

ROLAND RECK

Sprung ins Abseits

RAVENSBURG. Werbung muss sein! Das ist auch das lebensnotwendige Credo von BLIX. Denn ohne Werbung geht im Mediengeschäft gar nichts. Und da sich die Medien mehr denn je über Werbung finanzieren, müssen sie auch für sich werben.



Das tun sie landauf landab eifrig und besonders dann, wenn eine Auszeichnung Wasser auf die eigene Mühle lenkt. So auch REGIO TV, die Sendergruppe aus dem Hause des Schwäbischen Verlags, die bisher allenfalls aus der penetranten Bewerbung in der Schwäbischen Zeitung und INFO einem größeren Publikum bekannt geworden und keinesfalls durch seine journalistische Qualität aufgefallen ist. Nun aber hat sich das Blatt gewendet.

„REGIO TV-Gruppe stellt beim LFK-Medienpreis zwei Sieger“, verkünden unisono die Schwäbische Zeitung und INFO am 6. Mai und zitieren sofort Mediendirektor Joachim Umbach, der stolz verkündet: „Dies ist ein Beleg dafür, das bei REGIO TV mit hoher Professionalität und großem Engagement gearbeitet wird.“

Leider nein, sagt der Preisträger Martin Schneider. Der Ravensburger ist stinksauer auf den in der Türmestadt beheimateten REGIO TV-Sender

EURO 3, genauer auf dessen Geschäftsführer Rolf Benzmann. Der selbstständige Mediengestalter und Kameramann wurde für einen Clip über einen Fallschirmsprung, der in EURO 3 gesendet wurde, in der Kategorie „Videojournalist“ von der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) in Stuttgart ausgezeichnet. Und damit begann der Ärger.

„Die haben mich übers Ohr gehauen“, behauptet der 31-Jährige, der neben seiner Selbstständigkeit im

7. Semester an der Pädagogischen Hochschule in Weingarten die Fächer Deutsch, Geschichte und Geografie studiert. Der Streit dreht sich vordergründig um das Preisgeld. Noch vor der Preisverleihung im Stuttgarter Apollo-Theater habe Geschäftsführer Benzmann die Hälfte der 3000 Euro für eine Sender-Party bei ihm eingefordert, schildert der von der Jury namentlich genannte Gewinner Martin Schneider den Vorgang. „Da war ich schon etwas angesäuert.“ Denn, so argumentiert Schneider, die Kategorie „Videojournalist“ setzt eine Einzelleistung voraus. „Der Videojournalist ist eine sehr unschöne, durch Rationalisierungsmaßnahmen der Fernsehsender entstandene Berufsgruppe, die vier Personen und Berufe in einem vereint: Redakteur, Kameramann, Tonmann, Schnitt“, erklärt Martin Schneider und räumt gleichzeitig ein: „Videojournalismus kann gar nicht funktionieren.“ Der praktizierte Widersinn wurde bereits bei der Preisverleihung deutlich, als die Moderatorin den Preisträger fragte, wie man denn gleichzeitig fallschirmspringen und filmen könne, und Schneider ihr darauf antwortete, dass die Sprungszene von einem professionellen Fallschirmspringer mit Kamerahelm festgehalten worden seien. Dass er „wahrheitsgetreu“ geantwortet habe, sei bei Benzmann gar nicht gut angekommen, erzählt Schneider. Zum Glück fragte die Moderatorin nicht weiter, sonst wäre die Preisverleihung auf offener Bühne vor rund 1000 Zuschauern zur Farce geraten. Denn der ins Bild gerückte, im Hockepackverfahren springende und gleichzeitig in

INFO nennt die Preisträger des LFK-Medienpreises, die zwar nicht gewonnen haben, aber sich trotzdem kindisch freuen. Geschäftsführer Rolf Benzmann rechtfertigt sich gegenüber BLIX mit dem Hinweis, dass er den Kollegen von INFO doch nicht vorschreiben könne, wie sie berichten sollen. Die Frage, ob die falsche Pressemitteilung, die INFO abdruckte, von EURO 3 stammte, beantwortet Benzmann nicht. Eine Richtigstellung erfolgte ebenfalls nicht.

INFO

6.5.2009



Die Euro 3-Preisträger...

des LFK-Medienpreises: Cihan Cali (Moderation), Eugen Neufel (Projektleitung), Rolf Benzmann (Geschäftsführer REGIO TV EURO 3)

ein Mikrofon schreiende Fernsehmann war ebenfalls nicht Martin Schneider, sondern ein weiterer freier Mitarbeiter, dessen vermeintliche O-Töne Schneider aber erst im Studio mit hinterlegtem Windgetöse einspielte. Schneider: „Das ist Fernsehen – das ist nicht die Wahrheit.“ Außer dass die Crew um Geschäftsführer Benzmann auf ein preisgünstiges Abenteuer scharf gewesen sei und gleich mit einem Kleinbus voller Freundinnen und Freunden Bock auf einen Billigsprung gehabt habe, sei eigentlich nichts vorhanden gewesen, resümiert Schneider rückblickend. Dadurch erst sei er als Kameramann in die redaktionelle Rolle geschlüpft, habe eine Story gebastelt und auch noch den Schnitt und Ton im eigenen Studio erledigt. Unterm Strich, so Schneider: sechs Tage Arbeit für 300 Euro. Der Videoclip wurde so gesendet, wie ihn Schneider schließlich ablieferte und so wurde er vom EURO 3-Geschäftsführer als Beitrag in der Kategorie „Videojournalist“ bei der LFK eingereicht. Für Martin Schneider ist klar: „EURO 3 hat geschummelt von Anfang an“ oder „Benzmann ist so blöd, dass er noch nicht einmal ein Formular richtig ausfüllen kann“. Helga Penezic ist das alles sehr, sehr peinlich. Sie ist bei der Landesanstalt für Kommunikation für die Organisation des Wettbewerbs verantwortlich. Bei ihr gehen die Beiträge ein, die sie dann

entsprechend der angegebenen Kategorien an die Jurymitglieder weiterleitet. „Ich mache das schon seit elf Jahren“, erklärt Penezic, „ich hatte noch nie so einen Ärger wie dieses Jahr mit EURO 3“. Das habe schon bei der Preisverleihung angefangen, als plötzlich drei Personen statt einer auf der Bühne gestanden seien. Helga Penezic unterstreicht, dass die Kategorie „Videojournalist“ eine Einzelleistung sein muss und dass nach ihrem inzwischen vorhandenen Kenntnisstand, der von Benzmann eingereichte Beitrag eigentlich in die Kategorie „Werbefilm & Promotion“ gehört hätte. „Das ist eigentlich ein Werbefilm, die bewerben ja die Firma“, stellt sie ernüchtert fest und entschuldigt sich: „Ich muss davon ausgehen, dass der Film in der richtigen Kategorie eingereicht wird“, denn bei 264 eingegangenen Filmen hätte sie nicht auch noch prüfen können, ob jemand schummelt.

Davon will der abenteuerlustige Geschäftsführer von Euro 3 nichts wissen. Mit den Anfechtungen konfrontiert, windet sich der 34-Jährige und verteilt vorsichtshalber Lob nach allen Richtungen. „Es ist wie es ist ... Eine tolle Leistung, die gefeiert gehört“, wischt Benzmann die Kritik vom Tisch.

Fake (Internetjargon für Fälschung und Betrug) oder nicht, die Schwäbische Zeitung und INFO

feierten wunschgemäß die Preisverleihung überschwänglich. In der SchwäZ war zu lesen: „Die 2009 nominierten Beiträge lagen insgesamt auf einem ganz hervorragenden Qualitätsniveau.“ Auf den Pressefotos zu sehen ist immer auch der strahlende Geschäftsführer Rolf Benzmann, dafür lässt INFO den eigentlichen Preisträger Martin Schneider gleich vom Bild verschwinden und ernennt Benzmann zum Gewinner. Das ist nun klar ein Fake.



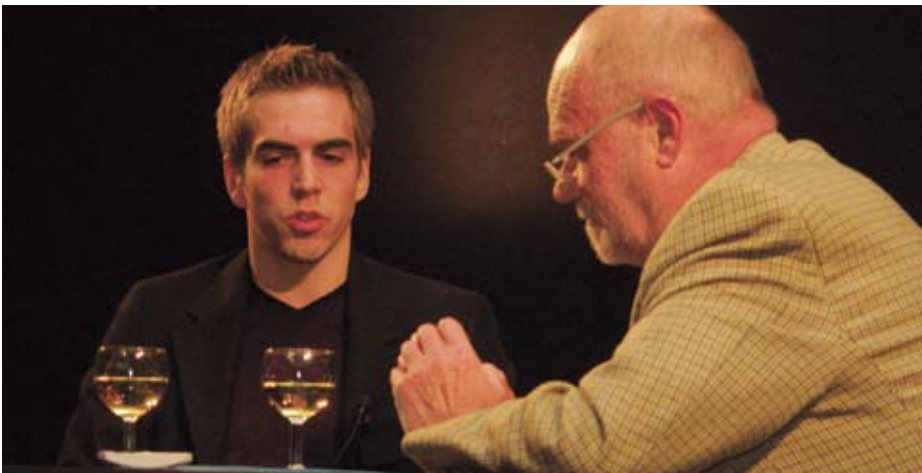
Kameramann Martin Schneider fühlt sich von EURO 3 „übers Ohr gehauen“.

Die Landesanstalt für Kommunikation (LFK) ist die zuständige Stelle für die Zulassung und die Aufsicht über private Rundfunkveranstalter in Baden-Württemberg. Sie engagiert sich im Bereich Medienkompetenz und bietet Fortbildungsmöglichkeiten für Mitarbeiter der Rundfunkveranstalter an. (Quelle: www.lfk.de)

ROLAND RECK

„Herr, schmeiß Hirn ra!“

LEUTKIRCH. Bernd Dassel ist Journalist aus Leidenschaft. Er kann den Job nicht lassen, trotz gesundheitlichem Tribut, den er im Laufe der Jahre gezahlt hat. Das späte Kind des 63-Jährigen heißt „Talk im Bock“. Jetzt kopiert der Schwäbische Verlag seine erfolgreiche Veranstaltung, die er mit vielen ehrenamtlichen Helfern und ohne Honorar auf die Beine stellt. Dassel: „Die klauen wie die Raben!“



Bernd Dassel (rechts) im Gespräch mit FC München-Star Philipp Lahm. Das Stürmer-Ass der Bayern war im Dezember letzten Jahres Gast beim Talk im Bock. Dabei sammelte Dassel über 37.000 Euro an Spenden für die Philipp-Lahm-Stiftung. Dassels Gäste hingegen bekommen nur ihre Spesen erstattet.

Foto: Stefan Ziegłowski

Dassels Kind, wohnhaft in Leutkirch, bringt monatlich namhafte Gäste ins Allgäustädtchen. Vom Astronauten Thomas Reiter über den Profiboxer Henry Maske bis zum Arbeitgeberpräsident Dieter Hundt und nicht zu vergessen der angehenden Bundeskanzlerin Gabriele Pauli standen neben vielen anderen Promis, darunter auch der Fürst von Waldburg-Zeil, Dassel schon Rede und Antwort. Der ehemalige Sat 1-Moderator ist Profi, mit Blick auf Gast und Publikum stellt er

seine Fragen freundlich aber verbindlich, scheut die wunden Punkte nicht ohne dabei auf billige Effekthascherei aus zu sein. Sein Talk im alten Gebäck des Bocksaals ist Erlebnis und Erkenntnis zugleich. Im Februar nächsten Jahres wird Dassel beim 100. Talk den SAP-Mitbegründer Dietmar Hopp interviewen. Die Frage nach dem Motiv, warum er als herzkranker Ruheständler sich den ganzen Stress antut, beantwortet er lakonisch: „Andere gehen golfen, ich talke.“

Es ist die journalistische Leidenschaft, die den gebürtigen Westfalen auch an seine alten Wurzeln bindet. Zehn Jahre war Dassel als Redakteur im Sportresort der Schwäbischen Zeitung tätig und auf tragische Weise ist er an das Monopolblatt gekettet, denn sein Talk lebt auch von der Berichterstattung in der Presse. Das hält aber Bernd Dassel nicht davon ab, Mediendirektor Joachim Umbach als den Totengräber eines ernst zu nehmenden Blattes namens Schwäbische Zeitung zu zeihen. Ein besonders erschreckender Beleg hierfür fand der Kritiker in der Berichterstattung der SchwäZ vom 13. März über den Amoklauf in Winnenden mit 16 Toten. Dassel setzte sich im Wissen der vergeblichen Liebesmüh' hin und schrieb einen Leserbrief, in dem er den verantwortlichen Kollegen in direkter Nachbarschaft „PR mit Grauen von Winnenden“ vorwarf. Dassel empörte sich darüber, dass selbst bei einem solch furchtbaren Geschehen wie in Winnenden der Verlag die Gelegenheit nutzt, den Lesern billige Eigenwerbung aufzutischen. Denn auf Seite 3 wurde ein Interview mit dem Geschäftsführer von Regio TV Stuttgart abgedruckt, in dem dieser sich darüber auslassen durfte, wie es kam, dass ein Kameramann des Senders als Erster am Tatort war. Dassel erkannte natürlich den billigen Zweck der Übung, war hellauf empört und griff in die Tasten. „Die SZ setzt Maßstäbe! Jedenfalls auf der nach unten offenen Peinlichkeitsskala. Das Grauen von Winnenden durch ein nichts-sagendes, weitgehend inhaltsfreies Interview in eigener Sache zu einer PR-Aktion fürs eigene Medienhaus zu missbrauchen, das ist nicht mehr zu unterbieten. Auf den Gräbern der Toten