf regelmäßigen Zukäufen. Leisten konnte sich dies der Konzern um Geschäftsführerin Simone Tucci-Diekmann, weil er sich 2015 aus dem Zeitungsgeschäft in Tschechien sowie 2020 aus Polen zurückgezogen hatte. Erlöse daraus flossen hierzulande in die Expansion. Tucci-Diekmann stünde für radikales Wachstum – Kritiker sagten, um jeden Preis, schrieb die *Süddeutsche Zeitung* im August 2021. 2016 kaufte das Passauer Unternehmen den *Donau-Kurier* in Ingolstadt, 2021 die *Mittelbayerische Zeitung* in Regensburg. Kleinere wie das *Trostberger Tagblatt*, die *Südostbayerische Rundschau*, der *Freilassinger Anzeiger* und das *Reichenhaller Tagblatt* waren schon vorher geschluckt worden.

Doch immerhin: Im Hoheitsgebiet der Passauer gibt es zwei Rebellen. Zum einen verweigert sich das kleine *Traunsteiner Tagblatt* mit einer Verlegerfamilie in sechster Generation jedem Übernahmeversuch (siehe Seite 22f). Zum anderen machte Martin Balle, Verleger der beiden Nachbarzeitungen *Landshuter Zeitung* und *Straubinger Tagblatt*, was sich heutzutage sonst eigentlich keiner mehr traut: Er startete mit der *Regensburger Zeitung* im Sommer 2021 eine zusätzliche Lokalausgabe. Balles Mediengruppe Attenkofer ist nach der Mediengruppe Bayern GmbH die zweitgrößte Verlagsgruppe Niederbayerns.

Dass die Großkonzerne immer mehr wachsen, liegt laut Röper nicht zuletzt daran, dass die Politik durch Novellierungen das Kartellrecht liberalisiert und den Spielraum der Verlage erweitert hat: Wegen Bagatellmarktschwellen, die vom Bundestag im Laufe der Jahre zweimal angehoben wurden, ist das Bundeskartellamt oft nicht mehr zuständig.

Investitionsanreize fehlen

Und dann geht Röper auch davon aus, dass sich die Konzerne untereinander abgesprochen haben. Das lasse sich natürlich nicht beweisen, sagt er, aber Zuständigkeiten seien gegeneinander abgegrenzt: „Den klassischen Verdrängungswettbewerb, den wir ja über Jahrzehnte im Zeitungsmarkt hatten, gibt es kaum noch, weil die Verlage längst Gebiete arrondiert haben.“

Damit fehle den Monopolverlagen vielfach auch der Anreiz zu investieren. Redaktionen werden zusammengeschrumpft oder zusammengelegt – und mit ihnen schwinden Umfang und Vielfalt der Berichterstattung (siehe Seite 18f). Das zeigte sich etwa beim Verlag Nürnberger Presse. Schon seit Jahren hatten unter dessen Dach die zwei Zeitungen *Nürnberger Nachrichten* und *Nürnberger Zeitung* zwar redaktionell in bestimmten Bereichen zusammengearbeitet, jedoch jeder in der eigenen Redaktion. Seit Oktober 2020 erscheinen zwar noch zwei Titel, die Redaktionen wurden aber zu einer Zentralredaktion verschmolzen – ein nicht unerheblicher Stellenabbau folgte. Angekündigt hat der Verlag inzwischen, dass er das angestammten Verlagsgebäude in der Nürnberger Marienstraße im Herbst 2024 verlassen und an

„Den klassischen Verdrängungswettbewerb gibt es kaum noch.“

Medienwissenschaftler Horst Röper

den Wöhrder See ziehen wird. Offen sagt es keiner, doch das Gerücht kursiert, dass finanzielle Gründe hineinspielen.

Beim Verlag Nürnberger Presse übrigens haben Kooperationen mit Nachbarn eine lange Tradition: 1959 hatte Herausgeber Bruno Schnell mit sechs lokalen mittelfränkischen Zeitungsverlagen die Interessengemeinschaft der *Nürnberger Nachrichten* gegründet. Lokalteile gestalten die Verlage selbst, den Mantel beziehen sie aus Nürnberg. Dies sind: die *Hersbrucker Zeitung*, die *Pegnitz-Zeitung* in Lauf, der *Bote* in Feucht, das *Weißburger Tagblatt*, der *Fränkische Anzeiger* in Rothenburg ob der Tauber und die *Fränkische Landeszeitung (FLZ)*. Bis März 2022 hatte zum „Nürnberger Modell“ auch die *Windsheimer Zeitung* gehört, inzwischen wurde sie von der *FLZ* übernommen.

Und nicht nur Tageszeitungen kämpfen ums Überleben. „Auch die Anzeigenblätter darben, bundesweit ist eine dreistellige Zahl von Titeln eingestellt worden“, sagt Röper gegenüber dem *BJVreport*. Das Anzeigenaufkommen sei dürftig, mancher Verlag kaufe Anzeigenblätter trotzdem für ein Schnäppchen auf, um die eigene Druckerei zumindest noch zeitweilig besser auszulasten. Denn die stellt oft vor das nächste große Problem. Eine neue Rotation kostet laut Röper 15 Millionen Euro und mehr – was also tun, wenn solche Investitionen im Raum stehen? Teilweise schlossen sich mittelständische Verlage zusammen und nutzten Druckereien gemeinsam. Teilweise versuche man durch Aufkäufe an eine günstig arbeitende Druckerei zu kommen. Auch bei der Mediengruppe Presedruck in Augsburg wird seit rund eineinhalb Jahren über ein neues Druckzentrum und gegebenenfalls dessen künftige Größe diskutiert.

Noch einmal zurück zur Liste der auflagenstärksten Konzerne. Führend bleibt die Gruppe um die Südwestdeutsche Medienholding (SWMH) in Stuttgart, anteilig gehört dazu innerhalb der komplexen Eignerstruktur auch die Süddeutsche Verlag GmbH. Daran wiederum hängen direkt oder indirekt die *Süddeutsche Zeitung* sowie die Verlagsgruppe Hof, Coburg, Suhl und Bayreuth (HCSB). Marcel Auermann verantwortet seit Anfang 2020 als Gesamtchefredakteur somit gleich drei Zeitungen in Bayern (und eine in Thüringen): die *Neue Presse Coburg*, die *Frankenpost* in Hof sowie den *Nordbayerischen Kurier* in Bayreuth. Die Ippen-Gruppe wiederum ist in Hessen inzwischen größter Zeitungsanbieter. Zum Konzern gehören aber anteilig auch der *Münchener Merkur*, die *tz*, das *Oberbayerische Volksblatt* und die *Schongauer Nachrichten*.

Dass es über kurz oder lang neue Finanzierungsmodelle im Journalismus braucht, ist unfraglich. Werbeerlöse sind stark rückläufig. Beim gedruckten Produkt kommt dazu, dass der Papierpreis sprunghaft gestiegen ist. Die Zustellung wird mit jedem wegbrechenden Abonnenten vor allem im ländlichen Raum prozentual teurer und hohe Energiekosten

schlagen on Top zu Buche. Um Anreize zu schaffen für vielfältigen Journalismus, hielte Medienexperte Horst Röper eine Presseförderung für sinnvoll. Zu der kann sich die Politik aber seit Jahren nicht durchringen – und selbst die so lange schon diskutierte Zustellförderung im ländlichen Raum liegt seit kurzem wieder auf Eis. Zeitgleich erinnert das Forum gemeinnützigem Journalismus in einem offenen Brief an den Koalitionsvertrag, der die Gemeinnützigkeit für den Journalismus rechtssicher machen will. Das wäre gerade im ländlichen Raum ein Angebot jenseits des profitorientierten Journalismus, der Medienvielfalt erhöhen könnte.

Selbstverständnis als Publizisten

So schwierig die Lage auch ist, gibt es trotzdem einzelne Verlage, die an ihrer Unabhängigkeit festhalten wie die Verlag und Druckerei Main-Echo GmbH & Co. KG in Aschaffenburg. „Der Schlüssel für die Unabhängigkeit ist eine Eigentümerfamilie, die ein Selbstverständnis als Publizisten hat und die aus diesem Selbstverständnis heraus ihr unternehmerisches Handeln ausrichtet“, sagt *Main-Echo*-Chefredakteur Martin Schwarzkopf. Eine Eigentümerfamilie, die auch in schwierigen Zeiten Antworten fand, um die Unternehmensexistenz zu sichern. Der Verlag befindet sich komplett im Besitz der Erben des langjährigen Verlegers Dr. Wilhelm Engelhard, das Familienunternehmen wird in dritter Generation geführt.

Eine der Grundphilosophien ist laut Schwarzkopf dabei eine tiefe, identitätsstiftende Verankerung in der Region. Das *Main-Echo* gehöre zu den Menschen ins Mainviereck wie der Wein und der Main: „Wir haben es über all die Jahre geschafft, bis heute in jedem Dorf der Region journalistisch präsent zu sein.“ Außerdem habe man immer versucht, „technologisch besonders weit vorne“ mitzuspielen. In den 80er-Jahren druckte das *Main-Echo* als eine der ersten bayerische Zeitungen Farbfotos. 1996 betrieb es als einer der ersten bayerischen Verlage eine Nachrichtenseite im Internet. Die Eigentümerfamilie war bereit zu investieren, mied aber große wirtschaftliche Abenteuer. Sie agierte laut Schwarzkopf „im Kern sparsam“ und blieb bodenständig.

Als dritten zentralen Punkt nennt er „eine gewisse Verlässlichkeit, was den Job angeht“. Auch Themen wie die Tarifbindung spielten hier hinein. Er könne sich nicht erinnern, dass es in der Geschichte des Verlags in der Redaktion Kündigungen aus wirtschaftlichen Gründen gegeben habe, auch nicht im Zuge von Reformen.

„Wir spüren genau denselben Druck wie jedes andere Haus, die Zeiten sind rau. Wir müssen uns verdammt anstrengen, dass am Ende des Jahres eine schwarze Zahl herauskommt“, sagt Martin Schwarzkopf. Die entscheidende Frage über allem aber sei, ob man daran glaube, dass lokale Publizistik als Geschäftsmodell funktioniere. In Aschaffenburg glaubt man daran.

„Wir spüren genau denselben Druck wie jedes andere Haus.“

Martin Schwarzkopf, Chefredakteur des *Main-Echo*

Kommentar

Nein, dafür haben wir kein Verständnis!

Von Michaela Schneider

Transparenz: Journalist*innen fordern sie mantraartig von Politik, Wirtschaft und Akteur*innen der Gesellschaft ein. Wir erzählen unserem Medienpublikum bereitwillig, wie Recherchen zustande kommen. Denn Transparenz schafft – das ist nicht neu – Glaubwürdigkeit. Und die braucht es dringend in Zeiten, in denen das gesellschaftliche Vertrauen in die Medien schwindet. So weit, so bekannt.

Doch wenn es um Transparenz in eigener Sache geht, ist es schlecht bestellt um manchen bayerischen Medienkonzern. Im Zuge der Recherchen zum Thema Medienkonzentration hatte das *BJVreport*-Team viele Fragen. Wir wollten zum Beispiel wissen, wie sich Umstrukturierungen auf Jobs, Aufgabenverteilung und Themen auswirken, wie thematische Absprachen unter einem Medienkonzerndach ablaufen, welche neuen Chancen sich durch Kooperationen ergeben, auf welche externen Bezugsquellen die Redaktionen zugreifen oder welche Korrespondent*innen für die Verlagsgruppen arbeiten.

Die Verlag Nürnberger Presse Druckhaus Nürnberg GmbH & Co. KG schickte darauf zwar einige knappe Antworten, umschiffte aber gekonnt konkrete Aussagen. Glatt könnte man meinen, dass sich seit der Fusion von *Nürnberger Nachrichten* und *Nürnberger Zeitung* nahezu nichts verändert hat im Mittelfränkischen – weder für die Mitarbeiter*innen, noch für die Leser*innen. Bei der Mediengruppe Pressedruck in Augsburg ist es um die

Transparenz noch trauriger bestellt: In einer knappen Antwortmail bittet man uns um „Verständnis, dass wir keine Auskünfte zu internen Abläufen und Strukturen geben“. Und auch die Passauer Neue Presse Multimedia GmbH bleibt kurz angebunden: „Bitte haben Sie Verständnis, dass wir die von Ihnen gestellten Fragen nicht beantworten.“

Nein, dafür haben wir kein Verständnis! Wer Transparenz extern einfordert, darf den Kopf nicht in den Sand stecken, wenns um die eigenen Belange geht. Und ganz ehrlich: Das Sätzchen „xy war bis Redaktionsschluss zu keiner Stellungnahme bereit“, schmerzt meistens deutlich mehr, als durchdachte, erklärende Antworten.

Zumal auch Redaktionen heute um den journalistischen Nachwuchs kämpfen müssen. Gerade die Generation der Digital Natives – geprägt durch schier unbegrenzte Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten – legt im Job größten Wert auf Austausch, Vernetzung und Transparenz. Es sind heute die Arbeitgeber, die potenzielle Mitarbeiter*innen vom Unternehmen überzeugen müssen, nicht umgekehrt.

Daher appellieren wir an Bayerns Medienkonzerne: Erklärt Entscheidungsprozesse! Geht offen mit Veränderungen um! Punktet durch Glaubwürdigkeit! Zeigt, wie ihr die Gegenwart und Zukunft gemeinsam mit Euren Mitarbeiter*innen anpacken wollt! Das sind Verlagsimperien der eigenen Belegschaft, dem Medienpublikum und dem Journalismus schuldig.

Anzeige

**LOKALES.
NÄHER
DRAN GEHT
NICHT.**

www.drehscheibe.org

drehscheibe
aus Lokalredaktionen für Lokalredaktionen

Foto: Adobe Stock/Alexander Raths

Die Personalfrage

Zusammenlegen, kooperieren, kürzen: Was bedeutet der Trend zur titelübergreifenden Berichterstattung für feste und freie Journalist*innen lokal wie überregional?

Von Senta Krasser

Dass bei der *Main-Post* in Würzburg durch die Zulieferung druckfertiger Mantelseiten von der *Augsburger Allgemeine* sieben von 114 Stellen wegfallen, hat Chefredakteur Ivo Knahn bereits zu Jahresbeginn hier im *BJVreport* bestätigt („Sagen Sie mal“, 1/2023). Sie werden peu à peu durch Fluktuation und Ruhestände abgebaut. Die noch verbliebenen Kräfte werden derweil händeringend gebraucht für ein internes Großprojekt: Von Januar 2024 an sollen sämtliche lokalen und regionalen Zeitungsseiten der *Main-Post* an einem einzigen Desk entstehen. Dafür werden die Teams vom Lokaldesk und regionalen Manteldesk zu einer Einheit verschmolzen, zu der dann auch Blattmacher aus dem Sport gehören.

„Im Sport vollziehen wir damit im letzten Ressort den Schritt zur komplett arbeitsteiligen Redaktion“, erklärt Knahn. Das Sportteam aus zehn Reporter*innen bleibe im Umfang erhalten und könne sich nun vollends aufs Berichten konzentrieren. Ein oder zwei Sportredakteur*innen werden zum Blattmachen abkommandiert. Welche Funktionen und Rollen es genau braucht, wird momentan noch erarbeitet. Ab dem 1. April will man in der neuen Struktur „komplett arbeitsfähig“ sein. Das Ziel sei, „die Produktion so schlank wie möglich und die Reporterkapazität im Lokalen und Regionalen unverändert stark zu halten“.

Auf ihre bisherige Newsdesk-Chefin für überregionale Zeitungsseiten müssen die Würzburger seit 1. November verzichten. Nadine Klikar ist zur *Augsburger Allgemeine* gewechselt und soll dort an der Schnittstelle der Produktion die Bedürfnisse der *Main-Post* „einpreisen“. Heißt: „Wenn wir merken, da ist jetzt zu viel Schwaben drin oder das interessiert die Unterfranken eher nicht, kann Nadine Klikar uns helfen, den für uns genau passenden Mantel zu bekommen“, so Knahn. Er findet, grundsätzlich lieferten die *Augsburger* einen „sehr, sehr guten Mantel“ mit Inhalten, die auch in Würzburg relevant seien. Wenn es Relevanz hat, wandern auch Inhalte von Würzburg nach Augsburg, aber selten.

Einer dieser seltenen Fälle war das Interview mit dem jüdischen Zentralratspräsidenten Josef Schuster, das Chefredakteur Knahn gemeinsam mit *Main-Post*-Redakteur Michael Czygan führte. Am selben Erscheinungstag (28. November) trugen die *Augsburgerin* Sarah Ritschel und Lokalredakteurin Katrin Amling aus Main-Spessart ihre Recherchen über Morde unter Kindern und Jugendlichen

in einem Gemeinschaftswerk zusammen. Diese Beispiele zeigten Knahn zufolge gut, wie Mantel-Kooperation aussehe-
hen könne.

Den Kunden *Fränkischer Tag* versorgt die *Main-Post* wie gehabt mit überregionalen Inhalten, bis voraussichtlich im Januar 2024 die *Augsburger Allgemeine* dann auch für die Zeitung aus Bamberg diese Aufgabe übernimmt. Für freie Reporterinnen und Reporter ändert sich angeblich nichts. Schon seit vielen Jahren werden sie bei der *Main-Post* nur im Regionalen und Lokalen eingesetzt. Eine Ausnahme bildet Till Mayer, Redakteur bei der 100-prozentigen-*Main-Post*-Tochter *Obermain Tagblatt* in Lichtenfels. Damit seine Berichte aus der Ukraine, die er als freier Reporter verfasst, weiterhin in der Mediengruppe *Presse-Druck* wie auch bei deren Kunden gedruckt werden, ist eine Lösung gefunden worden, auf die Mayer aber nicht näher eingehen möchte. Für alle anderen gilt: Wer der *Main-Post* ein überregionales Thema anbieten möchte, wird nach Augsburg verwiesen.

„Der Austausch von Themen und Texten ist bei uns gelebter Alltag.“

Marcel Auermann, Gesamt-Chefredakteur
HCSB-Verlagsgruppe

Die HCSB-Verlagsgruppe mit Regionalzeitungen in Nordbayern und Südthüringen überlässt die Produktion ihrer überregionalen Mantelseiten seit 2018 der Zeitungsgruppe Stuttgart aus der gemeinsamen Dach-Holding SWMH. Von den ursprünglich 15 Kollegen sind Gesamt-Chefredakteur Marcel Auermann zufolge aktuell zwölf übrig, die in den Zentralredaktionen Oberfranken und Südthüringen arbeiten. Die Mantel-Redakteure, die man in Hof und Suhl noch habe, kümmern sich um die jeweiligen blattprägenden Seiten, also Titelseite, die Bayern- bzw. Thüringenseiten und die Meinungsseite, „und das wird auf absehbare Zeit so bleiben“. Denn: „Es gibt eben Dinge, die wir in Oberfranken und Südthüringen anders einschätzen als ein Berlin-Korrespondent oder Leitartikler in Stuttgart.“

Wie sein Pendant in Würzburg betont auch Chefredakteur Auermann, dass der Austausch von Inhalten in beide Richtungen erfolge. Berichte von den Bayreuther Festspielen oder Interviews mit bundesweiter Ausstrahlung gebe

man an die Stuttgarter weiter. Auch innerhalb der HCSB sei der Austausch von Themen und Texten „gelebter Alltag“: „Was Funke Medien oder RND im Großen machen, machen wir an unseren vier Standorten im Kleinen.“ Was die Sport-Kolleg*innen betrifft, werden diese bei der HCSB als „eine Einheit“ gesehen, um sie „möglichst gewinnbringend im Hinblick auf Themen einzusetzen“. Konkret: „Natürlich betreuen die Coburger den Sport in Coburg und die Bayreuther Bayreuth. Aber das muss nicht zwingend so sein, dass jeder immer nur sein ureigenstes Berichtsgebiet betreut.“

Daraus kann man schließen: Wenn ein Bayreuther in einer anderen Region unterwegs ist, erstattet er auch für alle anderen Lokalangaben Bericht. Von der Mehrfachverwendung eigener Texte profitieren freie Mitarbeitende indes nicht in Form von Mehrfachvergütung. Per Vertragsunterschrift stellt man der Verlagsgruppe alle Inhalte zur Auspielung über alle Kanäle zur Verfügung.

Keine Sporttermine mehr für Freie

Was andere Verlagshäuser vorexerziert haben mit Titelzusammenlegungen und Stellenabbau, kommt beim Verlag Nürnberger Presse in der Post-Ära von Altverleger und „Verlagskommunist“ Bruno Schnell († 2018) verspätet in Fahrt. So sieht es ein ehemaliger Redakteur. Seit *Nürnberger Nachrichten* und *Nürnberger Zeitung* 2020 fusionierten, haben annähernd 30 schreibende und fotografierende Redaktionsmitglieder über Freiwilligen-Programme das Haus verlassen. Der jüngste Plan: Nach Stuttgarter Vorbild (*Stuttgarter Zeitung* und *Stuttgarter Nachrichten* gingen 2015 zusammen) sollen die Ressorts Politik, Wirtschaft und Kultur/Leben abgeschafft werden. Dafür sind Teams geplant unter anderem für die Themen Gastro und Trends. Chefredaktion und Ressortleiter sollen sich Ende November auf Schloss Hirschberg getroffen haben zum Teambuilding. So berichtet es das gut informierte Blog „Vipmail – Neues aus Franken“.

Auch im Lokalen: Fusionitis. So ging 2021 die Redaktion für Herzogenaurach und Höchststadt in den *Erlanger Nachrichten* auf. Ist in Herzogenaurach was los, fährt von Erlangen aus seit diesem Sommer ein „Redaktionsbus“ los, um gemäß Werbespruch „Nah am Menschen“ zu sein. Sonst sei ein Redakteur schwer zu greifen, heißt es aus Herzogenaurach.

Und im Sport? Die Berichterstattung über Fußball & Co. wird von der Zentrale in Nürnberg gesteuert – offenbar zum Nachteil von Freien. Ein Reporter aus Schwabach beklagt, dass Termine wie Kreisluga-Tischtennis gar nicht mehr besetzt würden und zu wichtigen Fußballspielen eine Redakteurin aus Nürnberg anreise. Ebenso ergehe es einem freien Fotografen in Hilpoltstein. „Sport war für uns ein wichtiger Faktor im Hinblick auf den Verdienst. Der ist jetzt komplett weggefallen.“ Es werde „nicht mehr so regional berichtet, sondern nur die Sachen, die Nürnberg für wichtig hält“. In der Sportszene komme das nicht gut an – zumal auch der *Donaukurier* die lokale Sportberichterstattung in Ingolstadt zentralisiert habe.

Um zu erklären, wie sich die Rahmenbedingungen verändert haben, fühlt sich Gerd Schneider, seit 2022 Doppel-Chefredakteur von *Donaukurier* und *Mittelbayerischer Zeitung*, nicht zuständig. Er verweist auf die Leitung der Mediengruppe Bayern in Passau, unter deren Dach beide Zeitungen erscheinen. Eine Antwort war von dort nicht zu bekommen.



Wettbewerb für Printmedien, Hörfunk, Fernsehen und Internet!

Zugelassen sind Beiträge junger Journalistinnen und Journalisten bis einschließlich 35 Jahre zu den Themen Gesundheit und Soziales, die zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember 2023 in einer in Bayern erscheinenden Zeitung oder Zeitschrift veröffentlicht oder von einem Rundfunksender mit redaktionellem Sitz bzw. einem Landesstudio in Bayern ausgestrahlt worden sind. Zugelassen sind in der Kategorie Online auch speziell für das Internet multimedial produzierte Beiträge auf allgemein zugänglichen Webadressen. Videos, die speziell für allgemein zugängliche Videoportale (wie YouTube) produziert werden, werden in der Kategorie Fernsehen berücksichtigt. Beiträge aus den elektronischen Medien außerhalb Bayerns müssen thematisch relevant für den Freistaat sein.

Im Printbereich wird zudem ein bundesweiter Sonderpreis ohne Altersbeschränkung vergeben.

Der Medienpreis ist mit insgesamt 30.500 Euro dotiert.

Informationen und Anmeldung:

Internet: www.aok-medienpreis.de ● e-mail: medienpreis@by.aok.de ● Telefon: 089 62730-184
AOK Bayern, Zentrale ● z. Hd. Frau Andrea Winkler-Mayerhöfer ● Carl-Wery-Str. 28, 81739 München

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



„Da mangelt es an Transparenz“

Kaum unterschiedliche Berichterstattung – aber bemerken das auch die Leser*innen?

Von Johannes Michel

Montag, 9. Oktober 2023. Der Tag nach der Landtagswahl in Bayern. Das Wahlergebnis ist selbstverständlich ein Thema, dem sich kein Nachrichtenmedium verschließen kann. Auch die bayerischen Lokalzeitungen nicht. Und so finden sich an diesem Tag ausführliche Berichte und Analysen in den Blättern. Auf den ersten Blick eine große Vielfalt, inklusive zahlreicher Kommentare auf den Meinungsseiten. Der zweite Blick verrät aber, dass der Hauptartikel zur Bayernwahl in vielen Zeitungen derselbe ist.

In der *Allgäuer Zeitung*, in der *Augsburger Allgemeinen*, in der *Main Post* und in den Zeitungen der Mediengruppe Oberfranken, etwa im *Fränkischer Tag*, erscheinen Texte von Uli Bachmeier, Landtagskorrespondent der *Augsburger Allgemeine*. Dreimal ist sofort klar, dass es sich um denselben Text handelt, lediglich in Bamberg wurde die Überschrift angepasst und lautet nicht mehr „Auch wenn die Welt langsam verrückt wird“, sondern „Bayern bleibt Bayern“. Für den *Donaukurier*, die *Passauer Neue Presse* und die *Mittelbayerische Zeitung* schreibt Alexander Kain den Wahlbericht unter dem Titel „Was ist dieser CSU-Sieg wert?“. Kain ist stellvertretender Chefredakteur der *Passauer Neuen Presse*. Und dann fällt da noch die Wahlberichterstattung in den *Nürnberger Nachrichten*, in der *Nürnberger Zeitung* und bei der *Fränkischen Landeszeitung* auf. „Schmerz und Triumph liegen dicht beieinander“, lautet der Titel, der Text stammt von Roland Englisch, Landtagskorrespondent der *Nürnberger Nachrichten*.

Auch Kooperationen vernichten Vielfalt

Vielfalt sieht anders aus. Hunderttausende Abonent*innen lesen am Montag nach der Wahl Artikel von lediglich drei Autoren. In ihrem Lokalmedium. Aber bemerken die Leser*innen dies überhaupt? „Der Umstand der überregionalen Konzentration wird nach außen nicht oder unzureichend eingestanden. Da mangelt es an Transparenz“, meint Anton Sahlender, Leseranwalt der *Main Post* und aktiv bei der „Vereinigung der Medien-Ombudsleute“ (VDMO). Das Impressum der Zeitungen verrät nicht, wo Beiträge produziert werden. Als verantwortlich wird hier die jeweilige Zeitungsredaktion genannt. Sahlender

kritisiert diesen Umstand – und erklärt bezogen auf die *Main Post*: „Redakteure, die überregionale Beiträge verantworten, sitzen in den meisten Fällen in Augsburg. Da fehlt es mir etwas an redaktioneller Ehrlichkeit gegenüber der Leserschaft.“

Die Personalsituationen in den Medienhäusern führt heute – teilweise auch unfreiwillig – zu Medienkonzentration. Gerade in den Regionen wird es immer schwieriger, Mitarbeiter*innen zu finden, insbesondere freie Kolleg*innen, die aus der Kommunalpolitik berichten. Auch der Autor dieses Artikels macht die Erfahrung, dass seit einigen Jahren in Gemeinde- und Stadtratssitzungen selbst in vielen Städten so gut wie nie zwei Medienvertreter*innen anwesend sind. Eine Person beliefert dann mehrere Zeitungen oder Onlinemedien. Gut für die freien Journalist*innen, die ihre Artikel doppelt verwerten können. Schlecht für die Medienvielfalt.

„Der Umstand der überregionalen Konzentration wird nach außen nicht oder unzureichend eingestanden.“

Anton Sahlender, Leseranwalt der *Main Post*

Hinzu kommen Kooperationen, die auch Sahlender beobachtet. „Im Verbreitungsgebiet der *Main Post* ist überall noch Lokaljournalismus ange-

boten. In Kreisen und Städten, denen zwei Zeitungen verblieben sind, gibt es vielfach ein enges Zusammenwirken. Das heißt, eine Redaktion übernimmt das lokale Geschäft nahezu komplett. Die andere, oft eine Person, bietet nur ganz wenige Beiträge exklusiv an. Das wird in aller Regel von der Leserschaft bemerkt, zuweilen auch kritisiert.“ Gerade Veranstaltende bedauern, dass keine alternative Berichterstattung mehr stattfindet. Und die Bürgermeister*innen kleinerer Städte und Gemeinden und ihre Kommunalparlamente müssen damit leben, dass über so manche, auch wichtige Sitzung, gar keine Berichterstattung mehr erfolgt.

Die Hintergründe allerdings kommen bei den Leser*innen nicht an, werden nicht erklärt. Abo-Verluste? Weniger Anzeigen? Das teilt kein Verlag den Leser*innen gerne mit. Diese wissen damit kaum etwas über die wirtschaftliche Situation, mögliche Sparzwänge und Gründe für Fusionen oder Kooperationen. Und auch nicht über die Personalsorgen.

Doch bleiben wir noch einmal in Unterfranken bei der *Main-Post*. Seit diesem Mai wird deren Mantel im Hause der *Augsburger Allgemeine* produziert. Man habe eigentlich damit gerechnet, „Federn lassen zu müssen, das mussten wir aber nicht“, sagt *Main-Post*-Chefredakteur Ivo Knahn.



Ein Vergleich einiger bayerischer Regionalzeitungen vom 9. Oktober zeigt: Um inhaltliche Medienvielfalt ist es weniger weit bestellt, als Leser*innen auf den ersten Blick meinen könnten. Collage: Rudi Stix

Es habe durch den Relaunch keinen Knick in der Auflage gegeben und keine einzige Kündigung, die sich explizit auf den Relaunch bezog. Knahn führt das auf zwei Dinge zurück, erstens: Die Print-Leserschaft werde immer älter und loyaler. Zweitens habe man auf einem Vierseiter sehr transparent erklärt, was sich ändert. Von den rund 130 Emails mit Feedback auf den Relaunch, die Knahn beantwortet hatte, sei die Hälfte Zustimmung, die Hälfte Kritik gewesen. Er zitiert eine zustimmende Zuschrift von Mitte November. Demnach erfreuten sich die aus Augsburg übernommenen neuen Journal-Seiten am Wochenende mit noch mehr Service großer Beliebtheit („Machen Sie weiter so!“). Ein anderer Leser habe ihn neulich andererseits auf einer Veranstaltung angesprochen, dass im Sport jetzt zu viel Schwäbisches drin sei. Das aber sei eine vereinzelte Stimme. Knahn resümiert: „Die Leser wollen regional gut versorgt sein, und das werden sie. Dass wir jetzt mal einen schwäbischen Experten im Blatt haben, wo ein Fränkischer schöner wäre, kommt vor, ist aber nichts, worauf uns Leser bisher ansprechen.“ Das Regionalisieren von überregionalen Inhalten um jeden Preis sei nichts, was die Leute bewege und sie verlangten. „Das machen wir bei den passenden Themen auf den regionalen Mantelseiten, nicht auf den überregionalen“, betont der Chefredakteur.

Agenturangebote intensiver genutzt

Nochmal zurück zur bayerischen Politik. Einen Schwerpunkt der Berichterstattung bildet selbstredend das Parlament. Auf der Webseite der „Bayerische Landtagspresse – Landespressekonferenz Bayern e.V.“ (www.landtagspresse.de) lässt sich gut nachvollziehen, welche Kolleg*innen aktuell als Korrespondent*innen aus dem Bayerischen Landtag berichten. Vorsitzende der Vereinigung sind Christoph Trost

(dpa) und Regina Kirschner (BR). Die Liste zeigt auf, dass einige Medienhäuser in der Tat ihre Korrespondent*innen einsparen und auf Kooperationen setzen. Trost beobachtet diese Entwicklung gerade bei den Printmedien. „Rundfunk und Fernsehen sind nach wie vor sehr breit aufgestellt – vom BR über das ZDF bis hin zu Sat.1 Bayern, n-tv oder auch Antenne Bayern.“ Es zeige sich auch, dass die Mitgliederzahl der Landtagspresse weiterhin stabil sei.

Wenn Artikel nicht mehr von den Medienhäusern selbst produziert werden, können Agenturen in diese Lücke springen. In (kleineren) Lokalzeitungen waren Agenturmeldungen immer recht stark vertreten, ein Blick lohnt aber auch in die größeren und überregionalen Zeitungen. Kleinere, vermehrt aber auch mittlere Geschichten werden von Agenturen übernommen und nicht mehr im Haus selbst produziert. Das bestätigt auch Sven Gösmann, Chefredakteur der dpa: „Wir stellen Print wie Digital eine steigende Nutzung unserer Inhalte und eine wachsende Zufriedenheit der Kunden fest. dpa ist ein unverzichtbarer Partner seiner Kunden, die häufig auch Gesellschafter sind. Damit trägt der stark ausgebaute Dialog im direkten Austausch, so genannte Macherkonferenzen, Früchte.“

Und ein Aspekt darf nicht unberücksichtigt bleiben: Berichterstattung aus Gremien wie dem Landtag wird immer häufiger auch möglich, ohne vor Ort präsent zu sein. Denn Landtagssitzungen, Ausschüsse – aber auch mittlerweile einige Stadtratssitzungen werden gestreamt, so dass Berichterstatter*innen auch online teilnehmen können. Die Option könnte dazu beitragen, dass wieder vielfältiger berichtet wird, da Kosten für die Vor-Ort-Teilnahme wegfallen. Bislang fällt das aber (noch) nicht positiv ins Gewicht.

„Man muss wissen, wo man herkommt“

1855 gründete die Verlegerfamilie Miller das *Traunsteiner Tagblatt* und hält an dessen Unabhängigkeit fest

Von Michaela Schneider

Um den Namen „Miller“ kommt man in und um die Kreisstadt Traunstein im Chiemgau kaum herum: Neben der A. Miller Zeitungsverlag KG gibt es die Druckerei A. Miller & Sohn KG, den Schreibwarenladen Miller sowie ein der Lokalzeitung angegliedertes Druckereimuseum. Fünf Geschwister mit Ehepartnern betreuen die verschiedenen Bereiche. Die Verantwortung, die dabei auf den Schultern von Thomas und Martin Miller – Verleger und Redaktionsleiter des *Traunsteiner Tagblatt* – lastet, ist groß.

Vornweg, weil sie in inzwischen sechster Generation einen im Jahr 1855 gegründeten Zeitungsverlag führen, der sich bis heute sämtlichen Übernahmeversuchen widersetzt hat und eine Vollredaktion unterhält. Weiter, weil sie die soziale Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitern ernst nehmen: Viele arbeiten seit Jahrzehnten für das Familienunternehmen, ein Stellenabbau kam für die Millers nach eigener Aussage nie in Frage; Redakteurinnen und Redakteure werden tarifgemäß bezahlt, auch wenn ein Tarifvertrag nie unterzeichnet wurde. Er habe kein Verständnis, dass ein „Zwergenverlag wie wir“, wenn es irgendwann doch hart auf hart kommen sollte, gezwungen wäre, dasselbe zu zahlen wie eine SZ oder eine *Augsburger Allgemeine*. „Im Notfall lieber ein Euro weniger, dafür aber ein sicherer Arbeitsplatz“, so sieht es Verleger Miller. Volontär*innen wurden bis dato immer übernommen. Einmal im Monat wird fürs ganze Team im Hof etwa gegrillt.

2013 erhielt die Familie Miller für ihr unternehmerisches Handeln den Robert-Koch-Preis des Gewerbeverbands Traunstein – auch weil Gewinnmaximierung nie die Maxime des Unternehmens gewesen sei, lobte der Laudator.

Großvater Anton Miller hatte sich 1936 als einer von ganz wenigen Verlegern in Deutschland geweigert, der NSDAP und der Reichspressekammer beizutreten, ging dafür in Schutzhaft. Die Zeitung – damals hieß sie noch *Traunsteiner Wochenblatt* – wurde von den Nationalsozialisten zwangsenteignet. Erst im September 1949 erschien sie wieder in Verantwortung des einstigen Verlegers Anton Miller. Martin und Thomas Miller nehmen diese polithistorische Familienverpflichtung sehr ernst – und gleichzeitig merkt man rasch im



In sechster Generation verantwortet die Familie Miller inzwischen einen Zeitungsverlag in Traunstein. Auf dem Foto sind die ersten vier Verleger zu sehen, alle hießen Anton Miller. Entstanden ist das Foto im Jahr 1898. Der Fotograf ist nicht mehr bekannt.

Foto: A. Miller Zeitungsverlag KG

Gespräch mit den Zwillingbrüdern, Jahrgang 1962: Sie brennen für das Lebenswerk ihrer Familie. Es brauche Pressevielfalt im demokratischen Staat, sagt Redaktionsleiter Martin Miller. Die wäre jedoch nicht mehr gegeben, wenn von Berchtesgaden bis Nordbayern der gleiche politische Mantel erschiene.

Als Simone Tucci-Diekmann, Geschäftsführerin der Verlagsgruppe Passau, die Millers 2015 zum Gespräch lud, gab Thomas Miller ihr noch nicht einmal die Chance, ein Übernahme-Angebot auf den Tisch zu legen: „Meine Antwort lautete nein, noch ehe sie eine Summe nennen konnte. Auf die Frage, ob ich diese nicht zumindest hören wolle, antwortete ich: Sie interessiert mich nicht.“ Am nächsten Tag rief Simone

Tucci-Diekmann bei Thomas Miller an und nannte ihm die Summe doch. Es sei eine gewesen, die die meisten wohl nicht ausgeschlagen hätten, sagt der Verleger. So auch geschehen ein Jahr zuvor, denn 2014 war es Verlegerin Tucci-Diekmann gelungen, den *Freilassinger Anzeiger* und das *Reichenhaller Tagblatt* zu kaufen. Für das *Traunsteiner Tagblatt* war dies schmerzhaft, denn bis dahin hatte es den Mantel für die beiden Lokalzeitungen geliefert, wenn auch eher zum „Freundschaftspreis“. Man sei dann in andere Bereiche eingestiegen, unter anderem in den Buchverkauf und in Leserreisen. Ein Unternehmensverkauf aber kam für die Familie Miller nie in Frage. Auch die Zeitungsgruppe *Straubinger Tagblatt/Landshuter Zeitung* um Verleger Martin Balle hat wohl schon erfolglos die Fühler nach Traunstein ausgestreckt.

Der kleine Verlag Miller, der gerade einmal 65 Vollzeitbeschäftigte zählt, schafft es selbst in Zeiten der zunehmenden Medienkonzentration sich zwischen den großen Konzernen zu behaupten. Rund 300 Mitarbeiter in Teilzeit oder auf 25-Euro-Basis kommen hinzu: Zeitungsausträger, Zusteller oder Fahrer etwa. In den zwei Redaktionen des *Traunsteiner Tagblatt* und des *Berchtesgadener Anzeiger*, der seit 2008 zum Verlag gehört, arbeiten insgesamt 18 Journalist*innen und zwei Volontäre, unterstützt von Freien in fast allen Kommunen im Verbreitungsgebiet. Die verkaufte Auflage der beiden Zeitungen liegt zusammen bei rund 17.000. Davon entfallen 13.000 auf das *Traunsteiner Tagblatt*. Ja, die Zahlen seien rückläufig. Verleger Thomas Miller sagt aber auch: Im Vergleich zu anderen Häusern sei man mit einem jährlichen Auflagenrückgang von eineinhalb bis drei Prozent immer noch in einer glücklichen Lage.

So sehr die ländliche Region in der Zustellung fuchse, komme sie dem Unternehmen ansonsten entgegen. Rund 70.000 Menschen leben im südlichen Landkreis Traunstein als dem Kernverbreitungsgebiet des *Traunsteiner Tagblatt*. Geht man davon aus, dass ein Exemplar von 2,8 bis drei Personen gelesen wird, erreicht der Verlag insgesamt rund 40.000 Menschen. Viele Leser*innen halten dem Traditionsunternehmen eine erstaunliche Treue – und so generiert der kleine Verlag gut die Hälfte seiner Einnahmen nach wie vor aus Zeitungabonnements. Und er schreibt 2023 schwarze Zahlen. Für die Zukunft will Martin Miller die kleine Onlineredaktion weiter ausbauen. Die Menschen würden älter, das verschaffe im digitalen Zeitalter eine längere Übergangszeit. Geld – daraus macht Thomas Miller kein Geheimnis – verdiene man bei rund 550 ePaper-Abonnenten bis dato aber nicht online, sondern mit dem Printprodukt. Das werde sich sicher verlagern.

Klare Aufgabentrennung

Gleichzeitig muss ein Familienbetrieb intern funktionieren. Eine klare Aufgabentrennung ist für die Zwillingbrüder dabei eines der Geheimnisse, warum die A. Miller Zeitungsverlag KG bis heute überlebt habe. „Es gibt einen Verleger, es gibt einen Redaktionsleiter“, sagt Thomas Mil-

ler. Das ermöglicht klare Entscheidungen, etwa, wenn es um Investitionen geht. Und die strikte Trennung ist Garant dafür, dass die Leser*innen auf eine von wirtschaftlichen Interessen unabhängige Berichterstattung vertrauen können.

Was eine gute Verlegerfamilie darüber hinaus kennzeichne? Das, sagt Thomas Miller, sei ganz einfach: „Man muss zu seinem Produkt stehen. Man muss zu seiner Vergangenheit stehen. Man muss wissen, wo man herkommt. Man muss mit dem zufrieden sein, was man hat.“ Und: Eine unabhängige Zeitung müsse, auch wenn sie nicht die gleichen Kapazitäten wie ein großer Konzern habe, technisch auf der Höhe bleiben und regelmäßig, aber mit Augenmaß investieren. Gut sechs Millionen Euro machte das Medienhaus trotz Finanzkrise und ohne staatliche Förderung 2010 für eine neue Produktionsanlage locker. Und Jahr für Jahr wird in kleinen Schritten modernisiert: So wurde heuer die EDV der Redaktion ausgetauscht und der Anzeigenbereich umgebaut. „Nächstes Jahr werden wir wahrscheinlich die Neugestaltung der Redaktion in Angriff nehmen“, kündigt der Verleger an. Ein Projekt, das drei Jahre geschoben wurde. Nicht alles, was man sich wünsche, könne man sich sofort leisten.

Die siebte Generation

Mit den deutlich größeren Nachbarverlagen pflegen die Millers sehr bewusst ein gutes Verhältnis – schicken Weihnachtsgrüße, arbeiten mit den Passauer Kollegen zweimal im Jahr im Zuge einer Printbeilage zusammen. Aber: Sie setzen klare Grenzen. „Wenn wir die Unabhängigkeit wahren wollen, gibt es keinen Kompromiss“, sagt Thomas Miller. Umgekehrt bieten die Millers auch anderen ihre Dienstleistung an. Bei späten Fußballspielen etwa am Freitagabend übernehmen die Traunsteiner den Druck einer Teilaufgabe von Martin Balles Münchner *Abendzeitung*.

„Ich bin zuversichtlich, dass es uns auch die nächsten Jahrzehnte noch geben wird“, sagt Thomas Miller. Ob eine siebte Generation Miller den Zeitungsverlag in die Zukunft führen will, ist aus praktischem Grund offen: Thomas Millers Kinder sind erst fünf und sieben Jahre jung. Ob sie eines Tages den Verlag übernehmen wollen, bleibe ihre Entscheidung. „Es wäre schön, aber das muss man abwarten. Ich bin ehrlich: Es war eine andere Zeit, als ich den Verlag übernahm“, sagt der Verlagschef.

Das „hässliche Wort Zeitungsterben“ wollen die Millers trotzdem nicht hören. Vielleicht werde man 2030 nur noch 8000 Exemplare drucken und es werde mehr ePaper-Leser geben. Vielleicht werde eines Tages auch seltener in der Woche eine gedruckte Zeitung im Briefkasten liegen, kombiniert mit einem täglichen ePaper. Aber es werde immer einen bestimmten Kreis geben, der Wert auf ein Printprodukt legt, sind sich die Zwillingbrüder sicher. „30 Jahre lang war man überzeugt: Die Schallplatte ist tot. Und was kommt jetzt wieder?“, sagt Verleger Thomas Miller.

VERSICHERUNGEN

**NÜRNBERGER**
VERSICHERUNG**Ulrich Zeidner**
Leiter UnternehmenskommunikationOstendstraße 100, 90334 Nürnberg
Telefon 0911 531-6221
Ulrich.Zeidner@nuernberger.de, www.nuernberger.de

KAMMERN

**BAYERISCHE**
LANDESÄRZTEKAMMER**Dagmar Nedbal**
Referatsleiterin
Kommunikation, Politik,
MarketingBayerische Landesärztekammer
Mühlbauerstraße 16
81677 München
Telefon: 89 4147-714
Mobil: 0172 7516157
E-Mail: presse@blaek.de
www.blaek.de**VERSICHERUNGS**
KAMMER**Claudia Scheerer**
PressesprecherinTel.: 089 2160 3050
Mobil: 0160 58 27 868
claudia.scheerer@vkb.de**Ibrahim Ghubbar**
Stellvertr. PressesprecherTel.: 030 2633 804
Mobil: 0151 62 40 6283
ibrahim.ghubbar@vkb.deMaximilianstraße 53
80530 München
www.vkb.de

ENERGIE

**Dr. Christian Blümm**Bereichsleiter Marketing
und Kommunikationenergie schwaben gmbh
Postfach 101526 | 86005 Augsburg
Bayerstraße 43 | 86199 Augsburg

Telefon +49821 9002-360

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

BILDUNG/WISSENSCHAFT

**Hanns**
Seidel
Stiftung**Hanns-Seidel-Stiftung e.V.**Lazarettstraße 33 | 80636 München
Tel. (089) 12 58-473 | E-Mail: presse@hss.de**Hubertus Klingsbögl**
Pressesprecher www.facebook.com/HannsSeidelStiftung
 www.twitter.com/HSSde
 www.instagram.com/stiftung fuerdemokratie
 www.youtube.com/HannsSeidelStiftung

www.hss.de

Im Dienst von Demokratie, Frieden und Entwicklung

N-ERGIE**Heiko Linder**
Leiter Konzernkommunikation**Michael Enderlein**
PressesprecherTelefon 0911 802-58071
E-Mail: michael.enderlein@n-ergie.de
Am Plärrer 43, 90429 Nürnberg, www.n-ergie.de**Bitte beachten Sie folgende Termine**

Ausgabe BJVreport	Anzeigen- und Redaktionsschluss	letzter Termin für Druckvorlagen	Erscheinung Auslieferung
1/2024	12. Januar	1. Februar	20. Februar
2/2024	8. März	21. März	10. April
3/2024	14. Juni	27. Juni	15. Juli

Alle Termine vorläufig, geringe Verschiebungen sind möglich.

Anzeigenmarketing BJVreport:
Mediasüd, Robert Macher, Telefon 09 11 / 988 11 264,
robert.macher@mediasued.de**bayernwerk****Maximilian Zängl**Leiter
Unternehmens-
kommunikation
PressesprecherBayernwerk AG
Lilienthalstraße 7
93049 Regensburg
T 09 41-2 01-78 20
F 09 41-2 01-70 23
M 01 79-1 38 98 27
maximilian.zaengl
@bayernwerk.de
www.bayernwerk.de

ENERGIE



Lechwerke

**Ansprechpartner
für die Presse**

Lechwerke AG • Schaezlerstraße 3
86150 Augsburg • www.lew.de
presse@lew.de

Rufbereitschaft T +49 821 328-1651

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

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

VERKEHR



Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

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

FINANZEN



Genossenschaftsverband
Bayern

Dr. Gerald Schneider
Pressesprecher

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



**Verkehrsverbund
Großraum Nürnberg GmbH**
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Manfred Rupp **Melinda Burmeister-Neuls**
Tel. 0911 27075-43 Tel. 0911 27075-49
manfred.rupp@vgn.de melinda.burmeister@vgn.de

VGN • Rothenburger Straße 9 • 90443 Nürnberg
Fax 0911 27075-50 • www.vgn.de • info@vgn.de



**Sparkassenverband
Bayern**

Eva Mang

Pressesprecherin
Vorstandsstab

Karolinenplatz 5, 80333 München
Telefon: +49 89 2173-2009
Mobil: +49 170 2208491
E-Mail: eva.mang@svb-muc.de

Flughafen München GmbH

Hans-Joachim Bues
Leiter Kommunikation und Politik
Henner Euting
Leiter Presse



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

UNTERNEHMEN

**Werden Sie
Unterstützer**

Unterstützen auch Sie die Arbeit des Bayerischen Journalisten-Verband e. V. mit Ihrer Anzeige im Pressestellen-Verzeichnis und bieten Sie damit Journalisten den Service, Sie schnell zu finden! Angebote und Mediadaten erhalten Sie bei **Mediasüd, Robert Macher, Tel. 09 11 / 988 11 264**



AUDI AG
Kommunikation
85049 Ingolstadt

Telefon: +49 841 89-0
E-Mail: info@audi-mediacenter.com
Internet: www.audi-mediacenter.com

Dirk Arnold
Leiter Kommunikation

Telefon: +49 841 89-92033
E-Mail: dirk.arnold@audi.de

Antje Maas
Unternehmen

Telefon: +49 841 89-34084
E-Mail: antje.maas@audi.de

Jörg Lindberg
Produkt, Technologie, Motorsport

Telefon: +49 841 89-44335
E-Mail: joerg.lindberg@audi.de

UNTERNEHMEN

St. Theresien-Krankenhaus Nürnberg

Fachkompetenz
mit Kopf, Herz & Hand



Anja Müller
Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon 0911 5699-201
Telefax 0911 5699-447
Mobil 0171 5659262
anja.mueller@theresien-krankenhaus.de

Mommensenstraße 24
90491 Nürnberg
www.theresien-krankenhaus.de


UNTERNEHMEN

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



BMW GROUP



Maximilian Schöberl
Konzernkommunikation und Politik
Telefon: +49(0)89-382-32446
E-Mail: Maximilian.Schoeberl@bmwgroup.com

Postanschrift
BMW AG
D-80788 München

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

Hausanschrift
BMW Haus
Petuelring 130
80788 München

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

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

StWN
Städtische Werke Nürnberg GmbH

Heiko Linder
Leiter Konzernkommunikation

Elisabeth Seitzinger
Pressesprecherin

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

DIEHL

Verw.-Betriebswirt (VWA)
Michael Prymelski
Generalbevollmächtigter Konzernkommunikation

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


wbg
Nürnberg
Immobilien

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

Dieter Barth
Leiter Unternehmenskommunikation,
Pressesprecher

Telefon: 09 11 / 80 04 - 139
Telefax: 09 11 / 80 04 - 201
barth@wbg.nuernberg.de

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



Wir gestalten LebensRäume.

E-T-A
ENGINEERING TECHNOLOGY

THOMAS WEIMANN
Leiter Unternehmenskommunikation

E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH
Industriestraße 2-8 // 90518 Altdorf
☎ +49 9187 10-227 ✉ +49 9187 10-448
@ Thomas.Weimann@e-t-a.de

www.e-t-a.de

LEONI

LEONI AG
www.leoni.com
presse@leoni.com

Gregor le Claire
Konzernpressesprecher
0911 2023 - 226
gregor.leclaire@leoni.com

Sven Schmidt
Standortkommunikation
0911 2023 - 467
sven.schmidt@leoni.com

Mark C. Schneider
Leiter Kommunikation & IR
0911 2023 - 435
mark.schneider@leoni.com

Marco Rüb
Fachmedien Bordnetze
09321 304 - 5284
marco.rueb@leoni.com

MESSEN/AUSSTELLUNGEN



Juliane HeiBer
Pressereferentin

Kathrin Redel
Pressereferentin

**AFAG Messen und
Ausstellungen GmbH**
Messezentrum 1
90471 Nürnberg
☎ (0911) 9 88 33-555
☎ (0911) 9 88 33-245
presse@afag.de
www.afag.de

VERBÄNDE



Dr. Josef Wallner, Dipl.-Volkswirt
Wirtschaftspolitik | Öffentlichkeitsarbeit

Bayerischer Bauindustrieverband e.V.
Oberanger 32/VI | 80331 München
Telefon +49 89 235003-33
Fax +49 89 235003-71
j.wallner@bauindustrie-bayern.de
www.bauindustrie-bayern.de

IMPRESSUM

Herausgeber:

Wolfgang Grebenhof,
stellvertretender Vorsitzender
Bayerischer Journalisten-Verband e.V.
St.-Martin-Str. 64, 81541 München
Tel. 089 5450 418-0, Fax -18
info@bjv.de – www.bjv.de

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:
Wolfgang Grebenhof, stellvertretender
Vorsitzender
grebenhof@bjv.de
Tel. 0171/4156029

Anschrift der Redaktion:

Michaela Schneider,
Joseph-Seitz-Straße 37, 97076 Würzburg
Tel. 0931 45461280
ich-schreibe@t-online.de
Leitende Redakteurin:
Michaela Schneider

Redaktionsmitglieder:

Johannes Michel: jmichel@journalist-michel.de, Maria Goblirsch: goblirsch@bjv.de
Thomas Mrazek: kontakt@thomas-mrazek.de

Autoren dieser Ausgabe:

Michaela Schneider (T), Günter Schneider (F), Stefan Gregor (F), Senta Krasser (T), Nelson Ndongala (F), Markus Konvalin (F), Andreas Gebert (F), Florian Bachmeier (F), Florian Kis (F), Rüdiger Jürgensen (F), Thomas Mrazek (T), Tobias Weidemann (T), Lorenz Mehrlich (F), Maria Goblirsch (T), Alexander Hassenstein (F), Matthias Schrader (F), Benedikt Siegert (F), Jana Vogel (F), Sebastian Beck (F), Sophie Linckersdorff (F), Jim Albright (F), Josef Lamber (F), Senta Krasser (T), Johannes Michel (T, F), Wolfgang Grebenhof (T), Thomas Geiger (F), Benedikt Frank (T), Harald Stocker (F), Jürgen Schleifer (F), Georg Spirito (F), Judith Raupp (F), Yannick Hupfer (T, F), Jasmin Lindenthal (F), Jonas Höschl (F), Isolde Kohl (T), Eric Mannen (F), Jonas Opperskalski (F),

Gestaltung: Mediaservice Rudi Stix
Titelbild: Stefan Gregor

Verantwortlich für Anzeigen:

Mediasüd Robert Macher, Tel. 09 11/988 11-264, Fax -265, robert.macher@mediasued.de

Anzeigenvorlagen (CMYK) per Mail

(PDF) an robert.macher@mediasued.de
oder nach Absprache per Post mit dem Vermerk „BJVreport“ direkt an die Druckerei
(Anschrift siehe unten)

Auflage: 7000 Exemplare

Erscheinungsweise: zweimonatlich

Redaktions- und Anzeigenschluss für Ausgabe 1/2024: 14. Januar 2024

Erscheinungstermin: 20. Februar 2024

ISSN: 0947-8337

Copyright 2023 by BJV & Autoren

Druckerei:

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

Pressetelefon-Rechtsstreit geht weiter

Der Rechtsstreit um das abgehörte Pressetelefon der „Letzten Generation“ geht weiter. Mitte November hatte das Amtsgericht München, das die eigene Anordnung der Überwachung des Pressetelefons überprüft hatte, zwar entschieden, dass diese rechtmäßig gewesen sei. Dagegen aber hat ein BJV-Mitglied nun kurz vor BJVreport-Andruck Beschwerde eingelegt. In einer Pressemitteilung machte der BJV, der im Rahmen des Rechtsschutzes unterstützt, deutlich, dass er in der Abhörung weiterhin einen unrechtmäßigen Eingriff in die Pressefreiheit sehe und der Ansicht des Münchener Amtsgerichts deutlich widerspreche.

„Es ist keine Überraschung, dass das Amtsgericht München die Überwachungs-Entscheidung seiner eigenen Richter nicht anfechten will“, sagt der BJV-Vorsitzende Harald Stocker und fordert: „Um die Pressefreiheit zu schützen, muss das Vorgehen des Amtsgerichts darum jetzt von einer bisher nicht damit befassten Stelle überprüft werden.“ Er erwartet, dass das Landgericht München klar feststelle, dass bei der Überwachung des Pressetelefons der „Letzten Generation“ das Grundrecht auf Pressefreiheit nicht ausreichend bedacht und abgewogen worden sei.

Hintergrund: Mit Unterstützung des BJV hatten Verbands-Mitglieder zuvor Anträge auf Überprüfung der Abhörmaßnahme gestellt. Dabei zeigte sich, dass ein Recherchegespräch über das Pressetelefon komplett aufgezeichnet und gespeichert worden war, obwohl sich die betreffende Person gleich zu Beginn des Gesprächs als journalistisch tätig zu erkennen gegeben hatte. Ein BJV-Mitglied hat nun Ende November sofortige Beschwerde gegen den Beschluss des Amtsgerichts vom 13. November 2023 eingereicht. Über diese wird dann das Landgericht München entscheiden. Die Kanzlei des Würzburger Anwalts Chan-jo Jun vertritt die betroffene Person in dem Verfahren. Der BJV gewährt Rechtsschutz. (bef/mic)

Die Fachgruppe Freie im BJV lädt zum

FREitag

für freie Journalist*innen

KI & Co.: Wie Du Dir das (Arbeits-)Leben leichter machst!

Panels, Workshops und Networking in Präsenz,
inklusive Mittagessen und Kaffeepause

On top: Führung durch das
angesagte Werksviertel

Die Teilnehmerzahl ist auf 60 begrenzt!

Termin:

Freitag, 1. März 2024

Location:

House of Communication

Friedenstraße 22c

81671 München

Anmeldung ab 15. Januar 2024

Anmeldeschluss 16. Februar 2024

Detaillierte Informationen ab Januar

unter www.bjv.de/freitag2024

Ein Vorstand, viele Köpfe: Künftig werden an dieser Stelle nicht nur der BJV-Vorsitzende, sondern im Wechsel verschiedene Mitglieder aus dem BJV-Vorstand zu Wort kommen.

Expansionsgelüste

Ein Standpunkt von Wolfgang Grebenhof

Neulich bei der Verleihung des Bayerischen Printpreises in München: Ein prächtig gelaunter Ministerpräsident lobpreist, wie es seine Art ist, den Freistaat als Medienstandort par excellence, als Nabel der Pressefreiheit und Hort journalistischer Glanztaten. Dann verleiht er seinen Ehrenpreis an Andreas Scherer, den Vorsitzenden der Geschäftsführung der Augsburger Mediengruppe Presse-Druck. Der nämlich stehe für die Verbindung von Qualitätsjournalismus mit einer soliden ökonomischen Basis und verkörpere beispielhaft „das Bild eines ehrbaren Kaufmanns“. Als Vorsitzender des Verbandes Bayerischer Zeitungsverleger, so Söder weiter, setze Scherer sich mit großem Engagement für eine vielfältige Medienlandschaft zwischen Spessart und Karwendel ein.

Kann man so sagen – ist dann halt einseitig. Was Bayerns Regierungschef im Eifer der Schaumschlägerei vergaß zu erwähnen: Auch in Scherers Zeitungsimperium geht es der Vielfalt an den Kragen. Vom Bodensee bis ins Frankenland spannt sich das ökonomische Band der Synergie, vom *Südkurier* in Konstanz via Augsburg bis zur *Main-Post*. Und selbst mit dem *Fränkischen Tag* in Bamberg tauscht man sich regelmäßig aus. Der Würzburger Leseranwalt Anton Sahlender sieht darin nichts Verwerfliches: „Ein bemerkenswert förderliches Miteinander, bei dem Spareffekte gerne mitgenommen werden“, sieht er in dem munteren Content-Ping-Pong, das im Schulterschluss der Sportredaktionen begann, aber damit längst nicht endet. Und weitere Expansionsgelüste gen Westen zeichnen sich ab.

Ähnlich schaut es im Osten des Freistaates aus: Von Eichstätt bis Reichenhall zieht sich der Korridor, über den *PNP*-Verlegerin Simone Tucci-Diekmann gebietet, seit sich ihre Verlagsgruppe Passau den *Donaukurier* (Ingolstadt) und die *Mittelbayerische Zeitung* (Regensburg) einverleibt hat. Von einem „schlagkräftigen Medienverbund, der sich den großen Herausforderungen der Branche selbstbewusst stellt“, schwärmt man da vollmundig im Unternehmer-Sprech. Von einem Trend zu journalistischer Monokultur redet man lieber nicht.

Überhaupt, man spricht nicht gerne darüber, wie sich all diese Annäherungen und Fusionen letztlich auf die Inhalte und deren Vielfalt auswirken. Und darüber, wie oft identischer Content nur noch ein bisschen umverpackt wird, um ihn zielgruppengerecht zu kredenzen – gerade so wie in der Autoindustrie, wo es längst gang und gäbe ist, identische Technik in unterschiedlich gepresstes Blech zu gewanden. Die Verlage, das zeigten die Recherchen des *BJVreport*-Teams zum Titelthema dieser Ausgabe, lassen sich hier ungern in die Karten schauen.

Womit wir wieder beim bayerischen Ministerpräsidenten wären. Söder ist zum einen gelernter Journalist, er dürfte also (über die reine Selbstvermarktung hinaus) Spuren von Interesse an unserem Berufsstand haben. Und als Franke kann er tagtäglich am Beispiel *Nürnberger Zeitung* und *Nürnberger Nachrichten* sehen, wie es sich auswirkt, wenn Krämergeist regiert, wo einst bunte Pluralität herrschte. Womöglich ist ihm das aber auch schlicht egal, solange die für teuer (Steuer-)Geld gemachten Fotos von ihm für möglichst viele Farbtupfer in der Medienlandschaft sorgen.

Uns, den Journalistinnen und Journalisten, ist es allerdings nicht egal, wie und wohin sich diese Landschaft entwickelt. Seit vielen Jahren fordert der BJV von der Bayerischen Staatsregierung einen Medienbericht – eine fundierte Analyse der Entwicklung, nicht nur im Tageszeitungsbereich. Zahlen und Fakten über den bedrohlichen Konzentrationsprozess verweigert die CSU indes beharrlich. Hymnen auf Verleger hören sich nun mal schöner an ...



Wolfgang Grebenhof, stellvertretender Vorsitzender des Bayerischen Journalistenverbands.

Foto: Thomas Geiger

Tamara Link leitet die Fachgruppe Rundfunk

Die Fachgruppe Rundfunk diskutiert über KI und wählt einen neuen Vorstand

Die BJV-Fachgruppe Rundfunk hat einen neuen Vorstand: Tamara Link ist die neue Vorsitzende. Als stellvertretender Vorsitzender wiedergewählt wurde Jürgen Schleifer. Julia Templin und Stephan Bleek sind neu im Team. Die FG Rundfunk wählte ihre neue Leitung nach einer Diskussionsrunde zum Thema „KI im Rundfunk“ im PresseClub München. Der langjährige Fachgruppenvorsitzende Harald Stocker war nach seiner Wahl zum ersten BJV-Vorsitzenden vom Amt zurückgetreten.

Tamara Link war bereits zuvor im Vorstand der Fachgruppe als Stellvertreterin aktiv. Als feste freie Mitarbeiterin beim *Bayerischen Rundfunk* zählen Künstliche Intelligenz und Konstruktiver Journalismus zu ihren Schwerpunkten. Julia Templin ist als freischaffende Autorin, Regisseurin und Produzentin unter anderem für das Wissenschaftsmagazin *Galileo (ProSieben)* tätig. Stephan Bleek ist freier Dokumentarfilm-Regisseur und Geschäftsführer der Produktions-



Sie leiten künftig die BJV-Fachgruppe Rundfunk (von links): Jürgen Schleifer, Tamara Link, Stephan Bleek und Julia Templin.

Foto: Harald Stocker

firma *zb Media* und Sprecher der AG DOK in Bayern. *BR*-Redakteur Jürgen Schleifer ist im Personalrat des *Bayerischen Rundfunk* aktiv und Schatzmeister des BJV.

Der Mensch bleibt wichtig

Bei der Diskussionsrunde „KI im Rundfunk“ sprachen die stellvertretende *ARD*-Pro-

grammdirektorin und Channel-Managerin der „*ARD Mediathek*“ Sophie Burkhardt und Markus Kaiser, Professor für digitalen Journalismus und Medieninnovationen an der TH Nürnberg, mit Tamara Link über das Zukunftsthema. Für Sophie Burkhardt sind Machine Learning und generative Künstliche Intelligenz spannende Technologien, um Inhalte in den Mediatheken besser auffindbar und personalisierbar zu machen. Markus Kaiser prognostiziert, dass rein KI-betriebene Radiosender nicht die Zukunft sein werden. Die Persönlichkeit von menschlichen Moderator*innen werde eher wichtiger, doch es

könnten Produktionsprozesse beschleunigt werden, um etwa wichtige Verkehrsmeldungen noch schneller senden zu können.

Benedikt Frank



Mitschnitt der Diskussion auf dem YouTube-Kanal des BJV: [bjvlink.de/ki-rundfunk](https://www.bjvlink.de/ki-rundfunk)

Testphase bei *Chip*

Wer das Testcenter des Technikmagazins *Chip* betritt, muss sich erstmal orientieren zwischen Staubsaugern, Rechnern, Stromzählern, Oszillographen, Stabmixern und Kabelsalat. Getestet werden hier Alltagsprodukte, die meisten davon elektronisch, von Gadgets über Laptops und Smartphones bis hin zu Fitnessgeräten. Nur Matratzen überlässt man der Konkurrenz von Stiftung Warentest, erklärte der Administrative Leiter des Testcenters Reinhard Scholl. Den Unternehmensbesuch für interessierte BJV-Mitglieder organisiert hatte die Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Die Idee des Testcenters seit der Gründung: Über die verschiedenen Redaktionen des Verlags hinaus soll es konsistente Testergebnisse ohne Widersprüche geben. Leser*innen soll das die Kaufentscheidung erleichtern. Mehr dazu im Artikel von Benedikt Frank: www.bjv.de/news/testphase

Neue Tarifrunde beim *BR*

Es war ein zähes Ringen, ehe sich die Gewerkschaften mit dem *Bayerischen Rundfunk (BR)* vor einem guten Jahr, am 28. November 2022, auf einen Tarifabschluss geeinigt hatten. Die Laufzeit konnte damals von 24 auf 21 Monate reduziert werden, zum 31. Dezember endet der Tarifvertrag nun. Ab Januar werden die Gewerkschaften BJV, Verdi und Unisono in neue Gespräche mit dem *BR* treten. Für den BJV verhandeln die stellvertretende BJV-Vorsitzende Andrea Roth, BJV-Geschäftsführer Dennis Amour und Syndikusrechtsanwalt Ulrich Lewandowski.

(mic)

Manchmal kommt es anders ...

Im Hintergrund war alles vorbereitet, der BJV hatte seine Hausaufgaben gemacht. Ende September waren wir startbereit und freuten uns darauf, den BJV online schon bald im neuen Gewand präsentieren zu können. Aufsetzen wird die neue Website des BJV auf der DJV-Website. Zu einigen technischen Fehlern heißt es auf Nachfrage beim DJV aus Berlin: Werden noch behoben, alles kein Problem, der Start wird in der KW 42 stattfinden. Zwei Wochen vorher fiel daher kurz vor Andruck die Entscheidung, die neue BJV-Website im *BJVreport* 04/2023 vorzustellen. Andernfalls hätten die Leser*innen erst zehn Wochen nach dem Start darüber in unserer Verbandszeitschrift gelesen. Wie wir mittlerweile wissen, war die Einschätzung zu optimistisch. Auch im Dezember hat der BJV noch keine neue Website. Kurz vor Erscheinen dieser *BJVreport*-Ausgabe erreichte uns die Nachricht: Technische Probleme, es wird nun doch noch etwas länger dauern. Diese sind nach wie vor nicht zu hundert Prozent gelöst. Der Bundesverband hat nun entschieden, den gemeinsamen Start mit allen DJV-Landesverbänden auf 2024 zu verschieben. Wir bitten bis dahin um Geduld.

Benedikt Frank

„Wir wollen das Klima-Thema gern weiter vertiefen“

Auch diese Ausgabe des *BJVreport* konnte wieder klimaneutral gedruckt werden – diesmal dank dem freien Journalisten, Dozenten und BJV-Bildungsreferenten Thomas Mrazek sowie dem Kommunikationsreferenten des Verbandes Benedikt Frank. Die beiden teilen sich diesmal die Kosten für den Kompensationsausgleich des Magazins. Er fühle sich dem *BJVreport* verbunden, begründet Thomas Mrazek das Engagement.



Thomas Mrazek und Benedikt Frank. Fotos: Thomas Geiger

mit kleinen Beiträgen wie nun zum Beispiel dem Sponsoring im Bewusstsein zu halten.

Und Benedikt Frank sagt: „Zur Vermeidung von CO₂-Emissionen beizutragen ist ein kleiner Akt der Solidarität mit allen, die unter den Folgen der globalen Erwärmung leiden werden. Da wir alle bereits jetzt betroffen sind, sind wir als Privatmenschen, als Journalistinnen und Journalisten und als Verband mitverantwortlich und können nicht darauf warten, dass andere sich schon um das Problem kümmern werden.“

Schön wäre, wenn sich auch für die Ausgabe 01/2024 ein Sponsor oder eine Sponsorin fände. Die Kosten für den Kompensationsausgleich liegen je nach Umfang des *BJVreport* zwischen 100 und 200 Euro netto. (mic)

Kleine Beiträge

Und dann kam für ihn noch ein Weiteres hinzu: „In unserer Bildungsreihe BJVwissen haben wir vor Kurzem ein Webinar zum Thema ‚Onboarding im Klimajournalismus – Wie du das Klima in deine journalistische Arbeit integrieren kannst‘ abgehalten. Wir waren begeistert von der Resonanz und wol-

len dieses Thema gerne weiter vertiefen und ausbauen.“ Dazu gehört für den Online-Experten aus München auch, das Klimathema



BJV-Mentoring als Karriere-Booster

Wie bringt man Familie und Job unter einen Hut? Wie lässt sich das freiberufliche Standbein ausbauen? Wie verhandelt es sich erfolgreich? Und wo liegen eigentlich die eigenen Stärken? Solche und viele weitere Fragen beschäftigen die zehn Kolleg*innen, die sich aufs BJV-Mentoring beworben hatten. Im Oktober fand nun das Auftakttreffen in München statt. Teilnehmen am Traditionsprogramm können BJV-Mitglieder bis zu einem Alter von 40 Jahren, die bereits im Berufsleben stehen. Gesucht wird dann ein passender Mentor oder eine Mentorin. Das können erfahrene Führungskräfte und Journalist*innen im Medienbereich oder auch selbständige Journalist*innen mit langjähriger Erfahrung sein. Fürs Mentoring 2023/24 konnten als Mentor*innen gewonnen werden: Dr. Susanne Glass, Redaktionsleiterin Ausland und politischer Hintergrund bei *Bayerischer Rundfunk* in München, Manuela Göbel, Redakteurin der *Main-Post* in Würzburg, Bernd Kastner, Reporter im München-Team der *Süddeutschen Zeitung*, Friederike Klein, Wissenschaftsjournalistin, Moderatorin, Projektleiterin, freie Redakteurin und Dozentin aus München, Tilmann Kleinjung, Leiter der

Redaktion Religion und Orientierung bei *Bayerischer Rundfunk*, Harald Mandl, Leiter Digital Services beim Wort & Bild Verlag in Baiernbrunn, Andrea Mertes, Journalistin, Trainerin und Moderatorin aus München, Emil Neffzer, Redakteur im Team News & Social Media bei *Finanztip* in Berlin und Kempten, Michaela Schneider, freie Journalistin, Redaktionsleiterin des *BJVreport* aus Würzburg und Harald Stocker, Fernseh- und Wissenschaftsjournalist sowie BJV-Vorsitzender aus München.

Mindestens einmal im Monat treffen sich die Tandems nun bis in den kommenden Herbst zu Vier-Augen-Gesprächen und arbeiten gemeinsam an Strategien für die berufliche, aber auch persönliche Weiterentwicklung. Inhaltliche Vorgaben gibt es nicht, das Mentoring wird auf die konkrete Situation des oder der jeweiligen Mentee abgestimmt. Hinzu kommen zwei Abendseminare für die gesamte Mentee-Runde, die Themen legt diese selbst fest. Betreut werden die Tandems von der stellvertretenden BJV-Vorsitzenden Andrea Roth, dem BJV-Bildungsbeauftragten Thomas Mrazek und dem BJV-Schatzmeister Jürgen Schleifer. (mic)

Bargeldloses Zahlen

Um bargeldlos Zahlen und künftige Entwicklungen wie den digitalen Euro drehte sich ein Vortrag von Henning Brandt, Head of PR and Communication bei „Computop - the Payment People“. Zum Austausch in die Bayerische Börse in München geladen hatte die BJV-Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, der stellvertretende Fachgruppenleiter Klaus Hommer moderierte. Unter anderem ging es um den digitalen Euro, an dem die Europäische Zentralbank arbeitet und der um 2027 herauskommen soll. Und: Es ging um Fragen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Henning Brandt ist seit 2015 bei Computop tätig, die Zentrale des international tätigen Zahlungsdienstleisters befindet sich in Bamberg. Für die Kommunikation sei es ein großer Vorteil, dass Ralf Gladis, einer der beiden Gründer, schon lange in der Branche und sehr kommunikativ sei und sich nicht scheue, provokative Aussagen zu machen. Die Strategie, dem Unternehmen „ein Gesicht zu geben“, habe gut funktioniert. Mehr im Artikel von Ina Röpke unter bjvlink.de/bargeldlos

„Die Verweigerung unserer Stimme wird gehört“

Die Mehrzahl der BJV-Mitglieder hätte auf die Inflationsausgleichsprämie verzichtet

Die Bayern wollten sie nicht, dann kam sie doch: die Inflationsausgleichsprämie bei Tageszeitungen. Auf diese hatten sich der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) und der Verlegerverband BDZV nach intensiven Gesprächen geeinigt. Im Gegenzug sollte die Laufzeit des ursprünglich bis Ende April 2024 laufenden Gehaltstarifvertrags bis Ende 2024 verlängert werden. Aufgenommen hatte der DJV auf Bundesebene die Gespräche mit dem Verlegerverband (BDZV), weil die meisten Verlage von der Möglichkeit, freiwillig einen steuerfreien Inflationsausgleich zu zahlen, bis Anfang Oktober keinen Gebrauch gemacht hatten.

An den Landesverbänden lag es dann, dem Ergebnis in der „Großen Tarifkommission“ des DJV zuzustimmen oder auch nicht. Der BJV setzte daraufhin eine digitale Informationsveranstaltung an und startete eine Umfrage unter den Mitgliedern. Heraus kam ein vielfältiges Meinungsbild, die ablehnenden Stimmen überwogen. In der „Großen Kommission“ al-

lerdings lehnte neben dem BJV nur ein weiterer Landesverband das Verhandlungsergebnis ab, zwei Landesverbände enthielten sich. Damit galt es als angenommen. „Wir wissen, dass mit diesem Ergebnis nicht alle Mitglieder glücklich sind. Dennoch werden wir die Entscheidung der Gremien des DJV akzeptieren“, wandte sich BJV-Geschäftsführer Dennis Amour anschließend in einem Rundschreiben an die bayerischen Mitglieder.

Inflationsausgleich bis zu 1800 Euro

„Mit der Ablehnung des BJV im Bund haben wir signalisiert, dass unsere Mitglieder bereit wären, für eine lineare Erhöhung der Gehälter noch stärker zu kämpfen. Die Verweigerung unserer Stimme wird nicht nur in den anderen DJV-Landesverbänden und von den Verhandlern gehört, es ist auch eine Warnung in Richtung des Arbeitgeberverbandes, dass es 2024 eine angemessene lineare Erhöhung geben muss“, so Amour wörtlich.

Und was bedeutet die Inflationsausgleich-

sprämie in der Praxis? Alle Angestellten bei Tageszeitungen bundesweit erhalten einen Inflationsausgleich von bis zu 1800 Euro – und zwar steuerfrei gemäß Bundesgesetz. Aufgeteilt wird die Zahlung auf 15 Monate, beginnend im Oktober 2023. Bereits zuvor geleistete Zahlungen werden, begrenzt bis April 2024, zu 50 Prozent angerechnet. Danach erhalten die Kolleg*innen ebenfalls 120 Euro pro Monat bis Ende 2024. Auch die arbeitnehmerähnlichen Freien erhalten einen sich am Honorar des jeweiligen Monats orientierenden monatlichen Ausgleichsbetrag.

Und schließlich der Wermutstropfen: Der bis April 2024 geltende Tarifvertrag wird bis Ende 2024 verlängert. Der BDZV hat sich jedoch verpflichtet, mit den Gewerkschaften bereits 2024 in Verhandlungen über den Gehaltstarifvertrag und den Tarifvertrag für die arbeitnehmerähnlichen Freien einzutreten. Auch haben die Verleger zugesagt, den Manteltarifvertrag im kommenden Jahr nicht zu kündigen. (mic)

Marina Klimchuk erhält Helmut-Stegmann-Preis

Die ukrainische Nachwuchsjournalistin Marina Klimchuk hat in Berlin den vom Bayerischen Journalisten-Verband getragenen Helmut-Stegmann-Preis für ihre Reportage „Nahes, fernes Heimatland“ erhalten, erschienen ist er im Magazin GEO. Der Preis ist mit 2500 Euro dotiert und wird seit 2010 vom BJV finanziert. Überreicht wurde er vom BJV-Schatzmeister Jürgen Schleifer bei einem Treffen des Förderkreises der Deutschen Journalisten-



Preisträgerin Marina Klimchuk und BJV-Schatzmeister Jürgen Schleifer.

Bild: Sven Szalewa / DJS

schule im Funkhaus des Deutschlandradios in Schöneberg. „Ein sehr persönlicher, berührender und bewegender Text“, sagte Jürgen Schleifer über den Siegerbeitrag. In ihrem Essay schreibt die Autorin Marina Klimchuk über ihre Reise in die Ukraine und das Schicksal von Frauen, die vor dem Krieg geflüchtet sind. Der Preis erinnert an den

früheren Chefredakteur der tz in München zudem war Helmut Stegmann Mitglied der ersten Lehrredaktion der DJS. Ein Preis, der „Maßstäbe setzen soll für gründlich recherchierten Journalismus, der sich Objektivität und Fairness verpflichtet fühlt und die moralischen Grundsätze eines demokratischen Journalismus aufrechterhält.“ (js)

„Rainer Reichert-Preis zum Tag der Pressefreiheit“

Zum zehnten Mal wird der Bayerische Journalisten-Verband 2024 den Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit ausloben. Dann allerdings unter einem neuen Namen: Künftig wird dieser „Rainer Reichert-Preis zum internationalen Tag der Pressefreiheit“ heißen. Der Journalist, viele Jahre Würzburger Korrespondent des Aschaffener *Main-Echo*, hatte sich Jahrzehnte im BJV, DJV und der Europäischen Journalisten Föderation (EJF) engagiert, stets die Bedeutung Europas und die Rolle der Journalist*innen betont und sich für die Vermittlung von Medienkompetenz eingesetzt. Und: Rainer Reichert wurde niemals müde, sich für die Pressefreiheit in Deutschland und der Welt stark zu machen. Er war viele Jahre lang Vorsitzender des BJV-Bezirksverbands Mainfranken, gründete und leitete die BJV-Fachgruppe Europa und rief den Wettbewerb Pressefoto Unterfranken ins Leben. Bei einer Reise für den DJV nach Brüssel starb er im Jahr 2019 im Alter von 68 Jahren. Mit dem „Rainer Reichert-Preis zum Tag der Pressefreiheit“ will der BJV künftig auch an sein Verbandsvermächtnis erinnern. (mic)

Nicht meckern, sondern Verantwortung übernehmen

Anne Webert wurde in der Delegiertenversammlung in Magdeburg als stellvertretende DJV-Vorsitzende mit großer Mehrheit wiedergewählt

Von Johannes Michel

„Mir ist es wichtig, mit anderen Menschen zusammen etwas zu gestalten, aber auch mal zu träumen.“ Es war eine sympathische Bewerbungsrede, die Anne Webert auf dem DJV-Verbandstag in Magdeburg hielt. Vor zwei Jahren sei sie angetreten, weil Meckern im Hintergrund nichts bringe, vielmehr gelte es, Verantwortung zu übernehmen. Das hat Webert ohne Frage vielfach getan, gerade für die freien Journalist*innen und den Lokaljournalismus setzt sie sich ein, etwa mit dem Projekt „Hinterland“. Ziele für die Zukunft formulierte sie auch – im Koalitionsvertrag der aktuellen Bundesregierung seien Regelungen für gemeinnützigen Journalismus vorgesehen, Stiftungen könnten dann den Journalismus als wichtige Zukunftsaufgabe entdecken.

Und: Im Ehrenamt dürfe auch der Spaß nicht zu kurz kommen. „Wenn ihr etwas verbessern wollt, engagiert euch bei uns, kämpft dafür, steht für bessere Honorare ein“, sagte Webert auf die Frage, was aktuell für Freie entscheidend sei. Belohnt wurde sie mit einem guten Ergebnis – 93 Prozent der Delegierten wählten sie zum zweiten Mal zur stellvertretenden Bundesvorsitzenden. Webert erhielt 163 Ja- und zwölf Nein-Stimmen, 14 Delegierte enthielten sich. Als weitere Stellvertreterin wurde erneut Mariana Friedrich aus Thüringen gewählt. Sie erhielt 92 Prozent der möglichen Stimmen.

94 Prozent für Mika Beuster

An der Spitze des DJV steht nun der Lokaljournalist Mika Beuster aus Hessen. Er bekam 94 Prozent der Stimmen und folgt auf Frank Überall, der nicht mehr antrat. Beuster plädierte dafür, den Wert des Journalismus nicht herunterzuspielen. „Wenn 100 Millionen Euro für die Bundeswehr vorhanden sind, muss auch für den Journalismus Geld da sein.“ Auf den Verband sah er vielfältige Aufgaben zukommen. Es gelte, diverser zu werden, Menschen mit Migrationserfahrung oder Behinderung einzubinden und bestimmte



Der BJV-Vorsitzende Harald Stocker gratuliert Anne Webert nach ihrer Wiederwahl zur stellvertretenden DJV-Vorsitzenden.

Foto: Johannes Michel

Teile der Gesellschaft nicht auszublenden. Der 44-Jährige versprach mehr „Wumms“ in der Tarifarbeit. Und es gelte, die Politik stärker einzubinden, da sich zeige, dass die Tariftreue immer weiter zurückgehe. „Gebt mir die Befreiheit und die Rückendeckung, wenn wir Steine auch mal umdrehen und Dinge anders machen.“ Beuster ist der bislang jüngste DJV-Bundesvorsitzende in der Geschichte des Journalisten-Verbandes.

Wiedergewählt wurde Schatzmeisterin Katrin Kroemer, sie erhielt eine Zustimmung von 86 Prozent. Bei der Wahl der Beisitzer*innen gab es für die Delegierten dann eine Auswahl. Auf drei Posten bewarben sich Miriam Leunissen vom BJV, Ute Korinth (NRW), Jonathan Janoschka (Saarland) und Philipp Blanke (Berlin). Gewählt wurden Korinth (149 Stimmen), Blanke (138) und Janoschka (116). Leunissen erhielt 72 Stimmen und schaffte es damit nicht ins Beisitzeramt.

Im Plenum wurden auch mehrere Anträge

des BJV beraten. Alle fanden eine breite Mehrheit, darunter ein Dringlichkeitsantrag, der sich aus dem Koalitionsvertrag in Bayern ergeben hatte und einen koordinierten UKW-Ausstieg fordert. Die Bundesländer, aber auch Österreich und die Schweiz sollten sich hier, so BJV-Vorsitzender Harald Stocker, auf ein gemeinsames Datum einigen. Ebenso wurden bayerische Anträge zur Anpassung der „Gemeinsamen Vergütungsregeln“ und zu einer Kampagne „Ausbildung sichern“ angenommen.

Pressefreiheit im Sinkflug?

Mehrere Podiumsdiskussionen lieferten überdies Denkanstöße. Den Anfang machte „Albtraum Lokaljournalismus – Pressefreiheit im Sinkflug?“. Die freie Journalistin Jana Merkel erzählte hier von Problemen in Sachen Sicherheit – sie berichtet regelmäßig aus der rechtsextremen Szene. „Nach jedem Beitrag denke ich darüber nach, es sein zu lassen.“ Jan Hollitzer, Chefredakteur der *Thüringer Allgemeine* und Dr. Lutz Kinkel vom European Centre for Press & Media Freedom steuerten ihre Erfahrungen bei. Wolfgang Grebenhof, stellvertretender BJV-Vorsitzender und diesmal auch im Tagungspräsidium aktiv, streute in die anschließende Diskussion ein, dass die Berichterstattung in der Fläche aufgrund der hinter anderen Branchen zurückbleibenden Lohnentwicklung und dem damit verbundenen Attraktivitätsverlust des Berufs schwächer werde.

Auch wurde auf dem Podium das neue Angebot „Helpline“ vorgestellt, hier können Journalist*innen sich bei Problemen direkt an andere Journalist*innen wenden, die Unterstützung bereitstellen. Im Panel „KI im Journalismus – Was erwartet uns?“ gab es ebenfalls wertvolle Informationen. Oskar Vitlif, der in seinem Newsletter „Oskar Tools“ wöchentlich neue KI-Tools vorstellt, sieht in der Technik vor allem Nutzen, um „Fleißaufgaben“ abzugeben. Eine All-in-one-Lösung, die sich manche, auch Unternehmen, erhofften, sieht er nicht.

Wie sie leben, wie sie arbeiten – der *BJVreport* besucht prominente Mitglieder in ihrem Büro. Unter bjv.de/officestory finden Sie alle bisher veröffentlichten Officestories.

Die Auswanderin

Die Frage, was aus ihren Interviewpartnern in Afrika geworden ist, ließ Judith Raupp nicht los. Also kündigte sie 2011 ihre Stelle bei der *Süddeutschen Zeitung*

Von Senta Krasser



Ort der Entspannung und Arbeitsplatz: Auf ihrer Terrasse in Goma schreibt Judith Raupp Berichte über den Ost-Kongo. Bei ihrer Arbeit als Journalisten- und Medientrainerin lernte sie, warum das europäische Effizienzmuster „zack, zack, zack, alles abarbeiten“, in Redaktionen in Afrika nicht funktioniert. Ihr Rat: sich darauf einstellen, anstatt in Vorurteilen zu verharren.

Foto: Georg Spirito

Afrika. Ost-Kongo. Goma auch noch, wo am anderen Ufer des Kivusees das Bürgerkriegsland Ruanda liegt und die Folgen von Gewalt und Korruption herüberschwappen. Wo die Menschen traumatisiert sind von den jahrzehntelangen Kämpfen und der Staat sein Gewaltmonopol nicht durchsetzen kann gegen die Macht von Milizen und Armee. Und dort willst du hin? Spinnst du?

So war die Reaktion, als sich Judith Raupp entschloss, München und damit auch ihre feste Stelle bei der *Süddeutschen Zeitung* aufzugeben, um an diesen aus westlicher Sicht so elenden wie unbekanntem Flecken Erde zu ziehen. Dass es dort auch Gorillas zu bestaunen gibt, ja, das hat man schon mal gehört. Aber haben die Menschen dort überhaupt ein Smartphone? Na, klar!

Auch in ihrem Bekanntenkreis muss die Journalistin Aufklärungsarbeit leisten. Dabei ist

es bald 13 Jahre her, dass sie nach Goma zog, um von dort nicht nur zu berichten, sondern auch Redakteure beiderlei Geschlechts auszubilden und an der Universität Journalismus zu lehren. Höchste Zeit also nachzufragen: Was ist aus ihrer „spinnerten“ Idee geworden?

„Für die Afrikaner sind wir die reichen Säcke.“

Judith Raupp

Zunächst einmal freut sich die Auswanderin sehr, dass man sich für sie und den Osten der Demokratischen Republik Kongo interessiert. Dafür, dass den Menschen in Europa so viele Rohstoffe von dort zugutekommen, findet sie es immer wieder erstaunlich, wie wenig man hinschaut und weiß. Und wenn hingeschaut wird, auf Afrika generell, dann sei es oft ein eurozentrischer, wenig differenzierter Blick.

Sie wollte es genauer wissen. Die Arbeit bei der SZ machte ihr zwar großen Spaß; sie war zuletzt Redakteurin in der Außenpolitik und zuständig für den afrikanischen Kontinent. Wenn sie aber von Recherchen zurückkehrte, musste sie an die Menschen denken, die sie interviewt hatte: Was ist aus ihnen geworden? Gab es Schwierigkeiten, weil sie mit mir gesprochen haben? Leben sie überhaupt noch? Diese Gedanken beschäftigten sie zunehmend. So wuchs der Wunsch, länger zu bleiben.

Per Zufall las sie die Stellenanzeige einer deutschen Hilfsorganisation. Gesucht wurde in Goma Verstärkung in der Pressestelle. Nach kurzem Zögern kündigte Judith Raupp bei der SZ. Mit ihrem Lebensgefährten, einem Ingenieur, mietete sie am Stadtrand von Goma ein Haus plus Terrasse.

In dieser grünen Oase klappt die Journalistin ihren Laptop auf. Vögel pfeifen, Grillen zirpen,

Dschungelpflanzen wachsen bis ans Haus heran. Idylle pur, so scheint es aus der Ferne. Die Verbindung bricht immer wieder zusammen. Erneuter Versuch mit der nächsten Mobilfunkkarte. Wir können unser Gespräch fortsetzen.

Als Judith Raupp nach Goma kam, war die Stadt noch nicht so voll wie jetzt mit mutmaßlich zwei Millionen Einwohnern. Die Amtssprache Französisch beherrschte sie schon, Kisuaheli lernte sie dazu und verstand, warum man ihr „Mama na kinga“ hinterherrief, „die Mama auf dem Fahrrad“. Sie fällt eben auf. Statt wie die meisten Westler im SUV umherzufahren, strampelt sie. Nicht auf dem Lastenrad mit Kindern. Frauen im Kongo werden grundsätzlich Mama genannt, auch die kinderlosen. Ungefährlich ist diese Art der Fortbewegung nicht. Der Straßenverkehr ist höllisch, weil meist ehemalige Kindersoldaten auf Motorrädern herumrasen. Für jemanden, der gezwungen wurde, schon als Kind seine Familie umzubringen, um sich abzuhärten, zähle ein Menschenleben nicht viel, sagt Judith Raupp, dementsprechend gehe es auf Gomas Straßen zu.

Dementsprechend herausfordernd ist auch ihre Arbeit. Die jungen Leute, die sie ausbildet, seien alle im Krieg großgeworden und immer noch traumatisiert. Manchmal komme sie sich wie eine Hobby-Psychologin vor. Sie habe Respekt davor, wie diese Menschen ihr Leben meistern: „Sie haben mir beigebracht, wie man überlebt.“ Und sie bringt ihnen bei, wie man recherchiert.

Kritik bedeutet Gefahr

Mit Zufriedenheit schaut sie auf die Früchte ihrer Arbeit. Im Vorjahr erhielt der von ihr betreute kongolesische Verbund kommunaler Radio- und TV-Stationen den Philipp-Palm-Preis für Meinungs- und Pressefreiheit. Es war ein emotionaler Moment. Die Kolleg*innen im Kongo seien differenzierter, kritischer, weltoffener in ihrem Denken geworden. Gerade die Frauen gingen mutiger und selbstbewusster an ihre journalistische Arbeit heran. Andererseits, weiß Judith Raupp: „Je kritischer sie berichten, desto mehr bringen sie sich in Gefahr. Journalisten werden hier verhaftet, sogar ermordet.“ Manchmal denke sie: Hoffentlich passiert ihnen nichts.

Und ihr? Passiert ihr nichts? „Das ist ein interessantes Phänomen“, antwortet sie, „ich werde hier respektvoller behandelt und bekomme oft schneller Zugang zu Interviewpartnern als einheimische Journalistinnen, weil weiße Haut mit

Warum ich im BJV bin

„In jeder Branche sollten sich arbeitende Menschen organisieren und solidarisieren, weil ich glaube, dass man als Einzelkämpfer*in nicht weit kommt. Das sehe ich hier im Ost-Kongo bestätigt: Die schwierigen Bedingungen halten die Menschen nur aus, weil sie sich untereinander helfen. Das sollte auch im so genannten Westen gelten. Weil es uns viel so lange gut ging, ist es leider in Vergessenheit geraten, dass man einander braucht. Ich bin froh um das Wissen, dass es einen Verband gibt, an den ich mich (nicht nur) im Notfall wenden kann – und wo ich mich fortbilden kann. Dass ich Print-Dinosaurier heute als Fact-Checkerin arbeite und mit dem Handy Videos schneide, verdanke ich den Online-Seminaren des BJV.“

Kompetenz gleichgesetzt wird.“ Wenn sie für eine Recherche wie zuletzt für *Die Zeit* über Ölbohrungen im Regenwald aufs Land rausfähre, seien die Menschen erstaunt und gäben ihr bereitwilliger Auskunft als offizielle Stellen. „Das steht im krassen Gegensatz zur allgemeinen Entwicklung in Afrika, dass man sich prinzipiell nichts mehr von den ehemaligen kolonialen Unterdrückern sagen lassen will.“ Diesen Widerspruch habe sie bis heute nicht verstanden.

Neuankömmlingen empfiehlt sie: erstmal zuhören und beobachten. Und dann verstehen, warum die Leute, mit denen man zusammenarbeitet, so sind, wie sie sind. „Woher sie kommen und was sie erlebt haben, erklärt, warum das europäische Effizienzmuster – zack, zack, zack, alles abarbeiten – in Redaktionen in Afrika nicht funktioniert. Darauf muss man sich einstellen, anstatt im Vorurteil zu verharren: Der Afrikaner an sich ist halt schludrig und faul und will nur Geld abzocken.“ So was führe nur zu den klassischen Reibereien.

Nicht zuletzt sollte man die andere Seite darüber aufklären, wie es in Deutschland zugeht. Denn so wie viele Europäer wenig Ahnung von Afrika hätten, verhalte es sich auch andersrum: „Für die Afrikaner sind wir die reichen Säcke. Sie wissen nicht, dass Medienhäuser auch in Deutschland Leute entlassen und Journalisten unter Druck arbeiten müssen. Wenn ich ihnen das erzähle, schauen sie mich verwundert an: Wie, Ihr seid doch ein reiches Land!?“

Als Judith Raups Vertrag als Journalisten- und Medientrainerin 2021 auslief, stand sie vor der Wahl, in dieses reiche Land zurückzukehren. Es war Pandemie, ein Sonderflieger stand

bereit. Doch ausfliegen wie die Entwicklungshelfer, weil's brenzlich wird, und wenn's euch, liebe Freunde, erwischt, dann habt ihr halt Pech gehabt? Das fühlte sich nicht richtig an. Sie blieb und konzentriert sich wieder mehr aufs eigene Berichten für Zeitungen, aber auch *Deutschlandfunk* und *Deutsche Welle*. Ehrenamtlich schaut sie ihren Schützlingen über die Schulter und engagiert sich im Vorstand des Münchner Vereins „Journalisten helfen Journalisten“, der auch kongolesische Kolleg*innen unterstützt.

Den Schritt in die Freiberuflichkeit hat sie nicht bereut, auch wenn ihr manchmal der Austausch und das eingebettet sein in ein Team fehlt. Und wenn sie die Zeit, die sie in manche Recherche steckt, auf ihren Stundenlohn umrechne, dann denke sie, da könntest du an der Kasse in Deutschland mehr verdienen. Trotzdem, sie genießt das freie Arbeiten sehr: selbst die Themen aussuchen, rumspinnen, recherchieren, solange man will. Diese Freiheit möchte sie nicht missen.

Ob sie das weiterhin aus Goma tut? Da ist die weiße Afrikanerin, die 1964 in Lörrach geboren wurde, hin und her gerissen. Wenn die Polizei sie mal wieder vergraulen will, wenn wieder jemand auf mysteriöse Weise umgekommen ist, wenn wieder ein Kind erschlagen und in den Kivusee geworfen wurde, dann ziehe sie das so sehr runter, dass sie zu ihrem Lebensgefährten sage, komm, lass uns gehen.

Aber schon am nächsten Tag, wenn sie auf diese vielen jungen Menschen mit ihrem unbändigen Überlebenswillen trifft, überkommt sie der Gedanke: „Was jammerst du hier rum? Es geht dir doch supergut. Bleib!“



Am Kivusee verbringt Judith Raupp viel Zeit mit Mischlingshündin Tena.

Foto: Judith Raupp

„Am Ende steht immer ein Mensch“

Was der Europaabgeordnete Sergey Lagodinsky über das DJV-Papier zum Thema KI denkt

Von Yannick Hupfer

Augenbrauen hoch? Oder: Mundwinkel hoch? Wenn Sergey Lagodinsky über Künstliche Intelligenz (KI) spricht, erkennen Zuschauer in seinem Gesicht zwei Ausdrücke: Kritische Distanz und freudiges Interesse. Lagodinsky sitzt im Europaparlament für Bündnis 90/Die Grünen – und er ist derjenige, der das europäische KI-Gesetz maßgeblich mitgeprägt hat. Im Juni dieses Jahres hatten sich die Mitglieder des Europaparlaments auf eine KI-Verordnung geeinigt. Aktuell befindet sie sich in den Trilogverhandlungen zwischen der Europäischen Kommission, dem Rat der Europäischen Union und dem Europäischen Parlament. „Es wäre eine Lüge, wenn ich sagen würde: Wir sind ganz nah beieinander“, beschreibt Lagodinsky die Verhandlungen. Kern der Verordnung ist es, Künstliche Intelligenz und deren Auswirkung auf die Menschen zu regulieren, um letztere zu schützen. Hierfür soll KI eingestuft werden: risikoarm, begrenzt riskant, riskant und verboten. Dabei geht es zum Beispiel um Massenüberwachung oder Emotionserkennung.

Beim Besuch des Bayerischen Journalisten-Verbandes im Europäischen Parlament in Straßburg Anfang Oktober konnte BJV-Vorsitzender Harald Stocker Sergey Lagodinsky mit dem KI-Papier des Deutschen Journalisten Verbandes konfrontieren. Gleich an erster Stelle besagt das Papier, dass Menschen nicht durch Künstliche Intelligenz ersetzt werden dürfen. Auf diese Gefahr hin von Stocker angesprochen, zeigt der Grünen-Politiker eine klare Meinung: „Ich finde es nur dann gut, wenn für die Menschen, die da tätig sind, trotzdem das letzte Wort ver-



BJV-Vorsitzender Harald Stocker in Straßburg im Gespräch mit EU-Politiker Sergey Lagodinsky.

Foto: Yannick Hupfer

bleibt. Dass ein Redakteur, eine Redakteurin trotzdem auf das Ergebnis schaut, bevor es dargestellt wird.“ Und das sind oft diejenigen, die der KI überhaupt Inhalte liefern, aus denen sie sich trainiert und neue Inhalte erzeugt. „Es soll markiert sein, wenn urheberrechtsgeschützte Erzeugnisse oder Produkte für die Trainingszwecke genutzt wurden“, sagt der Politiker deshalb.

Uneins in Sachen Geld

Dann wäre da aber noch die Sache mit dem Geld. Und da sind sich Lagodinsky und Stocker nicht ganz einig. Der DJV fordert in seinem Papier eine angemessene Vergütung: „KI-Anwendungen durchforsten mittels Text- und Data-Mining-Technologien Unmengen an vorhandenen Inhalten, in aller Regel ohne zuvor die Einwilligung der Urheberinnen oder Urheber eingeholt oder eine angemessene Vergütung bezahlt zu haben. Im Anschluss nutzt und vermarktet die Künstliche Intelligenz die fremden Inhalte oder Teile hiervon in eigenem Namen.“ Lagodinsky hingegen erklärte, er habe selbst sein Wissen auch aus Büchern, mit denen er

„trainiert“ habe. „Aber Sie haben ja für die Bücher bezahlt“, entgegnete ihm Stocker. Letztendlich zeigte sich der Politiker aber offen für Diskussionen der Bezahlung, wenn Künstliche Intelligenz urheberrechtlich geschützte Daten zu Trainingszwecken nutzt.

Das Papier des DJV besagt auch, dass Inhalte, die mit Künstlicher Intelligenz generiert wurden, gekennzeichnet werden müssen. Dieser Meinung ist auch Lagodinsky: „Das fänden wir gut.“ Der Europaabgeordnete stellte heraus, dass

eine Kennzeichnung von Deepfakes „absolut notwendig“ sei. Dabei handelt es sich um gefälschte Inhalte wie Fotos, Videos oder Audioaufzeichnungen, die mithilfe von Künstlicher Intelligenz generiert wurden und dadurch realistisch wirken. Ob der Inhalt nun wahr ist oder nicht, ist in vielen Fällen dann nicht mehr einzuschätzen. So ging Anfang des Jahres ein Bild des Papstes um die Welt, der in einem dicken, weißen Daunenmantel schlenderte. Um den Hals hing ihm ein Kreuz, um die Hand eine vermeintliche Trinkflasche. Modeikone Papst Franziskus? Nein. Das Bild wirkte echt, doch war es durch eine KI erstellt: ein Deepfake.

Um das zu erkennen und das Gesetz praktisch anwenden zu können, will Lagodinsky eine Website erstellen lassen, die die Richtlinien für alle zugänglich macht: „Ohne diese Übersetzungsfunktion wird dieses Gesetz nicht zu einem lebendigen Werk.“ Denn klar ist für den Politiker eines: „Am Anfang und am Ende der KI steht immer ein Mensch.“ Und schon gehen seine Augenbrauen wieder nach oben.

Presseausweis 2024 – Jetzt beantragen!

Einfach das Formular vollständig ausfüllen, unterschreiben und gescannt als PDF an presseausweis@bjv.de senden. Wir benötigen in diesem Jahr **dringend alle** persönlichen Daten. Bitte füllen Sie also **in jedem Fall die Pflichtfelder aus**. Und: nennen Sie uns Ihren aktuellen Arbeitgeber!

Unsere Datenschutzhinweise können Sie unter dieser Adresse online einsehen: <https://www.bjv.de/presseausweis>



ANTRAG PRESSEAUSSWEIS FÜR MITGLIEDER 2024

Bitte in **DRUCKBUCHSTABEN** ausfüllen und unterschrieben per Post oder per E-Mail an: presseausweis@bjv.de senden.

<input type="checkbox"/> Presseausweis	<input type="checkbox"/> KFZ-Schild 5,- €	<input type="checkbox"/> Vorhandenes Passbild verwenden	<input type="checkbox"/> Passbild anbei
--	---	--	--

Private Anschrift

Vorname *

Nachname *

Straße / Hausnummer *

PLZ / Ort *

Telefon / Mobil *

E-Mail *

Geburtsdatum *

Presseausweisnummer

Status

<input type="checkbox"/> angestellt	<input type="checkbox"/> freie/r Journalist*in	<input type="checkbox"/> Pauschalist*in	<input type="checkbox"/> 12a Status/ BR
-------------------------------------	--	---	---

***Pflichtfelder, bitte unbedingt ausfüllen.**

Arbeitgeber

Name

Straße / Hausnummer

PLZ / Ort

Telefon / Mobil

E-Mail

Angaben freier Journalist*innen

Medientitel, für die Sie hauptsächlich tätig sind:

Hiermit bestätige ich, dass ich bei keinem anderen Landesverband den Presseausweis beantragt habe. Ich habe Kenntnis davon genommen, dass der Presseausweis nur an hauptberuflich tätige Journalistinnen und Journalisten ausgegeben wird. Ich verpflichte mich, den Presseausweis nur in Ausübung journalistischer Tätigkeit und nicht bei privaten Anlässen zu benutzen. Mir ist bekannt, dass der Presseausweis Eigentum des ausstellenden Landesverbandes bleibt und von diesem jederzeit zurückgefordert werden kann, insbesondere wegen missbräuchlicher Benutzung. Wenn ich nicht mehr hauptberuflich journalistisch tätig sein sollte, werde ich den Presseausweis unverzüglich dem zuständigen Landesverband zurückgeben. Das gleiche gilt bei Austritt aus dem Landesverband. Die erforderlichen Nachweise über die hauptberufliche journalistische Tätigkeit (z.B. Arbeitsvertrag, Impressum, KSK-Bescheinigung, Pauschalisten-Vertrag,

Ort, Datum

Honorarnachweis der letzten 6 Monate) habe ich beigefügt. Mir ist bekannt, dass diese Nachweise die eigenverantwortliche Prüfung des Landesverbandes nicht ersetzen können. Mir ist bekannt, dass die in diesem Antrag gemachten Angaben zum Zwecke der Ausstellung eines bundeseinheitlichen Presseausweises elektronisch verarbeitet werden. Dies geschieht in Erfüllung der Verpflichtungen nach der „Vereinbarung zwischen dem Vorsitz der Ständigen Konferenz der Innenminister und -senatoren der Länder und dem Trägerverein des Deutschen Presserats e. V. über die Wiedereinführung eines bundeseinheitlichen Presseausweises“ vom 30.11./01.12.2016. Hiernach unterrichten sich die ausstellungsberechtigten Verbände wechselseitig über Fälle des Missbrauchs eines Presseausweises. Umfassende Informationen über die Datenverarbeitung bei der Ausstellung von Presseausweisen finde ich unter „Datenschutzhinweis“.

Unterschrift

Presseausweis 2024 – Jetzt beantragen!



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Sie finden den Antrag für die Ausstellung des Presseausweises 2024 auf Seite 37. Sie können das Antrag auch online unter bjv.de/presseausweis ausfüllen, ausdrucken und unterschreiben (eine Online-Signatur ist noch nicht möglich).

Bitte beachten Sie den unten stehenden Datenschutzhinweis.

Bitte senden Sie den unterschriebenen Antrag eingescannt per Mail an presseausweis@bjv.de oder ausgedruckt per Post zu.

Beachten Sie bitte Sie folgende Hinweise:

1. Füllen Sie bitte in jedem Fall die Pflichtfelder aus. Besonders hervorzuheben ist die E-Mail-Adresse.
2. Geben Sie bitte, wenn Sie festangestellt sind, Name und Anschrift des Arbeitgebers (Unternehmensbezeichnung inkl. GmbH, KG, etc.) sowie den Namen des Mediums (Titel der Zeitung bzw. Zeitschrift, Name des Senders etc.), für das Sie arbeiten, an. Sollten Sie freiberuflich tätig sein, genügt die Angabe „freie Journalistin“ oder „freier Journalist“. Sie helfen uns damit, unsere Mitglieder

zielgruppenspezifisch zu Veranstaltungen einzuladen.

3. Falls Sie ein Presse-/Kfz-Schild benötigen, kreuzen Sie bitte das dafür vorgesehene Kästchen an.

4. Wir bitten um Angabe der Hauptfachgruppe und Nebenfachgruppe.

Bitte senden Sie uns den ausgefüllten Antrag so bald wie möglich zurück, damit Sie Ihren neuen Presseausweis bis zum Jahresende erhalten können.

Ihr BJV-Team



Datenschutzhinweis – auch das muss sein

Information zur Verarbeitung personenbezogener Daten für den Antrag auf Ausstellung eines bundeseinheitlichen Presseausweises (Stand: 07.09.2018)

Wenn Sie sich mit einem Antrag auf Ausstellung eines bundeseinheitlichen Presseausweises an einen durch die Ständige Kommission beim Deutschen Presserat anerkannten Verband wenden oder dieser Verband Sie im Zuge der Antragstellung kontaktiert, verarbeitet der Verband im erforderlichen Umfang Ihre personenbezogenen Daten. Gemäß Art. 13 und 14 Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) gibt der ausstellende Verband Ihnen hierzu folgende Informationen:

Name und Kontaktdaten des Verantwortlichen

Bayerischer Journalisten-Verband e.V.
St.-Martin-Str. 64
81541 München
Telefon 089 5450418-0
Fax 089 5450418-18
E-Mail: info@bjv.de

Kontakt Daten des betrieblichen Datenschutzbeauftragten

Den betrieblichen Datenschutzbeauftragten erreichen Sie unter folgender Adresse:
Norbert Rauch
Dr.-Daßler-Straße 57
91074 Herzogenaurach
Tel. 0700 2255 2827

Zwecke und Rechtsgrundlage der Verarbeitung

Der Verantwortliche verarbeitet die in Nr. 4 genannten Daten, um bundeseinheitliche Presseausweise an Journalist*innen auszustellen. Im Einzelnen hat der Verantwortliche zu prüfen, ob der/die Antragsteller*in eine hauptberufliche journalistische Tätigkeit ausübt. Dieses muss glaubhaft belegt werden. Hierbei sind die Bewertung der Kriterien für den Bezug von Presseausweisen (vgl. § 9 Abs. 1 der Vereinbarung) und

die Gewichtung der Gründe für die Verweigerung der Ausgabe oder für eine Entziehung von Presseausweisen (vgl. § 10 Abs. 2 der Vereinbarung) erforderlich. Dies geschieht im Einklang mit den Bestimmungen der DS-GVO und dem Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) für den Zweck der Vertragsbegründung, -durchführung, -erfüllung sowie zur Durchführung vorvertraglicher Maßnahmen. Wir verarbeiten die personenbezogenen Daten zu den vorgenannten Zwecken auf der Grundlage des Art. 6 Abs. 1 lit. b DS-GVO.

Zudem erfolgt ggf. eine Verarbeitung zur Wahrung berechtigter Interessen (Art. 6 Abs. 1 lit. f DS-GVO) unseres Verbandes, anderer ausgabeberechtigter Verbände und der Gremien des Deutschen Presserates (Ständige Kommission und Selbstverwaltungsgremium). Das berechtigte Interesse liegt vor, wenn die Ständige Kommission

oder das Selbstverwaltungsgremium nach § 10 Abs. 3 der Vereinbarung Missbrauchs-kontrollen und Schritte zur Vermeidung der Doppelbeantragung im Falle von Zweitbeantragungen durchführen.

Art der personenbezogenen Daten

Wir verarbeiten Daten, die mit der Beantragung und Ausgabe des bundeseinheitlichen Presseausweises in Zusammenhang stehen. Dies sind die folgenden Daten:

- Vor- und Zuname, Titel
- Geburtsdatum
- Geburtsort
- Adresse
- Emailadresse
- Telefonnummer/Fax
- Staatsangehörigkeit
- Anrede/Geschlecht
- Mitglied/Nichtmitglied
- Bisherige Presseausweis-Nummer
- Art der Tätigkeit
- Ggf. Firma/Verlag, Institution, Verein

Empfänger und Kategorien von Empfängern

Ihre personenbezogenen Daten werden innerhalb unseres Verbandes ausschließlich an die Bereiche weitergegeben, die mit der Ausstellung der Presseausweise beschäftigt sind. Eine Datenweitergabe an Empfänger außerhalb des Verbandes erfolgt nur mit Ihrer vorherigen Einwilligung, oder abschließend nach der Vereinbarung zwischen Presserat und Innenministerkonferenz aus den nachfolgenden Gründen:

- Auskunftspflicht des Verbandes gegenüber der Ständigen Kommission (§ 3 Abs. 2) in Bezug auf alle Angelegenheiten, die die Ausgabeberechtigung und das Verfahren der Ausstellung von bundeseinheitlichen Presseausweisen betreffen.

- Wechselseitige Unterrichtung der anderen anerkannten Verbände über Missbrauchsfälle (§ 7 Abs. 7).

Hierdurch sollen alle ausstellungsberechtigten Verbände über Missbrauchsaktivitäten informiert werden, um dadurch Rückschlüsse auf die Intensität ihrer Prüfverfahren ziehen zu können.

- Wechselseitige Unterrichtung der anderen anerkannten Verbände über Fälle der Ablehnung und Entziehung (§ 10 Abs. 3) Hierdurch soll dem hohen Missbrauchsrisiko begegnet werden, das durch eine Antrag-



Muster des bundeseinheitlichen Presseausweises

stellung bei unterschiedlichen ausstellungsberechtigten Verbänden entsteht. Es soll vermieden werden, dass Verbände Presseausweise ausstellen, deren Ausstellung bereits von anderen ausstellungsberechtigten Verbänden abgelehnt wurden.

- Anonymisierte Meldung zur Jahresstatistik seitens des Verbandes an das Selbstverwaltungsgremium und die Ständige Kommission (§ 14 Abs. 1).

Dauer der Speicherung der personenbezogenen Daten

Die personenbezogenen Daten werden für die Dauer der Gültigkeit des bundeseinheitlichen Presseausweises bzw. sofern eine Mitgliedschaft beim Verantwortlichen besteht, für die Dauer des Mitgliedschaftsverhältnisses aufbewahrt. Nach Ablauf der Gültigkeit beträgt die Aufbewahrungsfrist der Daten maximal zwei Jahre.

Betroffenenrechte

Nach Maßgabe von Art. 15 DS-GVO haben Sie das Recht, Auskunft über die zu Ihrer Person gespeicherten Daten einschließlich eventueller Empfänger und der geplanten Speicherdauer zu erhalten. Sollten unrichtige personenbezogene Daten verarbeitet werden, steht Ihnen gemäß Art. 16 DS-GVO ein Recht auf Berichtigung zu. Liegen die gesetzlichen Voraussetzungen vor, so können Sie die Löschung oder Einschränkung der Verarbeitung verlangen sowie Widerspruch

gegen die Verarbeitung einlegen (Art. 17, 18 und 21 DSGVO).

Darüber hinaus steht Ihnen ein Beschwerderecht zu bei einer zuständigen Datenschutzaufsichtsbehörde nach Art. 77 DSGVO, wenn Sie der Ansicht sind, dass die Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten nicht rechtmäßig erfolgt. Das Beschwerderecht besteht unbeschadet eines anderweitigen verwaltungsrechtlichen oder gerichtlichen Rechtsbehelfs.

Zur Wahrung Ihrer Rechte können Sie uns jederzeit unter den oben genannten Daten kontaktieren.

Erforderlichkeit der Bereitstellung von personenbezogenen Daten

Die Bereitstellung personenbezogener Daten zur Vertragsbegründung, -erfüllung oder zur Durchführung vorvertraglicher Maßnahmen ist in der Regel weder gesetzlich noch vertraglich vorgeschrieben. Sie sind also nicht verpflichtet, die personenbezogenen Daten bereitzustellen. Allerdings ist die Bereitstellung personenbezogener Daten für die Ausstellung eines bundeseinheitlichen Presseausweises in der Regel unumgänglich. Hierfür bitten wir um Verständnis. Für die Ausstellung eines Presseausweises benötigen wir Ihre unter Nr. 4 aufgelisteten personenbezogenen Daten. Soweit Sie uns diese Daten nicht bereitstellen wollen, können wir leider keinen Presseausweis für Sie ausstellen.

KI trifft auf eine verunsicherte Medienbranche

Wir müssen reden: Die „kommunikativsten Medientage aller Zeiten“ boten viele Gelegenheiten zum fachlichen Austausch

Von Thomas Mrazek

Das Motto der Medientage München im Oktober hätte auch „alles anders“ lauten können. Die Medien Bayern GmbH als Veranstalter hatte sich jedoch für den Titel „Intelligence“ entschieden. Was war anders? Im Vorjahr war künstliche Intelligenz noch ein Randthema, dieses Mal spielte KI in vielen der rund 100 Veranstaltungen eine große Rolle. Neu war der Veranstaltungsort, das „House of Communication“ der Serviceplan Group im Werksviertel am Münchner Ostbahnhof. „Wir lassen uns von der Atmosphäre im Werksviertel inspirieren und möchten gleichzeitig Inspiration zurückgeben“, erklärte Stefan Sutor, Geschäftsführer der Medien Bayern GmbH. Thorsten Schmiege, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), beschrieb die Konferenz als „die kommunikativsten Medientage ever“.

Viel Redebedarf bestand vor allem zum Thema KI. Einblicke in den aktuellen Entwicklungsstand in klassischen Medienhäusern bot etwa das Panel „Die Zukunft im Publishing – Daten und KI schaffen neue Erlöse“. Vertreter*innen der Funke Mediengruppe, von *Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)* und des Burda Verlags zeigten dabei, wie sie das Buzzword KI mit Leben füllen. In allen Medienhäusern wird kräftig experimentiert. Die von XPLR:Media in Bavaria zu den Medientagen verfasste KI-Studie belegt dies: Bereits bei 78 Prozent der bayerischen Medien wird mit KI-Tools gearbeitet. Wie intensiv das Thema angegangen werden muss, zeigte Catherin Hiller, Managing Director von The Data Institute der Funke Medien Gruppe in einem Vortrag. Unter anderem stelle sich die Frage: „Liefert das Management eine überzeugende und vertrauensstiftende Unternehmensvision?“

„KI-Enthusiasten“ am Werk

Das scheint noch nicht überall der Fall zu sein. Die Moderatorin, die Medienjournalistin Sissi Pitzer und langjährige Leiterin des *BR-Medienmagazins*, sagte: „Wir stecken mit KI im Journalismus noch absolut in den Kin-



Der BJV war mit einem eigenen Angebot im Bereich „Media For You – Die START INTO MEDIA Career Erlebnismesse“ vertreten.

Foto: Benedikt Frank

derschuhen.“ Die *FAZ* setze KI vorwiegend im Lesermarkt ein – zur Abonnentenbindung, erläuterte Stefan Buhr, Chief Sales Officer. Die Leserschaft der Printausgabe sei im Durchschnitt 70 Jahre alt: „Es ist für uns also enorm wichtig, zusätzliche digitale Erlöse zu generieren.“ Im journalistischen KI-Einsatz habe man indes bislang eher negative Erfahrungen gemacht: „Vertrauen und Relevanz sind unser höchstes Gut, wir dürfen nicht erwägen, dass KI Inhalte erzeugt“, betonte Buhr.

Beim Münchner Burda Verlag seien „KI-Enthusiasten“ am Werk, berichtete Geschäftsführerin Elisabeth Varn. Die größten Chancen sieht sie dabei im Vertriebsbereich. Dank der KI könne man Trends erkennen. Bereits 800 der Mitarbeiter*innen arbeiteten mit der ChatGPT-Pro Version. Varn zitierte aus einer Studie, dass 90 Prozent der Inhalte im Jahr 2026 per KI produziert würden. „Wir nutzen KI, um Artikel für unterschiedliche Medienoutlets zu verändern, es erfolgt keine Generierung von originärem Inhalt.“ Nicht angesprochen wurde im Panel Burdas Experiment mit einem komplett per KI produzierten Extraheft des

Magazins *Lisa – Kochen & Backen* im Mai dieses Jahres. Die Käufer*innen wurden nicht über die Produktionsweise informiert. Der BJV hatte das Vorgehen als fahrlässigen Umgang mit der journalistischen Glaubwürdigkeit scharf kritisiert (bjvlink.de/glaubwuerdigkeit). „Einigkeit herrschte bei den Teilnehmenden, dass die KI ein Hilfsmittel sein sollte – und keinesfalls die Redakteur*innen ersetzt“, heißt es in einer Pressemitteilung der Medientage zum Panel.

Bedeutende Medieninnovation

Medienhäuser müssen sich künftig also noch mehr in allen Bereich anstrengen, um den immens gewachsenen Anforderungen durch die Künstliche Intelligenz gewachsen zu sein. Unterstützt werden sie dabei durch die Journalismusforschung. Die Relevanz der Medieninnovation für den Journalismus erläuterte der Eichstätter Journalistikprofessor Klaus Meier in einem Kurzvortrag. Er präsentierte dabei die Ergebnisse eines europäischen Forschungsprojekts von 2020 bis 2023 zu „Innovationen im Journalismus in demokratischen Gesellschaften“. Über 20 Wissenschaftler*innen aus

Deutschland, Österreich, der Schweiz, England und Spanien hatten in Redaktionen geforscht. Bedeutsame Themen im Zusammenhang mit Innovation sind beispielsweise die Förderung einer Fehlerkultur, die Schaffung von Experimentiermöglichkeiten und die Neugestaltung alter Strukturen innerhalb der Redaktionen. Eine weitere Erkenntnis lautet, dass der digitale Wandel den demokratischen Funktionen des Journalismus schadet, wenn Journalist*innen hauptsächlich von Markt- und Technologiefaktoren beeinflusst arbeiten und wirtschaftlichem Druck ausgesetzt sind. (Mehr über die Studie: innovations-in-journalism.com.)

Herausforderung „News Fatigue“

Intensive Gedanken müssen sich Journalist*innen auch über die so genannte News Fatigue machen: „Ein weiter sinkendes Interesse und aktive Nachrichtenvermeidung“, konstatierte Magnus Gebauer, Trendforscher des MedienNetzwerks Bayern in seinem Vortrag zu den Medienentwicklungen 2023. „Immer mehr Menschen möchten keine Nachrichten mehr hören, sehen oder lesen, vor allem keine negativen“, beschrieb Gebauer die Entwicklung basierend auf dem Edelman Trust Barometer und dem Digital News Report. Das Vertrauen in die Medien insgesamt sei in Deutschland geringer als in vielen anderen Ländern.

In weiteren Panels wurde auch darüber diskutiert, wie traditionelle Medienhäuser ihre Reichweiten und auch das Vertrauen in ihre Marken ausbauen können. „How to be like the cool kids – Content-Strategien für die Generation Z“ lautete der Titel eines Panels, in welchem Florian Meyer-Hawranek, Redaktionsleiter von „Puls“, dem jungen Content-Netzwerk des Bayerischen Rundfunk über seine Erkenntnisse berichtete. Der Journalist ging auch auf Schwierigkeiten ein: Man habe ein Klimaformat produziert und „Wir fanden es super“. Es floppte bei der Zielgruppe der 16- bis 26-Jährigen. Auf Änderungen in Themeninteressen müsse schnell reagiert werden, laute eine Lehre. Auch dass die Ergebnisse einer intensiven Recherche auf YouTube, aber nicht auf TikTok erschöpfend dargestellt werden sollten, habe sich gezeigt. Die Zielgruppe müsse Teil des Teams sein. „Bei ‚Puls‘ machten nicht Boomer Programm für junge Erwachsene, sondern junge Talente produzierten Formate für junge Zuschauer*innen. Diversität inklusive“, zitiert die Medientage-Pressemitteilung den Redaktionsleiter.



Blick aufs Panel „Die Zukunft im Publishing - Daten und KI schaffen neue Erlöse“.

Foto: Alexander von Spreti

„Braucht es noch Journalisten?“

Auch beim BJV möchte man diese jungen Menschen für sich gewinnen. Wie bereits im letzten Jahr präsentierte sich der BJV mit einem eigenen Angebot im Bereich „Media For You – Die START INTO MEDIA Career Erlebnismesse“. Der Besucherandrang am neuen Veranstaltungsort war spürbar größer als im letzten Jahr. An allen Veranstaltungstagen war das BJV-Team mit der Hochschulbeauftragten Anette Kolb und Kommunikationsreferent Benedikt Frank dabei, unterstützt wurden sie von zwei Zeitungs-Volontärinnen der Mediengruppe Oberfranken, Julia Scholl und Verena Schultheiß, sowie der freien Journalistin und DJS-Absolventin Maria Mitrov. Der langjährige BJV-Vorsitzende Michael Busch, Aus- und Weiterbildungsredakteur beim *Fränkischen Tag*, informierte die Besucher*innen unter anderem über geschicktes Verhalten in Bewerbungsgesprächen. Im News Space konnten junge Medieninteressierte online ihr Wissen über Medien und Politik beweisen und als Belohnung Werbemittel des BJV gewinnen. Zahlreiche Interessent*innen fragten das BJV-Team nach den Karrieremöglichkeiten im Journalismus: „Braucht es Euch noch trotz KI?“, wollte etwa ein Schüler wissen. Aus erster Hand gab es eine überzeugende Antwort: „Ja klar, jetzt erst recht!“.

Überzeugend bestätigt wurde diese Aussage auch bei einem Einblick in die Werkstatt von vier Preisträger*innen des Theodor-Wolff-Preis 2023 des BDZV/VBZV (theodor-wolff-preis.de) mit dem Titel „Mehr als KI:

Wenn Nachrichten über den Tag hinaus wirken“. Simon Koenigsdorff, *Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten*, Dr. Jan-Georg Plavec, *Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten*, Dunja Ramadan, *Süddeutsche Zeitung*, und Julia Ruhnau, *Nürnberger Nachrichten*, legten überzeugend dar, wie immens wichtig persönliche Kontakte und Erfahrungen bei Recherchen sind. Auch für die beiden für das „Beste lokale Digitalprojekt“ („Klimazentrale Stuttgart“) ausgezeichneten Koenigsdorff und Plavec kann KI nur als Assistenz nützlich sein: „Die KI wäre an der Idee gescheitert, sie hätte das Problem nicht erkannt“, erklärte Plavec. „Wir müssen keine Angst vor KI haben“, resümierte Moderatorin Lea Thies, Ausbildungsleiterin der *Augsburger Allgemeine*.

Die Medientage München 2024 finden vom 23. bis 25. Oktober statt.



Rund 50 Pressemitteilungen (unter anderem Meldungen zu den meisten Panels): medientage.de/pressemitteilungen

XPLR:MEDIA in Bavaria: KI-Studie: Chancen, Risiken und Perspektiven für Medien, bjvlink.de/ki-studie

Neuaufgabe der Start Into Media-Studie: Fachkräfte für die Medien – Was braucht die Branche? startintomedia.de/bedarfsstudie

Kritischer Blick auf die Blaulicht-Fotografie

Ein unabhängiges Gutachten kommt zu dem Schluss, dass staatliche Einsatzberichterstattung zulässig ist, aber durchaus ihre Grenzen hat

Von Michaela Schneider

„Staatliche Einsatzberichterstattung – Dürfen Staat und Kommunen ‚Blaulichtreporter‘ ausbremsen?“ So lautet der Titel eines unabhängigen Gutachtens des Passauer Professors Dr. Kai von Lewinski und seiner wissenschaftlichen Mitarbeiterin Katrin Biermeier. Die beiden kommen zu dem Ergebnis: Es sei zwar rechtmäßig, wenn kommunale Feuerwehren Lichtbilder verbreiten, die das Einsatzgeschehen dokumentieren. Aber: Diese Rechtmäßigkeit hat ihre Grenzen. Um die zu ermitteln, geben sie Einsatzkräften einen Drei-Stufen-Test an die Hand. Veröffentlicht wurde das „Blaulichtreporter-Gutachten“ bis dato im Bayerischen Verwaltungsblatt sowie bei Juris, dem juristischen Informationssystem der Bundesrepublik Deutschland.

In Auftrag gegeben hatte es seinerzeit der Bayerische Journalisten-Verband (BJV) und dafür eine fünfstellige Summe investiert. Das Ergebnis zeige, sagt BJV-Geschäftsführer Dennis Amour, „dass wir mit unserem Gefühl nicht allein dastehen, dass das bisherige Vorgehen kein Modell für die Zukunft ist. Wir sind darin bestärkt, dass es einen Handlungsbedarf gibt. Die Idee ist, dass dies der Auftakt zu einer neuen Diskussion sein muss.“ Es brauche eine differenziertere Betrachtung der Blaulichtfotografie.

Klage 2020 wurde abgewiesen

Vorausgegangen war im April 2020 eine Klage des Fotografen Dominik Bartl gegen die Stadt München, die das Landgericht München I jedoch abgewiesen hatte. Bartl wollte erreichen, dass die Berufsfeuerwehr München den Medien nicht länger Fotos von ihren Einsätzen zur Verfügung stellen oder in den sozialen Medien zum Download anbieten darf – noch dazu gegen eine Aufwandsentschädigung. Der BJV hatte Rechtsschutz gewährt, den Fotografen im Prozess vertreten und den Fokus auf die wettbewerbsrechtliche Perspektive gelegt. Das Gericht befasste sich dann in seiner Entscheidung

im Kern mit der Frage, ob die Blaulicht-Fotografie gegen das Gebot der Staatsferne verstoße, das sich aus der Garantie der Meinungsfreiheit aus Artikel 5 Grundgesetz erbe. Das verneinte die Kammer und entschied, dass das Vorgehen der Münchner Berufsfeuerwehr zudem auch kartellrechtlich nicht zu beanstanden sei.

„Das Gutachten enthält gute Argumente, mit denen wir uns nicht verstecken müssen.“

BJV-Geschäftsführer Dennis Amour

Der damalige BJV-Vorsitzende Michael Busch sprach anschließend von einem „schweren Schlag gegen die Pressefreiheit“. Und auch für Dominik Bartl war der Verfahrensausgang seinerzeit enttäuschend, er sagt aber auch: Damals wurde Recht gesprochen, das habe er so akzeptieren müssen. Zu Einsätzen nach München fuhr der Fotograf mit eigener Fotoagentur in Ohlstadt im Landkreis Garmisch-Partenkirchen ab diesem Zeitpunkt allerdings nicht mehr, weil klar war: Bis er München erreicht hätte, stünden die ersten Fotos der Feuerwehr aller Voraussicht nach längst online.

Doch warum beschloss der BJV nach dem Urteil überhaupt, ein Gutachten in Auftrag zu geben? Ziel sei es gewesen, sagt Amour, unabhängig mögliche verfassungs- und verwaltungsrechtliche Ansätze prüfen zu lassen, ehe der BJV über eine mögliche weitere rechtliche Auseinandersetzung nachdenke. Wenn der Staat in Grundrechte seiner Bürger eingreife, brauche es dafür eine Rechtfertigung – und die erfolge in der Regel durch gesetzliche Vorgaben, erklärt der Jurist. Das Gutachten kommt nun zu dem Ergebnis: Ein Eingriff in die Berufsfreiheit von Bildjournalisten könne vorliegen, wenn der Staat durch Bildweitergaben in den journalistischen Bildmarkt eingreife. Zumindest dann, wenn der Staat dabei bestimmte Grenzen überschreite.

Klingt abstrakt, doch BJV-Geschäftsführer Dennis Amour konkretisiert: „Kurz gesagt endet das Recht der Selbstdarstellung durch den Staat dort, wo diese dazu führt, dass die Öffentlichkeitsarbeit des Staates in direkte Konkurrenz zu den journalistischen Bildern der Kolleginnen und Kollegen tritt.“ Mit dem im Gutachten vorgeschlagenen Drei-Stufen-Test ließen sich problematische Bereiche identifizieren (siehe Infokasten).

Ein Knackpunkt dürfte dabei das Thema „zeitliche Zäsur“ sein. Denn: Laut dem Gutachten haben Gemeinden und Landkreise unabhängig von der eigenen Öffentlichkeitsarbeit „dafür Sorge zu tragen, dass Medienakteure bestmöglich in den Markt für die sogenannte Blaulichtfotografie eingebunden sind“. Heißt: Medien müssen über das Ausrücken von Einsatzkräften in Kenntnis gesetzt werden. Und die staatliche Verbreitung von Bildmaterial habe in einer Weise zu erfolgen, die die Medientätigkeit nicht behindere. Wörtlich heißt es im Gutachten: „Eine zu zeitnahe Veröffentlichung solcher Bilder führt zu einer wirtschaftlichen Verdrängung des ‚Blaulichtreporters‘ vom Markt.“

Kluge Vorschläge

Die Zeiten, in denen Dominik Bartl erst über die Social-Media-Kanäle der Einsatzkräfte von Bränden oder anderen Einsatzgeschehen erfährt, könnten vorbei sein, würden Einsatzkräfte den Drei-Stufen-Plan beherzigen und ihn künftig direkt und rechtzeitig informieren. Noch ist dies häufig nicht der Fall, so habe er jüngst zum Beispiel erst am Folgetag über eine Pressemeldung erfahren, dass sich ein Unfall in seinem Verbreitungsgebiet ereignet hatte, an dem auch ein Polizeiauto beteiligt war. „Und was uns sehr helfen würde, wäre, wenn Einsatzkräfte etwa sagen würden: Wir veröffentlichen Fotos grundsätzlich erst 24 Stunden nach Einsatzende“, sagt er. Das Gutachten kommt nämlich zu dem Ergebnis, dass

kein Bedarf für eine Öffentlichkeitsarbeit in unmittelbar zeitlicher Nähe zum Ereignis selbst besteht.

Amour spricht mit Blick aufs Gutachten von „klugen Vorschlägen, um den Interessen aller Beteiligten gerecht zu werden, vor allem aber, um den Kolleginnen und Kollegen im Bereich der Bildberichterstattung eine Chance zu geben, ihre Arbeit auf dem Markt ohne Verzerrung des Wettbewerbs anzubieten“. Und selbst, wo keine Beeinträchtigung der Grundrechte zu befürchten sei, dürfe keine Preislandschaft hinterlassen werden, „die es von vorneherein unmöglich macht, dass dort wieder ein funktionierender Markt für Bilderzeugnisse entsteht“.

„Was uns sehr helfen würde, wäre, wenn Feuerwehren sagen würden: Wir veröffentlichen Fotos grundsätzlich erst 24 Stunden nach Einsatzende.“

Fotograf Dominik Bartl

Und wie geht es nun weiter? „Ich denke, dass wir mit dem Gutachten eine gute Grundlage geschaffen haben, um in weitere Diskussionen gehen zu können mit den Institutionen, die wir als strategisch besonders wichtig erachten“, sagt Dennis Amour. So zum Beispiel auf den Landesfeuerwehrverband, das Bayerische Innenministerium und den Gemeinde- und Städtetag. Auch eine weitere Klage wäre möglich, sollte der BJV hier Erfolgsaussichten sehen. Darüber werde aber der BJV-Landesvorstand befinden müssen, sagt Amour, diesen Beratungen wolle er nicht vorgreifen. Das Gutachten sei kein Beweismittel, es könnte aber die BJV-Argumentation stützen und enthalte „gute Argumente, mit denen wir uns nicht verstecken müssen“.

Frustrierend war für Dominik Bartl, dass nach dem Urteil des Landgericht München I manche Feuerwehrschule auf das Urteil verwiesen hat. „Ich hoffe nun, dass dort künftig nicht mehr der Rechtspruch, sondern eines Tages das deutlich differenziertere Gutachten gelehrt wird“, sagt er nun. Aus Verbandssicht werde hier ein neues Kapitel aufgeschlagen, sagt auch Dennis Amour.

Drei-Stufen-Test für Einsatzkräfte

Das „Blaulichtreporter-Gutachten“ schlägt einen Drei-Stufen-Test vor als ein Werkzeug, um zu ermitteln, ob der Staat bei Eingriffen in den journalistischen Bildmarkt durch Bildweitergaben Grenzen überschreitet. Demnach soll die Verbreitung von Bildern durch staatliche Stellen nur zu rechtfertigen sein, wenn:

- „erstens ein berechtigtes Interesse an der Verbreitung sowie überhaupt der Dokumentation des Geschehens besteht,
- zweitens eine vorherige Marktanalyse zu dem Ergebnis kommt, dass eine potenziell-abstrakte Grundrechtsgefährdung nicht zu erwarten ist,
- und drittens eine zeitliche Zäsur einer solchen Gefährdung vorbeugt“.

akadem!e
der bayerischen presse

2023

www.abp.de **Programm**

Seminare für Journalisten und PR-Profis

Aus unserem Programm

Einige Präsenz-Seminare (ganztätig):

- Online-Texten für Print-Profis (18./19.01.)
- Die Kunst der Überzeugung: Kunden und Führungskräfte selbstbewusst beraten (22./23.01.)
- Pressesprecher:in (29.-31.01.)
- Social Media Manager (05.-09.02.)
- KI/ChatGPT für Fach- und Special-Interest-Medien – ein Workshop (08.-09.02.)

Einige Webinare:

- Mehr Geld auf dem Konto – dank VG Wort (10.01., 90 Min)
- Kreatives Schreiben – Online (24.-26.01., 3 Tage)
- Medien-Nachwuchs rekrutieren (30.01., 1 Tag)
- Krisenkommunikation (06.-07.02., 2 Tage)
- Bilder im Netz – das ist erlaubt (06.02., 1 Tag)

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

Akademie der Bayerischen Presse

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

Do you like it? Bitte folgen Sie uns auf Facebook, Twitter und LinkedIn

Auch in Tendenzunternehmen Zahlen einfordern

Betriebsräte-Seminar in Kainsbach mit dem Schwerpunkt „Wirtschaftlichkeit“

Von Johannes Michel

Die Rolle des Betriebsrats stärken. Wirtschaftliche Zahlen verstehen, analysieren und strategisch handeln: Zu diesem Thema trafen sich Betriebsrät*innen auf Einladung des BJV im Oktober in Kainsbach. Referentin war diesmal Janine Damm von „CAI-DAO – Institut für Betriebsratsberatung“. Nur: Warum ist es für Betriebsrät*innen wichtig, auch die wirtschaftliche Seite eines Medienunternehmens zu betrachten?

Die meisten Medienunternehmen hätten die zurückliegende Corona-Pandemie und die Rezession relativ unbeschadet überstanden. „Manche haben sogar für die Zeit rekordverdächtige Bilanzen vorgelegt. Und das in einer seit Jahren anhaltenden Phase, in der Verleger*innen und Manager*innen über schwindende Auflagen und verlorene Werbeumsätze klagen“, sagt Josef Schäfer, Vorsitzender der BJV-Fachgruppe Betriebs- und Personalräte. Gleichzeitig steht der Betriebsrat in einem Medienunternehmen vor einer zentralen Schwierigkeit: In Tendenzunternehmen – und dazu gehören auch Verlage – darf kein Wirtschaftsausschuss gebildet werden, der regelmäßige Einsicht in Wirtschaftsdaten verlangen kann. Somit fällt für den Betriebsrat eine entscheidende Option weg, an Zahlen und Fakten zu gelangen.

„Die Arbeitgeber kommen gar nicht auf die Idee, den Betriebsrat in wirtschaftliche



Janine Damm

Foto: Jasmin Lindenthal

Themen einzubinden, höchstens bei Maßnahmen zugunsten der Mitarbeitenden, die dann mit Nicht-Machbarkeit begründet werden“, so Janine Damm. Laut der Paragraphen 87 und 90 im Betriebsverfassungsgesetz ergeben sich dennoch Möglichkeiten, Informationen gestellt zu bekommen.

Entwicklung über Jahre betrachten

Dafür allerdings müssen sich Betriebsrät*innen tiefer auseinandersetzen mit Fragen der Wirtschaftlichkeit des Unternehmens. „Vielen Betriebsräten ist nicht bewusst, dass sie neben juristischen auch wirtschaftlichen Sachverstand hinzuziehen können, gerade, wenn es um die Durchleuchtung der finanziellen Lage geht“, so Damm. Es gelte, die richtigen Fragen zu stellen und nicht alles zu glauben, was von Arbeitgeberseite angeführt werde.

Gegliedert war das Kainsbach-Seminar in mehrere Blöcke. Zunächst ging es um die wirtschaftlichen Daten von (Medien-)Unternehmen und die nähere Erläuterung des Begriffs „Tendenzbetrieb“. In einem solchen steht nicht die ökonomische Orientierung im Vordergrund, sondern es werden unmittelbar und überwiegend politische, erzieherische, wissenschaftliche oder künstlerische

Zwecke verfolgt. Damm erklärte auch, wie sich aus Gewinn- und Verlustrechnungen sowie der Bilanz eines Unternehmens Wichtiges herauslesen lässt. „Schauen Sie sich immer die Zahlen in der Entwicklung über die Jahre an.“ Nicht übersehen werde dürfe der Posten „Sonstiges“ – hier würden oft Geldflüsse versteckt, die eher weniger auffallen. In der Bilanz sollten überdies Verbindlichkeiten, Forderungen, Zinsen, Abschreibungen und Eigenkapital in den Blick genommen werden.

In Block 2 waren die Gehaltsstrukturen in Unternehmen Thema – mit Schlagworten wie dem „Tarifvorbehalt“, der regelt, dass Tarifverträge gegenüber Betriebsvereinbarungen grundsätzlich vorrangig sind, der Mitbestimmung bei der Vergütungsstruktur, Bestandteilen von Vergütungen und Gender-Gerechtigkeit.

Janine Damm war nicht zum ersten Mal bei den BJV-Betriebsrät*innen zu Gast. Bereits im Mai 2022 hatte sie in Kainsbach ein Seminar über Kommunikationsstrategien von Betriebsräten gestaltet. „Ich halte solche Formate für ungemein wichtig. Gerade der dauerhafte Austausch unter den Teilnehmern ist entscheidend“, so Damm. Und auch Josef Schäfer war mit dem Seminar erneut sehr zufrieden, insbesondere mit dem interaktiven Aufbau inklusive Planspiel, Gruppenarbeit und Diskussionen. Kainsbach betrachtet er als ein wichtiges Element im Verband, um die Betriebsratsarbeit zu stärken.

Tendenzbetriebe

Medienunternehmen zählen zu den so genannten Tendenzbetrieben, wenn das Presseprodukt weltanschaulich-politisch ausgerichtet ist, da es dem Unternehmen neben der Gewinnerzielung auch um die Vermittlung einer Botschaft geht. Laut gesetzlicher Klarstellung in §118 Abs. 1 Nr. 2 des Betriebsverfassungsgesetzes (BetrVG) gilt der Tendenzschutz darüber hinaus aber für den gesamten Bereich der Berichterstattung und Meinungsäußerung – und somit auch für rein wirtschaftlich orientierte Medienprodukte.

Das versteckt sich hinter Abkürzungen

- **EBITDA:** Betriebsergebnis nach Verrechnung der Erlöse und aller Ausgaben
- **EBIT:** Betriebsergebnis nach Abzug der Abschreibungen
- **EBT:** Betriebsergebnis vor Steuern minus Zinszahlungen, plus Zinserträge
- **EAT:** Jahresergebnis nach Abzug der Steuern

In der Serie „Der BJV-Newcomer/Die BJV-Newcomerin“ stellen wir neue Verbandskolleg*innen vor, die uns als spannende, kreative und mutige Talente auffallen. Sie haben Tipps? Wir freuen uns auf Empfehlungen!

Stefan Sommer

34 Jahre, Musikjournalist, Gewinner des International Music Journalism Award, BJV-Mitglied seit Oktober 2023



Foto: Jonas Höschl

Wie die Ausbildung war: Ich habe Germanistik und Medienwissenschaften in Tübingen studiert, verschiedene Praktika bei Lokalzeitungen und bei ARTE gemacht. Und dann ein Praktikum bei der *Süd-deutschen Zeitung*. Seitdem schreibe ich für die Zeitung als freier Autor. Seit sechs Jahren arbeite ich für PULS, der jungen Version des *Bayerischen Rundfunk*. Für meinen Text über „Neuen deutschen Rechtsrap“ wurde ich dann auch auf *deinpuls.de* zu einem der besten deutschen Musikjournalisten unter 30 gekürt. Als fester freier Autor arbeite ich in der „SZ Jetzt“-Redaktion.

Warum es Journalismus wurde: Für mich war früh klar, dass das mein Beruf sein würde. Ich war als sehr junger Journalist einmal bei einem Lokalfernsehsender, der mich mit einem Kameramann alleine losschickte. Wir waren auf einer Demo gegen den Bau von Stuttgart 21. Es war der Tag, als der Schlossgarten mit Wasserwerfern und einer Hundertschaft der Polizei geräumt wurde. Vor Ort habe ich mitbekommen, wie brutal und gewalttätig mit den Demonstrierenden umgegangen wurde. Das war für mich ein prägendes Erlebnis. Es war gut, dass ich das miterleben konnte. Es hat mir gezeigt, dass Journalistinnen und Journalisten Geschichten erzählen können, die man sonst nie hören würde.

Wie moderne Musikkritiken aussehen sollten: Jede Form von Musikjournalismus hat seine Berechtigung. Aus meiner Perspektive ist es allerdings schwer, mit Musikjournalismus zu überleben, wenn er reine Liebhaberei ist, wenn es um so ein Auskennertum geht. Letztes Jahr habe ich über den Song „Layla“ geschrieben und mich davon ausgehend gefragt, ob das eine Form neurechter Protestkultur ist. Ich versuche, mir immer das Phänomen anzugucken und dann zu erklären, warum es mehr ist als das, was man zuerst sehen kann. Das klappt aber natürlich nicht immer. (*lacht*)

Wie gefährlich rechter Deutschrap ist: Ich habe für den Text „Neuer Deutscher Rechtsrap“ zuerst nur zu Rapper Chris Ares recherchiert. Der Rapper hatte in seinem Song Zeilen, die demokratiefeindlich sein könnten. Doch dann kam eins zum anderen. Am Ende war es ein riesiger Berg an Scheiße und eine Geschichte darüber, wie die AfD möglicherweise Popmusik sponsort, um junge Menschen zu erreichen. Rechter Rap hängt mit der Idee völkischer und nationalistischer Parteien in Europa zusammen, Gesellschaften verändern zu wollen. So bereiten sie das für möglichst viele Leute auf. In Deutschland gab es da eine Welle, letztendlich hat es mit Rap aber vermutlich nicht so richtig funktioniert. Was jetzt wirklich interessant ist, ist, was auf TikTok passiert. Da erreichen rechte Aktivist*innen vor allem junge Leute. Und das funktioniert leider.

Warum Sie Ihre Adresse verstecken ließen: Das mag vielleicht sehr vorsichtig wirken, aber während der Recherche um den rechten Rapper Chris Ares, schien es mir notwendig. Da habe ich die Handynummer gewechselt und eine Ausgabesperre für meine Adresse bei den Behörden erwirkt. Es gibt in Deutschland Todeslisten, die Rechte führen. Vielleicht ist es gut, da auf Nummer Sicher zu gehen.

Wie Sie Ihre beruflichen Ziele definieren: Ich wollte bei der SZ arbeiten und bin jetzt froh, hier zu sein. Ich würde gerne mehr Reportagen schreiben. Das ist das Genre, das mich am meisten interessiert. Ich mag den Zustand, wie es gerade bei SZ und PULS ist, sehr gerne.

Warum Sie Mitglied im BJV wurden: Einer Gewerkschaft anzugehören, schien mir selbstverständlich. Es ist gut, dass sich Arbeitnehmer*innen zusammenschließen und den Arbeitgeber*innen zusammen und organisiert gegenüberstehen und nicht vereinzelt.

Yannick Hupfer

„Helpline“



Journalist*innen helfen

Häufig bleiben Journalist*innen mit den Problemen allein, die ihr Arbeitsalltag mit sich bringt. Ob es schwierige Arbeitsbedingungen, Arbeitsdruck, Bedrohungen oder ethisch schwierige Situationen sind – unser Beruf verlangt uns immer mehr ab. Längst nicht alle Medienhäuser haben erkannt, wie wichtig die mentale Gesundheit ihrer Mitarbeiter*innen ist. Das im November gestartete Angebot des Netzwerk Recherche, die Helpline, will hier Lösungen bieten: „Hier finden Journalist*innen Hilfe bei Stress, Angst und anderen psychischen Belastungen.“ Die Telefonberatung unterstützt psychisch belastete Journalist*innen während der offenen Sprechstunden (montags von 18 bis 20 Uhr und donnerstags von 16 bis 18 Uhr). Auch online können Gesprächstermine gebucht werden. Am Telefon sitzen speziell geschulte Journalist*innen, die sich mit vielen Problemen und Herausforderun-

gen des Berufs auskennen. Der DJV ist neben anderen Verbänden und Medien einer der Partner. Weitere Förderer werden dringend benötigt, etwa um weitere Sprechzeiten anzubieten. Hilfesuchende können die „Helpline“ einfach anrufen, auf Wunsch kann das Gespräch anonym bleiben. Telefon 030 75437633, journalisten-helpline.de.

Ein umfangreiches hausinternes Mental-Health-Angebot für Journalist*innen bietet seit einigen Tagen die Günter Holland Journalistenschule (GHJS) der *Augsburger Allgemeine*. Das als Mental-Health-Training für junge Journalist*innen konzipierte Angebot soll laut der GHJS-Leiterin Lea Thies vor allem auch der Prävention dienen. Unter anderem wurden 20 „Mental-Health-Sanitäter“ dafür in Redaktionen ausgebildet. Gefördert wurde das Projekt durch Start Into Media der staatlichen Medien.Bayern GmbH. Mehr dazu bei Instagram: [bjvlink.de/mentalhealth](https://www.instagram.com/bjvlink.de/mentalhealth).
Thomas Mrazek

Der Buchtipp



Gemeinsamkeiten. Unterschiede. Grenzgänger.

Journalist*innen und Kommunikationsverantwortliche haben viele „handwerkliche Gemeinsamkeiten“. Nicht wenige kennen als „Grenzgänger“ beide Seiten des Schreibtischs, Tendenz steigend. Jana Wiske und Markus Kaiser, zwei erfahrene Medienwissenschaftler und ausgewiesene Praktiker, beleuchten beide Professionen strukturiert nach Themenfeldern. Sie zeigen Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Organisationsstrukturen, Herangehensweisen und Tools auf. Praxisbeispiele geben interessante Einblicke, handelnde Protagonist*innen kommen zu Wort.

Ein Schwerpunkt sind der Newsroom und die jeweiligen Arbeitsweisen und Organisationsformen in Redaktionen so-

wie in der Unternehmenskommunikation. Die Rolle von Social Media im Journalismus und in der PR ist hervorragend dargestellt. Das Kapitel Change Management und Innovationsmanagement runden das Spektrum gelungen ab.

Das Buch ist Studierenden und Berufseinsteiger*innen sehr zu empfehlen. Journalist*innen und PR-Verantwortliche können aus dem Mix von Studien, aktuellen Praxisbeispielen und Interviews mit Expert*innen beider Berufsgruppen gleichermaßen profitieren.

Jana Wiske, Markus Kaiser: PR und Journalismus – Arbeitsweisen, Spannungsfelder, Chancen, Köln: Halem 2023, broschiert, 248 Seiten, ISBN (Print): 978-3-86962-501-0, 27 Euro
Isolde Kohl



Der Technikipp



Schluss mit Kabelsalat: Docking-Stationen für PC

Ein mobiler PC, kurz Notebook oder auch Laptop, soll dazu dienen, dass er nicht immer am Schreibtisch verwendet wird – sondern vielleicht auch mal auf der Couch oder im Sommer auf Terrasse oder Balkon, und natürlich unterwegs bei Terminen. Vielen Nutzer*innen ist das An- und Abstecken der vielen Kabel aber ein Dorn im Auge und führt dazu, dass das Notebook möglichst oft angesteckt bleibt. Abhilfe schaffen hier so genannte Dockingstationen. Die Idee: Alle Kabel führen in die Station, von der Station aber nur ein einziges Kabel zum Notebook. Eine gute Idee, die Kabelsalat erspart, den Komfort erhöht, aber vor der Anschaffung auch ein wenig Recherche notwendig macht. Denn solche Stationen gibt es

von vielen Herstellern. Oft ist auch der Hersteller des eigenen Notebooks mit dabei – dann ist dieses Produkt zu bevorzugen. Wichtig ist, dass die Station mit dem eigenen Gerät gut funktioniert. Das lässt sich bei Originalprodukten über die Website des Herstellers herausfinden. Auch typische Zubehör-Hersteller wie Anker haben USB-C-Dockingstationen, die gerne auch als „Hub“ bezeichnet werden, im Verkauf. Oftmals lässt sich hier aber nur durch Ausprobieren herausfinden, ob das Produkt auch mit dem eigenen Laptop gut zusammenarbeitet. Apple-Nutzer*innen sollten die Dockingstationen wählen, die Apple auf der eigenen Internetseite im Shop anbietet, selbst stellt Apple keine solchen Produkte her.

Johannes Michel

„Die Bilder aus Gaza sind immer schlimmer“

Zehn Jahre war Richard C. Schneider das Gesicht der *ARD* in Israel. Er berichtet jetzt für den *Spiegel* über Nahost und die Brutalität der Hamas

Von Senta Krasser

Die Eskalation in Israel liegt sechs Wochen zurück, als der langjährige TV-Korrespondent Richard C. Schneider dem *BJVreport* dieses Interview gibt – mit aller Vorsicht. Wie der Krieg weitergeht, ist nicht abzusehen.

Sagen Sie mal, Herr Schneider, als Korrespondent in Nahost haben Sie die schrecklichsten Bilder gesehen. Was ist seit dem 7. Oktober anders?

Richard C. Schneider: Das Massaker, das die Hamas begangen hat, stellt einen einzigartigen Zivilisationsbruch dar. Warum man ein Baby in den Ofen steckt und die Eltern zwingt zuzuschauen, wie dieses verbrennt, und warum man einer schwangeren Frau den Bauch aufschlitzt und den Fötus rausreißt, ist mit der kriegerischen Auseinandersetzung zweier Völker nicht erklärbar. Das ist pure Barbarei und Entmenschlichung, purer Judenhass. Das ist anders! Und es ist auch deswegen anders, weil die Hamas-Führung genau wusste, was sie damit provoziert: Dass die Israelis nach so einem Überfall nicht einen Krieg fortführen können, wie wir ihn bisher kannten.

Wie sollen Redaktionen mit einer solchen Brutalität umgehen?

Zunächst einmal: Die Hamas hat diese Bilder sehr bewusst gedreht, gezeigt und ins Netz gestellt. Sie wollten den Horror noch verstärken, wissend, dass die Zuschauer, vor allem die Israelis, mit Hass und Wut reagieren und gleichzeitig ihre eigenen Leute triumphieren. Auf israelischer Seite hatte man sich entschieden, die ganz grauenvollen Bilder nicht zu zeigen und nicht für die eigene PR auszuwerten aus Pietät gegenüber den Ermordeten und um die Familien der Opfer zu schützen.

Inzwischen gibt es einen Zusammenschritt.

Ja, die Israelis haben, meiner Meinung nach zu spät, aus dem stundenlangen Material einen 47-minütigen Film zusammengestellt, den sie ausgesuchten Journalisten und Politikern zeigen, die darüber in Worten berichten sollen, damit man versteht in der Welt, was da geschehen ist und warum Israel reagiert, wie es reagiert. Aber das spielt im Grunde keine Rolle mehr.

Aus seiner Zeit im *ARD*-Studio Tel Aviv weiß Richard C. Schneider, dass sie häufig kaum Zeit hatten, hereinkommende Informationen wirklich zu prüfen. „Da muss man den Konjunktiv König sein lassen“, sagt er. Das heißt, immer und immer wieder darauf hinweisen: „Es könnte sein, dass ...“ Trotzdem, es passieren Fehler, „die nicht passieren dürfen.“

Foto: Jonas Opperskalski/
dva randomhouse

Warum?

Die Bilder aus dem zerstörten Gaza sind einfach stärker als Worte. Wenn sich jetzt ein Journalist diesen Film anschaut über die Gräueltaten der Hamas und dann anschließend darüber in Worten berichtet, ist das nicht das Gleiche, wie wenn ich nach Gaza schaue und von dort Bilder zeige, das ist klar.

Was man aus Gaza fortlaufend sieht: weinende, schreiende, blutende Opfer in Trümmern. Ist Israel im „Kampf der Bilder“, der dieser Krieg ja auch ist, den Palästinensern unterlegen?

Dass die Bilder aus Gaza immer schlimmer sind als jene aus Israel, kenne ich aus meiner langjährigen Berichterstattung. Natürlich ist die israelische Armee waffentechnisch stärker als die Hamas, was nicht unbedingt bedeutet, dass sie einen Häuserkampf gewinnen wird. Die Israelis haben zudem, wenn man es zynisch sagen will, „Pech“, dass ihr Raketenabwehrsystem Iron Dome weitgehend Schäden fernhält . . .

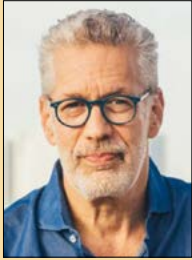
... und es deswegen so gut wie keine Bilder der Zerstörung aus Israel gibt?

Genau. Gäbe es sie, würde der Normalzuschauer realisieren, ah, da ist ja Krieg auf beiden Seiten. Wir hätten eher eine gewisse Gleichgewichtigkeit in dem, was man sieht.

Im Guardian stand, mit solchen Schockbildern werde „tabloid television“, Boulevardfernsehen gemacht. Sie trügen nicht dazu bei, dass die Öffentlichkeit besser versteht, was passiert, sondern führten zu „Wut, Zwietracht und seelischer Not“.

Ich finde diesen Kommentar im *Guardian* wirklich unsinnig. Solche





Richard C. Schneider

wurde 1957 in München geboren als Sohn ungarischer Shoah-Überlebender. Nach dem Studium arbeitete er als Dramaturg und Regisseur an Theatern. Ein DAAD-Stipendium führte ihn 1987 nach Israel. 1989 begann er für die ARD aus dem Nahen Osten zu berichten. Von 2006 bis 2016 leitete er das ARD-Studio Tel Aviv unter Regie des Bayerischen Rundfunk. Er wäre gerne länger geblieben, wurde aber nach Rom versetzt. 2017 kehrte er als Editor-at-Large für die ARD nach Israel zurück. 2022 wurde er pensioniert. Er schreibt regelmäßig für den Spiegel. Im April erschien sein zehntes Buch „Die Sache mit Israel“.

Foto: Jonas Opperskalski/ dva randomhouse

realistischen Bilder aus dem Krieg mit Boulevardfernsehen zu vergleichen, das ist schon pervers.

Was halten Sie davon, dass die BBC, die als öffentlich-rechtliches Vorbild für Fernsehjournalismus gilt, im Zusammenhang mit der Hamas sich nicht das Wort „Terrorist“ zu eigen machen will, sondern von „Angreifer“, „Entführer“ oder „Kämpfer“ spricht, damit „unsere Zuhörer selbst beurteilen können, wer wem was antut“?

Der BBC wird seit vielen Jahren, nicht zu Unrecht und nicht nur von Israel, Einseitigkeit in der Berichterstattung über den palästinensisch-israelischen Konflikt vorgeworfen. Sie ist schon häufig in die Bredouille geraten wegen eines falschen Wordings, der Unterlassung bestimmter Informationen oder auch wegen einer Einschätzung, die nicht ausgewogen war. Da ist jetzt eine Fortführung und umso tragischer, als die BBC eine besondere Verantwortung hat im Kampf um den sogenannten Qualitätsjournalismus.

Wenn Sie ARD und ZDF einschalten, was sehen Sie da: Ausgewogenheit oder Schlagseite?

Das kann ich Ihnen im Moment, ehrlich gesagt, nicht beantworten, weil ich für meine eigene Arbeit in diesem Krieg ausschließlich die arabischen und israelischen Medien verfolge.

Sie berichten für den Spiegel über die Region, wo Sie zeitweise auch leben. Dem Magazin wurde nun vorgeworfen, es schüre durch seine israelkritische Berichterstattung Antisemitismus.

Die von der FAZ vorgebrachte Kritik kann ich nicht teilen. Ich finde, dass die Ausgewogenheit da ist und auch so viel an Angeboten von allen Seiten, dass der Leser sich ein eigenes Bild machen kann.

Westliche Journalistinnen und Journalisten kommen, mit Ausnahmen wie Paul Ronzheimer von BILD, derzeit gar nicht in den Gaza-Streifen hinein, um sich aus erster Hand zu informieren. Ist da die Gefahr nicht besonders groß, einseitig oder gar falsch zu berichten?

Ich sehe mindestens drei Probleme. Erstens: Vermeintliches Wissen und Verstehen dieses Konflikts, der die Menschen in Deutschland weit mehr emotionalisiert als andere, führt oft dazu, dass sie mit einer vorgefassten Meinung, egal ob pro-israelisch oder pro-palästinensisch, darauf schauen. Sie entscheiden, wer gut ist und wer böse, bevor sie sich richtig damit auseinandergesetzt haben. Das hat sehr wenig mit den Realitäten vor Ort zu tun.

Das zweite Problem?

Es betrifft den Umgang mit Quellen. Wenn Sie an den Beschuss des Ahli-Arab-Krankenhauses denken...

Namhafte Medien wie „Tagesschau“ und Deutschlandfunk, aber auch die New York Times übernahmen ungeprüft die Version der Hamas, dass die Israelis geschossen hätten. Später wurden diese ersten Meldungen korrigiert.

Solche Fehler passieren, aber sie dürfen nicht passieren. Sie haben damit zu tun, dass Journalisten in einem unendlichen Tempo reagieren und berichten müssen. Im ARD-Studio Tel Aviv hatten wir sehr häufig kaum Zeit, hereinkommende Informationen wirklich zu prüfen. Da muss man den Konjunktiv König sein lassen. Das heißt, immer und immer wieder darauf hinweisen: „Es könnte sein, dass ...“ oder „Angeblich ist das passiert, so zumindest berichtet es die Seite XY“.

Aber was als Schlagzeile von vertrauenswürdiger Nachrichtenseite hinausgeht, wird in den Augen vieler Nutzerinnen und Nutzer erst einmal zum Fakt – Konjunktiv hin oder her.

Stimmt, das kennen wir spätestens seit Donald Trump: Ich muss nur etwas behaupten und hinterher sagen, oh, Entschuldigung, das war ein Fehler, aber die Behauptung steht trotzdem im Raum und setzt sich in den Köpfen fest als: Ja, so war es. Deshalb müssen trotz Gehetztheit und Voreingenommenheit die journalistischen Grundprinzipien unbedingt berücksichtigt werden: Immer zwei unabhängige Quellen heranziehen. Zweitens wissen, dass das Erste, was im Krieg stirbt, die Wahrheit ist. Insofern: Vorsicht, Vorsicht, Vorsicht!

Wie lässt man Vorsicht walten, wenn man auf organisierten Journalistentouren von der israelischen Armee entlang des Gazastreifens herumgeführt wird?

So was kenne ich. Natürlich kriegt man nur einen Ausschnitt zu sehen, und zwar jenen, den die Armee zeigen möchte. Trotzdem: Wenn ich die Alternative habe, in eine Region überhaupt nicht reinzukommen oder embedded, ist letztere immer die bessere Option, weil man wenigstens ein Gefühl dafür kriegt, wie es vor Ort ist. Das muss aber in der Berichterstattung transparent gemacht werden.

Laut israelischem Regierungspressebüro sind seit dem 7. Oktober rund 2.000 Journalisten aus mehr als 30 Ländern eigens für den Krieg eingereist, einige das erste Mal.

Dieser fliegende Kriegsreportertross ist ein Riesenproblem, nicht nur im aktuellen Konflikt. Die Amerikaner und Briten haben damit angefangen, als sie viele ihrer Studios aus Kostengründen schlossen. Das setzt sich immer mehr durch. Das sind zwar alles Profis, die da abgeworfen werden, aber häufig fehlen ihnen vertiefte Kenntnisse der jeweiligen Region, weshalb sie notgedrungen anders berichten als Kollegen, die sie sich seit Jahren vor Ort befinden und sich wirklich auskennen.



Die Autorin

Senta Krasser arbeitet frei als Medienjournalistin.
@sentakrasser, senta@krasserjournalismus.de

Foto: Enric Mammen

Kontakt im Kleinformat



PRESTELLEN

BJVreport 6/2021 21

<p>ENERGIE</p> <p>bayerngas</p> <p>Dirk Barz Leiter Kommunikation & Marketing +49 (0)89 7200-339 +49 (0)89 7200-340 www.bayerngas.de dirk.barz@bayerngas.de</p> <p>Bayerische Gas AG Postfach 9 80338 München</p>	<p>NETZE</p> <p>schwaben netz</p> <p>Cornelia Bensch Stabsstelle Cf-A Kommunikations- management team schwabens-netz@gmx.de Postfach No 24 10 89104 Augsburg Bismarckstr. 13 89109 Augsburg Telefon +49 821 45168-300 Telefax +49 821 45168-399 cornelia.bensch@schwaben-netz.de www.schwaben-netz.de</p>
<p>bayernwerk</p> <p>Maximilian Zangi Leiter Unternehmens- kommunikation Pressesprecher Bayernwerk AG Lilienbalsamstraße 7 95049 Regensburg T: 0941-201-7020 F: 0941-201-7023 M: 0179-1383627 maximilian.zangi@bayernwerk.de www.bayernwerk.de</p>	<p>FINANZEN</p> <p>GVB Gesamtschulverband Bayern</p> <p>Dr. Gerald Schneider Pressesprecher Türkenstraße 22-24 · 80333 München Tel. 0 89/28 88-34 01 · Mobil: 0176/10 16 84 03 Fax 0 89/28 88-34 05 E-Mail: presse@gvb-bayern.de www.gvb-bayern.de</p>
<p>LEW Lechwerke</p> <p>Ansprechpartner für die Presse</p> <p>Ingo Butters Pressesprecher T +49 821 328-1673 ingo.butters@lew.de</p> <p>Luisa Rautenbusch Pressesprecherin T +49 821 328-1654 luisa.rautenbusch@lew.de</p> <p>Lechwerke AG · Schaefflerstraße 3 86150 Augsburg · www.lew.de presse@lew.de Rufbereitschaft T +49 821 328-1651</p>	<p>ihre ANSPRECHPARTNER</p> <p>Kerstin Heuber Ansprechpartnerin B2C Telefon: +49 (0) 20307 1314 kerstin.heuber@interhyp.de</p> <p>Britta Barluge Ansprechpartnerin B2C Telefon: +49 (0) 20307 1325 britta.barluge@interhyp.de</p> <p>Julia Mayer Ansprechpartnerin Corporate Telefon: +49 (0) 20307 1330 julia.mayer@interhyp.de</p> <p>Caroline Aicher Ansprechpartnerin Outreach Telefon: +49 (0) 20307 1351 caroline.aicher@interhyp.de</p> <p>interhyp AG Domagelstraße 34 80807 München www.interhyp-gruppe.de</p> <p> </p>
<p>N-ERGIE</p> <p>Heiko Linder Leiter Konzernkommunikation</p> <p>Michael Enderlein Pressesprecher Telefon 0911 802-58071 E-Mail: michael.enderlein@n-ergie.de Am Pilzner 43, 90429 Nürnberg, www.n-ergie.de</p>	<p>Sparkassenverband Bayern</p> <p>Eva Mang Pressesprecherin Vorstandsstelle Karolinplatz 5, 80333 München Telefon: +49 89 2174-2009 Mobil: +49 170 2206489 E-Mail: eva.mang@sbv-bayern.de</p>

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 1.450,- € zzgl. 19 % MwSt. für sechs Ausgaben
- 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 rund 8.000 BJV-Mitglieder sowie weitere Leser, sprich Mitarbeiter in Unternehmen und Einrichtungen aus vielen Bildungs-, Wirtschafts- und Sozialbereichen, die Presse- und Kommunikationsarbeit betreiben.

Wann dürfen wir Sie im BJV-Report begrüßen?

Anzeigenmarketing BJVreport: Mediasued, Robert Macher, Knogstraße 21, 90475 Nürnberg (Brunn), Telefon 0911 / 98 81 12 64, Fax 0911 / 98 81 12 65, robert.macher@mediasued.de

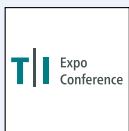
AFAG-Termine 2024

Netzwerke für
Geschäftserfolge!

Fachmessen



23. + 24. Januar 2024
DCONex Münster
Fachkongress + Ausstellung, Schadstoffmanagement
www.dconex.de



20. + 21. März 2024
TI-Expo + Conference Düsseldorf
Das Top-Event zur technischen Isolierung f.d. Industrie
www.ti-expo.de



19. - 22. Juni 2024
Stone+tec und Tile+tec Nürnberg
Naturstein, Steintechnologie und Fliesen
Fachmesse + Congress
www.stone-tec.com



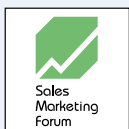
26. + 27. Juni 2024
Sicherheitsexpo München
Sicherheitstechnik
www.sicherheitsexpo.de



16. - 18. September 2024
The Elevator Show Dubai
Dubai World Trade Centre
www.elevatorshowdubai.com



23. + 24. Oktober 2024
Personalmesse München
Fachmesse für erfolgreiches Personalmanagement
www.personalmesse-muenchen.de



23. + 24. Oktober 2024
Sales + Marketing Forum München
Kongressmesse für Marketing & Vertrieb
www.sales-marketing-forum.de



26. - 28. Oktober 2024
iENA Nürnberg
Internationale Fachmesse
„Ideen - Erfindungen - Neuheiten“
www.iena.de

Special Interest Messen



8. - 10. März 2024
akustika Nürnberg
Die Messe für Musik
www.akustika-nuernberg.de



8. - 10. März 2024
Whisk(e)y-Messe Nürnberg
Whisk(e)y & R(h)um Messe
www.whiskey-messe.de



25. - 28. April 2024
RETRO CLASSICS Stuttgart
Messe für Fahrkultur
www.retro-classics.de



15. - 17. November 2024
Euromotor Stuttgart
Luxus-Automobile & Lebensart
www.euromotor-messe.de

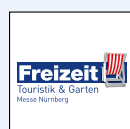


6. - 8. Dezember 2024
RETRO CLASSICS BAVARIA Nürnberg
Messe für Fahrkultur
www.retro-classics-bavaria.de

Publikummessen



2. - 4. Februar 2024
afa Augsburg
Die Messe der Region
www.meine-afa.de



21. - 25. Februar 2024
Freizeit Touristik & Garten Nürnberg
Caravanning, Touristik, Garten, Outdoor & Sport
www.freizeitmesse.de



26. Oktober - 3. November 2024
Consumenta Nürnberg
Süddeutschlands größte Publikummesse
für Lifestyle, Bauen & Wohnen
www.consumenta.de



1. - 3. November 2024
Gin & Friends Nürnberg
The NUE-Spirits Event
www.gin-tonic-messe.de



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



Mitglied im Fachverband
Messen und Ausstellungen



Mitglied der Gesellschaft zur freiwilligen
Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen