E 2814
Nr. 3
Mai 2013
Jahrgang 62

Menschen Machen Medien

Medienpolitische ver.di-Zeitschrift

Wirtschaft auf neue Art erzählen?

Oft trügt der Schein

Von Wolfgang Mayer | 3. Mai Internationaler Tag der Pressefreiheit: In vielen Ländern kann von diesem Grundrecht keine Rede sein. Die Propagandisten von Zensur, die die Medien für ihre Interessen einspannen wollen, sitzen vielerorts an den Schalthebeln der Macht. Für die Pressefreiheit in der Ferne hierzulande zu demonstrieren, täte ihren Feinden dort nicht weh. Wir Journalistinnen und Journalisten in Deutschland können aber dafür werben, dass Reisende jene Länder boykottieren, in denen Medien einen Maulkorb verpasst bekommen. Leider ist die Liste dieser Länder lang. Sie ist im Internet bei „Reporter ohne Grenzen“ abrufbar.

In etlichen Ländern Osteuropas müssen Journalisten befürchten, dass kritische Berichte über Politiker als üble Nachrede eingestuft und sie als Kriminelle bestraft werden. Nicht immer ist die offizielle Staatsmacht der Gegner von Pressefreiheit.
Milizen von radikalen Gruppen überfielen und verwüsteten zum Beispiel Anfang April in Bagdad die Büros von unabhängigen Zeitungen und griffen Redakteure an.
Oft trügt der Schein. Im Länderprofil Indiens des Auswärtigen Amtes heißt es: „Die Pressefreiheit ist wesentlicher Bestandteil der indischen Demokratie“. In der Rangliste der Pressefreiheit findet man das boomende Wirtschaftswunderland jedoch abgeschlagen auf Platz 140. Das hat mit unzureichenden Gehältern und Arbeitsrechten zu tun. Zensur ist zudem ein Knebel. Und ein Kollege aus Afrika sagte mir: „Ja, ich kann über alles berichten. Aber ich bekomme nur 50 Dollar Gehalt im Monat. Wie kann ich damit meine Familie ernähren und wirklich frei sein?“

Doch auch in Deutschland arbeiten wir keineswegs auf einer Insel der Seligen. Stimmen hier die Bedingungen für Pressefreiheit? Schon der unsägliche Tendenzschutz in Verlagen spricht dagegen. In der nächsten Tarifrunde werden wir für gute Arbeitsbedingungen und faire Bezahlung zu kämpfen haben. Die „Freien“ sind abhängig davon, was ihnen von den Verlagen abgenommen wird – allzu oft nur für einen Hungerlohn. Das Gerangel um Akkreditierungen beim NSU-Prozess hat Schande über Deutschland gebracht. Die Achtung der Pressefreiheit sieht anders aus! Offenbar trügt auch in Deutschland der Schein und wir müssen immer wieder um dieses Grundrecht streiten.

Auf ein Wort

Am 3. Mai,
Internationaler Tag der Pressefreiheit,

erinnert dieses Foto an den Beginn des Prozesses gegen 44 Journalisten am 10. September 2012 in der Türkei. Kurdische Frauen protestieren in Istanbul gegen die Inhaftierung der Journalisten, davon sitzen 26 bereits seit anderthalb Jahren in Haft. Sie werden unter anderem verdächtigt, Unterstützer einer terroristischen Vereinigung zu sein. In Wahrheit ist den Richtern die kritische Berichterstattung der Angeklagten ein Dorn im Auge (M 8 / 2012).
Der Prozess wird derzeit in der Kleinstadt Silivri weit entfernt von Istanbul fortgesetzt und erneut nehmen viele internationale Beobachter teil, darunter auch dju-Vertreter.

Ein Bericht unter:
http://dju.verdi.de/internationales/journalistenprozesse

TITEL

6 **Wirtschaft auf neue Art erzählen?**
Von Günter Herkel
11 **Viel zu oft Kapital**
Wirtschaftsmedien sollten nicht nur Dienstleister der „Entscheider“ sein
Interview mit DGB-Mann Uwe Polkaehn

AKTUELL

4 **Ausstellung zur Gewerkschaftspresse**
4 **Klagen statt Investitionen**
Tarifrunde für Zeitungsredakteure steht vor harten Auseinandersetzungen
4 **dju-Infos aus erster Hand**
5 **Schlichtung Fotohonorare**
5 **Perspektive Infotainment? Medientag in Leipzig**

LESERBRIEFE

6 **Meinungen zum Interview über kubanische Medien in M 2/2013**

KOLUMNE

7 **Versagen**
Rechtsextremismus im toten Winkel journalistischer Aufmerksamkeit

TARIFE + BERUF

12 **Schlimmer als bei Mecom**
Berliner Verlag: Kündigungsandrohungen und Ungewissheit

13 **Junktim abgelehnt**
Tarifverhandlungen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk

14 **Freie in die Personalräte!**
Mitbestimmung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk in der Diskussion

15 **ver.di FilmUnion startet Tarifumfrage für Filmschaffende**

15 **Fotoausstellung: 1. Mai in Berlin-Kreuzberg**

15 **Kinostart des preisgekrönten Dokumentarfilms „Orania"**

16 **Ethische Leitplanken konkretisiert**
Presserat überarbeitet Kodex zum Schutz der Persönlichkeit

16 **Personalwechsel und Verabschiedungen**

17 **Zeitschriften: Altersversorgung modernisiert**

17 **Fotoausstellung: „Die Jugend der anderen"**

17 **Schon entdeckt? detektor.fm**

MEDIEN + WIRTSCHAFT

18 **Beerdigung journalistischer Ansprüche**
Schlaglöcher in der Funke Mediengruppe

19 **Verlagserbinnen**
Journalistinnenbund startete das „Medienlabor" in Hamburg

20 **Funkkorrespondenz wird weiter erscheinen**

21 **Vorbei mir dapd**
Engagierte Belegschaft arbeitete bis zuletzt

21 **Volksstimme: Aussperrung rechtswidrig**

22 **Erweiterte Realität**
Möglichkeiten der Verbindung von Print und Web durch Augmented Reality

MEDIEN + GESELLSCHAFT

24 **LiMA: Lernende und Lehrende profitieren vom vielfältigen Angebot**

25 **Für ein gerechtes Solidarsystem**
Streit um Prüfung der Arbeitgeber-Abgaben an die Künstlersozialkasse

MEDIEN + INTERNATIONAL

26 **Presseförderung in anderen Ländern: Schweden Stütze für Zweitzeitung**
Reformüberlegungen in Richtung digitale Produktion

27 **Journalismus aus Leidenschaft**
Erfahrungsaustausch in Korea

27 **Aktion für Rayma Suprani, Venezuela**

28 **Abhörskandal mit Folgen**
Briten wollen Presseregulierung neu organisieren

28 **Frequenz für Klubradio**
Etappensieg für bedrohte Pressefreiheit in Ungarn

29 **Verhaftungswelle im Iran**
Kontrolle und Einschüchterung von Journalisten vor der Präsidentenwahl

SERVICE

30 **Leute**

30 **Impressum**

31 **ver.di-Seminare / Journalistenumfrage**

Foto: AFP / Bulent Kilic

SERVICE ZUM SURFEN

Der Service ist im Netz unter: http://mmm.verdi.de/service

Grafik: Hermann Haubrich

Editorial

Foto: Chr.v.Polentz

Vom Kopf auf die Füße

„Wirtschaft auf neue Art erzählen" dafür wirbt die neue *Capital*. Es gelte, speziell Menschen anzusprechen, „die sich derzeit von den Wirtschaftsmedien in Deutschland nicht angesprochen fühlen". M hat ein Fragezeichen hinter diesen Anspruch gestellt. Obwohl *Capital* keinen Richtungszweifel zulässt „Neue Leser, neue Entscheider, die neue Leistungselite" sind natürlich gemeint (Titel S. 8–11). Ob dabei die in M vorgebrachte Kritik des Gewerkschafters Uwe Polkaehn an den deutschen Wirtschaftsmedien Beachtung findet? Die Wirtschaftsmedien definieren sich eher als „Dienstleister der Entscheider", anstatt öfter auch Arbeitnehmerthemen aufzugreifen, sagt er. Manchmal sei es hilfreich, bei seinen Recherchen einfach mal die Gegenseite zu hören, etwa die Gewerkschaften oder alternative Wirtschaftsforscher. „Die Berichterstattung sollte endlich vom Kopf auf die Füße gestellt werden." Der Begriff „Wirtschaft" umfasse Arbeitgeber und Arbeitnehmer. „Wer über Leistungsträger berichten will, sollte sich deshalb auch gute Kontakte zu den Beschäftigten und ihren Vertretungen aufbauen. Sie sind der Motor guten Wirtschaftens und benötigen gerade in der Krise mehr Beachtung" (S. 11/12).

Im toten Winkel journalistischer (oft wohl auch gesellschaftlicher) Aufmerksamkeit verortet M den Rechtsextremismus. Kolumnist Günter Herkel spricht vom kollektiven Versagen der Medienbranche (S. 7) bei der Berichterstattung über die NSU-Morde. Die vorurteilslose Prüfung der Fakten und das Bedienen gängiger Vorteile sei offenbar einfacher als gründliche Recherche, vor allem da, wo es um gesellschaftliche Strukturen gehe, die diese schweren Verbrechen erst möglich gemacht hätten.

Die dju in ver.di steht vor einer harten Tarifrunde für Zeitungsjournalisten – ein Punkt, in dem sich Arbeitgeber und Arbeitnehmer einig sind. Dringend geboten ist hier ebenfalls, die Wirtschaftszahlen und die damit bestückten Argumentationen der Zeitungsverlage zu hinterfragen. Was ist Journalismus den Verlegern wert (S. 4)? Führen planloses Kürzen und wenig strategische Umstrukturierungen zu mehr Qualität und befördern damit die Leserblattbindung oder führen sie zur Beerdigung journalistischer Ansprüche und in deren Folge zu Leserunlust (S. 18/19).

Karin Wenk,
verantwortliche Redakteurin

Ausstellung zur Gewerkschaftspresse

Eine Litfaßsäule am Platz der Luftbrücke in Berlin-Tempelhof macht einmal mehr auf das Themenjahr „Zerstörte Vielfalt – Berlin 1933 – 1938" aufmerksam, an dem sich das ver.di-Archiv und ver.di Berlin-Brandenburg aktiv beteiligen. Schräg gegenüber die MedienGalerie im traditionsreichen Haus der Buchdrucker. Hier ist noch bis zum 28. Juni die Ausstellung „Die Gleichschaltung der Gewerkschaftspresse" zu sehen.

Foto: Ch. v. Polentz / transitfoto.de

MedienGalerie
Dudenstraße 10, 10965 Berlin.

Öffnungszeiten:
Mo und Fr 14 – 16 Uhr,
Di 17 – 19 Uhr,
Do 14 – 19 Uhr.

www.mediengalerie.org

Klagen statt Investitionen

Tarifrunde für Zeitungsredakteure steht vor harter Auseinandersetzung

„Das wird eine harte Tarifrunde": Das ist nicht das Fazit einer Tarifkonferenz der dju in ver.di, sondern die klare Ansage von BDZV-Verlegerpräsident Helmut Heinen. Mit Entschlossenheit wollen die Verleger in diesem Jahr alle tarifpolitischen Hebel in Gang setzen und mit ihren Forderungen nach deutlich niedrigeren Personalkosten noch weit über ihre Forderungen von 2011 hinaus gehen. Die Deutsche Journalistinnen und Journalisten-Union (dju) in ver.di fordert für die rund 14.000 Tageszeitungsredakteurinnen und -redakteure sowie für Freie und Pauschalisten 5,5 Prozent mehr Geld. Auch online-Journalisten sollen künftig nach den Redakteurstarifverträgen bezahlt werden.

Der BDZV will geringere Gehaltsentwicklungen für künftige Kolleginnen und Kollegen, weniger Urlaubstage und Urlaubsgeld bzw. Jahresleistungen für alle Redakteurinnen und Redakteure und keine oder niedrigere Tariferhöhungen in bestimmten Regionen in Norddeutschland oder dem Osten erzwingen. Wobei: Für Gehaltserhöhungen wie in anderen Branchen ist laut Meinung des BDZV-Verhandlungsführer Georg Wallraf sowieso kein Spielraum.

Es gebe nichts zu verteilen, ohne Arbeitsplätze aufs Spiel zu setzen, so Wallraff. Allerdings erleben die insgesamt rund 14.000 Redakteurinnen und Redakteure, die für Tageszeitungen schreiben, dass trotz der Lohnzurückhaltung, die sie im vergangenen Jahrzehnt praktiziert haben, Stellen abgebaut wurden: Rund 15 Prozent in den vergangenen zehn Jahren. Die Löhne stiegen zwar um rund 18 Prozent im gleichen Zeitraum, sanken aber real bei einer Inflation von 23 Prozent. Gleichzeitig erwirtschaften die Gesellschafter von Verlagsunternehmen nach wie vor ansehnliche Renditen, die aber nicht reinvestiert werden, um die Zeitungen fit für die Herausforderungen der Zukunft zu machen „Unsere Mitglieder haben dazu jede Menge guter Ideen, denn sie kennen ihre Leser und sind ganz nah dran am viel beschriebenen Umbruch der Branche. Die Zukunft der Zeitung wird sich beispielsweise daran entscheiden, ob es gelingt, Online und Print, Abos und Bezahlinhalte miteinander zu verbinden Lokaljournalismus wieder erkennbar zu machen und junge Leser mit ansprechenden, inhaltlichen Angeboten zu begeistern", sagte ver.di-Tarifsekretär Matthias von Fintel. Die Redakteurinnen und Redakteure betrachteten es als ihre Aufgabe, dem Leser zu zeigen, was Journalismus in der Region täglich aufs Neue überzeugend mache, der den Preis dafür auch wert sei. „Die Verleger von heute, meist reine Verlagsmanager ohne eigenen publizistischen Anspruch, sehen nicht das Zukunftspotential ihrer Produkte und Redaktionen, sondern beklagen allein zu hohe Personalkosten, statt mit dem Knowhow der Kolleginnen und Kollegen neue publizistische Ansätze zu entwickeln", kritisierte von Fintel. Jede Redaktion kenne Beispiele von jungen Journalistinnen und Journalisten, die sich nach dem Volontariat einen besser bezahlten Job suchten, was angesichts der Einkommenshöhe, die keineswegs Spitzengehälter darstelle, wie die Verleger gerne behaupteten, vielfach auch nicht weiter schwer sei. Noch schlimmer sei die Situation der freien Journalistinnen und Journalisten, die als Pauschalisten im Redaktionsdienst oder als Reporter und Bildjournalisten eingesetzt werden, bei ihnen wird an der Honorarschraube gedreht und sie haben dafür noch weniger Rechte als die „Festen".

„Die Leser merken das längst und zwar, noch bevor sie durch Anzeigen in der eigenen Zeitung als Leserreporter angeworben werden sollen, in denen steht, journalistische Kenntnisse seien nicht nötig: Da sagt sich Otto-Normalleser, für so eine Zeitung ist der Preis aber auch nicht nötig. Dann schreibe ich doch gleich in mein soziales Netzwerk und werde mein eigener Verleger", unterstreicht von Fintel:„Die dju in ver.di geht in diese Tarifrunde mit dem Anspruch, dass Profis, durch gute Tarif- und Arbeitsbedingungen und endlich auch mal durch echte Tariferhöhungen ihren Motivationsschub brauchen." Der Redaktionsalltag sei hart genug, auch wenn gerade keine Stelleneinsparungen oder Strukturveränderungen ausgerufen werden. Die Arbeit in den Redaktionen sei mit der vor 20 Jahren nicht mehr vergleichbar. Dem müsse durch eine entsprechende Tarifpolitik Rechnung getragen werden und nicht durch den Abbau von Tarifstandards. „Ja, es wird eine harte Tarifrunde: Zumindest in diesem Punkt wird der Verlegerpräsident Recht behalten", kündigte von Fintel an. **Cornelia Haß** ■

dju-Infos aus erster Hand

Mit einem Mitgliederbrief wendet sich die dju- Bundesgeschäftsführerin Cornelia Haß vier Mal im Jahr per Mail an alle Journalistinnen und Journalisten der dju in ver.di.
Der nächste Mitgliederbrief erscheint Ende Juni und wird wiederum – wie bereits in der Nummer drei – das Thema Tarifrunde Redakteurinnen und Redakteure behandeln sowie den aktuellen Stand und nächste Schritte bei der Umsetzung der Vergütungsregeln für Freie sowie einen ersten Aufschlag zu unseren politischen Forderungen mit Blick auf die Bundestagswahl.
Wer diesen Brief bisher noch nicht erhält, kann sich gern an die dju-Bundesgeschäftsstelle wenden
dju-info@verdi.de
und seine E-Mail-Adresse mitteilen, dann ist sie oder er dabei.

dju.
Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union

Schlichtung Fotohonorare

Der DJV und die dju in ver.di legen keinen Widerspruch gegen das Schlichtungsergebnis zu den Gemeinsamen Vergütungsregeln für Zeitungsfotos ein. Das teilten beide Organisationen am 22. April gemeinsam dem Schlichter Ferdinand Melichar mit.

Die Vergütungsregeln sehen ab 1. Mai für Fotos in Tageszeitungen Mindesthonorare für die Veröffentlichung vor, die von den Verlagen nicht unterschritten werden dürfen. Nach dem Schlichterspruch reicht die Spanne der Honorare dabei von 19,50 Euro bis 75,50 Euro im Erstdruckrecht und von 14,50 Euro bis 56 Euro beim Zweitdruck. Die genaue Mindesthöhe des Honorars hängt sowohl von der Auflage der Zeitung als auch von der veröffentlichten Größe des Fotos ab.

„Mit der Annahme des Schlichtungsergebnisses werden die langwierigen und zähen Verhandlungen mit den Zeitungsverlegern zu einem hoffentlich guten Ende geführt", sagte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken. „Wir sehen in den Vergütungsregeln ein Instrument zur Eindämmung des Honorardumpings auf dem Bildermarkt."

Der stellvertretende ver.di-Vorsitzende Frank Werneke forderte: „Nun müssen die Zeitungsverleger die Fotohonorare in vielen Fällen nach oben anpassen. Wir erwarten, dass dies in den Verlagen auch entsprechend erfolgt. Die dem Schlichtungsergebnis entsprechenden Honorare stellen die allerunterste Honorargrenze dar." Daher sei auch der Gesetzgeber in der Pflicht, die unverbindlichen Verfahrensvorschriften und unbestimmten Vorgaben, wie hoch ein durch Vergütungsregeln festzulegendes Honorar sein müsse, zu überarbeiten und einen durchsetzbaren Rechtsanspruch auf angemessene Vergütung gesetzlich zu verankern. Red. ■

http://dju.verdi.de/freie_journalisten/vergutungsregeln

Perspektive Infotainment?

Medientag in Leipzig – ein Diskussionsangbot von ver.di

Unser Recht auf Information versus Nachrichten als Ware:

- **Bekommt die Information bald reinen Unterhaltungscharakter?**
- **Wie verändert das Social Web die Medien und ihre Nutzer?**
- **Brauchen wir öffentlich-rechtliche Zeitungen?**
- **Was ist uns Medienqualität wert?**

Zeitgeschichtliches Forum Leipzig
Grimmaische Straße 6
04109 Leipzig

Medientag in Leipzig
25. Mai 2013
Samstag von 10 – 14.30 Uhr

Über diese Fragen möchten wir mit unseren Gästen im Podium und im Plenum am 25. Mai von 10 bis 14.30 Uhr im Zeitgeschichtlichen Forum Leipzig (Grimmaische Str. 6) diskutieren.

Dabei sind:

- Cornelia Haß • Bundesgeschäftsführerin der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) in ver.di
- Prof. Dr. Rüdiger Steinmetz • Universität Leipzig, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Medienrat der Sächsischen Landesanstalt für Privaten Rundfunk und neue Medien (SLM)
- Sandro Viroli • Direktor des MDR-Landesfunkhauses Sachsen und Boris Lochthofen • Geschäftsführer Radio PSR / R.SA und Regiocast
- Christian Bollert • Geschäftsführer des online-Radiosenders detektor.fm und Jens Heeg • Betriebsrat bei der Leipziger Volkszeitung (angefragt)
- Moderation: Gundula Lasch • freie Journalistin.

Die Veranstaltung ist offen für alle!
Der Eintritt für ver.di-Mitglieder ist frei.

Nichtmitglieder bitten wir um eine Spende von 5 Euro, die ohne Abzug an „Helfende Hände e.V." gespendet werden. BeLa ■

Anzeige

Mit Presse-Renten
Steuern sparen
Premium-Vorsorge für Medienmenschen
Besser Presse
In 2013
4,5 %
Presse-Versorgung

Vollkommen unkritisch

M 2 / 2013 „Neue Freiräume für Kritik“

Sie beklagen in Ihrem Editorial zur Märzausgabe von „M“ zu Recht die Vereinheitlichung der lokalen Berichterstattung durch die zunehmende Konzentration der Lokalpresse in der Hand weniger Konzerne.

Soweit folge ich Ihnen gerne als Journalist und Gewerkschaftsmitglied. Aber, dass Sie ein paar Seiten später ein so vollkommen unkritisches Interview mit einem Vertreter der staatlich gelenkten Medien auf Kuba abdrucken, in welchem der Funktionär die Einheitspresse dort unwidersprochen als ganz normal wie überall auf der Welt darstellen darf, das ist ein Hohn und ein zutiefst beschämendes Beispiel von „Journalismus“.

… Aber nach zwölf Jahren als Lateinamerikakorrespondent und unzähligen Aufenthalten auf Kuba geht mir die Romantisierung und Verharmlosung der dort herrschenden Zustände auf den Wecker. Besonders als Journalist. Bei aller Sympathie zu Kuba, dort gibt es nun wirklich keine Pressefreiheit und harmlose Kritiker und Oppositionelle wandern ins Gefängnis. Und Änderung ist da nicht in Sicht. Das Vorbild und Ziel ist der Weg Chinas, d.h. wirtschaftlich so viel und politisch so wenig Freiheit wie möglich. …

Dass auf Kuba die einzelnen Redakteure mit ihrem hohen Maß an Professionalität „täglich über die Berichterstattung und Schwerpunktsetzung entscheiden“, das ist ja wirklich wunderbar. „Daneben“ gibt es „natürlich“ eine politische Linie der Partei, die auch irgendwie mitentscheidet. Und die ist eigentlich nichts anderes und vollkommen vergleichbar mit den „wirtschaftlichen und politischen Interessen der großen Pressekonzerne weltweit“. Schön zu wissen, dass die *Süddeutsche Zeitung*, die *FAZ*, die *FR*, die *New York Times* oder der britische *Guardian* also eigentlich Zwillingsschwestern von *Granma* und den anderen Verlautbarungsorganen der kommunistischen Partei und Regierung Kubas sind. Und Kapitalismus und Kommunismus, das ist doch alles irgendwie gleich. …

Stephan Hallmann, ZDF ■

Verstehen wollen und können

M 2 / 2013 „Neue Freiräume für Kritik“

Mit großem Interesse sowie großer Genugtuung habe ich das M-Interview mit dem kubanischen Journalisten Luis Morlote Rivas gelesen. Ich befasse mich seit genau 20 Jahren sehr intensiv, teilweise wissenschaftlich mit Kuba und war Dutzende Male vor Ort und führe immer Gespräche mit einem breiten Spektrum an Menschen.

Dieser in M abgedruckte Dialog setzt sich wohltuend ab von den weit verbreiteten und zum Normalfall gewordenen klischeehaften „Interviews“ deutscher JournalistInnen, in denen weniger die Antworten als vielmehr die Fragen dominieren und den „Kurs“ vorgeben. … Aus den von „M“ gestellten Fragen spricht hingegen erfrischend viel Hintergrundwissen sowie „Verstehen-wollen“ und „Verstehen-können“. Da wird nicht der „Besserwessi“ herausgekehrt, da wird nicht ein (teutonischer, preußischer) bestimmter Maßstab angelegt, sondern zu- und hineingehört. Das ist Journalismus vom Feinsten, weil Nuancen wahr- und ernst genommen werden, weil komplexe Gemengelagen thematisiert werden. Dass in dem Interview auch gerade der Bedeutungswandel von TV zu Radio, in Sonderheit Lokalradio und nun auch Internet in Kuba sehr anschaulich beschrieben wird, ist für deutsche Medien einzigartig – lediglich in akademischen Texten ist diese Fachlichkeit vorzufinden. Auch die Thematisierung der in kubanischen Medien nicht existenten kommerziellen Werbung ist ein wichtiger Hinweis, denn vor der hier bei uns üblichen allgegenwärtigen Werbeflut können wir uns die „Freiheit von Werbung“ kaum noch vorstellen. …

Und was Sie in Ihrem Editorial z.B. über die Kommerzialisierung der hiesigen Medien formulierten (und das jemand wie Colin Crouch in seinem Buch „Postdemokratie“ so eindrucksvoll analysiert), kann ich voll unterstreichen: Bourdieu nannte das, was uns von den Profitmedien oft geliefert wurde und wird „Einheitsdenken“. …

Edgar Göll, IZT, Berlin ■

Wichtige Ansätze

M 2 / 2013 „Neue Freiräume für Kritik“

Gerade von einer 14-tägigen Reise nach Kuba zurückgekehrt, habe ich mit großem Interesse das Interview mit dem kubanischen Radio- und TV-Kollegen Luis Morlote Rivas gelesen. Wenn man gerade auf der Insel war und mit offenen Augen + Ohren das Leben, den Alltag der KubanerInnen verfolgt hat, zahlreiche Gespräche mit Menschen aus ganz unterschiedlichen Bereichen geführt hat, eben auch mit Journalisten, Filmemachern, anderen Medienleuten und Kulturschaffenden, wünschte man sich eine noch ausführlichere Auseinandersetzung mit Journalismus und Medien in Kuba – nämlich eine, die der Komplexität „kubanischer Realität“ noch mehr gerecht werden kann (die politische und gesellschaftliche Situation in Kuba ist nämlich 1000mal komplexer, auch spannender als, leider, die Mehrheit der hiesigen Medien, vorurteilsbeladen, uns – als Konsumentinnen – immer wieder schwarz/weißmachen möchte).

Ok, 2 Seiten in M sind ja auch schon was (Lob aus meiner Sicht dafür!) – und auf denen sind auf jeden Fall wichtige Aspekte/Ansätze enthalten. Der kubanische Kollege Morlote Rivas hat sicherlich absolut Recht, wenn er vermutet, dass es in Kuba die einzigen Radiosender (mit großer Reichweite) in Lateinamerika gibt, „in denen ganze Romane von Tolstoi oder Balzac inszeniert werden“. Er weist damit exemplarisch auf das hohe kulturelle Niveau verschiedener Sender hin.

Gut, wird manche/r vielleicht sagen, aber sonst herrscht doch politisch gesehen ziemlicher Einheitsbrei. Stimmt aber so einfach nicht. Wie eben auch das Vorurteil hinsichtlich der „Abwesenheit von Demokratie“ nicht stimmt. … In Kuba ist nicht das demokratische Paradies ausgebrochen, aber kaum einer in unserem Lande weiß, wie viel sehr sachorientierte offene Diskussion sich auf unterschiedlichen politischen Ebenen abspielt – und die findet … durchaus ihren Niederschlag in den (zugegebenermaßen) wenigen Zeitungen und den Radio- + TV-Sendern. …

Hans-Peter Weymar, Filmproduktion, Hamburg ■

Briefe

Wir freuen uns über Briefe. Manchmal müssen wir Leserbriefe kürzen. Wir bitten dafür um Verständnis.

ver.di
Bundesverwaltung
Karin Wenk
«M»-Redaktion
10112 Berlin

Telefon: (030) 69 56 23 – 26
Fax: (030) 69 56 23 – 76
E-Mail: karin.wenk@verdi.de

M berichtet häufig über Kuba, vor allem auch über die Verletzung der Pressefreiheit, einige Beispiele unter:

http://mmm.verdi.de/archiv/2008/06-07/internationales/mutiger_blogg

http://mmm.verdi.de/archiv/2008/12/internationales/menschenrechtspreis_geht_nach_kuba

http://mmm.verdi.de/archiv/2006/10/internationales/propagandakrieg_im_kubanischen_aether

Versagen

Rechtsextremismus im toten Winkel journalistischer Aufmerksamkeit

Von Günter Herkel | Der Beginn des NSU-Prozesses wurde nach der Intervention des Bundesverfassungsgerichts verschoben. Bei aller Genugtuung über die dadurch mögliche Korrektur bei der Akkreditierung von Pressevertretern: Die bewusste oder unbewusste Ignoranz des zuständigen Oberlandesgerichts München, die mit einiger Chuzpe vorgetragene Bockigkeit, mit der die Richter des 6. Strafsenats sich in ihrem Paragrafenturm verschanzt hatten, ist nur das letzte Glied einer Skandalkette, die das Wirken der diversen Akteure bei der Aufklärung der NSU-Mordserie verbindet. Es sind die Angehörigen der Mordopfer, die den Dilettantismus und die schlecht verhüllte Unlust der Justiz auszubaden haben, die Taten des neonazistischen Terrornetzwerks zügig zu untersuchen und zu ahnden. Wo ein Gericht sich ohne höchstinstanzlichen Druck als unfähig erweist, auch nur die Sitzplatzfrage zu klären, stehen die Zeichen für den Verlauf des eigentlichen Prozesses nicht eben gut. Die Autorität der Richter ist bereits beschädigt.

Weitaus problemloser startete Anfang April in Dresden ein anderer Prozess, der gegen den Jugendpfarrer Lothar König. Zur Last gelegt wird dem Beschuldigten schwerer Landfriedensbruch, Beihilfe zum Widerstand gegen die Staatsgewalt und versuchte Strafvereitelung. Er hatte an Protesten gegen einen Neonaziaufmarsch Anfang 2011 teilgenommen, bei dem es zu schweren Ausschreitungen gekommen war. Eine direkte Beteiligung an Gewalttaten wird König nicht vorgeworfen, aber er habe sie zumindest billigend in Kauf genommen. Wo es um die Diffamierung antifaschistischer Aktivitäten geht, funktionieren die Reflexe der staatlichen Strafverfolger offenbar nach wie vor reibungslos.

In München stehen fünf mutmaßlich dem NSU-Terrornetzwerk verbundene Angeklagte vor Gericht. Nicht auf der Anklagebank sitzen staatliche Instanzen wie die Verfassungsschutzämter und ihre V-Männer. Ebenso wenig dürfte im Prozess das Versagen von Polizei und Staatsanwaltschaft thematisiert werden. Immerhin waren im Laufe der Ermittlungen Hunderte von qualifizierten Beamten mehrfach auf die richtige Spur gestoßen, hatten das Offensichtliche immer wieder verworfen und ungerührt an komplett falschen Hypothesen festgehalten. Auch das gezielte Schreddern von Behördenakten lässt sich kaum unter dem Stichwort „Pleiten, Pech und Pannen“ abbuchen. Ganz zu schweigen vom gesellschaftlichen Klima des Rassismus, in dem sich die rechtsextreme Saat unbehelligt oder gar mit Zustimmung von schweigenden Minderheiten entfalten konnte.

Neben Staats- und Justizapparat versagt hat aber auch jene Instanz, die in Sonntagsreden gern als „Vierte Gewalt“ gerühmt wird, die freie Presse dieses Landes. „Spur der Döner-Mörder führt zur Wettmafia“ – noch Ende 2009 suchte der *Spiegel*, zu Zeiten von Rudolf Augstein das „Sturmgeschütz der Demokratie“, im Zusammenspiel mit den Behörden das Fehlverhalten bei den Betroffenen selbst. Selbst das einstige Zentralorgan des investigativen Journalismus mobilisierte keinen Hauch von Zweifel an den Verlautbarungen der diversen Behörden. Ausgerechnet das Magazin, das bis heute immer wieder obsessiv in den Abgründen der NS-Ära herumstochert (letzter einschlägiger Titel: „Hitlers Uhr“), zog einen rechtsextremen Hintergrund bei der ungewöhnlichen Mordserie nicht in Betracht. Bereits die menschenverachtende Bezeichnung „Döner-Morde“, zumindest das dürfte inzwischen Allgemeingut sein, lässt auf vorhandene rassistische Grundeinstellungen schließen. Und auch mit der Verwendung des Begriffs „Mafia“ wurden seinerzeit die Morde für die breite Öffentlichkeit eindeutig im Milieu krimineller Ausländerbanden verortet.

Das publizistische Verhalten des *Spiegel* steht für das kollektive Versagen einer ganzen Branche. Unserer Branche. Keines der vielen in den letzten Jahren aus dem Boden gestampften Investigationsteams, kein Netzwerk Recherche, auch kein einzelner Redakteur eines der großen überregionalen Qualitätsblätter zog seinerzeit die von den Ermittlern gelieferten „Erkenntnisse“ in Zweifel. *FR*-Redakteur Arno Widmann übte in diesem Sinne Ende 2011 Selbstkritik: „Wir – die Medien – haben hingesehen und berichtet: im Vermischten. Wir haben also mit den Augen der Ermittlungsbehörden hingesehen. Das ist nicht unser Job.“

Es dürfte kein Zufall sein, dass immer wieder selbst angesehene Medien bei der Beurteilung von politischen Vorgängen gegen elementarste journalistische Grundregeln verstoßen. Etwa gegen das Gebot der vorurteilslosen Prüfung der Fakten. Beim Massaker von Oslo/Utoya vor anderthalb Jahren nahmen die meisten Medien vorschnell einen „islamistischen Hintergrund“ an. ZDF-„Terrorexperte“ Elmar Theveßen etwa kam im „heute-journal“ im Gespräch mit Maybrit Illner immer wieder auf eine angebliche islamistische Bedrohung zurück, obwohl zu diesem Zeitpunkt eine solche Assoziation aufgrund der durchgesickerten Fakten bereits höchst fraglich erschien.

Das Bedienen gängiger Vorteile mag einfacher sein als eine seriöse Recherche. Niemand hindert die Medien daran, jenseits des behördenamtlichen Informationsnebels ihre eigene Agenda zu setzen. *datenjournalist.de* gab unlängst eine Reihe nützlicher Hinweise in diese Richtung: Wie wäre es mit dem Aufbau einer Leaking-Plattform, auf der die bereits zirkulierenden Akten und Verschlusssachen zum NSU-Prozess publiziert werden? Warum nicht ein, zwei, viele Redaktionsblogs rund um den Untersuchungsausschuss und den bevorstehenden Prozess? Wo bleibt die Datenbank, in die alle vorhandenen Informationen zum NSU – von Opfern und Tätern bis hin zu politischen Akteuren eingespeist und gepflegt werden?

Der NSU-Prozess könnte Ausgangspunkt für eine Rückbesinnung der Medien auf ihre eigentliche Aufgabe sein: die kritische, vorurteilsfreie, gern auch investigative Berichterstattung. Auch da, wo es um gesellschaftliche Strukturen geht, die diese Mordserie an zehn unserer Mitbürger erst ermöglicht haben. ■

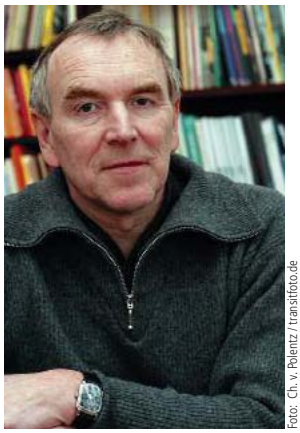

Foto: Ch. v. Polentz / transitfoto.de

Günter Herkel

lebt in Berlin und arbeitet als freier Medienjournalist für Branchenmagazine in Print und Rundfunk.

Das Ende der Financial Times Deutschland Ende 2012 markiert eine Zäsur in der Geschichte der nationalen Wirtschaftspresse. Es handelt sich um den Niedergang eines Segments, das nach dem börsenhypebedingten Boom vor 13 Jahren wieder auf Normalgröße geschrumpft ist. Hauptleidtragende der aktuellen Baisse sind hunderte von hochqualifizierten Journalistinnen und Journalisten.

Von Günter Herkel

Wirtschaft auf neue Art erzählen?

Foto: Mathias Thurm

April 2013: Noch hängt das alte Verlagsschild in Hamburg

Zum zweiten Mal seit dem Platzen der Internet-Blase um die Jahrtausendwende krachte es Ende 2008 in der Branche. Bernd Buchholz, der damalige Vorstandschef von Gruner + Jahr, sagte damals auf dem Kongress der Zeitschriftenverleger, man müsse als Kapitän auf der Kommandobrücke im Angesicht der heran schwappenden Welle diejenigen „am Pool mit dem Longdrink-Glas in der Hand“ auch mal mit einem lauten Pfiff dazu bewegen, dass „die Damen und Herren den Liegestuhl in die Hand nehmen und nach unten tragen, um (...) die Schotten dicht zu machen.“ Eine reichlich zynische Umschreibung des drastischen Sparprogramms, das anschließend über die G+J-Wirtschaftsmedien verhängt wurde: Redaktionelle Zusammenlegung der drei Titel *Capital, Impulse* und *Börse Online* am Standort Hamburg, 110 betriebsbedingte Kündigungen bei gleichzeitigem Angebot an die Gefeuerten, sich zu schlechteren Konditionen um die ersatzweise ausgeschriebenen 50–60 neuen Stellen zu bewerben, Integration auch der chronisch defizitären *Financial Times Deutschland (FTD)* in eine gemeinsame Großredaktion. Ein mehr als „capitaler“ Fehler, wie *Capital*-Gründungschefredakteur Adolf Theobald unlängst im *Medium Magazin* bemerkte: „Eine Absage an Originalität und das Engagement der Redakteure. Print vom Fließband – das spürt der Leser.“ Denn gute Zeitungen und Zeitschriften hätten eine Haltung, transportierten eine Botschaft. Diese Botschaft habe bei *Capital* sogar im Impressum gestanden: „Das Wirtschaftliche menschlich und das Menschliche wirtschaftlich sehen“. Fünf Jahre später lassen sich die Folgen des damaligen Missmanagements besichtigen. Die *FTD* wurde nach 12 Jahren sang- und klanglos eingestellt. *Börse Online* und *Impulse* wechselten die Besitzer. Lediglich bei *Capital* wagt G+J mit neuer Mannschaft und rundumerneuertem Konzept im Mai einen Neustart. Die Bilanz 2012: 11 Millionen Euro Miese – ein Jahr zuvor waren noch 160 Millionen Überschuss erzielt worden. Der Exekutor dieses Desasters wurde längst mit einer Millionenabfindung aus dem Verlag komplimentiert. Ex-Vorstandschef Buchholz kandidiert bei den kommenden Bundestagswahlen auf Listenplatz 2 für die FDP Schleswig-Holsteins. Auch eine Ansage.

Reißleine gezogen. Wie dramatisch die Wirtschaftspresse eingebrochen ist, belegt ein Rückblick auf das Boomjahr 2000. Damals, so rechnete der Branchendienst „Meedia“ vor, fanden die am Kiosk erhältlichen Magazine dieses Segments rund 2,5 Millionen Käufer pro Ausgabe. Dazu kamen knapp 153.000 Abonnenten und Käufer der damals einzigen Wirtschaftstageszeitung *Handelsblatt* aus dem Hause Holtzbrinck. Ein Wert, der nie wieder erreicht werden sollte. In dieser Situation kam die Konkurrenz von Gruner + Jahr auf den Markt. „Die *FTD* wurde auf dem Höhepunkt des Neuen Marktes gegründet“, resümierte unlängst die neue G+J-Vorstandsvorsitzende Julia Jäkel, „und sie hat vom ersten Tag an kein Geld verdienen können“. Kurz darauf begannen die Auflagen fast aller Titel einzubrechen. Bis heute fiel die Zahl der Käufer von Erzeugnissen der Wirtschaftspresse von 2,5 Millionen auf weniger als eine Dreiviertelmillion. Den vorläufigen Tiefpunkt markierte Ende des Jahres die Einstellung der *FTD*. Zuletzt übertraf die Zahl der Bordexemplare um einiges die verkaufte „harte“ Auflage.

Das Ende der *FTD*, so beharrt Jäkel, sei der „sehr konkreten Situation eines sehr konkreten journalistischen Produktes“ geschuldet, es sei „nicht Sinnbild für eine umfassende Krise des Qualitätsjournalismus“. Mag sein. Aber die *FTD*, man muss es ganz unsentimental sagen, war auch eine unternehmerische Fehlleistung. G+J verbrannte einen dreistelligen Millionenbetrag, ehe man sich entschloss, die Reißleine zu ziehen. Immerhin gelang es dem Betriebsrat der G+J-Wirtschaftsmedien Ende Februar, sich mit der Verlagsleitung auf einen Sozialplan für die mehr als 300 ent-

Foto: dpa / Christian Charisius

Julia Jäkel, G+J-Vorstandsvorsitzende (Deutschland) auf einer Bilanzkonferenz im März in der Verlagszentrale in Hamburg

lassenen Mitarbeiter von *FTD, Capital, Impulse* und *Börse Online* zu einigen. Bei der *FTD* erhielt demnach jeder, der seinen Job verlor, ein halbes Monatsgehalt pro Beschäftigungsjahr, bei Verzicht auf eine Kündigungsschutzklage gegen G+J ein weiteres halbes Monatsgehalt pro Jahr. Darüber hinaus sollte für zehn bis maximal zwölf Monate eine Transfergesellschaft eingerichtet werden, die Mitarbeiter weiterqualifizieren und ihnen die Wiedereingliederung in den Arbeitsmarkt erleichtern sollte. Schließlich gibt es auch noch einen Härtefonds mit einem Volumen von vier Millionen Euro zur Unterstützung von ehemaligen Beschäftigten mit Kindern, Alleinerziehende und Ältere.

Klagen eingereicht. Von einem solchen Sozialplan können die Kolleginnen und Kollegen bei der *Frankfurter Rundschau* nur träumen. Dennoch haben über 60 ehemalige Mitarbeiter der G+J-Wirtschaftspresse Klage gegen ihre Kündigungen eingereicht. Als „enttäuschend und schlicht nicht angemessen angesichts der schwierigen Lage am Arbeitsmarkt für Journalisten“ hätten die Ex-Mitarbeiter das Verlagsangebot empfunden, so die Betriebsratsvorsitzende Anke Schulz. Dabei werde zumeist auf Wiedereinstellung geklagt. Begründet werde dies mit einer nicht erfolgten Sozialauswahl bei der Wahl der verbleibenden Mitarbeiter für die überlebenden Magazine *Capital* und *Business Punk*. Die Verhandlungen darüber sind noch nicht abgeschlossen

Die gute Nachricht: Bis Anfang April hatten bereits „mindestens vier von zehn Journalisten“ aus der G+J-Wirtschaftsredaktion bereits einen neuen Job gefunden. Das ergab eine Umfrage des DJV-Medienmagazins Journalist unter mehr als 200 ehemaligen Verlagsmitarbeitern. Demnach sind 40 Prozent der Journalisten mit neuem Job weiterhin bei G+J beschäftigt, viele davon bei *Stern* und *Capital*. Erst kürzlich wechselte Isabelle Arnold, zuletzt Geschäftsführende Redakteurin bei den G+J-Wirtschaftsmedien, als erste Frau in die dpa-Chefredaktion. Andere orientierten sich um. Der ehemalige *FTD*-Chefkorrespondent Reinhard Hönighaus heuerte als Pressesprecher bei der Vertretung der Europäischen Union in Deutschland an und wechselte inzwischen von Frankfurt nach Berlin. 20 Prozent sind in die Selbstständigkeit gegangen, haben teilweise die Nase voll vom Journalismus und verdingen sich in der PR. 40 Mitarbeiter der Wirtschaftsmedien versuchen einen Neuanfang über die bereits erwähnte Transfergesellschaft.

Von der G+J-Wirtschaftspresse ist wenig übrig geblieben. *Impulse* und *Börse Online* haben sich abgenabelt. Das Mittelstandsblatt *Impulse* wurde Anfang des Jahres in einem Management Buy-out von Nikolaus Förster übernommen. Längst ist die zur Jahrtausendwende noch sechsstellige Verkaufsauflage auf bescheidene 43.000 gesackt. Heute präsentiert sich das Blatt als Mix aus Geschäftsideen, Nutzwert zu Recht und Steuern und ein wenig Lifestyle, mit dem rund 30 Mitarbeiter die Nische der überwiegend älteren Selbstständigen anpeilen.

Aufstieg und Niedergang der Wirtschaftspresse

Abos und Kiosk-Verkauf einiger Titel in Tsd. Ex.

Titel	I/2000	IV/2012
Börse Online	342,2	30,1
Capital	239,3	60,0
Euro am Sonntag	176,9	21,8
Wirtschaftswoche	152,4	98,9
Impulse	103,7	43,1
manager magazin	94,4	73,4

Quellen: IVW, meedia

Den Besitzer wechselte auch *Börse Online*. Auf dem Höhepunkt des Internet-Hypes wurden von diesem Anlegermagazin mehr als 340.000 Exemplare abgesetzt. Heute ist davon weniger als ein Zehntel übrig geblieben. Neuerdings gehört das Blatt zum Finanzen-Verlag von Frank B. Werner, hinter der Holtzbrinck-Gruppe und nach der Schrumpfkur bei G+J wahrscheinlich die wichtigste Adresse der Wirtschaftsmedienbranche. Wie alle anderen Publikationen dieser Gattung kämpft auch Börse Online mit einem Problem. Wirtschaftsmedien, so resümierte kürzlich die *Süddeutsche Zeitung*, würden zwar heute insgesamt viel mehr gelesen als vor zwölf Jahren inmitten des Börsenbooms – „nur eben nicht in den gedruckten Medien“. Aus dieser Not will das *Handelsblatt* jetzt eine Tugend machen. Den Exitus

der *FTD* erlebte Herausgeber und Geschäftsführer Gabor Steingart wenig pietätvoll mit einem „Gefühl der Erleichterung“. Wiederholt hatte er über den Wettbewerber gelästert, die *FTD* verdanke ihre Existenz einer „konzerninternen Planwirtschaft“ bei G+J, da sie seit dem ersten Tag subventioniert wurde. Nach dem Aus für die ungeliebte *FTD* will die einzige verbliebene Wirtschafts-Tageszeitung jetzt neu durchstarten. Die Übernahme der *FTD*-Abo-Kartei dürfte der Auflage einen kleinen Vitaminstoß verpassen. Die Existenz eines Wettbewerbers vom Schlag *FTD* habe dem *Handelsblatt* gut getan, bekennt der seit Jahresbeginn amtierende neue Chefredakteur Hans-Jürgen Jakobs, zuletzt Ressortleiter Wirtschaft bei der *Süddeutschen Zeitung*. Man profitiere nicht zuletzt durch die Übernahme einiger ehemaliger *FTD*-Mitarbeiter. „Ökonomisch-kommerziell“ sei der Effekt „eher bescheiden“, da die *FTD* kaum über Anzeigen verfügt habe.

Jakobs will künftig verstärkt mit neuen Formaten journalistische und andere Inhalte monetarisieren. Gefragt sind Diversifikation und Multimedialität. Das *Handelsblatt* sei eben nicht mehr nur die Zeitung im Tabloid-Format, sondern ein „Gesamtauftritt“. Dazu gehören Kongresse, Veranstaltungen, sogar ein Recherche-Institut unter Leitung von Professor Bernd Rürup „zur Kapitalisierung von Wissen“. Das Institut erarbeitet für Fremdkunden Dossiers und Dokumentationen, versorgt aber auch die hauseigenen Publikationen mit Sonderauswertungen und Statistiken. Jüngstes Produkt ist „Handelsblatt Live“, eine App für das iPad, die dreimal täglich (12 – 20 – 6 Uhr) aktualisiert wird. Kein ganz billiges Vergnügen: für die digitale Ausgabe des *Handelsblatts* sollen geneigte Leser monatlich knapp 40 Euro berappen. Jakobs registrierte bereits nach sechs Wochen eine „hohe Wertschätzung“ für diese „stilbildende App“. Das kostenlose Schnupper-Wochen-Abo sei von 25.000 Usern genutzt worden, die Abozahl bewege sich in Richtung Tausend. Aber auch bei der Handelsblatt-Gruppe geht es nicht ohne Kürzungen ab. Im laufenden Jahr soll etwa ein Zehntel der 813 Arbeitsplätze abgebaut werden. „Alle Verlage müssen sich an den Strukturwandel anpassen, die eigene Organisation ständig überprüfen“, verteidigt Jakobs die geplanten Einschnitte. Die Einsparungen bezögen sich überdies vor allem auf Verlag und Verwaltung, kaum auf die Redaktion. Die „journalistische Qualität“ sei „nicht gefährdet“.

Rundumerneuert. Alles auf Anfang, heißt es dagegen bei *Capital*. Für den 23. Mai wird das Erscheinen eines rundumerneuerten Titels angekündigt, mit neuer Schrift, großzügiger Bildsprache und leicht komprimiertem Format. „Wir sind ein Startup mit 50jähriger Tradition“, scherzt Chefredakteur Horst von Buttlar, als ehemaliger Leiter des Agenda-Ressorts Mitleidtragender der *FTD*-Pleite. Auch für *Capital* sah es zuletzt nicht eben rosig aus. Die Verkaufsauflage – im Jahr 2000 bei über 200.000 Exemplaren – war Ende 2012 auf gerade mal 60.000 (plus 60.000 Bordexemplare) zusammengeschnurrt. Das Profil des Magazins hatte in den letzten Jahren gelitten: durch inhaltliche Umpositionierungen und eine später wieder revidierte Umstellung des monatlichen auf 14tägigen Erscheinungsrhythmus. Dazu zwei Umzüge von Köln über Hamburg nach Berlin. Jetzt ist das Blatt – neben *Business Punk* – letzter verbliebener Hoffnungsträger der G+J-Wirtschaftspresse. „Wirtschaft ist Gesellschaft“ raunt es in der Webpräsentation des neuen *Capital*. Es gehe den Machern darum, „Wirtschaft auf neue Art (zu) erzählen“, und zwar „multiperspektivisch, global, visuell, begeisternd“. Das neue *Capital* werde „keine klassischen Ressorts im Sinne von Unternehmen, Politik, Finanzen“ haben, beschreibt von Buttlar das ambitionierte Projekt. Das Ganze erinnert ein wenig an das Konzept von *Brand Eins*, das überraschend erfolgreiche Nischenprodukt unter der Hamburger Chefredakteurin Gabriele Fischer. „Wir setzen stärker auf Fotografie“, grenzt von Buttlar ab: Man werde weniger, dafür „optisch opulenter aufbereitete Geschichten“ bieten. Einen großen Investteil werde es wohl geben, aber „wir berichten nicht über das letzte Quartal“. Es gehe darum, „Trendthemen“ aufzuspüren, auch mit dem Fokus auf internationale Entwicklungen. Leisten soll dies ein Team von rund 25 Redakteurinnen und Redakteuren. 18 Kollegen sind bereits an Bord, fast alle schrieben schon vorher von Berlin aus für die eingestellte *FTD*. Der neue *Capital*-Geschäftsführer Soleil Dastyari will speziell Menschen ansprechen, „die sich derzeit von den Wirtschaftsmedien in Deutschland nicht angesprochen fühlen“. Adressat sind „neue Leser, neue Entscheider, wenn man so will, die neue Leistungselite“. Dastyari ist in Personalunion auch Geschäftsführer von G+J Corporate Editors. Nach Auffassung des Branchendienstes „Meedia“ eine potenziell problematische Doppelrolle, „weil er als Corporate-Mann für Unternehmenskunden arbeitet, als *Capital*-Geschäftsführer aber kritische Artikel über eben diese Unternehmen vertreten und verteidigen muss“. Mal sehen, wie *Capital* diesen Interessenkonflikt löst. ■

Mitarbeiter der G+J-Wirtschaftsmedien protestieren am 7. Dezember 2012 vor dem Verlagshaus in Hamburg. An diesem Tag erschien die letzte Ausgabe der FTD.

Capital will künftig Menschen ansprechen, „die sich derzeit von den Wirtschaftsmedien in Deutschland nicht angesprochen fühlen“.

Foto: dpa / Christian Charisius

Viel zu oft Kapital

Wirtschaftsmedien sollten nicht nur Dienstleister der „Entscheider“ sein

Uwe Polkaehn, Vorsitzender des DGB Nord, kritisierte jüngst in einem Offenen Brief an den ARD-Vorsitzenden Lutz Marmor die Börsensendungen im Ersten als „besondere Problemzone“. Arbeitnehmerinteressen und Verbraucherschutz kämen zu kurz, meint der Gewerkschafter, mit dem M über Wirtschaftsjournalismus in Deutschland sprach.

M | Die Wirtschaftsmedien gelten ja gemeinhin nicht gerade als Oasen eines kritischen Journalismus. Woran liegt das?

Uwe Polkaehn | Ich finde dort durchaus auch lesenswerte und kritische Stücke. Aber häufig gibt in den Wirtschaftsmedien wohl das Marketing den Ton an. Und das sieht die Zielgruppe offenbar nicht in der Arbeitnehmerschaft, sondern in den Chefetagen und Werbeabteilungen der Konzerne. Wie anderswo auch lautet dann auf die Frage „Kapital oder Arbeit“ die Antwort viel zu oft: Kapital und noch mehr Kapital. Die Wirtschaftsmedien definieren sich eher als Dienstleister der „Entscheider“, da will man dann wohl unter sich bleiben. Dabei könnten sich die Blätter ja gerade unter den Betriebsräten eine große neue Kundschaft erobern, wenn sie regelmäßig auch Arbeitnehmerthemen journalistisch aufgreifen würden. Etwa die Hälfte der Beschäftigten in Deutschland arbeitet in einer Firma mit Betriebsrat. Heute engagieren sich rund 500.000 Betriebsratsmitglieder ehrenamtlich in mehr als 100.000 Gremien für Arbeitnehmerrechte in den Betrieben. Diese Zielgruppe wird von den Medien sträflich vernachlässigt, auch im Netz.

Foto: DGB

Uwe Polkaehn, Vorsitzender des DGB Nord

Keines der so genannten „Entscheidermedien“ hatte vor fünf Jahren die Pleite der Investmentbank Lehman Brothers und die darauf folgende weltweite Finanzkrise vorausgeahnt. Wieso versagt das journalistische Frühwarnsystem in einem für die Gesellschaft so wichtigen Bereich?

Auch die so genannten Wirtschaftsexperten lagen ja fürchterlich schief in ihren Prognosen. Da waren viele im Goldrausch. Es wäre Aufgabe der Journalisten gewesen, auch mal quer zum Mainstream zu schwimmen und scheinbar alternativlose Positionen sorgfältig zu hinterfragen. Manchmal ist es schon hilfreich, bei seinen Recherchen einfach mal die Gegenseite zu hören, etwa die Gewerkschaften oder alternative Wirtschaftsforscher. Aber wenn man als Schreiber zu systemkritisch an Themen herangeht, gerät man wohl redaktionsintern schnell in eine Außenseiterposition. Damals ging es um die freien Märkte, den Abbau von Schutzrechten, die Privatisierung öffentlicher Aufgaben – heute ist man klüger, aber erst durch die Ergebnisse dieser Politik und auch durch die Kampagnen der Gewerkschaften.

In den TV-Talkshows tummeln sich bei wirtschaftspolitischen Themen die immer gleichen „Experten“, meist solche mit konservativer Grundeinstellung. Warum kommen so selten gewerkschaftlich orientierte Stimmen zu Wort?

Verstehe ich auch nicht, denn die bringen ja häufig erst das Salz in die Suppe und die Realität auf den Prüfstand. Das sind doch die besten Momente im Fernsehen, wenn neoliberale Thesen am Alltag einer Schlecker-Verkäuferin, eines Metaller-Betriebsrats oder einer berufstätigen Mutter zerschellen. Man muss sich wohl für den Zutritt in diese Medienwelt einen Promi-Status erobern, wie es etwa den Professoren Hickel oder Bofinger gelungen ist. Bisher vertrauen viele Redakteure auf ihren guten alten Karteikasten und bekannte Gäste, die sich im gesteckten und kalkulierbaren Rahmen bewegen. Für die Talkshows wird das irgendwann gefährlich. Manche Texte kann man ja schon singen.

Sie haben unlängst öffentlich die Börsenberichterstattung des Ersten kritisiert. Was passt Ihnen daran nicht?

Diese Ergebenheit gegenüber den Börsen, Shareholdern und Sparpredigern. Die Arbeitswelt und die Sorgen der Arbeitnehmerschaft kommen einfach viel zu kurz. Man kann doch nicht das ganze Wirtschaftsleben immer aus dem Blickwinkel von Anlegern und Kapitaleignern betrachten. Nur knapp sechs Prozent der Deutschen besitzen Aktien, viele haben wenig bis nix auf dem Sparbuch. Die meisten Menschen, die vor der Tagesschau den Börsenbericht sehen, sind Arbeitnehmer, die von Unternehmerentscheidungen, Währungs- und Börsenspekulationen betroffen sind. Was hindert die Redaktionen daran, dieser Kundschaft noch mehr Informationen zu liefern? Der Quote würde das nur gut tun.

Das Fernsehen, so warnen Sie, dürfe nicht „zur Werbeplattform und zum strategischen Instrument für globale Finanzjongleure“ werden. Ist das nicht ein bisschen starker Tobak?

Wieso? Jede Empfehlung, jedes Lob und jede Kritik dieser Börsenexperten führt zu einem Verhalten der Anleger. Das hat alles seine Wirkung. Ich sehe regelmäßig irgendwelche Analysten, die mir die Welt und vor allem das Handeln von Politikern und Volksvertretern erklären. Oft wird dann so getan, als ob die getroffenen demokratischen Entscheidungen das Problem sind, hier, in Griechenland, in Italien oder wo auch immer. Fast immer geht es um das „Vertrauen der Märkte“ in Maßnahmen, die Parlamente oder Regierungen beschließen. Das spiegelt die ganze undemokratische Verfasstheit des Wirtschaftssektors wider. Wer redet denn täglich so ausführlich über das Vertrauen der Bürger in die Entscheidungen von Mana-

gern und Bankern? Die Berichterstattung sollte endlich vom Kopf auf die Füße gestellt werden. Die Wirtschaftsmedien sollten über den Begriff „Wirtschaft“ neu nachdenken. Er umfasst Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Wer über Leistungsträger berichten will, sollte sich deshalb auch gute Kontakte zu den Beschäftigten und ihren Vertretungen aufbauen. Sie sind der Motor guten Wirtschaftens und benötigen gerade in der Krise mehr Beachtung.

Was sollte sich an der wirtschaftspolitischen Berichterstattung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ändern?

Es gibt auf jeden Fall Alternativen zu den Berichten aus dem Finanz-Casino. Gerade öffentlich-rechtliche Sender müssen sich nicht an einem Tanz um das Goldene Kalb beteiligen, sondern sie sollten Arbeitnehmern, Rentnern und Verbrauchern brauchbare Informationen liefern. Klar, DAX und Co. sollen auch stattfinden, aber zur Primetime erwarte ich mehr: Pointierte Analysen und Anstöße zu gemeinwohlorientiertem Wirtschaften, zu Arbeitsmarkt und Arbeitsplätzen, zu Ausbildung, Qualifizierung, Gleichstellung, Renten, Verbraucherschutz – Enthüllungen oder Gerichtsberichte zur Wirtschaftskriminalität wären auch ein echter Quotenbringer.

Wie war die Resonanz auf Ihre Kritik und Ihre Vorschläge?

Ich habe selten so schnell so viele Emails und Anrufe bekommen, aus dem ganzen Land. Offenbar habe ich mit dieser Kritik einen Nerv getroffen. Herr Marmor hat mir sehr freundlich geantwortet. Er sagt, Börsenberichte gehören dazu, aber das Erste stehe den Finanzmärkten nicht unkritisch gegenüber. Daran messe ich nun jeden Abend die Auftritte von Frau Kohl und den anderen Börsenberichterstattern. Natürlich gibt es im Ersten auch sehr gute Verbrauchermagazine und Dokumentationen, die Amazon-Story hat das ja gerade bewiesen.

Wie kann sich der wirtschaftsinteressierte Laie, zumal als Gewerkschafter, am besten über „Kapital und Arbeit“ informieren?

Es gibt ja immer noch gute Tageszeitungen, Magazine, Hörfunk- und TV-Berichte. Und wir als Gewerkschaften gucken gerne mal auf die Internetangebote von DGB, Hans-Böckler-Stiftung, WSI und Einblick. Es gibt weitere kritische und erhellende Seiten im Netz, die so manche Information liefern, die ich anderswo leider nicht erhalte.

Die Fragen stellte Günter Herkel ■

Schlimmer als bei Mecom

Berliner Verlag: Kündigungsdrohungen und Ungewissheit

Im Berliner Verlag seit dem Verkauf der *Frankfurter Rundschau*: Von strategischem unternehmerischen Handeln keine Spur. Stattdessen Streichen, Sparen, Auslagern. Die *Berliner Zeitung* steht vor der größten Kündigungswelle seit Jahren. Über den *Berliner Kurier* ist die Woge schon hinweg. Gerüchte über weitere Umstrukturierungen im Verlag wabern. Webshop und Leserreisen wurden in die DuMont Shop GmbH nach Köln ausgelagert. Ob auch Anzeigenabteilung und Dokumentation outgesourct werden, ist bislang unklar. Anscheinend steht alles auf dem Prüfstand.

Foto: Ch. v. Polentz / transitfoto.de

2011: Streikaktion für gute Arbeitsbedingungen – seit Jahren ein Dauerbrenner im Berliner Verlag

Die Beschäftigten bei *Berliner Zeitung* und der Redaktionsgemeinschaft mit der *FR* (ReGe) leben seit Wochen unter dem Damoklesschwert, dass fast jeder Dritte gehen muss – 46 Stellen sollen abgebaut werden, 32 von aktuell 128 aus der bisherigen Mantelredaktion für *Berliner* und *FR* und bis zu 14 in der 29-köpfigen Autoren-ReGe. Die genauen Planungen waren lange geheim, selbst die Betriebsräte wurden zum Stillschweigen verpflichtet. Doch die Redaktion „möchte mitreden“, hat man den Entscheidungsträgern mitgeteilt. Dass bislang nie diskutiert wurde, „wie das Niveau der Print- und der Online-Ausgabe der *Berliner Zeitung* unter solchen Bedingungen erhalten bzw. verbessert“ werden könne, kritisierte der gewählte Redaktionsausschuss und lieferte einen Forderungs- und Vorschlagskatalog, der nach einer Befragung entstand. Bislang folgenlos.

Gleichzeitig sollten sich die Redakteure/innen für oder gegen ein freiwilliges Abfindungsmodell entscheiden, das mal ausgesprochen, beendet, wieder verlängert und erneut geschlossen wurde. Katze-im-Sack-Kaufen ist nichts dagegen. Der Druck erhöhte sich, als die Geschäftsführung ankündigte, „im Zuge des anstehenden Personalabbaus“ nach Altersgruppen und zwischen denen proportional kündigen zu wollen. Eine solche Sozialauswahl solle sichern, dass nach dem Kahlschlag eine „ausgewogene“ Altersstruktur erhalten bleibe. Das sei rechtlich zulässig. Aber auch ohne Mitsprache des Betriebsrates? Der hält das Vorgehen für einen juristischen Irrweg. Der Konflikt ist

programmiert. Immerhin konnten die Interessenvertreter beim *Berliner Kurier* sichern, dass nur zehn statt der geplanten 13 Stellen abgebaut wurden. Die Verbleibenden erhalten eine Beschäftigungsgarantie bis 31. März 2014.

Am 9. April hat dieDuMont Digitale Redaktion Insolvenz angemeldet. In der GmbH mit Sitz in Frankfurt/Main wurden die überregionalen Online-Auftritte und Apps für *Berliner Zeitung* und *FR* produziert. Da der *FR*-Auftrag passé ist, wollten die Beschäftigten – davon arbeiten drei Festangestellte und zehn feste Freie in Berlin – Klarheit und wurden monatelang hingehalten. In einem Offenem Brief machten sie darauf aufmerksam, dass nicht nur das insolvente Druck- und Verlagshaus Frankfurt, sondern zu 20 Prozent auch der DuMont-Konzern und zu 40 Prozent der Berliner Verlag Gesellschafter dieser Redaktionsgesellschaft sind. Wie die angekündigte stärkere Verzahnung von Print und Online künftig aussehen soll, steht in den Sternen.

Der Betriebsrat des Berliner Verlages beginnt mit der Geschäftsführung nun Verhandlungen über den Stellenabbau. „Wir wollen einen Sozialplan abschließen“, versichert Betriebsratsvorsitzende Renate Gensch, unabhängig davon, dass in unserem Sozialtarifvertrag bereits Abfindungsregelungen vereinbart sind. „Für die Betroffenen gilt dann die günstigere Regelung. Außerdem geht es um Transfermaßnahmen und Schulungen für langjährige Beschäftigte.“ Insgesamt sieht die Betriebsratvorsitzende die aktuelle Lage „schlimmer als seinerzeit unter der Heuschrecke Mecom. Alle Maßnahmen führen zur Zerschlagung des Berliner Verlages in kleine Teile und zur Unterlaufung des Haustarifvertrages.“ **Helma Nehrlich** ■

Foto: Christian Ditsch / version-foto.de

Flugblätter für die ARD-Intendanten – Argumente für faire Gehalts- und Honorarverhandlungen ohne Begehrlichkeiten auf Rentenkürzungen

Junktim abgelehnt

Tarifverhandlungen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk

In vier Sendern des öffentlich-rechtlichen Rundfunks haben die Gehalts- und Honorarverhandlungen für die festen und freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter begonnen. Den Startschuss gab Mitte März der Norddeutsche Rundfunk (NDR) und der war bei ARD, ZDF und Deutschlandradio deutlich zu hören. NDR-Intendant und ARD-Vorsitzender Lutz Marmor drohte: Ohne faktische Rentenkürzung keine Gehalts- und Honorarerhöhung.

Im Klartext: Die NDR-Belegschaft bekomme nur mehr Geld, wenn die Gewerkschaften bereit sind, die Rentensteigerungen künftig von der Lohnentwicklung abzukoppeln. Nach den Vorstellungen von Marmor sollten die Renten jährlich nur noch um 1 Prozent steigen. Andernfalls, so Marmor, müssten die Tariferhöhungen für die Beschäftigten weit niedriger ausfallen als im Öffentlichen Dienst.

Die Kolleginnen und Kollegen des NDR werteten dieses Vorgehen als „Erpressung“ und sprachen sich konsequent gegen die Abkopplung der Renten von der Lohnentwicklung aus. Zudem bliebe eine solche „Steigerung“ weit hinter der Preisentwicklung zurück und bedeute damit eine faktische Rentenkürzung. Die Wellen schlugen hoch. Es kam zu Diskussionsveranstaltungen und Protest-Aktionen wie in Berlin vor Beginn der ARD-Intendanten-Tagung am 15. April. Vertreter des NDR, RBB, WDR, des Deutschlandradios und der Deutschen Welle forderten von der Intendantenrunde unüberhörbar: „Hände weg von unseren Renten“.

Die ver.di-Tarifkommission des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sprach sich einhellig gegen das von Marmor inszenierte Junktim aus. Grundlegende Verhandlungen zur Altersversorgung (ARD-Versorgungstarifvertrag) werde es nur auf ARD-Ebene und keinesfalls in den Sendern geben, so wie es seit zwei Jahrzehnten Konsens sei.

Forderung von 6 Prozent. Zur Debatte in den laufenden Tarifverhandlungen steht derzeit die im Winter bereits beschlossene Forderung von 6 Prozent mehr Gehalt und Honorar für die Beschäftigten bei einer Laufzeit von zwölf Monaten. Davon sollen mindestens 100 Euro als Sockelerhöhung oder in Form einer anderen, gleichwertigen sozialen Komponente gewährt werden.

Der Blick aller Beteiligten ist als Orientierung auf den jüngsten Abschluss im Öffentlichen Dienst der Länder gerichtet, der eine Tarifsteigerung von 5,6 Prozent beinhaltet. Beim NDR wird am 3. Mai (nach M-Druck) weiter verhandelt. Bei den ersten Terminen im Bayerischen Rundfunk (BR), im Südwestrundfunk (SWR) und beim Westdeutschen Rundfunk (WDR) im April wurde dem Vorgehen des ARD-Vorsitzenden, was die Rentenfrage angeht, nicht gefolgt. **wen** ■

Freie in die Personalräte!

Mitbestimmung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk in der Diskussion

Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk arbeiten immer mehr Freie – mitbestimmen dürfen sie oftmals nicht, schlimmer: In vielen Fällen ist der Personalrat noch nicht einmal für sie zuständig. Das muss sich ändern, die Gesetze müssen dem Wandel in der Arbeitswelt Rechnung tragen, fordert ver.di. Hoffnung auf Änderung gibt es jetzt für den RBB, auch in Baden-Württemberg stehen für den SWR entsprechende gesetzliche Veränderungen an.

Über Jahrzehnte war der Fall für den Gesetzgeber klar: Der Personalrat kümmert sich um die Belange aller angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, verhandelt Stellenpläne mit, überwachte beispielsweise die Einhaltung von Tarifverträgen. Die Freien, die heutzutage mehr und mehr das Programm inhaltlich prägen, durften im Personalrat nicht stattfinden – eine unbefriedigende Situation. Sie zwang und zwingt die Freien in einsame Verhandlungen face to face mit dem Arbeitgeber, wo für andere der Personalrat Probleme lösen konnte. In vielen Fällen werden heute solche Konflikte auch mit Hilfe der Gewerkschaft im Sender einvernehmlich gelöst. Auch wenn ver.di in den streitigen Fällen einen Rechtsstreit unterstützen würde, den Aufwand und den Konflikt scheuten und scheuen viele. Wer streitet schon gern mit seinem wichtigsten Auftraggeber, in Zeiten, in denen das Überleben für Freie immer schwieriger wird?

Langsam ändert sich die Situation zum Positiven: Beim Westdeutschen Rundfunk (WDR) kümmert sich heute der Personalrat auch um die Belange der Freien. Die durften nämlich 2012 zum ersten Mal mit wählen, nachdem 2011 der Landtag in NRW ein neues Landespersonalvertretungsgesetz verabschiedet hatte. Danach sind auch arbeitnehmerähnliche Freie wahlberechtigt und wählbar. Ähnliche Regelungen gab es schon vorher bei Radio Bremen, beim ZDF, beim Hessischen und beim Saarländischen Rundfunk.

Beim WDR wollten die Gewerkschaften keine Wahlanfechtung riskieren: Sie bestückten ihre Wahllisten nur mit Freien, die auch zum Zeitpunkt der Wahl den Status der Arbeitnehmerähnlichkeit erfüllen würden. ver.di und DJV platzierten Freie auf sicheren Plätzen in den Wahllisten und stellten so die Vertretung von Freien im neuen Personalrat sicher. Heute sind Freie im Personalrat aktiv – „und wir merken schon in der kurzen Zeit, wie viel leichter es ist, Lösungen für die Probleme der Freien zu erarbeiten“, berichtet Anja Arp, seit dem 1. Juli 2012 ver.di-Personalrätin, Mitglied der Tarifkommission und freie Journalistin. (M 5 /2013; **http://mmm.verdi.de/tarife-beruf/05-2012/freie-im-personalrat**)

In anderen Bundesländern streitet ver.di noch für eine bessere Interessenvertretung, zum Beispiel für den RBB in Berlin-Brandenburg. Anders als etwa beim WDR steht hier keine Änderung des Landespersonalvertretungsgesetzes an, sondern eine des Rundfunkstaatsvertrages. Darin muss künftig die Vertretung von Freien durch den Personalrat geregelt werden, fordert ver.di. Der Geschäftsführende Verbands-Vorstand (GVV) ver.di im RBB hat dafür eine Online-Petition initiiert. Sie wurde bereits von mehr als 1200 Menschen unterschrieben. In vielen Gesprächen zeigen sich die Vertreter der Regierungsparteien in Berlin und Brandenburg einsichtig, – doch im aktuellen Entwurf tauchte statt der Vertretung der Freien durch den Personalrat eine „Freienvertretung“ (ohne rechtlich einklagbare Mitbestimmung) auf. „Wir hoffen jetzt darauf, dass sich die Politik für eine vernünftige Lösung entscheidet. Im RBB arbeiten fast genau so viele Freie wie Festangestellte. Allen gebührt eine ordentliche Mitarbeitendenvertretung durch den Personalrat“, sagt Thomas Klatt, freier Journalist und als GVV-Mitglied auch Mit-Initiator der Petition. **https://www.openpetition.de/petition/online/freie-in-den-rbb-personalrat**

In Berlin heißt es jetzt abwarten. Immerhin: Das Engagement der Gewerkschaften hat mit dazu beigetragen, den umstrittenen Gesetzentwurf auch in der Politik noch einmal zur Diskussion zu stellen. Klatt: „Jetzt aber ist das Nötigste getan. Und wir hoffen nun auf eine rasche und klare Entscheidung in unserem Sinne. Weitere Verzögerungen können wir nicht verstehen.“

Ebenfalls abwarten müssen die Freien in Baden-Württemberg, berichtet der Stuttgarter ver.di-Mediensekretär Gerhard Manthey. Im September soll die Novellierung des Personalvertretungsgesetzes zur Abstimmung stehen. „Bislang gab es ein politisches Hin und Her.“ ver.di argumentierte unter anderem in einer Stellungnahme zu Eckpunkten des Innenministeriums für eine „uneingeschränkte Mitbestimmung“ der Räte in Personalangelegenheiten und für die Aufnahme der Freien in die Gremien. „Aktuell sieht es gut für uns aus“, schätzt Manthey. Doch er weiß auch, dass der politische Erfolg noch nicht endgültig eingefahren ist. Zur Not werde man bei der rot-grünen Landesregierung noch einmal mit einem Team engagierter Freier für die notwendige Klarheit demonstrieren.

Logos: ARD

Im Saarland wurde derweil eine Rolle rückwärts versucht. Nach dem Saarländischen Personalvertretungsgesetz zählen die unter den § 12 a des Tarifvertragsgesetzes fallenden festen freien Mitarbeiter des Saarländischen Rundfunks (SR) schon lange zur Gruppe der Angestellten. Weil der Sender bei der Einschränkung und Beendigung der Tätigkeit eines 12a-Kollegen die gesetzlichen Mitbestimmungsregeln nicht eingehalten hatte, klagte der Personalrat und erhielt in 3. Instanz vor dem Bundesverwaltungsgericht Recht: Personalangelegenheiten von 12a-Mitarbeitern unterliegen dem Mitbestimmungsrecht des Personalrats. Das wollte der SR nicht hinnehmen und zog vor das Bundesverfassungsgericht. „Der Saarländische Rundfunk will mit dieser Verfassungsbeschwerde erreichen, dass unsere freien Kolleginnen und Kollegen nicht mehr unter den Schutz des Saarländischen Personalvertretungsgesetzes fallen. Das hat Signalwirkung für alle öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten“, bewertet ver.di-Vize Frank Werneke diesen Vorgang. Er sieht ihn zudem „als Angriff auf elementare Arbeitnehmerrechte und als Kampfansage an ver.di“. Aufgrund der Proteste lässt der SR die Klage zurzeit ruhen und will mit dem Personalrat eine einvernehmliche Regelung über das zukünftige Verfahren in solchen Fällen finden.

Freiensprechstunde. Unabhängig von den Aktivitäten in den Ländern ist ver.di mit der Politik im Gespräch über eine entsprechende Änderung des Bundesvertretungsgesetzes.

In Köln übrigens hat der WDR-Personalrat schon bald nach der Wahl eine Freien-Sprechstunde eingerichtet. Mit Erfolg, denn „so haben wir eine Struktur und Anlaufstelle einerseits und bessere Möglichkeiten, Freien zu helfen.“ (Anja Arp). Da kann es auch schon mal sein, dass der Personalrat das vermittelnde Gespräch mit Vorgesetzten sucht – Maßnahmen, die früher undenkbar waren, hatten die Freien doch trotz aktiver Freienarbeit im Sender einfach keinen direkten – und je nach Sachlage auch verpflichtenden – Zugang zu den Verantwortlichen. **psch/wen** ■

ver.di FilmUnion startet Tarifumfrage für Filmschaffende

Die ver.di FilmUnion beginnt die Drehsaison mit einer kurzen Umfrage zum Tarifvertrag für auf Produktionsdauer beschäftigte Film- und Fernsehschaffende (TV FFS). Der Vertrag wird ab der 2. Jahreshälfte 2013 neu verhandelt. Die ver.di FilmUnion möchte von Filmschaffenden wissen, was ihnen besonders wichtig ist: Sollen die Arbeitszeitregelungen verbessert werden, die Gagen erhöht, Teamsprecher gewählt werden oder noch etwas anderes? Und wer kann sich vorstellen, für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen an einer Aktion teilzunehmen? Sind Filmschaffende gemeinsam stark?

Zur Umfrage: http://connexx-av.de/umfrage_filmschaffende.php

Außerdem wird connexx in dieser Saison wieder häufiger ans Set kommen. Mit der Umfrage und auch, um über die Arbeitsbedingungen zu reden. Und wenn jemand als Mitglied prüfen lassen will, ob der eigene Vertrag tarifkonform ist und den arbeitsrechtlichen Standards entspricht, dann kann er/sie sich an das nächste Standortbüro von connexx.av (**www.connexx-av.de**) wenden oder mailen an: **tarifcheck.film@connexx-av.de**. **Red.** ■

Fotoausstellung: 1. Mai in Berlin-Kreuzberg

In der Galerie „Bloody Mary“ in Berlin-Kreuzberg wird vom 1. Juni bis zum 5. Juli die Ausstellung „1. Mai“ des Berliner Fotografen Christoph Brandl zu sehen sein. Die Aufnahmen für den Zyklus entstanden am 1. Mai 2002 während einer der 1. Mai-Demonstrationen in der Hauptstadt. Brandl beschäftigt sich in seiner Arbeit mit der Frage wie Gewalt entsteht, und wozu Menschen in Ausnahmesituationen fähig sind. Er bezieht dabei keine Position, sondern stellt unkommentiert Gewaltexzesse von Autonomen solchen der Polizei gegenüber. Die Fotos, die zum ersten Mal gezeigt werden, sind analog produziert. Durch die Verwendung eines hochempfindlichen Films entsteht eine Grobkörnigkeit, die zusammen mit einer gelegentlichen Bewegungsunschärfe das ästhetische Empfinden des Zuschauers herausfordern soll.

Galerie Bloody Mary, Manteuffelstraße 77, 10999 Berlin. Vernissage: 1. Juni, 19.00 Uhr. **www.c-brandl.de**. **Red.** ■

Kinostart des preisgekrönten Dokumentarfilms „Orania“

Der Dokumentarfilm „Orania“ von Regisseur Tobias Lindner startet am 13. Juni in den deutschen Kinos, verliehen durch die Kinostar Filmverleih GmbH. Orania ist ein abgelegenes Dorf im unwirtlichen Hinterland Südafrikas, eine „intentional community“, deren Einwohner ausschließlich weiß und afrikaans sind – ein kulturell homogener Ort in einem multikulturellen Land. Was sich hinter diesem eigentümlichen gesellschaftlichen Experiment verbirgt, erzählt dieser Film (M berichtete 1/2013). Preisgekrönt mit der Auszeichnung als „Best Documentary Feature“ (Bester abendfüllender Dokumentarfilm) des Jozi Film Festival 2013 in Johannesburg, Südafrika, und des Dreamland International Film Festival in New Haven, USA, war „Orania“ am 24. April auch als „Bester Dokumentarfilm“ des achtung berlin – new berlin film award 2013 nominiert. **Red.** ■

www.kinostar.com/Verleih/filme/1750_Orania/index.htm

pensionskasse rundfunk

Anzeige

Job: Freien Status genießen.

Ruhestand: Sicherheit genießen.

Die Altersversorgung für Freie.

Kommen Sie in den Genuss: www.pk-rundfunk.de/mmm

Ethische Leitplanken konkretisiert

Presserat überarbeitete Kodex zum Schutz der Persönlichkeit

Auf der einen Seite steht das Informationsinteresse der Öffentlichkeit, auf der anderen die Persönlichkeitsrechte des Prominenten, des Täters und des Opfers. Journalisten müssen nach ethischen Gesichtspunkten abwägen. Der Pressekodex des Deutschen Presserates bietet dafür eine Richtlinie (Ziffer 8). Diese wurde überarbeitet und aktuellen Anforderungen angepasst. Im März beschlossen, trat sie umgehend in Kraft.

Als „Triebfeder zur Novellierung", bezeichnet Ursula Ernst, Sprecherin des Presserats, den Wunsch vieler Redaktionen und Verlage, die Abwägungskriterien in der Kriminalberichterstattung zu konkretisieren. Wann darf ich einen Täter zeigen? Welche Rolle spielt der Verfahrensstand? Wie gehe ich mit Prominenten um? Das sind einige der Fragen, die nunmehr besser beantwortet werden können. Außerdem sei es notwendig gewesen, bestimmte überholte Begriffe herauszunehmen und an einigen Stellen präziser zu formulieren, so Ursula Ernst.

Neu ist eine eigene Richtlinie zum Opferschutz, die dem „Stellenwert, den Opfer im Presserat genießen, besser gerecht wird". „Zuvor wurden Täter und Opfer im Kodex in einem Atemzug genannt", erklärt Ursula Ernst. Eine weitere Richtlinie zur Kriminalberichterstattung beschäftigt sich speziell mit Tätern und Tatverdächtigen. Hier ist nunmehr eine Gleichrangigkeit zwischen dem öffentlichen Interesse und den Persönlichkeitsrechten des Täters fixiert. Der Journalist muss entscheiden, was Vorrang hat, wann er identifizierend berichten darf. Das gilt zum Beispiel bei „außergewöhnlich schweren oder in ihrer Art und Dimension besonderen Straftaten oder wenn eine schwere Tat in aller Öffentlichkeit geschehen ist". Neben Regelbeispielen gibt es konkrete Kriterien für identifizierende Berichte wie „Intensität des Tatverdachts, Schwere des Vorwurfs und auch der Verfahrensstand. Nach Abschluss eines Strafverfahrens soll eine Redaktion zudem das Resozialisierungsinteresse eines Täters im Blick haben".

Die Abschnitte 8.2. bis 8.5. der Richtlinie sind Gruppen gewidmet, die vor identifizierender Berichterstattung besonders geschützt werden müssen: Opfer, Kinder und Jugendliche, Familienangehörige und vermisste Personen. Ausdrücklich wird darauf hingewiesen, dass bei der Berichterstattung über Straftaten und Unglücksfälle Kinder und Jugendliche in der Regel nicht identifizierbar sein sollen.

Auch in seinen Märzsitzungen mussten die drei Beschwerdeausschüsse erneut schwere Verstöße gegen die Ziffer 8 des Pressekodex – vor allem gegen den Opferschutz – mit Rügen ahnden. Vier gingen allein an *Bild Online*. So zeigte das Medium einen tödlich verunglückten Hubschrauberpiloten in einer unpassenden Fotocollage an der Absturzstelle ohne Einwilligung der Hinterbliebenen. Eine weitere Rüge gab es wegen der Berichterstattung über den Tod einer als „Nymphomanin" bezeichneten Frau mit Foto, abgekürztem Namen, Spitznamen und Alter. Eine dritte Rüge wurde für den Bericht über einen Geisterfahrer kassiert, der einen schweren Unfall verursachte und dabei selbst ums Leben kam. Neben einem Foto führten Namensnennungen und persönliche Details aus seinem Leben direkt zu dem Mann.

Eine vierte Rüge betraf sowohl die Online- als auch die Print-Ausgabe von *Bild*. Vor Gericht wurde ein 76jähriger wegen Demenz und wahnhafter Psychose als nicht schuldfähig an der Ermordung seiner Frau erklärt. Dennoch wurden Fotos von Opfer und Täter gezeigt.

Zusammenfassung. Insgesamt wurden in den drei Ausschüssen im März 121 Beschwerden behandelt. Es gab 6 öffentliche Rügen, 2 nicht-öffentliche Rügen, 10 Missbilligungen und 16 Hinweise. 54 Beschwerden wurden als unbegründet erachtet. In 6 Fällen wurden die Beschwerden als begründet angesehen, auf eine Maßnahme wurde jedoch verzichtet. **Karin Wenk** ■

Fotograf mit Kamera in Wassertonne um 1930

Foto: Bundesarchiv, Bild 183-1984-0822-503 / CC-BY-SA

Informationen

Weitere Informationen zu den Ergebnissen der Ausschüsse, die neue Fassung der Ziffer 8 im Wortlaut und die dazu gehörigen Richtlinien unter: www.presserat.de
Die ausführlichen Statistiken zur Arbeit des Presserates z.B. im Jahr 2012 unter: http://www.presserat.info/inhalt/beschwerde/statistik.html

News

Personalwechsel und Verabschiedungen

Der Presserat hat neue Mitglieder in seinen Reihen: **Johannes Endres**, Chefredakteur des Computermagazins *c t*, vertritt den Verband Deutscher Zeitschriftenverleger im Beschwerdeausschuss 3 (Redaktionsdatenschutz). **Peter Höver**, Redakteur beim Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlag, wird für den Deutschen Journalisten-Verband (DJV) stellvertretendes Mitglied im Beschwerdeausschuss 1. An der Spitze des Beschwerdeausschuss 1 gab es zudem einen Personalwechsel: **Sigrun Müller-Gerbes**, Redakteurin der *Neuen Westfälischen*, übernimmt den Vorsitz von **Manfred Protze**. Beide sind Vertreter der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju).

Nach langjähriger Mitarbeit hat das Plenum drei Mitglieder aus seinen Reihen verabschiedet: **Ulrike Maercks-Franzen** (dju) war seit 2002 im Trägerverein des Presserats aktiv. **Georg Wallraf** (VDZ) wirkte seit 1994 im Plenum des Presserats und im Redaktionsdatenschutz-Ausschuss mit. Dr. **Ilka Desgranges** (DJV) engagierte sich seit 1995 im Plenum sowie im Beschwerdeausschuss 1. Von 2004 bis 2006 war die Journalistin zudem Sprecherin des Presserats. ■

Altersversorgung modernisiert

Zum 1. April 2013 wurde die tarifliche Altersversorgung für Zeitschriftenredakteure bei Neueinstellungen umgestaltet und modernisiert. Darauf hatte sich der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) mit ver.di und dem DJV geeinigt. Damit sei eine Lösung gelungen, von der beide Seiten profitierten, erklärten die Tarifparteien übereinstimmend.

Für Redakteure, die nach dem Stichtag am 1. April 2013 erstmals beim Presseversorgungswerk versichert werden, werden insgesamt acht Prozent des Monatsgehaltes beim Presseversorgungswerk eingezahlt, wobei Verlag und Redakteur jeweils die Hälfte des Betrages übernehmen. Durch Nutzung der gesetzlichen Möglichkeiten wird dieser Betrag – anders als nach den bisherigen Regeln – weitgehend ohne Lohnsteuer und Sozialabgaben abgeführt. Die Besteuerung erfolgt erst bei der Rentenauszahlung. Die neuen tariflichen Regelungen führen zu einem positiven Gesamteffekt, obwohl die Beiträge seitens der Versicherten nominell leicht stiegen. Die steuerlichen und sozialversicherungsrechtlichen Vorteile bewirken eine Nettoerhöhung der Gehälter der Redakteure. Die Verlage sparen zusätzlich zu den verringerten Sozialversicherungsabgaben gegenüber dem früheren Beitragssystem einen Prozentpunkt ein.

Für die rund 6.000 Zeitschriftenredakteure, die schon heute beim Presseversorgungswerk versichert sind, wurden keine Änderungen vereinbart. Allerdings haben Redakteure, die nach dem 1.1.2005 erstmals versichert wurden, die Möglichkeit, bis Ende des Jahres in den neuen Tarif zu wechseln. Der „alte Vertrag“ verzinst sich dann beitragsfrei. Beide Altersversorgungssysteme wurden in einem Tarifvertrag vereint, der frühestens zum 31. März 2017 kündbar ist. **PM** ■

Fotoausstellung: „Die Jugend der anderen“

Fotodokumente der Leipziger Fotografin Christiane Eisler aus dem Jugendwerkhof Crimmitschau 1982/83 und Protokolle der Erinnerungen dort „umerzogener“ Mädchen von der Journalistin Gundula Lasch vereint die Ausstellung „Die Jugend der anderen“, die noch bis zum 31. Mai in der Gedenkstätte Geschlossener Jugendwerkhof Torgau gezeigt wird.

Fotografien vom Innenleben der DDR-Umerziehungseinrichtungen sind eine Seltenheit. Christiane Eisler hatte 1982 als Studentin an der Leipziger Hochschule für Grafik und Buchkunst eine Fotogenehmigung erhalten. Die damals erst 24jährige belichtete über Monate etwa 90 Filme, die den Alltag und die innere Verfassung der dort lebenden Mädchen auf subtile Weise eingefangen haben. Die Ausstellung wirft 30 Jahre später einen Blick zurück auf bittere Jugendwerkhof-Jahre heute erwachsener Frauen. Neben vielen bisher unveröffentlichten Fotos werden in Form von Erinnerungsprotokollen exemplarische Einzelschicksale der Mädchen des Jugendwerkhofs vorgestellt. Das Projekt soll fortgeführt werden und die Ausstellung an verschiedenen Orten gastieren. **BeLa** ■

Schon entdeckt?

Engagierte Medien abseits des Mainstreams sind hochinteressant, aber wenig bekannt. Deshalb stellt M mit dieser Rubrik in jedem Heft eines davon vor.

detektor.fm
Zurück zum Thema

Preisgekröntes Onlineradio

Seit Dezember 2009 sendet Radio detektor.fm – allerdings nicht „on air“, sondern übers Internet. Sozusagen vom Start weg kassierte der junge Leipziger Sender begehrte Preise in Serie, unter anderem den Deutschen Radiopreis 2012 als erstes Onlineradio überhaupt; er wurde vom Medium Magazin in die Liste der zehn wichtigsten Redaktionen 2011 gewählt, war letztes Jahr für den Grimme Online Award nominiert und gehörte zu den Kultur- und Kreativpiloten 2010/11 des Bundeswirtschaftsministeriums.

Man könnte meinen, die Radiomacher um die beiden Köpfe Christian Bollert (30) und Marcus Engert (29) sind ständig auf Preisjagd. „Alles andere als das“, beeilt sich Redaktionsleiter Engert richtig zu stellen: „Wir fallen auf, weil wir uns gegen viele Trends bewegen.“ Dass Engert richtig liegt, kann man auf der Seite von detektor.fm auf den ersten Blick sehen. Gleich unterm detektor-Logo steht das Credo des Senders: „Zurück zum Thema“. Den Besuchern ihrer Seite gewährt die Redaktion einen Blick in ihr Innenleben – sowohl räumlich als auch inhaltlich. Im Redaktionskodex kann u.a. nachgelesen werden, welchem Grundgedanken die journalistische Arbeit bei detektor.fm folgt: „Nicht Tempo, sondern Streben nach Qualität.“ Und das kann man deutlich hören: Wortbeiträge von zehn Minuten und mehr sind keine Seltenheit. Pauschal umschreiben lassen sie sich mit Attributen wie authentisch, ausführlich, gut recherchiert, verständlich. „Beiträge, Interviews und sämtliche andere Ergebnisse unserer publizistischen Tätigkeit lassen wir nicht autorisieren“, erklärt Engert. „Die anfängliche Skepsis vor allem medienroutinierter Gesprächspartner weicht schnell, wenn sie das detektor-Prinzip verstanden haben.“

Die Musikmischung bei detektor.fm ist wie eine Wundertüte, in der man alles findet, nur nicht das allerorts übliche Mainstream-Gedudel. Dafür garantiert Gregor Schenk, der sowohl bei Radiosendern als auch in der Musikindustrie Erfahrungen sammelte und selbst Musiker ist.

Kann dieses Konzept angesichts ständiger News-Beschleunigung langfristig funktionieren? „Es scheint so“, sagt der Redaktionsleiter, der die wichtigsten Inspirationen für sein Verständnis von guter journalistischer Arbeit bei einer Hospitanz beim BBC World Service bekam: „Du musst nicht der erste sein, der berichtet – aber der erste, der es richtig berichtet! Das war dort der Grundgedanke, den die BBC-Kollegen auch im größten Produktionsstress nie aus den Augen verloren.“ Das hat den Leipziger Radiomacher geprägt: „Unser Markenkern ist, dass wir Hintergründe erklären können und Fragen stellen, die im Windschatten eines Themas liegen.“ Auch Engerts Ex-Studienkollege und detektor-Geschäftsführer Christian Bollert sammelte international Erfahrungen, ist Mitglied im Netzwerk Recherche und lehrt wie Engert an der Martin-Luther-Uni Halle im Studiengang „Online Radio Master“.

Ganz nebenbei findet man bei detektor.fm die Bestätigung, dass der Leipziger Uni-Sender mephisto 97.6 eine Radiojournalistenschmiede erster Güte ist: Bollert, Engert und Schenk haben dort ihr Handwerk gelernt – wie viele andere, die inzwischen die Radiolandschaft on air ebenso wie online prägen. **Gundula Lasch** ■

Beerdigung journalistischer Ansprüche

Fettnäpfchen und Schlaglöcher bei der Funke Mediengruppe

Die Leidensfähigkeit der Redakteurinnen und Redakteure der vier Zeitungstitel der WAZ in Nordrhein-Westfalen wurde in der Vergangenheit schon gehörig auf die Probe gestellt. Mit einem Interview in der Zeitschrift *MedienWirtschaft* hat es der Geschäftsführer Manfred Braun nun endgültig geschafft, seine Angestellten in den Redaktionen gegen sich aufzubringen.

Foto: DJV-NRW / Bertold Fernkorn

Flashmob vor der WAZ-Lokalredaktion Vest in Recklinghausen: Journalisten der dju in ver.di und des DJV protestieren gegen die Schließung der Redaktion der Westfälischen Rundschau und für den Erhalt der Pressevielfalt

In diesem Gespräch, das nach der Bekanntgabe der Schließung der Redaktion der *Westfälischen Rundschau* zum 1. Februar und vor der Ankündigung eines weiteren Abbaus von 200 Stellen im Konzern gab, wirft er den *WAZ*-Journalisten vor, ein falsches journalistisches Berufsverständnis zu haben. Leider produzierten viele Zeitungsredakteure „immer noch für sich und die Journalistenkollegen, vergessen dabei vollkommen den Leser", formuliert Braun. Und erklärt im 65. Erscheinungsjahr der *WAZ* gleich noch offenherzig: „Nicht mehr die Verwirklichung journalistischer Ansprüche ist entscheidend, sondern die Fokussierung auf den Leser." Das neue Modell, die *Westfälische Rundschau (WR)* im Großraum Dortmund ausgerechnet mit dem Lokalteil der Konkurrenz, der *Ruhrnachrichten*, erscheinen zu lassen, begründet er mit einer Erfolgsorientierung: „Ich kann Ihnen nur sagen, dass die *Ruhrnachrichten* sehr lesernah und den Leserbedürfnissen entsprechend berichten. Dies zeigt ja auch ihr Erfolg."

Dieses Interview, in dem Braun zudem die Wirtschaftlichkeit über die journalistische Qualität stellt, hat, so sagt ein WAZ-Redakteur, der namentlich nicht genannt werden will, „die Leute in den Redaktionen richtig auf die Palme gebracht." Professor Frank Lobigs von der TU Dortmund bezeichnete im WDR diese und ähnlich gelagerte Äußerungen auch von WAZ-Geschäftsführer Christian Nienhaus als „Schlag ins Gesicht der ehemaligen Redakteurinnen und Redakteure" der *Westfälischen Rundschau*, „das ist empörend für diese Leute".

Der Unmut über diese Aussagen wird noch nicht öffentlich formuliert, da dies arbeitsrechtliche Konsequenzen haben könnte. Schon 2008/09 hatte der damalige WAZ-Geschäftsführer Bodo Hombach Betriebsräten und Beschäftigten vorgehalten, sie würden mit ihrer internen Kritik am geplanten radikalen Personalschnitt (300 von 860 Stellen mussten abgebaut werden) „ihr eigenes Produkt beschädigen. Das ist Geschäftsschädigung". Ehemalige Mitarbeiter wie der langjährige *WR*-Redakteur und Betriebsrat Martin Krehl nehmen da kaum noch ein Blatt vor den Mund. „Die staatlich lizensierten Hüter des Kulturgutes Qualitätsjournalismus steuern inzwischen auf Weisung der Eigner einen Kurs, der unübersehbar mittelfristig den Abschied aus dem seriösen Teil der deutschen Medienbranche bedeutet", sagt Krehl.

„Nicht mehr die Verwirklichung journalistischer Ansprüche ist entscheidend, sondern die Fokussierung auf den Leser."

Billige Bildjournalisten. Was genau Braun mit der stereotyp wiederholten Orientierung der Berichterstattung an diffusen Leserbedürfnissen meint, die er gezielt gegen die journalistische Qualität ausspielt, lässt er offen. Vielleicht den vermehrten Einsatz von Leserreportern à la *Bild*, wie das bei den WAZ-Anzeigenblättern schon länger praktiziert wird? Jedenfalls wurde im April eine Initiative gestartet um die Leser, die im Besitz eines Smartphones sind, stärker als billige Bildlieferanten in die Zeitungsproduktion einzubinden. Der WAZ-New Media Geschäftsführer Oliver Multhaupt gab eine Kooperation mit dem Crowdsourcing-Service für Fotos und Videos scoopshot bekannt, auf dem zukünftig mit einer speziellen App für das Smartphone „Hobby- und Profifotografen" ihre Bilder für die Gruppe hochladen sollen. An das so entstehende weitverzeigte Korrespondentennetz der Scoopshooter will die Redaktion zukünftig gezielt Aufträge vergeben. Diese Billigkonkurrenz macht den professionellen festen und freien Fotografen des WAZ-Fotopools zunehmend Sorge. Multhaupt ist von dem „neuen Format", das in Skandinavien schon ein Erfolgsmodell sei, überzeugt. Die Lebenswirklichkeit der Region könne so noch besser abgebildet werden. Zum Start wurden die nervigsten Schlaglöcher der Region gesucht. (*WAZ* vom 2.4.2013)

Die Betriebsräte der ehemaligen WAZ-Mediegruppe, die sich nach ihrem konservativen Gründer Jakob Funke in Funke Mediengruppe umbenannt hat, warten derweil auf konkrete Informationen, wie der neuerliche Abbau von 200 Stellen sozialverträglich umgesetzt werden soll. Klar ist zurzeit, dass im Anzeigenblattverlag *WVW* 20 Mitarbeiterkapazitäten, so nennt sich die verlagsinterne Maßeinheit für den Personalabbau,

eingespart werden sollen. Im Verlag NRW werden nach Betriebsratsinformationen 40 Stellen wegfallen.

Weiteres, etwa wie die neue Organisation für den Essener Content Desk, für die Branding-Redaktionen *WAZ / Neue Ruhr / Neue Rhein Zeitung (NRZ)* in Duisburg, Essen, Oberhausen und Mülheim und für die *NRZ*-Redaktion in Düsseldorf konkret aussehen soll, ist noch nicht bekannt. Genauso wenig gibt es derzeit ein dem Betriebsrat bekanntes Konzept für „Die neue *WAZ* im Vest" im Kreis Recklinghausen. Nur soviel: Die Vest-Lokalausgabe soll ähnlich wie die Lokalteile der *Westfälischen Rundschau* mit Redaktionsmaterial aus dem konkurrierenden Zeitungshaus Bauer (*Recklinghäuser Zeitung*) gefüllt werden. Ab 1. Mai soll das Material an den Essener Regiodesk geliefert werden, wo die Seiten gebaut werden.

Flashmob. Mit einem Flashmob haben am 13. April die Journalistengewerkschaften dju in ver.di NRW und der DJV NRW gegen die Schließung der WR-Redaktion und für den Erhalt der Pressevielfalt im bevölkerungsreichsten Landkreis Deutschlands demonstriert und die Bevölkerung in Recklinghausen mit Flugblättern über die anstehenden Veränderungen auf dem lokalen Zeitungsmarkt informiert.

In das konzeptionslose Bild, das die Funke-Mediengruppe derzeit abgibt, passt eine Personalie: Als neuer Interims-Pressesprecher der Gruppe wurde Gunther Fessen (53) eingestellt, ein Profi für Krisen-PR.

Frank Biermann ■

Aktuell

Funkkorrespondenz wird weiter erscheinen

Die „Funkkorrespondenz" darf weiter erscheinen. Wie der Sprecher der Deutschen Bischofskonferenz gegenüber der Katholischen Nachrichten-Agentur bestätigte, hat der Ständige Rat bei seiner Sitzung in Würzburg die Fortführung beschlossen.

Ende Februar sah es noch so aus, als würde sie ihren 60. Geburtstag im Dezember nicht mehr erleben. Es war bekannt geworden, dass die deutschen Bischöfe aus Kostengründen eine Einstellung des Branchendienstes erwägen. Die „Funkkorrespondenz" erscheint wöchentlich in einer Kleinstauflage von weniger als 800 Exemplaren in der Bonner dreipunktdrei Mediengesellschaft, einer Tochter der Katholischen Nachrichtenagentur.

Mit einem Offenen Brief an die Deutsche Bischofskonferenz hatte sich auch ver.di für den Erhalt der „Funkkorrespondenz" eingesetzt. „Eine Einstellung der Funkkorrespondenz würde einen kulturellen und publizistischen Verlust bedeuten", hatte der stellvertretende ver.di-Vorsitzende Frank Werneke gewarnt. Sie sei einer der fachkundigsten und renommiertesten Mediendienste in Deutschland, die mit hoher Qualität, Zuverlässigkeit und Unabhängigkeit über die Entwicklungen in Medien und Medienpolitik berichte.

PM ■

Anzeige

Verlagserbinnen

Journalistinnenbund startete das „Medienlabor“ in Hamburg

Bisher war die medienpolitische Debatte von Männern dominiert. Nun setzt der Journalistinnenbund (JB) ein Gegengewicht: Eine Veranstaltungsreihe in Städten, in denen journalistischer Nachwuchs ausgebildet wird. Den Auftakt erlebte das „Medienlabor“ des JB in Hamburg. Das Thema, moderiert von der ehemaligen Chefredakteurin des WDR, Helga Kirchner: „Die Macht der Konzern- und Verlagserbinnen“. Die Akademie für Publizistik mit ihren 80 Plätzen war am 14. März ausgebucht.

Fotos: Günther von der Kammer

(V.l.n.r.): Dr. Katharina Meyer (Merlin Verlag), Helga Dierichs (HNA), Yvonne Bauer (Bauer-Verlag), Helga Kirchner (ehemalige Chefredakteurin WDR), Dr. Susanne Schüssler (Wagenbach-Verlag), Julia Latka (Latka Verlag).

Mit Yvonne Bauer vom Bauer-Verlag und Julia Latka vom J. Latka-Verlag saßen zwei Erbinnen von Zeitschriften-Verlagen, mit Susanne Schüssler vom Wagenbach-Verlag und Katharina Meyer vom Merlin-Verlag zwei Buchverlegerinnen auf dem Podium. Helga Dierichs dagegen hatte es ausgeschlagen, den Kasseler Verlag der HNA und die Dierichs-Mediengruppe zu übernehmen. Sie wurde Radio- und TV-Autorin und hat ihr Erbe in Stiftungen eingebracht. Das Ja zur Fortführung der Geschäfte kam Julia Latka und Katharina Meyer erst spät über die Lippen, erst nachdem sie einen anderen Beruf angefangen hatten und dann ihre Perspektiven überdachten.

Yvonne Bauer (Jg. 1977) stellte sich so dar. „Ich dachte, ich mach etwas ganz Rebellisches, als ich in einem Buchverlag anfing.“ Nach dem Volontariat bei Hoffmann und Campe wurde sie 2005 dann doch Trainee im väterlichen Konzern. Für manche sah das so aus, als sei sie wie ihre Schwestern Mirja, Nicola und Saskia frühzeitig in die Arbeit im Familienunternehmen eingeübt worden. Sie selbst gibt sich in Hamburg erstaunt. „Obwohl ich mir nach meinem Germanistik-Studium nicht vorstellen konnte dort zu arbeiten, machte mir der Vertrieb Spaß.“ 2007 wurde sie mit 33 Vertriebs-Chefin des Verlags. 2011 übernahm sie 85 Prozent der Kommandit-Anteile eines verschachtelten Konzerns, der 570 Zeitschriften und 300 digitale Produkte herstellt und 50 Radio- und TV-Stationen betreibt. Der Vater ist an ihrer Seite, die 36jährige hat jedoch das letzte Wort bei Entscheidungen in einem der größten Medienhäuser Europas mit einem Umsatz von über zwei Mrd. Euro. Ist Macht sexy? „Ja!“, antwortet sie emphatisch, um schnell hinzuzufügen, das sei schon eine verantwortungsvolle Aufgabe, so ein Haus zu führen. Sie sei die Toughste der vier Schwestern, ist zu lesen, streng, kühl, ehrgeizig und mutig. Im medienpolitischen Diskussionsforum des Journalistinnenbundes dagegen wirkt sie scheu. „Ich durfte nie selbst entscheiden, welches Blatt ich lesen wollte“, gibt die Verlegerin von *Tina* und *Neue Post* zu, als sie nach ihrer eigenen Lektüre in der Jugend gefragt wird.

„Als Erbin kann man sich nicht fort-entwickeln“, sagt Sibylle Plogstedt, Mitglied der JB-Vorbereitungsgruppe, „es geht nur gemeinsam mit Vater und Mutter“. Die Autorin von „Abenteuer Erben“ (Reclam 2011) hat in einer großen Recherche Familienkonflikte näher beleuchtet. Julia Latka, deren Vater noch 52 Prozent der Verlagsanteile hält, sieht das gelassen. Die Vater-Tochter-Konstellation sei dabei doch günstig. Da gebe es weniger Hahnenkämpfe zu bestehen als zwischen Vater und Sohn. „In die Beziehung zu den Autoren kann man nicht hineinwachsen, die sind persönlich“, sagt Katharina Meyer, „in die Führungsrolle schon. Auch so ein kleiner Verlag wie der Merlin-Verlag muss geführt werden.“ Susanne Schüssler, die den Verlag ihres Mannes Klaus Wagenbach übernommen hat, tut dies, auch gezwungenermaßen, ganz anders als er. Sie begann im Jahr 2000 im Verlag, als Bücher sich nicht mehr so leicht verkauften wie zu seiner Zeit.

Die Verlegerinnen steuern heute ihr Schiff durch bewegte Wasser. „Wie mein Großvater aus Anzeigenblättern Qualitätszeitungen gemacht hat“, sagt Helga Dierichs, „so werden künftig aus Qualitätszeitungen wieder lokale Blätter. Es geht nicht mehr um den öffentlichen Disput.“ Susanne Schüssler stimmt ihr in der Einschätzung zu, aber: „Es gibt Gegenöffentlichkeiten im Internet.“ Das ist die gute Seite einer Entwicklung, die zugleich für die Verlegerinnen eine große Herausforderung ist. „Es gibt textbasierte Bücher für ein breites Publikum, die sind schon E-Books, es gibt aber auch Inhalte, die werden nie ein E-Book werden“, sagt Susanne Schüssler, „und grafisch anspruchsvolle E-Books können noch nicht gemacht werden. Es wird immer behauptet, die Verleger sind der Technik nicht gewachsen, dabei ist es umgekehrt: Die Technik ist uns nicht gewachsen.“

„Mobile Endgeräte und unsere Fotostrecken darauf – das ist noch nicht so weit“, klagt auch Julia Latka. Yvonne Bauer dagegen kann gelassen sagen: „Wir bleiben Print und werden auch digital. Dabei sehen wir uns nicht als Online-Händler. Dieses Verständnis ist wichtig, damit Redakteurinnen und Onlinefachleute inhaltlich und technisch zusammenarbeiten können.“

Was in der „Vorstellungsrunde“ nur angerissen wurde, konnte im kleinen Kreis mit je einer der Eingeladenen vertieft werden. Der Journalistinnenbund wählte für das medienpolitische Forum ein innovatives Format und schaffte so eine dichte Atmosphäre. Nach den Abschlussfragen im Plenum blieben viele, um bei Getränk und Gebäck die eigenen Eindrücke austauschen zu können.

Birgitta M. Schulte ■

Nicht viele junge Journalistinnen haben die Einladung des JB in Hamburg angenommen. Sie, wie alle medienpolitisch Interessierten, haben eine neue Chance: am 29. Oktober in Berlin. Das Thema: Frauen als Kriegsberichterstatterinnen. www.journalistinnenbund.de/projekte

Vorbei mit dapd

Engagierte Belegschaft arbeitete bis zuletzt

Am 11. April gingen bei der Nachrichtenagentur dapd endgültig die Lichter aus. Mit dem Rückzug des letzten potentiellen Investors RIA Novosti war nach monatelangen Sanierungsbemühungen das Schicksal von dapd besiegelt. Es ist bezeichnend, dass die finalen Hoffnungen sich ausgerechnet auf eine staatlich finanzierte russische, also faktisch von Putin abhängige Agentur gerichtet hatten.

Foto: Fotolia.com / tuulijumala

Das Ende von dapd kam alles andere als überraschend. Von dem Schock, den der erste Konkurs vor einem halben Jahr ausgelöst hatte, konnte sich die Agentur nie mehr erholen. Damals scheiterte die unseriöse Expansionspolitik, mit der die beiden Finanzinvestoren Peter Löw und Martin Vorderwülbecke den Markt aufmischen wollten. Angetrieben von Geltungstrieb und einer gehörigen Portion Hybris maßten diese verantwortungslosen Hasardeure sich an, die dpa „verzichtbar“ machen zu wollen. Mit aufgeblähtem Personal und einer aggressiven Preispolitik, innerbetrieblich gestützt auf weitgehend tariflose Zustände, schickte man sich an, dem Marktführer dpa die Kunden abzujagen. Eine Zeitlang funktionierte diese Dumpingstrategie. Spätestens im Herbst 2012 wurde klar, dass das Ziel einer wirtschaftlich tragfähigen Vollagentur auf Sand gebaut war. Die Finanzinvestoren, die sich so gern in der hauptstädtischen Gesellschaft der Reichen, Schönen und vor allem Mächtigen sonnten, hatten sich schlicht verzockt. Zuletzt, so klagten sie, hatten sie monatlich eine Million Euro zuschießen müssen, um den Laden am Laufen zu halten.

Vor diesem Hintergrund erschien das Geschäftsmodell des überraschend aufgetauchten neuen Investors Ulrich Ende von Beginn an unrealistisch. Eine Nachrichten-Beteiligungs-GmbH mit Sitz in Tutzing, zwei so genannte „strategische“ Investoren, von denen in der Branche noch nie jemand etwas gehört hatte – das ließ auch bei der längst von 300 auf 175 Beschäftigte geschrumpften Belegschaft keine echte Aufbruchstimmung aufkommen. Erst recht galt dies für die Geschäftspartner der dapd. In immer schnellerer Folge wechselten sie – wie etwa die Essener WAZ-Gruppe – zurück zur dpa. Ob *Süddeutsche Zeitung*, *FAZ* oder die Regionalblätter von DuMont – nach und nach zeigten immer mehr Kunden der Agentur die kalte Schulter. Härtester Schlag war die Aufkündigung der Zusammenarbeit von Seiten der US-Agentur Associated Press (AP). Eine Kooperation, die vor allem wegen des internationalen Bilderdienstes von AP als zentrales Argument für die Stabilisierung alter und die Gewinnung neuer Kunden galt. Damit war das Aus für die Agentur faktisch besiegelt. Der Rest war Agonie und Hinhaltetaktik. Bis zum zweiten Konkurs, gerade mal sechs Wochen nach dem Neuanfang. „Ich denke Tag und Nacht an die Belegschaft“, soll Investor Ende erst kürzlich vor seiner konsternierten Redaktion gemenschelt haben. Zuletzt ließ er sich nicht mehr blicken – bei einer Belegschaft, die zu diesem Zeitpunkt bereits dezimiert war, aber bis zuletzt engagiert ihren täglichen Dienst verrichtete. Dem Vernehmen nach sollen weder die aus dem Boden gestampften Klecker-Investoren noch Ende selbst die vertraglich zugesagten Zahlungen geleistet haben.

Das Aus für dapd sei „unnötig und Folge verantwortungslosen betriebswirtschaftlichen Handelns“, urteilt Cornelia Haß, Geschäftsführerin der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union in ver.di. Angesichts der skandalösen Abwicklung der Agentur eine fast zu höfliche Formulierung. Es waren unfähige Finanzspekulanten, Dilettanten und Kurpfuscher, die der traditionsreichen Agentur den Garaus bereiteten. Auf der Strecke bleibt erneut ein Stück Medienvielfalt.

kel ■

Aussperrung rechtswidrig

Nach der rechtswidrigen Aussperrung eines Gewerkschafters Ende vergangenen Jahres muss Volksstimme-Geschäftsführer Klaus Lange 1.000 Euro Strafe zahlen. Das ist nach einer Mitteilung der Staatsanwaltschaft Magdeburg die Auflage dafür, dass die Behörde ihr Ermittlungsverfahren gegen Lange wegen Behinderung der Betriebsratsarbeit vorläufig einstellt.

Der DJV hatte Strafanzeige wegen Behinderung der Betriebsratsarbeit erstattet, nachdem dem sachsen-anhaltischen DJV-Landesvorsitzenden Uwe Gajowski im November 2012 die Teilnahme an einer Sitzung des Betriebsrates der zum Hamburger Bauer-Verlag gehörenden *Magdeburger Volksstimme* verwehrt worden war.

Gewerkschaftsvertreter und der letzte noch existierende *Volksstimme*-Betriebsrat zeigten sich mit der Entscheidung weitgehend zufrieden und forderten die Konzernspitze zu einem Kurswechsel auf. DJV-Landesvorsitzender Uwe Gajowski sagte: „Die Staatsanwaltschaft hat jetzt klargestellt, auch eine Zeitungsredaktion ist kein rechtsfreier Raum.“ Der gekündigte Vorsitzende des Betriebsrates, Winfried Borchert, erklärte: „Diese unrechtmäßige Aussperrung ist leider nur die Spitze des Eisberges an Rechtsverstößen durch die Geschäftsführung.“ Weitaus folgenschwerer seien die Ausschaltung einer demokratischen Arbeitnehmermitbestimmung in der *Volksstimme* und die Einkommenskürzungen der Journalisten. Unter solchen Bedingungen leide zwangsläufig die Qualität einer Zeitung. Michael Kopp, ver.di-Fachbereichsleiter Medien, forderte die Bauer-Konzernleitung in Hamburg auf, die Ausschaltung von *Volksstimme*-Betriebsräten rückgängig zu machen und endlich über einen Haustarifvertrag für alle Mitarbeiter zu verhandeln. **PM** ■

Volksstimme
Muss man hier haben

Möglichkeiten der Verbindung von Print und Web durch Augmented Reality

Erweiterte Realität

Foto: Bauer Media Group

Immer öfter stoßen Smartphone-Nutzer, die Zeitschriften aufschlagen, auf Augmented-Reality (AR)-Marker. Sind kostenlos erhältliche AR-Apps auf den mobilen Geräten installiert, werden die gedruckten Inhalte im Heft um Content auf dem Display ergänzt. Diese Verbindung von Print und Web, die die Leser-Blatt-Bindung vertiefen soll, ist bei einer Reihe von Magazinen kein Versuchsballon mehr.

Den Ausgaben seiner Zeitschriften *TV Spielfilm* und *TV Today*, die am 15. Februar an die Kioske ausgeliefert wurden, fügte Hubert Burda Media neue digitale Wirklichkeiten im redaktionellen und Anzeigenteil hinzu. Über die Reminder-Funktion können TV-Sendetermine direkt in die Smartphone-Kalender eingetragen werden. Hinzugekommen ist auch eine Reihe interaktiver und exklusiver Angebote für Smartphone-User: im redaktionellen Teil das sogenannte Voting, mit dem die Leser künftig in jeder Ausgabe an Abstimmungen zu aktuellen TV-Themen teilnehmen können – und die Ergebnisse dann online und im Heft erfahren.

Foto: Bauer Media Group

Bauer-Marketingdirektor Marco Sott sieht in der Verknüpfung Print-AR eine Aufwertung des Paid Content.

Umfangreicher fallen die Neuerungen aus, die Burda für die Anzeigenkunden seiner beiden TV-Magazine umsetzt. So findet eine Anbindung an die Vertriebsabteilungen der Werbekunden statt durch die Programmierung von Optionen zum Produktkauf, für Gutscheine und Gewinnspiele sowie zum Ausfindigmachen von Geschäften, in denen die beworbenen Artikel gekauft werden können.

Seit rund einem Jahr bereits können Audio- und Videodateien, z. B. Filmtrailer oder Blicke hinter die Kulissen, über die Smartphone-Apps der beiden Titel abgerufen werden. Bis Februar 2012 wurden diese AR-Anwendungen nach Verlagsangaben 4,6 Millionen Mal heruntergeladen und hätten damit die Marktführerschaft errungen. Im Januar dieses Jahres hat demnach allein die *TV-Spielfilm*-App rund 2,3 Millionen Unique User gezählt.

Die Verlagsgruppe Bauer nutzt derzeit bei neun Titeln die Verbindung von Print und AR, unter anderem bei *TV Movie, Welt der Wunder, Bravo* und *Lecker*. Seit über drei Jahren integriert man die Funktionalität regelmäßig in die Hefte. Marketingdirektor Marco Sott: „Die Bauer Media Group nimmt damit national, aber auch international unter den Medienhäusern eine Vorreiterrolle ein." Die Informationen aus der erweiterten Wirklichkeit werden ausschließlich den Käufern der Zeitschriften zugänglich gemacht und sind nicht über einen Browser abrufbar. Damit werte man gewissermaßen den Paid Content weiter auf, sagt Sott.

Virtuell begehbar. In *TV Movie* werden zu den empfohlenen Sendungen Trailer aufgespielt. In *Welt der Wunder* wurden das Weiße Haus und die Werkstatt Leonardo da Vincis dreidimensional dargestellt und virtuell begehbar gemacht. Ähnliches auch in einer Anzeige der Bausparkasse BHW, deren AR-Ausführung das interaktive 3D-Modell eines Energiesparhauses darstellte. Sott: „Bei *Welt der Wunder* sehen wir, dass 3D-Animationen ein extrem positives Feedback hervorrufen. Dies merken wir nicht nur an der hohen Zahl der Abrufe, sondern auch an der Vielzahl von Einsendungen an die Redaktion."

Bei *Welt der Wunder* verzeichnet Bauer zum Teil bis zu 100.000 Aktionen, also von Usern ausgelöste Ergänzungen der gedruckten um digitale Inhalte, pro Ausgabe. Werbekunden wie Telekom, BHW, Deutsche Sparkasse, Barmer GEK, Intel und Continental nutzen bereits die AR-Angebote. Nach Angaben Sotts ist eindeutig zu erkennen, „dass sich die Leser-Blattbindung mit diesen Angeboten signifikant erhöht." Die Erfahrungen der Bauer Media Group mit der Kombination Print-AR beziehen sich in erster Linie auf Deutschland. „Aus anderen Bereichen und Themenfeldern wissen wir aber, dass es in anderen Ländern grundsätzlich ähnliche Verhaltensweisen in den jeweiligen Zielgruppen gibt", weiß Sott.

Videos von Fotoshootings. „Wir bieten unseren Werbekunden einen kostenlosen Service zur Umsatzsteigerung an", heißt es seitens des niederländischen Verlags Mood for Magazines. Dabei wolle man auf die „unästhetischen QR-Codes" in *Linda*, dem einzigen dort publizierten Magazin, verzichten. Die erweiterte Wirklichkeit des Frauenmagazins zeigt Making-of-Videos von Fotoshootings, verlinkt Produktbilder zu Webshops; Leser können ihre Meinungen zu AR-markierten Artikeln in sozialen Netzwerken posten. Erfahrungen mit der Verbindung Print-Online sammelt das Frauenmagazin seit November 2011. Inzwischen finden die Leser in jeder Ausgabe des Magazins durchschnittlich knapp 90 – aber auch schon mal weit über 100 AR-Marker. „Wir platzieren die Marker im Heft

überall dort, wo man durch die Anwendung der AR-App Informationen mit Mehrwert erhält“, erläutert Leanne Hermans, Digital-Media-Managerin des niederländischen Verlagshauses.

„Diesen Mehrwert finden die Käufer und Anzeigenkunden von *Linda* gut.“ Wie auch immer: Täglichen Gebrauch machen die Leser nicht davon. Und auch die Werbekunden sind nach Angaben Hermans noch weit davon entfernt, für jede Anzeige im gedruckten Heft digitalen Content für die Wirklichkeitserweiterung zur Verfügung zu stellen.

Kritik angenommen. Bei anderen Zeitschriften gehört diese Ausprägung von Crossmedia zumindest vorläufig der Vergangenheit an. Der *Stern* realisierte in seiner Ausgabe vom 1. September 2011 sowohl im redaktionellen als auch im Anzeigenteil die erweiterte Realität. „Wir haben einen Heft-Sonderteil zur Internationalen Funkausstellung in Berlin zum Anlass genommen, erlebbar zu machen, welche Möglichkeiten AR bietet“, sagt der dieses Experiment federführend begleitende Stern-Redakteur Werner Hinzpeter. „Mehrere Inhalte waren so programmiert, dass sie mit der gedruckten Heftseite interagierten, zum Beispiel die 3D-Animationen von Grafiken. Das hätte sich im klassischen Browser nicht darstellen lassen. Deswegen war nur ein Teil der Angebote auch über stern.de abrufbar.“

Man habe „sehr, sehr viele positive bis begeisterte Rückmeldungen“ bekommen. Aber Hinzpeter räumt auch ein: „Kritik kam allerdings von einer Reihe von Lesern, auf deren Smartphone die App nicht lief. Damals konnten wir die Software nur für I-Phones und Android-Handys einsetzen.“ Nutzer von Smartphones mit anderen Betriebssystemen wollte man indes auf Dauer nicht ausschließen.

Bereits der Workflow für die AR-Ausgabe stockte: So war es nicht möglich, die von der Infografik erstellten 3D-Animationen automatisch von einem gängigen Redaktionssystem in die AR-Software zu übertragen. Man war auf die Hilfe eines externen Dienstleisters angewiesen. „Für eine wochenaktuelle Produktion eignete sich das nicht“, resümiert Hinzpeter diesen bislang einzigen Ausflug des Magazins in die erweiterte Wirklichkeit.

Vor kurzem erweiterte dann der *Stern* auf anderem Weg seine Printausgaben um Videos: Die ließen sich über gedruckte QR-Codes mit jedem modernen Smartphone und jedem Rechner aufrufen, der über eine Webcam verfügt. Mit dem Relaunch des Magazins am 14. März verschwanden auch die QR-Codes. Werner Hinzpeter: „Das gilt nur vorübergehend, bis unsere neue Digitalstrategie steht und wir wissen, was folgt: AR, QR, ganz etwas anderes?“

Nur ein Experiment. Mit ihrer Oktoberausgabe 2011 veröffentlichte die Zeitschrift *Gamestar* ihr bislang einziges Heft mit AR-Funktion. „Das Ganze war tatsächlich einfach ein Experiment. Die Leute von Augmented Minds sind als langjährige Gamestar-Leser auf uns zugekommen und wollten einfach mal probieren, was mit unserem Content möglich wäre“, erzählt Markus Schwerdtel, Director Mobile Content & Applications der Münchner IDG Entertainment Media GmbH. Der Versuch: sechs AR-Marker im redaktionellen Teil, einer erweiterte die gedruckte Wirklichkeit einer Anzeige. „Wir hatten zum Beispiel auf der Editorialseite ein Video mit einer kleinen Einführung unseres Chefredakteurs zum Thema AR“, so Schwerdtel. Daneben wurden weitere Videos eingestellt. Bilder wurden via AR überlagert, sodass im Heft eine Landschaft am Tage, auf dem Smartphone-Display aber bei Nacht zu sehen war. Der Großteil der Leser habe die Aktion gut gefunden, berichtet der IDG-Manager. „Es gab aber auch Beschwerden, weil man ohne Smartphone quasi Content vorenthalten bekommt. Das waren aber tatsächlich nur ein paar Stimmen.“ Die Anzeigenkunden fanden die Aktion „zumindest interessant“.

Foto: privat

Ein stockender Workflow bedeutete nach Angaben von Stern-Redakteur Werner Hinzpeter das vorläufige Aus für das AR-Experiment.

Aus Kostengründen blieb es bei einer AR-Ausgabe des PC-Spielemagazins. Markus Schwerdtel: „Zwar wird die Technik immer besser und günstiger, wirklich coole Effekte brauchen aber Entwicklungszeit und -budget. Diese Kosten kann man sich nicht einfach – etwa durch Preiserhöhungen – vom Leser holen, sondern muss sie anderweitig finanzieren, etwa durch höhere Preise für AR-Anzeigen. Die aber werden erst bezahlt werden, wenn AR-Kampagnen auf nennenswerte User-Zahlen kommen.“ Selbstverständlich werde man wieder mit Augmented Reality experimentieren, sagt Schwerdtel. „Wichtig wäre ein echter Aufhänger, etwa die Ankündigung bzw. der Release eines wichtigen Spieletitels.“

Foto: IDG Entertainment Media

Markus Schwerdtel vom Münchner IDG-Verlag zu seinen AR-Erfahrungen: „Es gab aber auch Beschwerden, weil man ohne Smartphone quasi Content vorenthalten bekommt.“

Interesse wachhalten. „Die Fallbeispiele, die ich kenne, zielen in der Regel primär auf das temporäre Erzeugen von Aufmerksamkeit – das sind also Marketingmaßnahmen“, bewertet Stefan Heijnk, Professor für Print- und Online-Journalismus an der Hochschule Hannover, die bislang in deutschen Medien verwirklichten AR-Aktivitäten. Sonderausgaben und Sonderseiten zielten vor allem auf Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene, „die heute als eher printmedienfern eingestuft werden“.

Damit aber das bei Smartphone-Besitzern geweckte Interesse an den hinter AR-Markern verborgenen erweiterten Wirklichkeiten nicht sofort wieder erlahmt, sind nach Heijnks Ansicht unabdingbar: ein technisch mühelos und einwandfrei funktionierendes Abrufen der AR-Inhalte, eine regelmäßige Einbindung in das jeweilige Printmedium sowie inspirierende multimediale Inhalte, die nicht mit Werbung vollgestopft sind – Voraussetzungen, welche von den hier aktiven Medien nur zum Teil erfüllt wurden.

Foto: Patrizia Wenzlaff

Professor Stefan Heijnk vermisst Strategie und Kontinuität beim AR-Einsatz im Printbereich.

„Grundsätzlich halte ich Augmented Reality für eine sinnvolle Darstellungsoption – sie braucht aber Kontinuität, um verlässliche Wirkungen entfalten zu können“, so Heijnk. Dies scheitere oftmals daran, dass AR-Elemente aufwändig produziert werden müssten und sich nicht ohne Weiteres in die Workflows der Verlage einfügen ließen. Aus heutiger Sicht bescheinigt der Wissenschaftler der crossmedialen Verbindung von gedrucktem Medium und digital erweiterter Wirklichkeit „durchaus großes Potenzial“, vor allem bei populärwissenschaftlichen und Fachzeitschriften.

Dieter Behler ■

Rollenwechsel

LiMA: Lernende und Lehrende profitieren vom vielfältigen Angebot

Mitte März fand zum zehnten Mal die Linke Medienakademie, LiMA, statt – Motto: „Fair Ändern". Eine Woche lang bot sie an der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Berlin-Karlshorst ein breit gefächertes Bildungsangebot.

Niko Schreiter kam eigens aus Wien. „Von der LiMA hatte ich schon gehört. Nachdem ich anfing, mich für Journalismus zu interessieren, war klar: Da muss ich hin", sagte der junge Student. Das wunderte Christoph Nitz nicht, denn es gäbe praktisch nichts Vergleichbares. Der Journalist ist Initiator und Geschäftsführer der LiMA. „Wir bringen hier hauptberufliche und ehrenamtliche Medienmenschen zusammen", sagte er gegenüber M. Aus 180 Workshops und Seminaren konnten sie ihr Programm zusammenstellen. „Dabei sprechen wir Menschen mit unterschiedlichen Erfahrungsniveaus an und bieten diesen ein jeweils auf sie zugeschnittenes Angebot. Diese Mischung ist einmalig".

So strömten junge Medienmacher und erfahrene Journalisten täglich in die Seminare, von denen viele vorab ausgebucht waren. Das galt besonders für die Highlights: „Dieses Jahr waren es Photoshop- und Rhetorikkurse", sagte Nitz. Daneben reichte das Angebot von klassischen Einsteigerthemen, wie journalistische Textformen, über audio-visuelles Handwerk, bis hin zu Social Media Monitoring. Gerade im letztgenannten Seminar zeigte sich, dass sich immer wieder sehr unterschiedliche Medienberufe begegnen. Junge Social Media Manager saßen neben erfahrenen Journalisten. Über das Seminarthema hinaus bereicherten die sektorspezifischen Erfahrungen beider Gruppen den Austausch. Neben Einsteigern profitieren besonders freie Journalisten von dem fundierten und kostengünstigen Seminarangebot, da sie ihre Weiterbildung zumeist selbst organisieren und finanzieren müssen. Während junge Menschen zumeist grundlegendes Handwerkszeug erlernen wollten, würden profilierte Ältere sich in neue Gebiete einarbeiten, oder als Dozent Wissen weitergeben, schilderte Nitz die unterschiedlichen Beweggründe der Teilnehmenden. „Dieses Zusammenwirken der verschiedenen Zielgruppen entspricht unserem partizipativen Ansatz", beschrieb er ein Anliegen der LiMA. Dazu käme häufig ein Rollenwechsel, „denn viele der Lehrenden nehmen an anderen Seminaren als Lernende teil", betonte Renate Angstmann-Koch, die im LiMA-Vorstand sitzt.

Zu den Dozenten gehörten renommierte Journalisten, wie Petra Bornhöft und Andreas Lorenz, beide lange für den *Spiegel* tätig. Sie äußerten sich überrascht von der Größe und der Vielfalt der LiMA. Bornhöft stellte nach ihrem Seminar zum Thema Interview fest: „Häufig gibt es völlig falsche Vorstellungen über Journalismus". Sie vermittelte den Teilnehmenden, „dass es für ein gutes Interview nicht ausreicht, jemandem persönlich oder am Telefon einfach unvorbereitet Fragen zu stellen". Der langjährige Fernostkorrespondent Andreas Lorenz widmete seine Seminare dem journalistischen Sprachstil. „Heute holen sich viele Menschen ihre Informationen bei Twitter oder Facebook. Dabei geht ein bisschen der Sprachstil verloren. Wenn man jedoch sprachliches Handwerk gelernt hat, steigen die Chancen für einen vernünftigen Job", sagte Lorenz.

Was ist nun das Linke an der LiMA? Christoph Nitz versteht darunter ein „Gesellschaftslinks" im Sinne Willy Brandts. Für Jürgen Reents kennzeichnet es „linke Publizistik, die gegen den Strom schwimmen muss". Der ehemalige Chefredakteur der Tageszeitung *Neues Deutschland* ergänzt: „Linke Zeitungen werden sonst nicht oft zu Diskussionen eingeladen". Für Niko aus Wien „könnte das Linke durchaus noch ausgeprägter sein". Aber „im Verhältnis zu den Vorjahren sind die übergeordneten politischen Diskussionen leider zurückgegangen", sagte Reents. „Dabei haben wir im politischen Rahmenprogramm spannende Medienthemen angeboten", so Angstmann-Koch.

Kein Ende des kritischen Journalismus. Dazu zählte eine spannende Diskussion zur „Zeitungskrise – Welche Chancen bleiben für kritischen Journalismus?", die von ver.di mit organisiert wurde. Den Begriff Krise hält der dju-Vorsitzende Ulrich Janßen für „völlig unangemessen". Wenn Verlage derzeit Renditen von 8 bis 10 Prozent einfahren, lässt das nicht auf eine allgemeine Krise schließen, ebenso wenig wie die Schließungen der *Frankfurter Rundschau* und der *Financial Times Deutschland*. Dennoch, der Markt verändert sich. „Zwei Drittel aller dju-Mitglieder sind inzwischen Freie", sagte Janßen. Das Ende einiger Zeitungsredaktionen sei allerdings nicht das Ende des kritischen Journalismus. Den gebe es schließlich auch in anderen Medien, betont Wolfgang Storz, einst auch Chefredakteur der *FR*. Aber wer heute im klassischen Sinne nur guter Journalist sein wolle, laufe mitunter Gefahr depressiv zu werden, ergänzt er. Ohne zusätzliche Einnahmequellen sei das oftmals schwierig.

Foto: Angelika Osthues

Debatte zur „Zeitungskrise" mit Jürgen Reents (ND), Wolfgang Storz (freier Journalist), Ulrike Maercks-Franzen (Moderatorin) und Ulrich Janßen (dju-Vorsitzender).

Für Unmut unter den Dozenten sorgten die erheblichen Honorarkürzungen gegenüber dem Vorjahr. Das sei weder mit linken Standpunkten noch mit dem LiMA-Motto „Fair Ändern" vereinbar, hieß es. Nitz dazu: „Wir mussten dieses Jahr erhebliche Mittelkürzungen verkraften." Die Kritik der Teilnehmer galt dem Veranstaltungsort: „Das Foyer ist eher ein Rauswurf- als ein Einladungs-Foyer", sagte Niko Schreiter. „Außerdem liegt Karlshorst nicht gerade zentral."

Uwe Sievers ■

Für ein gerechtes Solidarsystem

Streit um Prüfung der Arbeitgeber-Abgaben an die Künstlersozialkasse

„Mindestens alle vier Jahre". Diese vier unscheinbaren Worte lösten in den vergangenen Wochen eine heftige Debatte um Geld, Verwaltungsaufwand, Kompetenzen und ein gerechtes Solidarsystem aus. Die Deutsche Rentenversicherung, die ohnehin bei allen Unternehmen mit Beschäftigten regelmäßig die korrekte Zahlung von Sozialversicherungsbeiträgen prüft, soll auch untersuchen, ob für Honorare an selbstständige Medien- und Kulturschaffende die Künstlersozialabgabe, also der „Arbeitgeberanteil" zur Sozialversicherung, an die Künstlersozialkasse abgeführt wurde. Letzteres soll nach einem Gesetzentwurf der Bundesregierung regelmäßig geschehen – also: „mindestens alle vier Jahre".

Dabei geht es nur um eine redaktionelle Klarstellung. Schon mit der Reform des Künstlersozialversicherungsgesetzes im Jahr 2007 wurde die Unternehmensprüfung auf die Abgabe an die Künstlersozialkasse (KSK) auf die Deutsche Rentenversicherung (DRV) übertragen – versehen mit einer „Kontingentregelung": Jedes Jahr sollten jeweils 70.000 bis dahin ungeprüfte Unternehmen unter die Lupe genommen werden. Das passierte auch und brachte deutliche Mehreinnahmen von jährlich bis zu 35 Mio. Euro. Bis ins Jahr 2011. Dann war Schluss. Die zusätzlichen Einnahmen brachen auf rund 2 Mio. Euro ein. Die Folge: Der Abgabesatz, der auf die Summe der gezahlten Honorare zu zahlen ist, stieg ab 2013 für die ehrlichen und zahlungswilligen Verwerter von 3,9 auf 4,1 Prozent. Er wird – das ist zu befürchten – weiter ansteigen, wenn sich zahlungspflichtige Unternehmen mangels Prüfung an der Abgabe vorbeimogeln können.

Mehr Bürokratie? Und hier beginnt der Streit: Einen „unverhältnismäßigen Bürokratieaufwand" schwört der Bundesverband deutscher Arbeitgeber herbei, eine „immense bürokratische Mehrbelastung" sieht der Zentralverband des Deutschen Handwerks auf die Klein- und Mittelbetreibe zurollen und der Bund der Steuerzahler schlägt gleich vor „die entbehrliche Künstlersozialabgabe zugunsten einer effizienteren Finanzierung der Künstlersozialversicherung abzuschaffen" – was er darunter versteht, lässt er allerdings offen.

Die DRV selbst wehrt sich massiv gegen eine gesetzlichen Konkretisierung des Überprüfungsturnus: Gegen eine Anweisung der Aufsichtsbehörde zur genaueren Überprüfung hat sie Klage eingereicht. Begründung: Die angeblichen Mehrkosten von 50 Millionen Euro pro Jahr für die DRV überstiegen bei Weitem die absehbaren Mehreinnahmen. Das Bundesarbeitsministerium hält dagegen: Dort schätzt man den zusätzlichen Aufwand für die DRV auf 0,5 Millionen Euro jährlich bei zu erwartenden Mehreinnahmen von 30 bis 50 Mio. Euro. Die DRV habe keine validen Belege für den behaupteten Aufwand. Und in Richtung Wirtschaft signalisiert das Ministerium: Eine einheitliche Prüfung entspreche schließlich einer alten Forderung der Wirtschaft. Außerdem: In der Kreativwirtschaft mit 25 Prozent Selbstständigen werde ein Jahresumsatz von 137 Milliarden Euro erwirtschaftetet, aber nur rund fünf Milliarden Euro gezahlte Honorare seien als abgabepflichtig erfasst.

Oder mehr Gerechtigkeit? Schlussendlich kommt dann auch der Begriff „Gerechtigkeit" ins Spiel: Erfasste abgabepflichtige Unternehmen zahlen für die anderen mit, weil der Abgabesatz aus den gemeldeten Honorarsummen und dem Bedarf an Sozialversicherungsbeträgen errechnet wird. Eine bessere Erfassung sorgt so für einen niedrigen Abgabesatz für alle, eine schlechte für einen hohen. Anders ausgedrückt: Unternehmen, die gesetzestreu zahlen, sind die Gelackmeierten und zahlen für die schwarzen Schafe mit. Oder wie es der Deutsche Gewerkschaftsbund formuliert: „Der Prüfaufwand darf nicht nur davon abhängig gemacht werden, ob er sich ‚lohnt', da es auch um Fragen der Beitragsgerechtigkeit geht." Ein „ausreichender Prüfdruck" könne dazu führen, dass „die Arbeitgeber von vornherein stärker ihren Abgabepflichten nachkommen." Aufgabe der Rentenversicherung ist es, dieses Solidarsystem gegen Fluchtbewegungen der Arbeit- und Auftraggeber wie etwa auch Beschäftigung von Scheinselbstständigen zu verteidigen. Und mehr möchte der Gesetzgeber auch nicht: „Mit der gesetzlichen Klarstellung soll die Anwendung des § 28p Absatz 1a SGB IV erreicht werden, wie sie durch das Dritte Gesetz zur Änderung des Künstlersozialversicherungsgesetzes und anderer Gesetze beabsichtigt war." Und das sind dann eben die vier Worte „mindestens alle vier Jahre".

Veronika Mirschel ■

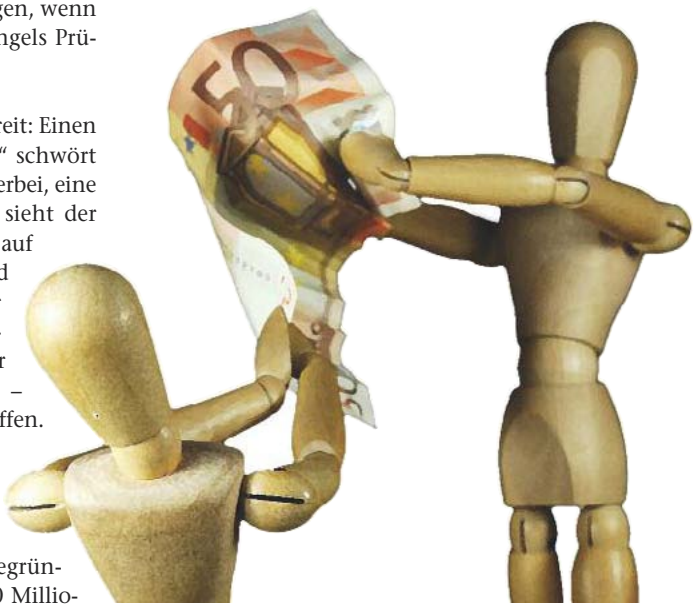

Foto: Fotolia.com / pholidito

KSK: Fakten & Zahlen

Die Künstlersozialkasse verwaltet im Umlageverfahren die Absicherung der hauptberuflich arbeitenden Medien- und Kulturschaffenden.

Die Versicherungspflichtigen zahlen vergleichbar Arbeitnehmer/innen rund 50 Prozent der Beiträge zur Kranken-, Pflege-, und Rentenversicherung, 30 Prozent zahlen die Auftraggeber (Künstlersozialabgabe), 20 Prozent der Bund für Selbstvermarktung und von der Abgabe freigestellte Institutionen.

- **Versicherte:** derzeit rund 180.000, durchschnittliches Jahresarbeitseinkommen: rund 14.000 Euro
- **Unternehmen in Deutschland:** rund 3.2 Mio. – davon bei der KSK als abgabepflichtig erfasst: rund 150.000

Stütze für Zweitzeitung

Reformüberlegungen in Schweden in Richtung digitale Produktion

Schwedens Pressesubventionssystem fördert Zeitungen, die keine marktbeherrschende Stellung haben. Zeitungssterben wurde damit verlangsamt. Doch nun wird über eine Reform diskutiert.

„Eine Zeitung, die konsequent Rassismus, Antisemitismus und Homophobie verbreitet: Wir halten es wirklich für recht seltsam, wenn mit Hilfe staatlicher Gelder die Verbreitung von Hass gefördert wird." Was Schwedens Jüdischer Zentralrat „seltsam" findet, sei „der Preis, den man bezahlen muss, will man das System der Pressesubventionen aufrecht erhalten", konstatiert Schwedens ehemaliger Presse-Ombudsman Pär-Arne Jigenius: Seit 2009 bekommt auch *Nationell Idag*, die Zeitung der „Nationaldemokraten" staatliche Gelder aus dem Suventionstopf. Deutschlands NPD ist Vorbild dieser rechtsextremen Partei. „Schwedens einzige einwanderungskritische Wochenzeitung" prangt unter dem Logo von *Nationell Idag*.

„Die staatliche Behörde, die diese Gelder verteilt, muss ganz neutral sein. Sie hat kein Recht, einen politischen Maßstab anzulegen", betont Jigenius. Bei der gegenwärtigen gesetzlichen Ausformung des Pressesubventionssystems stimmt das. Auch wenn Schweden – anders als beispielsweise Dänemark, das generelle Pressesubventionen kennt – ein selektives Fördersystem hat. Maßgeblich für eine Förderung ist allein die Marktposition einer Zeitung. „Zweitzeitung" ist das entscheidende Kriterium.

Ausgleichend eingreifen. Das hat historische Gründe. Der Marktmechanismus führe zum Zeitungssterben, konstatierte Ende der 1960er Jahre eine Regierungskommission. Wenn ein Viertel aller schwedischen Tageszeitungen in ihrer Existenz gefährdet seien, dann wegen der Macht des jeweils auflagenstärksten Akteurs am Ort: Der schöpfe den Hauptteil der Anzeigeneinnahmen ab und konkurriere damit die anderen Titel aus. Diese Entwicklung wurde als Bedrohung der für die Demokratie wichtigen Meinungsvielfalt gesehen. Der Staat habe deshalb die Aufgabe, ausgleichend in das Marktgeschehen einzugreifen.

Seither soll der „Presstöd" („Pressestütze") den Wettbewerbsnachteil des und der nicht-auflagenstärksten örtlichen Konkurrenten zumindest teilweise ausgleichen. Tages- oder Wochenzeitungen, die am Erscheinungsort weniger als 30 Prozent der Haushalte erreichen, haben einen Anspruch auf Betriebssubventionen. Die sollen dazu beitragen, ein attraktives redaktionelles Angebot trotz geringerer Einnahmen aufrechtzuerhalten. Weitere Subventionsvoraussetzungen sind ein mindestens wöchentlicher Erscheinungsrhythmus, eine Auflage von über 1.500 Exemplaren, die mehrheitlich abonniert ist, sowie ein zu mehr als 55 Prozent eigenproduzierter redaktioneller Inhalt. Die Zeitung soll außerdem primär Nachrichten und Meinungen vermitteln. 2012 erhielten 90 Titel umgerechnet knapp 60 Millionen Euro jährlich an solchen Betriebssubventionen. Bei einigen Zeitungen decken die staatlichen Gelder fast ein Drittel der Produktionskosten. Für alle Verlage, die sich an einer gemeinschaftlichen Pressevertriebsgesellschaft beteiligen, gibt es daneben noch eine allgemeine Vertriebskostensubvention. Sie beläuft sich derzeit auf umgerechnet 7,5 Millionen Euro und umfasst 137 Tageszeitungen. Außerdem zahlt die Tagespresse nur ein Viertel des generellen Mehrwertsteuersatzes.

Prinzipiell akzeptiert. Ganz konnte der „Presstöd" das Zeitungssterben nicht verhindern. Er zementierte aber in weiten Teilen des Landes einige Jahrzehnte lang den Status Quo. So überlebte in Stockholm *Svenska Dagbladet* im Schatten von *Dagens Nyheter* und in Malmö *Skanska Dagbladet* neben dem übermächtigen *Sydsvenska Dagbladet* nur dank jährlicher Pressesubventionen in Höhe von zuletzt jeweils rund 7 Millionen Euro. Die EU-Kommission, die das Modell unter Wettbewerbsgesichtspunkten unter die Lupe nahm, akzeptierte es im Prinzip, bemängelte aber die Höhe der Subventionen: Bis 2016 muss deshalb die Förderung der beiden Großstadt-Zweitzeitungen auf maximal 5,3 Millionen Euro gesenkt werden. Doch die Titelvielfalt ist vielerorts nur noch Kulisse. Wenige Zweitzeitungen erscheinen noch in eigener Regie. Viele wurden vom Verlag des Marktführes aufgekauft, für den sich dank der Subventionen die Weiterführung des Titels rechnet. Andere gehören großen Konzernen. So fließt der „Presstöd" für *Svenska Dagbladet* in die Tasche des norwegischen Schibsted-Verlags.

Reformbedürfnis besteht – darin sind sich alle politischen Parteien einig. Aus dem konservativ-liberalen Regierungslager kommt die Forderung nach einer Abschaffung jedenfalls der selektiven Zweitzeitungs-Subventionen. Debattiert werden derzeit spezielle Hilfen für die Umstellung auf digitale Produktion. „Meine Aufgabe ist, den Bürgern eine umfassende und unabhängige Nachrichtenvermittlung zu ermöglichen", erklärte kürzlich die konservative Kultusministerin Lena Adelsohn Liljeroth: „Aber nicht, einen Markt für Tageszeitungen zu schaffen."

Innerhalb der rot-grünen Opposition denkt man über eine Übertragung des „Public Service"-Gedankens von Rundfunk und Fernsehen auf Zeitungen nach. Lanciert wurde der Vorschlag einer Art „Deal" zwischen dem Staat und den Verlagen, wonach Zeitungen, die sich zu einem journalistischen Mindeststandard verpflichten, im Gegenzug staatliche Zuschüsse erhalten sollen: Eine „demokratische Betriebssubvention".

Bis Herbst soll eine vor 2 Jahren eingesetzte parlamentarische Kommission Vorschläge unterbreiten, wie es mit dem „Presstöd" ab 2017 weitergehen soll. Welcher Weg dann eingeschlagen wird, dürfte entscheidend vom Ausgang der Parlamentswahl im Herbst 2014 abhängen. **Reinhard Wolff, Stockholm** ■

M berichtete: http://mmm.verdi.de/archiv/2010/06-07/internationales/rechtsextreme-gefoerdert

Fotos: Fotolia.com / Richard Laschon

Journalismus aus Leidenschaft

Erfahrungsaustausch in Korea

„Journalisten versuchen überall auf der Welt, im Hurrikan dieser Tage zu überleben", stellte ein Teilnehmer der „World Journalism Conference" vom 14.–20. April in Seoul fest. Doch Optimismus überwog. „Der Beruf ist nicht wie jeder andere Beruf. Er ist eine Leidenschaft" – meinte ein anderer. „Wenn wir einen Missstand aufdecken können, ist das der größte Lohn für Arbeit, die den Mächtigen unbequem ist".

Fotos: Fotolia.com / funnymike1108

Mehr als 110 Journalistinnen und Journalisten aus über 70 Ländern machten sich Gedanken über ihre Zukunft im Online- und Twitter-Zeitalter. Mit Mischformen von Print- und Online-Ausgaben wird in vielen Ländern experimentiert. „Paywalls" waren ein großes Thema in Seoul – eine Anzahl von Abrufen ist kostenlos, darüber hinaus müssen die Leser bezahlen. Auf viele Fragen gibt es noch keine allgemeine Antwort. Führen Apps von Zeitungen für Tablets womöglich zur Textberichterstattung zurück und erhöhen sie die Bereitschaft zu zahlen? Wie sind Social Media einzubinden? Klar wurde: Die Wege und Geschäftsmodelle der Medienhäuser sind von Land zu Land unterschiedlich. Landesweite und regionale Medien müssen unterschiedliche Wege gehen.

In Kuwait sind Zeitungen voll gestopft mit Anzeigen und sie werden umsonst verteilt – bloß liest sie niemand. Diversifizierung ist eine Spielwiese. In Neuseeland hat der Medienkonzern Fairfax jahrelang seine Verluste durch Mehrheitsbeteiligung an einem Online-Anzeigen- und Auktionshaus ausgeglichen, er musste jetzt aber die Beteiligung wieder verkaufen. Einig waren sich alle: Glaubwürdigkeit, Qualität und Verlässlichkeit werden die Trumpfkarten für Journalisten sein – egal, wie sie verpackt sind.

Hatte Jonathan Manthorpe von der *Vancouver Sun* recht, wenn er meinte: „Wir überbewerten die Frage der Technik, die Informationen liefert – es ist mir egal, ob ein Beitrag auf toten Bäumen oder auf einem Computerbildschirm zu lesen ist"? Oder liegt Oliver Curiel von der mexikanischen Zeitung *Reforma* richtig, der sagte: „Ich könnte meinen Job ohne die neuen technischen Instrumente nicht mehr ausüben."

Medienkonzentration und dadurch geschürte Angst um die Arbeitsplätze ist nicht nur in Europa und den USA, sondern auch in Ostafrika verbreitet. Die Streichung von Jobs gefährdet die Qualität in Deutschland wie in Ost-Timor. Den Durchbruch zu einem Königsweg brachte die Konferenz nicht – aber die Gewissheit, dass Journalisten weltweit eine Gemeinschaft mit gemeinsamen Interessen und Problemen bilden.

Wolfgang Mayer,
IJF / dju-Vertreter in Seoul ■

Aktion für Rayma Suprani, Venezuela

AMNESTY INTERNATIONAL

Karikaturistin bedroht

Die Drohungen setzten am 18. März 2013 ein – als Kurznachricht, abgesendet von Mobiltelefonen. Die Rufnummern waren unterdrückt oder der Empfängerin – der Journalistin und Karikaturistin Rayma Suprani aus Venezuela – unbekannt. Über soziale Netzwerke wie Twitter ging es weiter: „Scheiß Putschistin, wir werden dich vernichten!", hieß es beispielsweise. Oder: „Du Schlampe, du Lesbe, das wirst du bezahlen!". Die Drohungen sind anonym, doch Rayma Suprani nimmt sie ernst. Allein am ersten Tag der Drohungen meldeten sich zwischen 17 und 24 Uhr mindestens 30 verschiedene Absender.

Suprani geht von einer koordinierten Aktion gegen sie aus. Sie arbeitet für die regierungskritische Zeitung *El Universal* und ist sicher, dass die Drohungen in Zusammenhang mit ihrer Arbeit für das Blatt stehen. Schon 2011 und 2012 hat sie Beleidigungen und Drohungen wegen ihrer Zeichnungen und Texte einstecken müssen. Zum Beispiel, nachdem sie eine Karikatur veröffentlichte, in der sie Venezuela und Kuba durch ein Seil verbunden darstellte. „Wir werden das Seil für dich benutzen, Verräterin Venezuelas!", wurde ihr daraufhin anonym mitgeteilt.

In Venezuela wird das Recht auf freie Meinungsäußerung immer wieder verletzt. Regierungskritische Medien – die im Übrigen verbal kräftig austeilen – gibt es zwar, sie müssen aber mit Repressionen des Staates und der Justiz rechnen. Unter anderem wurde der Fernsehsender Globovisión wegen seiner Berichterstattung über eine Revolte im Gefängnis „El Rodeo" mit einer Geldstrafe von zwei Millionen US-Dollar belegt. Der Kanal habe „Verbrechen gerechtfertigt" und „aus politischen Gründen Hass gefördert", hieß es zur Begründung. Der venezolanischen Justiz wirft Amnesty International immer wieder vor, gegen die Grundsätze der Unabhängigkeit zu verstoßen. Regierungskritische Medien geraten somit häufiger ins Visier der Strafverfolger als die staatlichen Medien. „Reporter ohne Grenzen" haben allein im vergangenen Jahr mehr als 40 gewaltsame Angriffe auf Journalisten und Redaktionen dokumentiert.

Was können Sie tun?
Schreiben Sie in gutem Spanisch, Englisch oder auf deutsch an die venezolanische Generalstaatsanwältin und fordern Sie eine unabhängige und umfassende Untersuchung der Drohungen gegen die Karikaturistin Rayma Suprani:

Dra. Luisa Ortega Díaz
Fiscalía General de la República
Edificio Sede Principal del Ministerio Público
Esquinas de Misericordia a Pele El Ojo Avenida México
Caracas – VENEZUELA
E-Mail: ministeriopublico@mp.gob.ve
Fax: 0058 – 212 578 3239

Senden Sie eine Kopie an:
BOTSCHAFT DER BOLIVARISCHEN REPUBLIK VENEZUELA
S.E. Herrn Rodrigo Oswaldo Chaves Samudio
Schillstraße 9–10, 10785 Berlin
Fax: (030) 8322 4020
E-Mail: embavenez.berlin@botschaft-venezuela.de

Amnesty International
Zinnowitzer Straße 8
10115 Berlin
www.amnesty.de

ver.di

ver.di
Bundesverwaltung
Paula-Thiede-Ufer 10
10179 Berlin
www.verdi.de

Abhörskandal und Folgen

Briten wollen Presseregulierung neu organisieren

Am 8. Mai wird der britischen Königin ein Entwurf zur Regulierung der britischen Presse vorgelegt, der dann aller Wahrscheinlichkeit nach vom so genannten „privy council" gebilligt wird. In diesem Rat sind unter anderem die Mitglieder des Regierungskabinetts und die Führer der Oppositionsparteien versammelt.

Auf dem Tisch liegt das Ergebnis langer Verhandlungen zwischen den Führern der im britischen Unterhaus vertretenen Parteien zur Frage der Neuorganisation der Presseregulierung. Eine solche Neuordnung wurde im Abschluss der Untersuchung der illegalen Abhörpraktiken der Murdoch-Zeitungen *The Sun* und *News of the World* empfohlen.

Bislang haben sich die britischen Medien selbst reguliert. Doch die Pressebeschwerdekommission der britischen Medienunternehmen wurde im Zuge des Skandals aufgelöst. Sie soll durch ein von der Königin per „royal charter" eingesetztes Gremium ersetzt werden. Dieses Gremium soll neue, „unabhängige" Regulierungskörperschaften „autorisieren", die von Medienunternehmen gebildet und teilweise auch von ihnen finanziert werden. Diese freiwillig installierten Kontrollinstanzen sollen mit Personen bestückt werden, die weder in der Politik aktiv sind, noch Funktionen in Medienkonzernen ausüben. Das wird mit Ergebnissen der Leveson-Untersuchung begründet, die starke korrupte Verbindungen zwischen Politik, Medien und Staatsapparat zum Vorschein brachte. In der ehemaligen Pressebeschwerdekommission hatten ausschließlich Chefredakteure und Vertreter der Eigentümer gesessen. Die Körperschaften können Geldstrafen in Höhe von 1% des Umsatzes des beschuldigten Medienunternehmens aussprechen. Die maximale Höhe einer Geldstrafe liegt bei einer Million Pfund.

Um Medienunternehmen dazu anzuregen, sich einer neuen Regulierungskörperschaft anzuschließen, wird zusätzlich das „crime and courts"-Gesetz verschärft. Es regelt unter anderem die Höhe von Geldstrafen, die Medien im Fall von Fehlverhalten zu zahlen haben. Das Gesetz wird so umgeschrieben, dass Medien, die sich keiner Regulierungskörperschaft angeschlossen haben, höhere Strafen als bisher zu erwarten haben.

Alle großen britischen Tageszeitungen haben sich gegen die vorgeschlagene Regelung ausgesprochen. Sie sehen dadurch die Pressefreiheit in Gefahr, weil erstmals ein gesetzlich geregelter Körper die Presse regulieren soll. Sie wollen deshalb die neue Struktur boykottieren. Die Journalistengewerkschaft NUJ begrüßte den Entwurf „vorsichtig." Viele Gewerkschaftsmitglieder lehnen ihn jedoch ab, weil sie die Gefahr staatlichen Einflusses auf die Medien sehen.

In einer Stellungnahme sagte NUJ-Generalsekretärin Michelle Stanistreet: „Das eigentliche Thema, das angegangen werden muss, ist aber die Eigentümerstruktur unserer Medienlandschaft. Sie befindet sich in den Händen einiger weniger Individuen und Firmen und wird von kommerziellen Interessen dominiert, nicht von denen der Pressefreiheit oder des Qualitätsjournalismus." Auch die neue Regulierungsstruktur wird daran nichts ändern. **Christian Bunke** ■

Die Stunde schlägt unter Big Ben für eine neue Presseregulierung in Groß-Britannien

Fotos: Fotolia.com / gianliguori

Frequenz für Klubrádió

Etappensieg für bedrohte Pressefreiheit in Ungarn

Nach rund zwei Jahren Rechtsstreit und drei endgültigen Gerichtsbeschlüssen musste die ungarische Medienbehörde im März dem regierungskritischen Sender Klubrádió die langfristige Nutzung der ihm rechtlich zustehenden Frequenz gewähren. „Für uns bedeutet das endlich ein bisschen Rechtssicherheit und hoffentlich bald wesentlich höhere Werbeeinnahmen", sagt Geschäftsführer Arató, der 2001 den Sender gründete. In den letzten Jahren etablierte sich Klubrádió als der beliebteste Sender der gebildeten Mittelschicht mit Stammhörern aus studentischem und intellektuellem Milieu, vor allem in Budapest.

Als die Hauptfrequenz von Klubrádió 2011 neu ausgeschrieben werden musste, änderte die Medienbehörde die Kriterien für die Vergabe. So verlangten die regierungsnahen Beamten, dass über die Hälfte der Sendezeit mit Musik gefüllt werden muss, eine Bedingung, die Klubrádió, das sich auf Talkshow- und Nachrichtenprogramme spezialisiert, nur schwierig erfüllen konnte. Der Sender bewarb sich trotzdem, aber die Medienbehörde erklärte einen anderen Bewerber zum Gewinner. Klubrádió zog vor Gericht und gewann, die Beamten weigerten sich unter diversen Vorwänden, den Richterspruch umzusetzen., was weitere Verfahren nach sich zog.

Aufgrund der Rechtsunsicherheit schrumpfte der monatliche Umsatz des Senders in den letzten drei Jahren von rund 130.000 auf nur 10.000 Euro. Doch gleichzeitig wurde Klubrádió zu einem Symbol des ungarischen Kampfs gegen subtile Formen von Zensur. „Es ist ein kleiner Etappensieg für die bedrohte Pressefreiheit, doch die Lage der unabhängigen Medien bleibt äußerst schwierig", sagte Arató.

Silviu Mihai, Budapest ■

M berichtete: http://mmm.verdi.de/medien-international/05-2012/spielball-der-regierung

Verhaftungswelle im Iran

Kontrolle und Einschüchterung von Journalisten vor der Präsidentenwahl

Am 14. Juni wird im Iran ein neuer Präsident gewählt. Mahmud Ahmadinedschad darf nach zwei Amtszeiten nicht erneut kandidieren. Doch im Vorfeld der Wahlen ist eine freie Berichterstattung über seine potenziellen Nachfolger nicht möglich. Über die verschärften Arbeitsbedingungen für Journalistinnen und Journalisten sowie über weitere Verletzungen der Pressefreiheit vor der Wahl informierten die Internationale Journalisten Föderation (IJF) und Reporter ohne Grenzen in einem Pressegespräch im ver.di-Haus in Berlin.

Zahlreiche Journalisten waren der Einladung am 17. April gefolgt, um von Ali Mazrooei, Vorsitzender der inzwischen verbotenen iranischen Journalistengewerkschaft; Reza Moini, Iran-Referent im internationalen Sekretariat von Reporter ohne Grenzen; dem Journalisten Ehsan Mehrabi sowie Ehsan Norouzi von der Deutschen Welle mehr über die „Vorbeugende Einschüchterung – Journalisten im Iran vor der Präsidentenwahl“ zu erfahren. Mazrooei war nach dem Wahlbetrug von Staatspräsidenten Ahmadinedschad und der grünen Protestbewegung im Jahr 2009 gezwungen, ins Exil zu flüchten. Das Büro der Journalistengewerkschaft wurde geschlossen, mehrere Mitglieder sind verhaftet worden und sitzen seitdem im Gefängnis. Diejenigen, die in „Freiheit“ leben, dürfen ihren Beruf nicht ausüben.

Der Machtkampf innerhalb der politischen Klasse der Islamischen Republik ist derzeit offen entbrannt. Das konservative Lager ist verunsichert und tief gespalten, das Reformlager kaltgestellt. Die beiden Vormänner der Grünen Reformbewegung von 2009, Mir Hossein Mussawi und Mehdi Karroubi, stehen seit zwei Jahren unter Hausarrest und sind völlig isoliert. Um eine freie Berichterstattung zu unterbinden, läuft seit Januar eine Verhaftungswelle gegen Dutzende Journalisten, denen Kontakte zum Ausland vorgeworfen werden.

Mazrooei berichtete von der „Architektur“ der Wahlen durch das Militär und das Informationsministerium. Es solle alles so arrangiert werden, damit das gewünschte Ergebnis erzielt werde. Dazu gehörten die systematische Kontrolle und Beherrschung der Medien und die Einschüchterung von Journalisten. Die Rahmenbedingungen für die freie Berichterstattung unabhängiger Medien sind schlecht. Die iranischen Agenturen, Rundfunk und Fernsehen sind staatlich.

Falsche Anschuldigungen. Nach den Wahlen 2009 wurden über 200 Journalisten verhaftet, bei einigen auch die Ehefrauen. Zurzeit sind 24 Journalisten im Gefängnis, zehn davon seit 2009. Reza Moini sprach von insgesamt 45 Journalisten und Bloggern, die zu Haftstrafen zwischen 1 und 20 Jahren verurteil worden sind. Den verhafteten Journalisten wird Handel mit Drogen, Spionagetätigkeit und Gefährdung der nationalen Sicherheit des Landes unterstellt. Sie werden solange gefoltert, bis sie ein Geständnis vor der Kamera ablegen. Wie im Fall des kanadisch-iranischen Dokumentarfilmers und Journalisten Maziar Bahari. Er wurde gefoltert und unter Druck gesetzt, musste vor den Kameras der staatlichen Radio- und Fernsehstation Seda va Sima falsche Geständnisse ablegen, in denen er sich selbst belastete. Er hatte gefilmt, wie Basijis (Freiwillige Schlägertrupps) während der Proteste vom 15. Juni 2009 in die Menge schossen. Sein Film zeigt deutlich, wie mehrere Demonstranten auf der Straße getötet wurden. Bahari, der als Journalist für *Newsweek* arbeitete, wurde im September 2009 aufgrund des hohen Drucks der internationalen Gemeinschaft freigelassen. Nach seiner Freilassung berichtete er in westlichen Medien von den Foltermethoden des islamischen Regimes.

Der Nationale Sicherheitsrat Irans und andere Staatsorgane sind befugt, den Medien eine Schweigepflicht über bestimmte Themen aufzuerlegen, etwa über die Atomdebatte, die Inflation und die Abwertung der Devisen, sogar in Ungnade gefallene Personen dürfen nicht in den Zeitungen genannt werden, wie zeitweise der ehemalige Staatspräsidenten Chatami oder Rafsanjani. Auch die Familienangehörigen der Journalisten bleiben von den Schikanen des Geheimdienstministeriums nicht verschont. Die Dreistigkeit der Zensurbehörden kennt keine Grenzen. Wenn eine Zeitung nicht über bestimmte Ereignisse, wie den Jahrestag der Revolution berichtet, wird sie zur Rechenschaft gezogen. Staatliche Einschüchterung führt auch zu Selbstzensur und Existenzangst. „Man muss selbst herausfinden, wo die roten Linien sind“, sagte Mazrooei. Zudem werde versucht, das Internet unter Kontrolle zu bringen, ein eigenes „Nationales Internet“ durchzusetzen. Mit entsprechenden Filtern werde Zensur betrieben.

Reza Moini, Iran-Referent bei ROG und Ali Mazrooei (r.), Vorsitzender der inzwischen verbotenen iranischen Journalisten - gewerkschaft: „Wenn wir vom Schreibverbot betroffen sind, schreiben Sie über uns!“

Foto: Christian Ditsch / version-foto.de

Mazrooei und Moini appellierten übereinstimmend an die deutschen Journalisten: „Reisen Sie in den Iran, um umfassend über die Präsidentschaftswahl am 14. Juni zu berichten. Obwohl viele Journalisten kein Visum erhalten würden. Aber, versuchen Sie es!“ Die Journalisten und Journalistinnen bräuchten dringend die Solidarität ihrer Kollegen. „Wenn wir vom Schreibverbot betroffen sind, schreiben Sie über uns“, forderte Moini die deutschen Journalisten auf.

Kambiz Behbahani ■

Leute

Grafik: Hermann Haubrich

SERVICE ZUM SURFEN

Der Service ist im Netz unter:
http://mmm.verdi.de/service

Stephan Abarbanell, bislang im RBB Programmbereichsleiter Zentrale Aufgaben Programm, wurde Leiter des Programmbereichs Kultur der multimedialen Programmdirektion.

Barbara Albert (Österreich), Drehbuchautorin, Filmregisseurin, Produzentin und Dramaturgin, wurde als Professorin für das Fachgebiet „Spielfilmregie für Kino und Fernsehen" im Studiengang Film- und Fernsehregie an die Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf" (Potsdam-Babelsberg) berufen. Der Filmkomponist **Karim Sebastian Elias** übernahm eine halbe Professur im Fach „Komposition und Arrangement für Medien" im Masterstudiengang Filmmusik.

ARD-Programmbeirat: Dr. **Paul Siebertz** (Vertreter der Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft im BR-Rundfunkrat) wurde zum neuen Vorsitzenden des Gremiums gewählt; Stellvertreterin ist **Judith von Witzleben-Sadowsky** (Vertreterin des Landeselternrats Niedersachsen im NDR-Landesrundfunkrat).

Isabelle Arnold, bisher Geschäftsführende Redakteurin bei den G+J-Wirtschaftsmedien, wechselt in dieser Position zum 1. September in die Chefredaktion der dpa, wo sie Aufgaben im Redaktionsmanagement übernehmen wird. **Bernd von Jutrczenka**, bisher Leiter der dpa-Bilderdienste, wird zum 1. Juli auf eigenen Wunsch Chefkorrespondent Foto der Nachrichtenagentur; er scheidet damit aus der Chefredaktion aus. Inhaltlich verantwortlich für das dpa-Fotoangebot werden dann **Peer Grimm** als Leiter der Fotoredaktion und **Michael Kappeler** als Cheffotograf Basis und Koordinator der dpa-Cheffotografen sein.

Christoph Berdi, bisher Chefredakteur der Fachzeitschrift absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing (Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt), verlässt den Verlag einvernehmlich aufgrund unterschiedlicher Auffassungen zum künftigen Kurs des Titels.

Berliner Presse Club: Vorsitzende bleibt **Evelyn Fischer**, Leiterin der Intendanz des Berliner Büros der Deutschen Welle; als stellv. Vorsitzender folgte **Peter Lange**, Chefredakteur von Deutschlandradio Kultur, auf den freien Journalisten **Ingo Bötig**.

Hans Bewersdorff, bisher Redaktionsleiter von Bild Hannover, folgte als Redaktionsleiter von Bild Hamburg auf **Tanit Koch**, die stellv. Chefredakteurin und Unterhaltungschefin der Bildzeitung wurde. **Nicolaus Fest**, Mitglied der Chefredaktion und zuständig für Sonderaufgaben, übernahm die Redaktionsleitung von Bild Hannover kommissarisch.

Bundespressekonferenz (BPK): Als Vorsitzender wiedergewählt wurde **Gregor Mayntz** (Rheinische Post); im Amt bestätigt wurden auch die Vorstandsmitglieder **Steffen Hebestreit** (Redaktionsgemeinschaft Neven DuMont), **Nick Leifert** (ZDF), **Antje Sirleschtov** (Der Tagesspiegel) und **Angela Wefers** (Börsen-Zeitung). Neu in den Vorstand gewählt wurden **Stephan Detjen** (Deutschlandradio) und **Ute Welty** (freie Journalistin).

Knut Engelmann, zuletzt Chefredakteur der Online-Wirtschaftszeitung Wall Street Journal Deutschland, zuvor in leitender Funktion bei der Nachrichtenagentur Reuters tätig, wechselt in die Beratungsbranche.

Thorsten Fleischhauer, zuvor Foto-Chef der Bild-Zeitung, wurde zum 1. Januar diesen Jahres Foto-Chef des Nachrichtenmagazins Focus. Nach dem Weggang von **Rüdiger Schrader** leitet er nun die Bild-Redaktion von Focus alleinverantwortlich. **Pea Schubert**, bislang Leiterin Markenkommunikation der Burda News Group, übernahm zum 1. Mai in der Focus-Chefredaktion die neu geschaffene Position der geschäftsführenden Redakteurin.

Claus Gorks, zuletzt Leiter des Ressorts Agenda bei der Financial Times Deutschland, wurde stellv. Chefredakteur der Nordwest-Zeitung (Oldenburg).

Gruner + Jahr: Im Zug eines Umbaus des Vorstands wurde **Stephan Schäfer** von der neuen Vorstandsvorsitzenden **Julia Jäkel** zum Vorstand Produkte berufen und gab seine Chefredakteurs- und Herausgeberposten ab. **Brigitte Huber** wurde alleinige Chefredakteurin von Brigitte, Brigitte Woman und allen weiteren Titeln und Digital-Angeboten, die zur Markenfamilie gehören. **Bettina Billerbeck**, bisher Chefredakteurin der Zeitschrift Living at Home, übernahm die Chefredaktion von Schöner Wohnen. **Sinja Schütte**, zuletzt in leitenden Funktionen für Brigitte tätig, wurde Chefredakteurin von Living at Home sowie der Online-Redaktionen der Living-Gruppe.

Daniela Kamps, bislang Redaktionsleiterin des Wohn- und Fashion-Magazins Couch und Ressortleiterin Lifestyle & Sonderprojekte bei Schöner Wohnen, stieg zur Chefredakteurin von Couch auf.

Michael Heun, u. a. Geschäftsführer von Bengreta Media, ist Chefredakteur der neuen Frauenzeitschrift Happy Way (Mediengruppe Klambt).

Anja Heyde, Moderatorin beim ZDF-Morgenmagazin, übernahm zusätzlich von **Ines Krüger** die Moderation der politischen Talk-Runde „Fakt ist ...!" des MDR Fernsehens aus Magdeburg.

Reinhard Hönighaus, ehemaliger Chefkorrespondent der Financial Times Deutschland, wird Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland.

Jugendpresse Deutschland: Zum neuen geschäftsführenden Vorstand gehören

Impressum

«M – Menschen Machen Medien»
Medienpolitische ver.di-Zeitschrift, erscheint acht Mal im Jahr

Herausgeber: Fachbereich 8 (Medien, Kunst, Industrie), Bundesvorstand: Frank Bsirske / Frank Werneke

Redaktion: Karin Wenk (verantwortlich), Telefon 030 / 69 56 23 26
Anschrift: ver.di Bundesverwaltung / Karin Wenk, Redaktion M, Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin, Fax: 030 / 69 56 36 76
E-Mail: karin.wenk@verdi.de
Für unverlangt eingesandte Artikel und Bilder übernimmt die Redaktion keine Verantwortung. Gezeichnete Beiträge stimmen nicht immer mit der Meinung der Redaktion überein.

Anzeigen:
Network Media GmbH
Stresemannstraße 30, 10963 Berlin
Ansprechpartner:
Nicole Stelzner (Leiterin)
Tel: 030 / 255 94 – 180
Fax: 030 / 255 94 – 190
E-Mail: stelzner@nwmd.de
Gültige Anzeigenpreisliste:
Nr. 18 gültig ab 1.1.2013

M im Internet
http://mmm.verdi.de

Layout: Petra Dreßler, Berlin
Tel. 030 / 322 18 57
Titelbild: Hermann J. Haubrich, Berlin, Tel. 0171 / 343 88 10

Druck und Vertrieb:
alpha print medien AG (apm)
Kleyerstraße 3, 64295 Darmstadt

Jahresabonnement:
36,– € einschließlich Versandkosten.
Abonnementsverwaltung:
Verlagsgesellschaft W.E. Weinmann mbH, Postfach 1207, 70773 Filderstadt, Telefon 0711 / 700 15 30. Fax: –10
E-Mail: service@verlag-weinmann.de

Für Mitglieder der Medien-Fachgruppen ist die Bezugsgebühr im Mitgliedsbeitrag enthalten. ver.di-Mitglieder aus anderen Fachgruppen zahlen 18 € – eine gesonderte Bestellung ist notwendig.

Weitere Publikationen:
„Kunst & Kultur"
verantwortlich: Burkhard Baltzer
Tel. 030 / 69 56 – 10 60
„Druck + Papier" verantwortlich:
Helma Nehrlich Tel: 030 / 613 09 664

Redaktionsschluss:
M 3.2013: 11.04.2013
M 4.2013: 24.05.2013
ISSN-Nr.: 09 46 – 11 32

Untersuchung zum politischen Einfluss von Medien

An der Universität Düsseldorf wird unter der Leitung von Professor Gerhard Vowe die Studie zum politischen Einfluss verschiedener Medien fort gesetzt, zu der die Wissenschaftler bereits im vergangenen Jahr mit Unterstützung der dju in ver.di Journalistinnen und Journalisten befragt haben.
Nehmt bitte an der Befragung teil! Als Dankeschön spenden die Forscher erneut für jede vollständige Teilnahme einen Euro an „Reporter ohne Grenzen". Direkt zum Fragebogen: **http://unipark.de/uc/medien-journ-dju/**
Mehr Informationen unter **www.fgpk.de**.

Fabian Angeloni, Pia Bayer, Arne Breitsprecher, Bernd Fiedler, Kai Mungenast und **Jonas Tylewski**; Mitglieder des erweiterten Vorstands sind **Roman Kindl, Silja Trimbuch** und **Martin Winter**.

Anika Kraatz, bisher u. a. für die Magazine InStyle, Cosmopolitan, Amica, Joy und Jolie tätig, wurde stellv. Chefredakteurin bei der Frauenzeitschrift Cover (Burda). **Georg Wittmann**, zuletzt bei der Zeitschrift Glamour für die Bereiche Lifestyle, People und Mode zuständig, wechselte als Ressortleiter Lifestyle und Kultur zu Cover.

Peter Limbourg, derzeit Informationsdirektor von ProSiebenSat.1 TV Deutschland, löst als Intendant der Deutschen Welle (DW) **Erik Bettermann** ab, dessen Amtszeit am 30. September endet. **Marc Bator**, Sprecher der „Tagesschau" im Ersten, wird künftig die „Sat.1 Nachrichten" präsentieren. Am 27. April moderiert er das letzte Mal die 20 Uhr-„Tagesschau". Nachfolgerin wird **Linda Zervakis**. Die gebürtige Hamburgerin mit griechischen Wurzeln arbeitet seit 2001 für den NDR. Seit Februar 2010 ist sie Sprecherin der „Tagesschau".

Wolfgang Mache, zuletzt selbständiger Journalist und PR-Berater, früher u. a. stellv. Chefredakteur von Auto Bild, wird neben **Elisabeth Schneider** stellv. Chefredakteur der ADAC Motorwelt.

Katrin Mandel, als Redakteurin und Dramaturgin für den ORB/ RBB tätig, löste als Leiterin der Unterhaltungsredaktion des RBB **Gernot Binkle** ab, der neue Aufgaben in der Programmredaktion des Senders übernimmt.

Andrew Manze (Großbritannien), derzeit Chefdirigent des Helsingborg Symphony Orchestra, wird zur Spielzeit 2014/15 Chefdirigent der NDR Radiophilharmonie in Hannover.

Klaus Mehler, bisher u. a. Chefredakteur der Rundschau für den Lebensmittelhandel (medialog) und diverser Corporate-Publishing-Publikationen, folgt zum 1. September als Chefredakteur der Lebensmittel Zeitung direkt sowie Chefredakteur und Verlagsleiter des Wirtschaftsmagazins Der Handel (dfv) auf **Marcelo Crescenti**. Dieser wird im Juli in Mailand Korrespondent für die Fachzeitschrift TextilWirtschaft (dfv); außerdem wird er zuständig sein für die Koordination der redaktionellen Zusammenarbeit mit der italienischen Schwesterzeitschrift fashion.

Torsten Peuker, bisher beim MDR leitender Redakteur des Nachrichtenmagazins „exakt" und des Reportageformats „exakt – Die Story", folgte als kommissarischer Leiter von „MDR aktuell" auf **Olaf Kische**, der Mitte Februar Redaktionsleiter des TV-Regionalmagazins „MDR Sachsenspiegel" wurde.

Yvonne Ransbach, derzeit Moderatorin bei der ZDF-Sendung „Hallo Deutschland", wechselt im Spätsommer zu Radio Bremen in das Moderatorenteam des Regionalmagazins „buten und binnen".

Oliver Tom Röhricht, früher Nachrichtenchef der Bild am Sonntag, zuletzt Leitender Redakteur beim Jahreszeiten Verlag, wurde Director Content Marketing beim SEO-Dienstleister Testroom (Hamburg). **Marcus Müntefering**, der über langjährige Erfahrungen in vielen journalistischen Bereichen verfügt, zuletzt war er u. a. Textchef des Magazins Gala (G+J), wechselte in dieser Funktion zu der SEO-Agentur.

Martin Scheele, zuletzt für den Online-Auftritt des Unternehmermagazins Impulse (G+J) verantwortlich, verstärkt die Redaktion der Kommunikationsberatung Faktenkontor (Hamburg).

Rouven Schellenberger, zuletzt Leiter der gemeinsamen digitalen Redaktion von FR und Berliner Zeitung, wechselte als Chefredakteur digitale Medienentwicklung zum Deutschen Fachverlag (dfv).

Der Spiegel-Verlag hat die beiden Chefredakteure des Spiegel, **Georg Mascolo** und **Mathias Müller von Blumencron**, „wegen unterschiedlicher Auffassungen zur strategischen Ausrichtung" abberufen und beurlaubt. In der Doppelspitze war seit Februar 2011 Mascolo für das Nachrichtenmagazin, Müller von Blumencron für die digitalen Spiegel-Angebote einschließlich Spiegel Online verantwortlich. Die Redaktion des Spiegel wird interimistisch von den beiden stellv. Chefredakteuren **Klaus Brinkbäumer** und **Martin Doerry** geleitet; für die Internet-Angebote ist vorerst **Rüdiger Ditz**, Chefredakteur von Spiegel Online, zuständig.

Silke Trösch, seit Juni 2012 Direktorin der Unternehmenskommunikation von Hubert Burda Media, verließ das Unternehmen wieder. Ihre Aufgaben übernahm kommissarisch Vorstandsmitglied **Philipp Welte**.

Verband Deutscher Sportjournalisten (VDS): Der TV-Kommentator **Erich Laaser** wurde im Amt des Präsidenten bestätigt; wiedergewählt wurden auch die Stellvertreter **Hans-Joachim Zwingmann** (Hannover) und **Christoph Fischer** (Köln) sowie der Schatzmeister **Christoph Schumann** (Hamburg).

Cooky Ziesche, Dramaturgin, Autorin, Producerin und Redakteurin, seit 1992 für den ORB/RBB sowie als freie Producerin und Autorin tätig, löste als Leiterin der Filmredaktion des RBB **Rosemarie Wintgen** ab, die in den Ruhestand trat.

Veranstaltungen und Seminare
für Selbstständige und Freie in Hamburg

Anmeldung NUR ONLINE: freie.hamburg.verdi.de/veranstaltungen

Die Teilnahme ist kostenlos. Veranstaltungsort:
Gewerkschaftshaus, Besenbinderhof 60, Ebene 9, Raum St. Georg

Gesetzliche Krankenversicherung.

4. Juni 2013, 19 – 21 Uhr

Wie wird die Beitragshöhe ermittelt? Was passiert, wenn Beiträge nicht bezahlt werden können oder meine Umsätze stark nach oben oder unten schwanken? Was bedeutet der Tarif mit und ohne Krankengeld?
Referentin: Dirk Lehsten, Hanseatische Ersatzkasse
Moderation: Angela Schmitz, Systemisches Coaching-Beratung-Training

Meine Webseite erstelle ich jetzt selber!

18. Juli 2013, 19 – 21.15 Uhr

Mit WordPress können sich Kunstschaffende und Selbstständige auch ohne Budget eine sehr professionelle und ästhetische Webseite anlegen.
Wir zeigen, wie es geht.
Voraussetzung: souveräner Umgang mit dem Internet.
Referentin: Ania Groß - Grafik, Webdesign, Ideen
Moderation: Holger Ahrens; Projektleiter, Trainer, Web-Entwickler

Anzeige

SOZIALVERBAND VdK BAYERN

Zukunft braucht Menschlichkeit.

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

Michael Pausder, Pressesprecher
Schellingstraße 31 • 80799 München • Tel. 089/2117-217
Fax 089/2117-280 • pausder@vdk.de • www.vdk-bayern.de

Freie im Journalismus brauchen Transparenz, Informationen – und eine Vertretung, die wirkt.

Wir machen das schon...

● ver.di veröffentlicht Honorare

Vor über einem halben Jahrhundert ist die dju als Vertretung für Journalistinnen und Journalisten angetreten – auch um offen über Bezahlung von Freien und Festen zu sprechen. Seit über 10 Jahren stehen alle Honorare im Netz, die uns Kolleginnen und Kollegen melden.

Umfragen leben vom Mitmachen! – **www.mediafon.net/empfehlungen.php**

● ver.di schreibt Standardwerke

Der Ratgeber Selbstständige
Eine tagesaktuelle Online-Version gibt's gratis dazu.

Ermöglicht durch Mitgliedsbeiträge, dem Klassiker des Crowdfundings.
– Mehr als 30 000 Freie und Selbstständige machen schon mit bei ver.di.

www.mediafon.net/ratgeber.php

● ver.di informiert gezielt und aktuell

In Meldungen, im RSS-Feed, im Newsletter sowie auf Twitter informieren wir Freie und Solo-Selbstständige über alles, was für ihr Unternehmen wichtig ist. – Im Verbund mit den Informationen der dju in ver.di bleiben da kaum Fragen offen. Wenn doch: Stellt sie den Profis!

● ver.di berät ausführlich

Für Details zum Berufsalltag und individuelle Analysen gibt's die persönliche Beratung.

Freie Journalistinnen und Journalisten gehören seit Beginn zur Kerngrupe der Beratung.
– Wir helfen, Forderungen durchzusetzen; Mitgliedern auch mit ver.di-Rechtsschutz.
Wir unterstützen kollegial und kompetent: Bei uns beraten Selbstständige.

Fragt uns unter: www.mediafon.net/beratung.php

[mediafon.net] ● ver.di-Beratungsnetz für Freie & Selbstständige

mediafon ist eine Tocher der Gewerkschaft ver.di, dem Profi in Sachen Interessenvertretung. Gemeinsam bilden wir ein starkes Netzwerk zur gesamten Medien-Arbeitswelt in allen Beschäftigungsformen.

mediafon GmbH
ein Unternehmen der ver.di